

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної
діяльності підприємств

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

Кириленко О.М.
« » 20 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИЦІ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТР
спеціальності 073 «Менеджмент»,
ОПП «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

Тема: Удосконалення управління імпортною діяльністю
ТОВ «Ювента-Груп Україна»

Виконала: Кулеш Марина Євгенівна

Керівник: к.е.н., доцент Коваленко Юлія Олександрівна

Нормоконтролер з ЄСКД (ЄСПД): _____

Київ - 2020

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет ТМЛ Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

Освітній ступінь магістр

Спеціальність 073 «Менеджмент»

ОПП «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Кириленко О.М.

«___» _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломної роботи студентки

Кулеш Марини Євгенівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Удосконалення управління імпортною діяльністю ТОВ «Ювента-Груп Україна» затверджена наказом ректора від 02.10.2019р № 2263/ст
2. Термін виконання проекту (роботи): з 14.10.2019 р. до 09.02.2020р., з 09.01.2019р. до 04.02.2020р.
3. Вихідні дані до проекту (роботи): наукові праці вітчизняних та зарубіжних фахівців, бухгалтерська та статистична звітність ТОВ «Ювента-Груп Україна», нормативно-правова та законодавча база України, Інтернет-ресурси
4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що підлягають розробці): Необхідно: дослідити теоретико-методологічні засади управління імпортними операціями підприємств; провести аналіз фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна» та дослідити специфіку управління імпортними операціями; розробити пропозиції щодо удосконалення управління імпортними операціями на підприємстві ТОВ «Ювента-Груп Україна».
5. Перелік обов'язкового графічного матеріалу:
Теоретичний розділ: (рис. – 2, табл. – 2, формули -0);
Аналітико-дослідницький розділ: (рис.– 2, табл. – 15, формули – 3);
Проектно-рекомендаційний розділ: (рис. – 3, табл. – 8, формули – 2).

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № п/п | Етапи виконання дипломної роботи | Термін виконання етапів | Примітка |
|-------|--|-------------------------|----------|
| 1. | Збір необхідної інформації за темою дипломної роботи | 14.10.2019-18.10.2019 | виконано |
| 2. | Проведення аналізу бухгалтерської та статистичної звітності ТОВ «Ювента-Груп Україна» | 19.10.2019-26.10.2019 | виконано |
| 3. | Оформлення списку літературних джерел, використаних під час дослідження | 28.10.2019-01.11.2019 | виконано |
| 4. | Підготовка та оформлення аналітичного розділу дипломної роботи | 02.11.2019-18.11.2019 | виконано |
| 5. | Підготовка та оформлення теоретичного розділу | 18.11.2019-29.11.2019 | виконано |
| 6. | Вибір шляхів удосконалення експортних операцій ТОВ «Ювента-Груп Україна» (наукове обґрунтування запропонованих заходів у проектному розділі та розрахунки основних економічних показників) | 30.11.2019-15.12.2019 | виконано |
| 7. | Оформлення рекомендаційного розділу дипломної роботи | 15.12.2019-25.12.2019 | виконано |
| 8. | Остаточне оформлення дипломної роботи (зміст, вступ, висновки, додатки тощо) | 03.01.2020-10.01.2020 | виконано |
| 9. | Підготовка доповіді та презентації ДР | 11.01.2020-13.01.2020 | виконано |
| 10. | Підписання необхідних документів у встановленому порядку, підготовка до захисту дипломної роботи та попередній захист дипломної роботи на випусковій кафедрі | до 09.02.2020 | виконано |

Студент _____ (Кулеш М.Є.)

Керівник дипломної роботи _____ (Коваленко Ю.О.)

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

КОС- каналізаційно-очисні станції

ЗЕД – зовнішньоекономічна діяльність

НДДКР – науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи

СП – спільне підприємство

СПД – спільна підприємницька діяльність

ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю

рис. – рисунок

табл. – таблиця

тис. грн. – тисячі гривень

Ф№1 – форма № 1 балансу підприємства (звіт про фінансовий стан)

Ф№2 – форма № 2 (звіт про фінансові результати)

АНОТАЦІЯ

Дипломна робота присвячена удосконаленню управління імпортною діяльністю ТОВ «Ювента-Груп Україна», аналізу специфіки управління імпортною діяльністю та оптимізації ефективності імпортової діяльності під впливом запропонованих заходів на базі Товариства з обмеженою відповідальністю «Ювента-Груп Україна».

У вступі визначено актуальність та практичну цінність обраної теми дослідження, основну мету та завдання дослідження, зазначено предмет та об'єкт дослідження, вказано наукові методи дослідження.

Перший розділ присвячено теоретико-методологічним засадам управління імпортними операціями підприємств. Розкрито економічний зміст та значення імпортової діяльності підприємств, розглянуто класифікацію імпортних операцій та регулювання імпортової діяльності в Україні

У другому розділі наведена загальна характеристика досліджуваного підприємства, проведено аналіз його фінансово-економічної діяльності, а також розглянута специфіка управління імпортними операціями ТОВ «Ювента-Груп Україна».

У третьому розділі розглянуто та обґрунтовано основні напрями вдосконалення імпортової діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна» та проведено оптимізацію ефективності управління імпортними операціями під впливом запропонованих заходів.

У висновках та пропозиціях узагальнено результати дослідження.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, експорт, імпорт, реімпорт, імпортна діяльність, імпортна операція, імпортна стратегія, зовнішньоекономічні операції, міжнародна торгівля, контракт, ефективність.

АННОТАЦИЯ

Дипломная работа посвящена совершенствованию управления импортной деятельностью ООО «Ювента-Групп Украина», анализа специфики управления импортной деятельности и оптимизации эффективности импортной деятельности под влиянием предложенных мероприятий на базе общества с ограниченной ответственностью «Ювента-Групп Украина».

Во введении определено актуальность и практическую ценность темы исследования, основная цель и задачи исследования, отмечено предмет и объект исследования, указано научные методы исследования.

Первый раздел посвящен теоретико-методологическим основам управления импортными операциями предприятий. Раскрыто экономическое содержание и значение импортной деятельности предприятий, рассмотрена классификация импортных операций и регулирования импортной деятельности в Украине

Во втором разделе приведена общая характеристика исследуемого предприятия, проведен анализ его финансово-экономической деятельности, а также рассмотрена специфика управления импортными операциями ООО «Ювента-Групп Украина».

В третьем разделе рассмотрены и обоснованы основные направления совершенствования импортной деятельности ООО «Ювента-Групп Украина» и проведена оптимизация эффективности управления импортными операциями под влиянием предложенных мероприятий.

В выводах и предложениях обобщены результаты исследования.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, экспорт, импорт, реимпорт, импортная деятельность, импортная операция, импортная стратегия, внешнеэкономические операции, международная торговля, контракт, эффективность.

ABSTRACT

The diploma thesis is devoted to improvement of management of import activity of LLC "Juventa-Group Ukraine", analysis of specifics of management of import activity and optimization of efficiency of import activity under the influence of the proposed measures on the basis of Limited Liability Company "Juventa-Group Ukraine".

The introduction defines the relevance and practical value of the chosen research topic, the main purpose and objectives of the study, the subject and object of the study, the scientific methods of research.

The first section is devoted to the theoretical and methodological principles of managing the import operations of enterprises. The economic content and importance of import activity of enterprises are revealed, the classification of import operations and regulation of import activity in Ukraine are considered

In the second section the general characteristic of the studied enterprise is presented, the analysis of its financial and economic activity is carried out, and also the specifics of management of import operations of LLC "Juventa-Group Ukraine" is considered.

The third section considers and substantiates the main directions of improvement of the import activity of Juventa-Group Ukraine LLC and optimizes the efficiency of management of import operations under the influence of the proposed measures.

The findings and proposals summarize the findings of the study.

Key words: foreign economic activity, export, import, re-import, import activity, import operation, import strategy, foreign trade operations, international trade, contract, efficiency.

ЗМІСТ

| | |
|--|-----|
| ВСТУП..... | 9 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВ..... | 12 |
| 1.1. Економічний зміст та значення імпоротної діяльності підприємств | 12 |
| 1.2. Класифікація імпортних операцій та специфіка управління імпоротною діяльністю..... | 22 |
| 1.3. Регулювання імпоротної діяльності в Україні..... | 33 |
| РОЗДІЛ 2. МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «ЮВЕНТА-ГРУП УКРАЇНА»..... | 48 |
| 2.1. Загальна характеристика імпоротної діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна»..... | 48 |
| 2.2. Аналіз фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна»..... | 53 |
| 2.3. Специфіка управління імпортними операціями ТОВ «Ювента-Груп Україна»..... | 67 |
| РОЗДІЛ 3. ПРІОРИТЕТИ ОПТИМІЗАЦІЇ ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЮВЕНТА-ГРУП УКРАЇНА»..... | 86 |
| 3.1. Основні напрями оптимізації імпоротної діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна»..... | 86 |
| 3.2. Обґрунтування заходів з удосконалення управління імпортними операціями ТОВ «Ювента-Груп Україна»..... | 92 |
| 3.3. Оцінка ефективності реалізації запропонованих заходів..... | 99 |
| ВИСНОВКИ..... | 113 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 118 |

ВСТУП

Наявність оптимізованої структури імпорتنих операцій підприємства є однією з важливих ланок зовнішньоекономічної діяльності підприємства, що характеризує можливість і ефективність адаптації підприємства до умов ринкового конкурентного середовища, а також певним чином здатна забезпечити ефективність зовнішньоторговельних операцій на зарубіжних ринках.

Актуальність обраної теми дипломного проекту обумовлена тим, що розвиток зовнішньоекономічної діяльності є однією з найважливіших причин, що впливають на конкурентоспроможність компанії, а так само на ефективність організації-учасника ЗЕД. Проте варто зазначити, що в сучасних умовах розвитку євроінтеграційних процесів в Україні надзвичайної актуальності набули проблеми підвищення ефективності імпорتنих операцій вітчизняних підприємств за рахунок оптимізації основних елементів таких операцій, адже в зв'язку з інтеграцією України в європейський простір для багатьох вітчизняних підприємств економічна сфера перетворилася в досить перспективний інструмент подальшого розвитку і підвищення своєї конкурентоспроможності.

Саме тому дослідженню сутності категорії “імпортна діяльність” присвячено праці багатьох науковців. На думку В.Є. Новицького, імпорт товарної продукції передбачає завезення на територію країни товарної маси за відповідно оформленою купівельною операцією із іншої країни для продажу і споживання продукції на теренах країни-імпортера. А. Г. Савченко під імпортом розуміє сукупність товарної продукції та продукції сервісного характеру, котрі країна-контрагент за попередньою домовленістю купує у країн, що виступають у ролі іноземних партнерів. Змістове наповнення терміну “імпортна операція” також розглядають та удосконалюють інші представники економічної науки. Так, на думку Н. М. Тюріної, імпортні операції є процесом купівлі та перевезення через митний кордон країни товарів іноземного походження з метою реалізації такої продукції на національному ринку або

власного споживання імпортером.

Отже, з огляду на дослідження науковців та вчених, можемо визначити, що “імпортна операція” передбачає сукупність взаємопов’язаних дій, що здійснює суб’єкт однієї країни шляхом одноразової купівлі продукції у резидента іншої країни для подальшого використання або реалізації з метою отримання прибутків та є основним складовим елементом імпоротної діяльності.

Великий внесок у розвиток теоретичного і методологічного забезпечення оцінки економічної ефективності імпортних операцій внесли В.Є. Новицький, А. Г. Савченко, О. В. Шкурूपій, К. Е. Решетняк, Н. М. Тюріна, Е. А. Зінь, В. В. Козик, Л. А. Панкова та багато інших. В їх дослідженнях представлено теоретичне обґрунтування ефективності імпоротної діяльності та проведено аналіз чинників ефективності.

Метою дипломної роботи є дослідження теоретико-методологічних засад управління імпортною діяльністю та обґрунтування напрямів удосконалення управління імпортною діяльністю ТОВ «Ювента-Груп Україна». Ця мета передбачає необхідність вирішення наступних завдань:

- розкрити теоретико-методологічні засади управління імпортними операціями підприємств;
- провести аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна»;
- визначити специфіку управління імпортними операціями на підприємстві;
- визначити та обґрунтувати основні напрями оптимізації імпоротної діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна»
- розробити та оцінити ефективність заходів щодо вдосконалення імпортних операцій на підприємстві «Ювента-Груп Україна».

Предметом дипломної роботи є дослідження фінансово-господарської діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна», аналіз специфіки управління імпортними операціями на підприємстві.

Об'єктом дослідження дипломної роботи є ТОВ «Ювента-Груп Україна», яка займається проектуванням і будівництвом басейнів та фонтанів «під ключ», установкою систем очищення води, установкою каналізаційних очисних станцій (КОС).

Теоретичною основою дослідження стали положення та концепції, представлені в роботах вітчизняних і зарубіжних авторів з проблем управління імпортною діяльністю в Україні, нормативно-правові акти України, статистична та аналітична інформація, опублікована в різних виданнях і статистичних збірниках. Інформаційною базою дослідження послужили річні форми бухгалтерської звітності ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2016-2019 рр.

Дослідження проводилося на основі системно-функціонального, динамічного, комплексного наукових підходів, за допомогою наукових методів: аналізу і синтезу, індукції і дедукції, моделювання, методів статистичного аналізу, спостереження, порівняння, розрахунок узагальнення.

Дипломна робота складається з: вступу, трьох розділів, що включають 9 підрозділів, висновків, списку літературних джерел із 90 найменувань, додатки. У тексті дипломної роботи міститься 25 таблиць, 7 рисунків. Загальний обсяг роботи складає 127 листів.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Економічний зміст та значення імпортової діяльності підприємств

Здійснення зовнішньоторговельних розрахунків будь-якої країни, яка безпосередньо бере участь у міжнародній торгівлі, безпосередньо пов'язане із здійсненням експортних та імпорتنих операцій. Під зовнішньоекономічною діяльністю розуміють 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 [7, с.12]. Зовнішньоекономічну діяльність підприємств ототожнюють, передусім, зі здійсненням експортних та імпорتنих торговельних операцій. Це і зрозуміло, адже на такі операції припадає майже 80% усіх здійснюваних у зовнішньоекономічній діяльності операцій. Отже, експортно-імпортні операції – це операції, які здійснюються на комерційній основі шляхом укладання і здійснення міжнародних торговельних угод-контрактів купівлі-продажу [11, с.90].

Відповідно до Закону "Про зовнішньоекономічну діяльність в Україні" імпорт (імпорт товарів) - це купівля (у тому числі з оплатою у не грошовій формі) українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в іноземних суб'єктів господарської діяльності із ввезенням або без ввезення цих товарів на територію України, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установами та організаціями України, розташованими за її межами. Основним документом, що регламентує діяльність підприємств при переміщенні вантажів через митний кордон України, є Митний кодекс України.

Відповідно до Митного кодексу України, імпорт - це ввезення суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності на територію України товарів для вільного обігу. Це купівля (у тому числі з оплатою не у грошовій формі)

українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в іноземних суб'єктів господарської діяльності 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.

Імпортна операція – комерційна діяльність, що пов'язана із закупівлею та ввезенням в Україну іноземних товарно-матеріальних цінностей для їх наступної реалізації на внутрішньому ринку або використовуються у виробничо-господарській діяльності. Передумовою здійснення імпорتنих операцій є проведення переговорів з іноземним контрагентом та укладання імпортного контракту.

До імпорتنих відносять такі операції:

- купівля товарів (робіт, послуг) у іноземних постачальників на умовах комерційного кредиту;
- надходження товарів у рахунок централізованих імпорتنих закупівель;
- ввезення товарів (робіт, послуг) на умовах бартерних (товарообмінних) операцій;
- отримання товарів (робіт, послуг) на умовах безоплатної допомоги.

Ввезення товарів на митну територію України в режимі імпорту передбачає (рис. 1.1.):

1) подання митному органу документів, що засвідчують підстави та умови ввезення товарів на митну територію України;

2) сплату податків і зборів, якими обкладаються товари під час ввезення на митну територію України відповідно до законів України;

3) дотримання вимог, передбачених законом, щодо заходів нетарифного регулювання та інших обмежень.

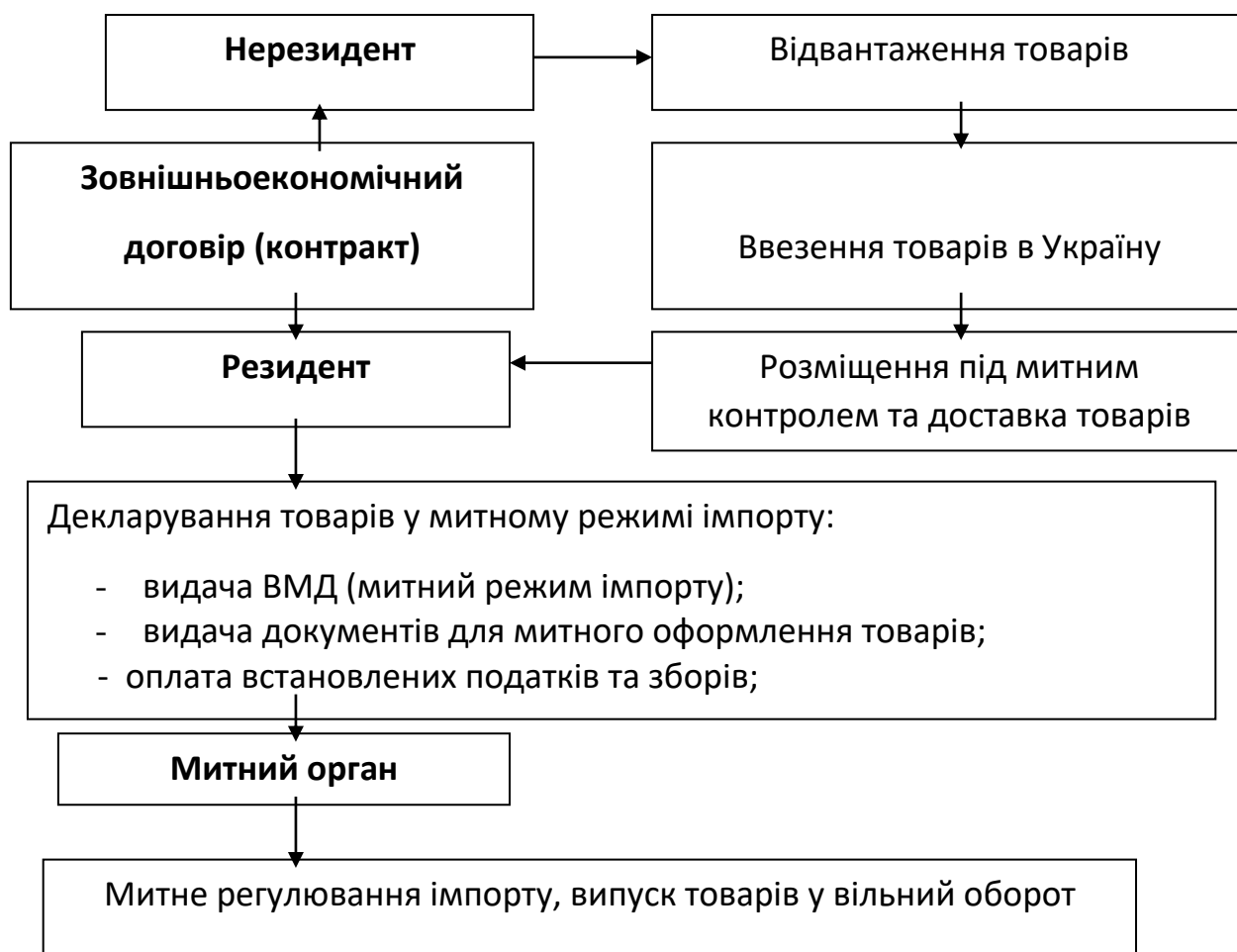


Рис. 1.1. Процедура розміщення товарів під митний режим імпорту та ввезення їх в Україну [45]

Факт імпорту фіксується в момент перетину товаром митного кордону, отримання послуг і прав на результати інтелектуальної діяльності. Особливості імпортової діяльності підприємства обумовлені правовим регулюванням імпорту товарів. Під імпортом розуміються і враховуються статистикою:

1. Ввезення в країну товару іноземного походження безпосередньо з країни – виробника або країни – посередника для особистого споживання, для промислових, будівельних, сільськогосподарських та інших підприємств або ж для переробки з метою споживання всередині країни, або ж з метою вивезення з неї.

2. Ввезення товарів з вільних зон або приписних складів.

3. Ввезення з–за кордону раніше вивезених вітчизняних товарів, що не зазнали там переробки.

4. Ввезення товарів для переробки під митним контролем. Сюди відносяться такі товари, які ввозять в країну для переробки з метою вивезення готової продукції, що містить в собі даний товар у переробленому або зміненому вигляді.

В Україну забороняється імпортувати:

- будь-які товари, про які заздалегідь відомо, що вони можуть завдати шкоди здоров'ю або загрожувати життю населення, тваринного світу; призвести до руйнування навколишнього середовища, крім засобів, що забезпечують обороноздатність держави за 76 міжурядовими угодами (озброєння; боєприпасів; військової техніки і спеціальних комплектуючих виробів для їх виробництва; вибухових речовин; ядерних матеріалів; наркотичних і психотропних засобів і т.д.);

- продукцію та послуги, що пропагують ідеї війни, расизму та расової дискримінації, геноциду, садизму, розпусти, а також спрямовані на порушення територіальної цілісності, політичної незалежності державного суверенітету України (книги, фотографії, журнали, газети, фотонегативи і фотоплівки, кінострічки, звукові та відеозаписи, рукописи тощо);

- товари, які порушують права інтелектуальної власності (імпорт картин, стародавніх книг, виробів з дорогоцінних металів раритетного характеру і т.д.).

Перелік товарів, які забороняється імпортувати, затверджується Верховною Радою України за поданням Кабінету міністрів України, а контроль за цими товарами здійснюють митні органи України та Міністерство зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України.

В залежності від виду операцій в Україні застосовуються різні способи обмеження імпорту: короткострокове обмеження імпорту, митний бар'єр, антидемпінгові мита. Короткострокове обмеження імпорту - обмеження імпорту на строк не більше 180 днів[9, с.11]. Митний бар'єр - обмеження імпорту, метою якого є перешкоди ввезенню імпортованих товарів через завищення ввізного мита.

Якщо ринок експортера є монопольним або олігопольним, а зарубіжний ринок - конкурентним, може виникнути ефект демпінгу. Для його попередження держава може застосувати антидемпінгову політику на будь-який продукт. Демпінг — ввезення на митну територію України товарів за ціною, нижче від порівняної ціни на подібний товар у країні експортеру, що заподіює шкоду національному товаровиробнику подібного товару. З метою запобігання торгівлі товарами та послугами за демпінговими цінами країна проводить антидемпінгову політику шляхом встановлення антидемпінгового мита. Антидемпінгове мито - додаткове мито на імпорتنі товари, що ввозяться в країну за цінами, нижче цін світового ринку або внутрішніх цін.

Реімпортна операція – зворотній ввіз з-за кордону товарів національного виробництва, які не піддавалися там переробці. До реімпортних операцій можна віднести:

- зворотній ввіз товарів, які не були продані на аукціонах;
- повернення товарів, які були забраковані покупцями;
- повернення товарів з консигнаційних складів.

Дослідженню сутності категорії “імпортна діяльність” присвячено праці багатьох науковців. Зважаючи на те, що в економічних науках операція є частиною цілого процесу або діяльності, можна стверджувати, що будь-яка зовнішньоекономічна операція є частиною такої самої діяльності, тобто імпортна операція є складовою імпортною діяльністю підприємства. З метою проведення комплексного та ґрунтовного дослідження логічно було б поряд із значенням терміна “імпортна діяльність”, що тотожне змістовому наповненню категорії “імпорт”, розглянути сутність терміну “імпортна операція” як основного складового елемента імпорту. Сукупність взаємопов’язаних, послідовних імпортних операцій складає імпортну діяльність підприємства.

На думку В.Є. Новицького, імпорт товарної продукції передбачає завезення на територію країни товарної маси за відповідно оформленою купівельною операцією із іншої країни для продажу і споживання продукції на теренах країни-імпортера [61]. А. Г. Савченко під імпортом розуміє сукупність

товарної продукції та продукції сервісного характеру, котрі країна-контрагент за попередньою домовленістю купує у країн, що виступають у ролі іноземних партнерів [71]. О. В. Шкурупій терміном “імпорт” називає 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 [82]. К. Е. Решетняк імпортом називає ввезення на територію імпортуючої країни продукції, що виготовлена або підлягає реалізації на території країни-контрагента з метою її використання чи перепродажу. Також автор вважає необхідним зараховувати до імпорту ввезення продукції з “приписних складів” та “вільних зон”, операції реімпорту та товари, що перетинають кордон з метою їх перероблення під контролем митних служб. На думку автора, до імпорту слід зараховувати також продукцію, завезену “материнськими компаніями” транснаціональних корпорацій їхнім “дочірнім компаніям” за умови, що обидві локалізовані на території різних країн [74].

Змістове наповнення терміна “імпортна операція” також розглядають та удосконалюють інші представники економічної науки. Так, на думку Н. М. Тюріної, імпортні операції є процесом купівлі та перевезення через митний кордон країни товарів іноземного походження з метою реалізації такої продукції на національному ринку або власного споживання імпортером. На думку автора, обов’язковою умовою будь-якої імпортної операції є її правове підтвердження за допомогою угоди зовнішньоторговельного характеру [79]. Е. А. Зінь під імпортними операціями розуміє такий тип операцій, що характеризуються залученням суб’єктом із України із виплатою відповідної грошової компенсації продукції із необов’язковим ввезенням цієї продукції на територіальні землі країни-імпортера, а передбачаючи можливість споживання такого товару суб’єктами різного роду діяльності, що розміщені за кордоном [37]. На думку В. В. Козика, Л. А. Панкової та ін. під терміном “імпортні операції” розуміють процес залучення продукції із-за кордону із виплатою відповідної матеріальної винагороди та перетином цією продукцією кордону

України з метою внутрішнього використання суб'єктом зовнішньоекономічних відносин на території країни-імпортера або подальшого перепродажу. На думку авторів, імпортна операція не може відбутись без факту перетину продукцією митного кордону країни-імпортера після проведення відповідних законодавчо-визначених процедур [46].

У Законі України “Про зовнішньоекономічну діяльність” під імпортом розглядається купівля товарів з метою отримання матеріальної винагороди українськими учасниками ЗЕД (зовнішньоекономічної діяльності) у зарубіжних суб'єктів ЗЕД без обов'язкового переміщення товарами митного кордону країн [55]. На противагу вищезазначеному, для здійснення імпоротної діяльності у “Податковому кодексі України” обов'язковою умовою є перетин “митного кордону України”, котрий засвідчує відповідно оформлена вантажно-митна декларація, що є причиною виникнення податкових зобов'язань.

Імпорт товарів з-за кордону відповідно до українського законодавства вимагає проведення певних процедур з митного оформлення. Митний контроль і процедура митного оформлення товарів проводиться з використанням митної декларації і включає три етапи.

На першому етапі до митного органу подається митна декларація або документ, який відповідно до законодавства її заміняє, та документи, необхідні для митного оформлення. Оскільки, на даний час найбільш розповсюдженим є електронне декларування, декларант або уповноважена ним особа подає електронну митну декларацію або електронний документ, який відповідно до законодавства її замінює. В процесі митного контролю проводиться звірка відповідності даних, відображених у митній декларації (МД), з даними, що містяться в документах, які подані разом з нею. Також проводять перевірку наявності всіх документів, вказаних у реєстрі. За відсутності претензій митні органи здійснюють прийняття документів до митного оформлення шляхом присвоєння митній декларації (або документу, 81 що її заміняє) реєстраційного номера та проставляння відповідних митних забезпечень (наприклад, штамп «Під митним контролем» або відмітки «ПМК»), інших відміток на митній

декларації або документі, що її заміняє, а також на товаросупровідних та товарно-транспортних документах у при поданні їх на паперових носіях. У разі подання електронних документів проставляються електронні відмітки. На цьому ж етапі митниками здійснюється:

- перевірка відповідності товарної номенклатури Митному тарифу України відповідно встановленої класифікації товарів, тобто перевіряється правильність визначення кодів товарів;
- перевірка правильності визначення декларантом митної вартості товарів;
- перевірка відповідності даних про товари, вказані у митній декларації, даним, зазначеним у дозвільних документах уповноважених держорганів;
- контроль за надходженням грошових коштів в рахунок попередньої оплати податків і зборів, що сплачуються при розмитнення;
- підготовка запиту в митну лабораторію при необхідності проведення лабораторних досліджень.

На наступному етапі митним органом ухвалюється рішення про необхідність проведення митного огляду. У разі ухвалення позитивного рішення огляд здійснюється у присутності власника і декларанта. За наслідками складається Акт про проведення огляду (переогляду) товарів, транспортних засобів, ручної поклажі та багажу.

На третьому етапі здійснюється нарахування та стягнення податків і зборів, що сплачуються при розмитненні товарів. Завершується проходження митного оформлення засвідченням митним органом митної декларації, а також товаросупровідних та товарно-транспортних документів, проставленням відбитка особистої номерної печатки посадової особи митного органу або інших відміток. Електронна ж митна декларація вважається оформленою за наявності внесеної до неї автоматичним способом відмітки про завершення митного оформлення та засвідчення такої декларації електронним цифровим підписом посадової особи митного органу, яка завершила митне оформлення. Якщо митне оформлення товарів здійснювалося з використанням електронної

митної декларації, не пізніше наступного робочого дня після її оформлення така декларація, засвідчена електронним цифровим підписом посадової особи митного органу, надсилається до фіскальних органів [40].

Імпортні поставки в Україну здійснюються, як правило, за умови розрахунків в іноземній валюті. Основне завдання бухгалтера під час надходження таких товарів – правильно визначити їх первісну вартість. Розглянемо порядок визначення первісної вартості імпортованих товарів і відображення розрахунків з нерезидентами в бухгалтерському обліку.

Митна вартість товарів, які імпортуються в Україну, визначається на підставі Митного кодексу. Існує кілька методів визначення митної вартості товарів, які ввозяться на митну територію України відповідно до митного режиму імпорту:

- основний – за ціною договору (контракту) щодо товарів, які імпортуються (вартість операції);

- другорядні:

- а) за ціною договору щодо ідентичних товарів;

- б) за ціною договору щодо подібних (аналогічних) товарів;

- в) на основі віднімання вартості;

- г) на основі додавання вартості (обчислена вартість);

- д) резервний.

Головним методом визначення митної вартості товарів, які ввозяться на митну територію України відповідно до митного режиму імпорту, є перший метод – за ціною договору (вартість операції). Кожний наступний метод застосовується лише у разі, якщо митна вартість товарів не може бути визначена шляхом застосування попереднього методу відповідно до норм Митного кодексу. Застосуванню другорядних методів передують процедури консультацій між митним органом та декларантом з метою визначення підстави для формування вартості згідно з положеннями Митного кодексу. Під час таких консультацій митний орган та декларант можуть здійснити обмін наявною у кожного з них інформацією за умови додержання вимог щодо її

конфіденційності. У разі, якщо неможливо застосувати жоден із зазначених методів, митна вартість визначається за резервним методом [20].

До первісної вартості запасів, придбаних за плату, включаються:

- суми, які сплачуються за договором постачальнику, за мінусом непрямих податків;
- суми ввізного мита;
- суми непрямих податків, нарахованих (сплачених) у зв'язку із придбанням запасів, які не відшкодовуються підприємству;
- транспортно-заготівельні витрати;
- інші витрати, що безпосередньо пов'язані із придбанням запасів і доведенням їх до стану, у якому вони придатні для використання в запланованих цілях.

При цьому існує чітка відмінність між фактурною вартістю товару та його митною вартістю. Обидві ці величини мають бути зазначені у митній декларації. Фактурна (контрактна) вартість – це ціна товару, який переміщується через митний кордон України. Ціна товару вказується в рахунку-фактурі. Митна вартість – це вартість, яка дорівнює ціні за товар, що була фактично сплачена або підлягає сплаті, розрахована із застосуванням методів, наведених у Митному кодексі. Включається чи не включається сума транспортних послуг до митної вартості залежить від базисних умов поставки, передбачених правилами ІНКОТЕРМС і вказаних у договорі.

До первісної вартості імпортованих товарів включається фактурна вартість, а митна вартість використовується лише для нарахування податків та зборів, розрахунку сум штрафних санкцій та інших стягнень. До транспортно-заготівельних витрат (ТЗВ) при придбанні запасів можуть бути віднесені такі затрати: фрахт; вантажно-розвантажувальні роботи при доставці цінностей усіма видами транспорту до місця їх використання; страхування ризиків транспортування запасів. До первісної вартості запасів можна також включати інші витрати: суми нестач і втрат у межах установлених норм природних втрат; витрати на отримання різних дозвільних документів на ввезення запасів в

Україну; вартість послуг із сертифікації запасів; плату за зберігання запасів у зоні митного контролю; витрати на відрядження, пов'язані із придбанням і доставкою запасів; плату за послуги митних брокерів тощо.

Не включаються до первісної вартості запасів, а відносяться до витрат періоду, у якому їх здійснено: відсотки за користування позиками; витрати на утримання відділів постачання; курсові різниці за розрахунками з іноземними постачальниками; витрати, пов'язані із придбанням інвалюти для розрахунків за отримані запаси; суми наднормативних втрат і нестач; витрати на збут; адміністративні та інші витрати, не пов'язані безпосередньо із придбанням і доставкою запасів та доведенням їх до стану, у якому вони придатні до використання в запланованих цілях.

Первинними документами для бухгалтерських записів при імпорті товарів є такі документи: зовнішньоекономічний договір (контракт); митна декларація (МД); транспортні накладні (залізнична накладна, авіанакладна, коносамент); рахунок-фактура (invoice) – документ для оплати відвантажених товарів; акти виконаних послуг; страхові поліси тощо. Датою оприбуткування ввезених товарів у бухгалтерському обліку є дата розмитнення, вказана на печатці МД [67].

1.2. Класифікація імпорتنих операцій та специфіка управління імпортною діяльністю

Узагальнення поглядів багатьох авторів на сутність поняття “імпортна діяльність” підприємства дає змогу зазначити, що імпортна діяльність підприємства – це низка взаємопов'язаних операцій, що передбачають купівлю товарів чи послуг суб'єктом підприємницької діяльності певної країни у контрагента із-за кордону з обов'язковим переміщенням продукції через митний кордон з метою надання у володіння цієї продукції суб'єкта країни імпортера. Термін “імпортна операція” передбачає сукупність взаємопов'язаних дій, що здійснює суб'єкт однієї країни шляхом одноразової

купівлі продукції у резидента іншої країни для подальшого використання або реалізації з метою отримання прибутків та є основним складовим елементом імпоротної діяльності. Під імпортними операціями мається на увазі комерційна діяльність, яка заснована на покупку і ввезенні іноземного товару в країну покупця для подальшої переробки або особистого вживання.

Моментом здійснення імпорту вважається момент перетину товару митної території України за наявності всіх необхідних супровідних документів. Основними документами, які підтверджують факт імпорту, є:

- митна декларація;
- товарно-транспортні документи;
- сертифікати на товар;
- контракт і специфікація до нього;
- дозвільні документи на товар;
- повний перелік товарів, які буде ввозитися.

Класифікація імпортних операцій

Класифікація імпортних операцій здійснюється за наступними напрямками:

1. Торгівля: експорт, імпорт, реекспорт, реімпорт.
2. Можливість підготовки товару до продажу: готова продукція до вживання, часткова комплектація.
3. Основні форми торгівлі: бартерні операції, давальницька сировина, купівля сировини для подальшої переробки, закупівля товарів великими партіями.
4. Основні види товарів та послуг: продовольчі товари, непродовольчі товари, туристичні послуги, консалтингові послуги.
5. Основні методи торгівлі: прямий метод торгівлі, лізинг, міжнародна торгівля, посередницькі операції.

Для здійснення імпортних операцій необхідно дотримуватися правил міжнародної торгівлі. У процесі формування цін при імпорті товарів необхідно враховувати всі товари, які були надані дочірніми підприємствами для

виробництва і реалізації своєї продукції за кордоном. Даний метод розрахунку дозволяє враховувати внутрішньовиробничий обмін.

Ціна при імпорті формується таким чином:

- вартість комплексного обладнання;
- сума, яка була витрачена на видачу ліцензії;
- вартість купленої додаткової продукції на ярмарках;
- вартість товару, який був наданий контрагенту в лізинг або оренду [54].

Методи використання імпортних операцій

В міжнародній практиці використовується два основні методи імпортних операцій:

Прямий метод - заснований на використанні прямих зв'язків між виробниками і споживачами. При купівлі-продажу сировини на основі довгострокових контрактів. Непрямий метод - заснований на закупівлі товару через посередників (купівля-продаж товарів через посередників – агентів представників, брокерів, дилерів, комісіонерів, консигнаторів, дистриб'юторів).

Пряме ввезення товарів здійснюється за участю відповідального дистриб'ютора і виробника іноземної держави. Цей метод використовується при продажу стандартного обладнання через іноземні філіали, продукції державних підприємств, дорогого та габаритного обладнання, сировини за довгостроковими контрактами. Вищевказаний тип комерційної діяльності з'явився порівняно недавно, але впевнено прямує за сформованими особливостями глобальної економіки. Непрямий імпорт відбувається наступним чином: угода імпорту здійснюється в такому випадку між постачальником за кордоном і вітчизняним комерсантом (дистриб'ютором), який спеціалізується на ввезенні певних товарів. Цей метод використовується при продажу споживацьких товарів, стандартного промислового обладнання на важкодоступних та малоосвоєних ринках. У таблиці 1.1. представлено коли застосовується прямий і непрямий метод торгівлі.

Таблиця 1.1

Застосування прямого і непрямого методів торгівлі

| Прямий метод | Непрямий метод |
|---|--|
| Продаж і закупівля промислової сировини на основі довгострокових контрактів | Збут стандартного промислового устаткування |
| Експорт дорогого і великогабаритного устаткування | Збут споживчих товарів |
| Експорт стандартного устаткування через закордонні філії | Реалізація другорядної продукції |
| Закупівля сільськогосподарських товарів у фермерів | Просування нових товарів |
| Державні закупівлі і продажу | Монополізація ринку великими торгово-збутовими фірмами |

Переваги та недоліки прямого та непрямого методів здійснення імпорتنих операцій представлені в табл. 1.2.

Таблиця 1.2.

Переваги та недоліки прямого та непрямого методів здійснення імпорتنих операцій

| | Переваги | Недоліки |
|----------------|---|---|
| Прямий метод | Тісні контакти з покупцями Висока виробнича мобільність Добре знання кон'юктури ринку | Необхідна наявність власної розгалуженої оптової мережі Необхідна наявність власних закордонних філіалів |
| Непрямий метод | Наявність вже існуючої мережі обслуговування і реалізації товарів та послуг Значний торговельний досвід Наявність контрагентських зв'язків Добре знання кон'юктури ринку | Відсутність прямого зв'язку між виробником та споживачем Вищі накладні витрати |

Торгово-посередницькі операції - це операції, пов'язані з купівлею і продажем товарів, що виконуються за дорученням виробника-експортера незалежним від нього торговим посередником на основі укладання угоди або

доручення. До торгівельного посередництва відноситься надання наступних послуг:

- перепродаж товару;
- пошук закордонного контрагента;
- підготовка та завершення угоди;
- кредитування сторін;
- здійснення транспортно-експедиторських операцій;
- страхування зовнішньоторговельної діяльності;
- проведення рекламних заходів;
- здійснення технічного обслуговування і ін.

Для організації імпорتنих операцій створюються постійні представництва та закупівельні офіси у великих торгових центрах, де виробляються або реалізуються товари, які цікавлять імпортера. Імпортні операції здійснюються на базі укладення контрактів купівлі-продажу. Імпортні операції вважаються реалізованими, якщо товар пройшов митний кордон країни-контрагента після здійснення відповідних митних процедур [80].

Узагальнення поглядів багатьох авторів на сутність поняття “імпортна діяльність” підприємства дає змогу зазначити, що імпортна діяльність підприємства – це низка взаємопов’язаних операцій, що передбачають купівлю товарів чи послуг суб’єктом підприємницької діяльності певної країни у контрагента із-за кордону з обов’язковим переміщенням продукції через митний кордон з метою надання у володіння цієї продукції суб’єкта країни імпортера. Термін “імпортна операція” передбачає сукупність взаємопов’язаних дій, що здійснює суб’єкт однієї країни шляхом одноразової купівлі продукції у резидента іншої країни для подальшого використання або реалізації з метою отримання прибутків та є основним складовим елементом імпоротної діяльності.

Проаналізувавши різні класифікації, можна виокремити ключові класифікаційні ознаки та систематизувати основні різновиди імпоротної діяльності так:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Комплексну типологію різновидів імпортової діяльності схематично зображено на рисунку 1.2.

Також імпортово-торговельний режим поділяється на ліцензоване ввезення та неліцензований імпорт. Ліцензований імпорт здійснюється в тому випадку, коли на імпорт товару потрібен спеціальний дозвіл регулюючих органів. Останні визначають умови поставки, її обсяг і видають ліцензію на конкретний вид товару. Неліцензований імпорт здійснюється тоді, коли не має обмежень на укладення імпортово-торговельних контрактів [31].

На сьогоднішній день імпорт товарів і послуг є складовою частиною зовнішньоторговельної діяльності підприємства. Імпортово-торговельна операція являє собою комерційну діяльність, пов'язану з купівлею і ввезенням іноземних товарів в країну покупця для подальшої їх реалізації на внутрішньому ринку. При цьому ввезений товар може бути як готовою продукцією, призначеною для реалізації, так і сировиною для переробки. Необхідною умовою імпортово-торговельної

операції є платоспроможність імпортера. Її основними ознаками є висновок контракту з іноземним контрагентом і перетинання товаром кордону країни–імпортера.

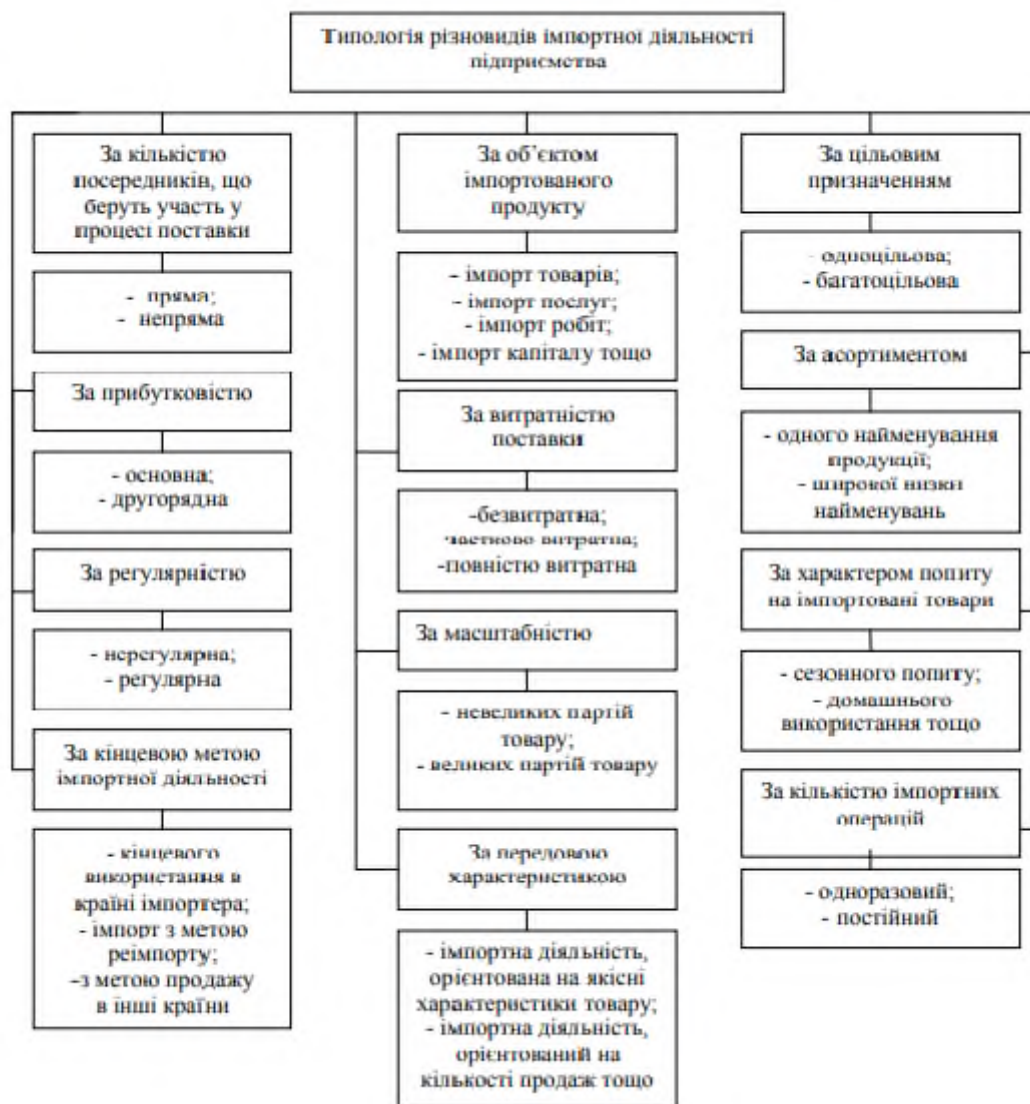


Рис 1.2. Комплексна типологія різновидів імпоротної діяльності

Планування зовнішньоторговельної операції, на першому етапі виконання угоди, є розробкою взаємопов'язаних за часом і змістом організаційних і комерційних заходів. При здійсненні імпорту товарів покупець–імпортер повинен пройти наступні етапи:

- отримати необхідні ліцензії, сертифікати, дозволи;
- оформити паспорт імпоротної угоди;
- здійснити необхідні платежі за контрактом;

– прийняти товар в узгодженому з експортером пункті або порту призначення;

– провести митне оформлення імпортованих товарів, нести витрати посплаті митних зборів податків, зборів (за винятком випадків, коли поставка здійснюється на умовах DDP).

Техніка виконання імпортних операцій включає:

1) контроль за якісним виготовленням закупленого товару та його своєчасною доставкою з–за кордону;

2) організацію транспортування товару з–за кордону (в залежності від базисних умов поставки товару);

3) проведення розрахунків за поставлений товар: при акредитивній формі розрахунків;

4) організацію роботи з претензіями;

5) підсумковий аналіз ефективності проведеної імпортової операції та розробка заходів щодо її підвищення в майбутньому.

При визначенні ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств застосовується системний підхід, який надає можливість здійснити комплексний аналіз будь–якого виду зовнішньоекономічної операції. Для здійснення економічного аналізу потрібно обрати критерій ефективності. На основі похідних даних можна вирахувати проміжні узагальнені показники, побудувати факторну модель, розробити формули впливу факторів на узагальнений показник, вирахувати можливі відхилення при здійсненні фінансово–господарської діяльності, обчислити резерви і обґрунтувати проблеми, які потребують негайного вирішення на управлінському рівні. Економічне обґрунтування діяльності підприємств, в тому числі тих його напрямків, які пов'язані з зовнішньоекономічною сферою господарювання, здійснюється на підставі аналізу показників ефективності [29].

Аналіз імпортних операцій проходить наступним чином:

1) звітні обсяги порівнюються з плановими і в минулому році;

2) визначаються зміни в товарній структурі;

3) визначаються зміни в географічному напрямку експорту.

Доцільність імпорту підприємства обумовлюється високою якістю товарів, їх низькими цінами, відсутністю певної сировини, матеріалів, комплектуючих в Україні. Існують угоди про вільну торгівлю між країнами СНД. При визначенні економічної ефективності імпортової діяльності підприємства застосовують дві групи показників: – показники ефективності імпорту товарів виробничого призначення для виробничої діяльності; – показники ефективності імпорту товарів народного споживання для продажу.

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

Удосконалення ефективності імпортової операції для підприємств України можна досягти шляхом:

1. пошуку більш вигідних постачальників;
2. застосування засобів страхування валютних ризиків;
3. організації найбільш доцільних строків поставки;
4. організації безперервності поставок, якщо це необхідно для ефективної діяльності підприємства;
5. організації правильного транспортного забезпечення.

При правильній організації експортно-імпортової операції можна досягти непоганих фінансових результатів. Головне це правильно організувати зовнішньоекономічну діяльність. Потрібно пам'ятати що існують можливі шляхи удосконалення експортно-імпортової операції. Для цього необхідно зважати на всі складові даних операції. При правильному аналізі та дослідженні окремих факторів можливо розробити такий план дій, якій би в більшій мірі задовольняв підприємство, і сприяв в отриманні кращих прибутків від здійснення зовнішньоекономічних операцій [76].

Здійснення імпорتنих операцій, в складі зовнішньоекономічної діяльності виступає як основний комплекс господарської діяльності, який тісно пов'язаний з національною, світовою економікою, яка спеціалізується на розвитку в усіх галузях діяльності.

Зовнішньоекономічна діяльність є основним напрямком в розвитку внутрішньої і зовнішньої політики держави. Завдяки зовнішньоекономічної діяльності відбувається оздоровлення економіки і стабілізація національної валюти. У сфері торгівлі при ввезенні імпорتنної продукції відбувається постійний розвиток конкурентного середовища серед вітчизняних виробників товарів, так само відбувається збільшення інвестиційних вкладень в різні сфери економіки.

Основним інструментом регулювання імпорتنих операцій в Україні є митний тариф - систематизований перелік ставок, що визначають розмір плати при ввезенні товарів, тобто мито. В даний час в митний тариф застосовується кілька видів мита, які пов'язані зі способом їх встановлення:

- адвалорні мита - плата встановлюється в процентному відношенні до вартості товару;
- специфічні мита, розмір яких виражається у вигляді певної вартісної величини, що стягується з об'єму або кількості товару;
- комбіновані ставки - одночасно встановлюються і адвалорна, і специфічне мито по відношенню до одного товару.

При встановленні ставок митних зборів провідним є режим найбільшого сприяння, тобто наявність в двосторонніх договорах і угодах статті, де йдеться про те, що кожна зі сторін надає іншій такий самий режим щодо тарифів і пільг, як і наданий нації найбільшого сприяння, з якої торгує кожна з країн [52].

1.3. Регулювання імпоротної діяльності в Україні

Для здійснення регулювання зовнішньоторговельної діяльності держава використовує систему заходів, заснованих на сукупному поєднанні та використанні економічних і адміністративних методів у відповідності до законодавства України. Законодавством України закріплена можливість застосування методів митно-тарифного та нетарифного регулювання зовнішньоторговельної діяльності. Використання обох цих методів відповідає загальносвітовій практиці.

Законодавство України забороняє:

- експорт з території України предметів, які становлять національне, історичне або культурне надбання українського народу, що визначається згідно із законами України;

- імпорт або транзит будь-яких товарів, якщо відомо, що вони можуть завдати шкоди здоров'ю, або становлять загрозу життю населення та тваринного світу, або завдадуть шкоди навколишньому середовищу;

- імпорт продукції та послуг, що містять пропаганду ідей війни, расизму та расової дискримінації, геноциду тощо, які суперечать відповідним нормам Конституції України;

- експорт та імпорт товарів, які здійснюються з порушенням прав інтелектуальної власності. Конкретний перелік товарів, що підпадають під дію цієї статті, затверджується Верховною Радою України за поданням Кабінету Міністрів України.

Правове регулювання експортно-імпорتنих операцій суб'єктів господарювання здійснюється державою шляхом використання певних заходів, які залежно від характеру та різновиду застосованих прийомів, відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», можуть бути поділені на:

- тарифні — засновані на використанні митного тарифу;

- нетарифні — регулювання адміністративного характеру, які не пов'язані з використанням митного тарифу (квоти, ліцензії, субсидії, антидемпінгові заходи, торгові договори тощо).

За допомогою митно-тарифного регулювання більшість країн світу вирішують питання не тільки захисту національного виробника та поповнення державного бюджету, але взагалі питання економічної безпеки країни. Митно-тарифні міри – це сукупність організаційних, економічних та правових заходів здійснюваних в установленому чинним законодавством порядку державними органами інаправлених на регулювання зовнішньоторговельної діяльності. В основі реалізації митно-тарифного регулювання закладено застосування митного тарифу.

Відповідно до ст.3 Закону України «Про Єдиний митний тариф» [1], єдиний митний тариф – це систематизований збір ставок мита, яким обкладаються товари та інші предмети, що ввозяться на митну територію України або вивозяться за межі цієї території. Єдиний митний тариф України встановлює на єдиній митній території України обкладення митом предметів, що ввозяться на митну територію України або вивозяться з цієї території. Ставки Єдиного митного тарифу України є єдиними для всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності незалежно від форм власності, організації господарської діяльності та територіального розташування, за винятком випадків, передбачених законами України та її міжнародними договорами.

Застосування тарифних заходів ґрунтується на нормативних положеннях Митного кодексу [2], Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [3], а також Закону України від 15.02.1992 р. «Про Єдиний митний тариф» та гармонізованої системи опису та кодування товарів, введеної Брюссельською конвенцією в 1983 р., яка являє собою номенклатуру, котра включає товарні позиції і субпозиції та цифрові коди, що до них належать, згруповані за певними ознаками за групами та розділами. Та базується на міжнародно-визнаних нормах і розвивається у напрямі максимальної відповідності до загально прийнятих у міжнародній практиці принципів і правил митної справи.

В Україні відповідно до ст.7 Закону України «Про Єдиний митний тариф» застосовуються такі види мита:

- адвалерне, яке нараховується у відсотках до митної вартості товарів та інших предметів, які обкладаються митом;
- специфічне, яке нараховується у встановленому грошовому розмірі на одиницю товарів та інших предметів, які обкладаються митом;
- комбіноване, яке поєднує обидва ці види митного обкладення.

Встановлення пільг та зміна ставок мита, в тому числі на предмети особистого користування, здійснюються Верховною Радою України за поданням Кабінету Міністрів України.

Серед основних функцій митного тарифу особливо виділяються фіскальна і протекціоністська функції. Фіскальна функція митного тарифу – забезпечує надходження коштів від стягнення мита в дохідну частину бюджету України. Тому враховуючи цю мету, розмір митних тарифів встановлюється таким чином, щоб максимальними були не відносні, а абсолютні величини митних надходжень, оскільки невиправдане підвищення тарифів веде до зниження обсягу імпорту і подальшого зниження обсягу зібраних платежів [30].

Розглядаючи структуру митних ставок, можна окреслити, що на даний час найбільш необхідним для економіки України є встановлення митних ставок таким чином, щоб вони відповідали економічним потребам країни, тобто імпорт промислової сировини, має здійснюватися без митно або за низькими ставками мита, в той час як на напівфабрикати та особливо готові вироби ставки мита повинні суттєво підвищуватись.

Протекціоністська функція пов'язана із захистом вітчизняних виробників. Стягування мита з імпортованих товарів збільшує вартість останніх при її реалізації на ринку країни-імпортера і тим самим підвищує конкурентоспроможність аналогічних товарів, вироблених національним товаровиробником. Крім того, митні тарифи виконують важливу регуляторну функцію через справляння митних зборів з імпортованих товарів, які збільшують їх вартість при реалізації на внутрішньому ринку України. Такі заходи дають

можливість підвищити конкурентоспроможність товарів, вироблених національним товаровиробником, та надають можливість йому розвиватися.

Інший метод регулювання експортно-імпортних операцій, який останнім часом застосовує Україна, у тому числі і відносно країн членів СОТ, – є нетарифні обмеження. Нетарифні обмеження (квоти, ліцензії, заборони і т.п.), які використовуються для регулювання експорту, відбуваються у випадках передбачених ст.11, п.2а ГАТТ, тобто у випадку вивозу товарів, які вважаються дефіцитними на національному ринку. А також при експорті товарів у рамках міжнародних товарних угод з метою стабілізації відповідного транснаціонального товарного ринку.

Засоби нетарифного регулювання впливають на товаропотоки та підвищують ціну іноземних товарів, які потрапили на національний ринок, перешкоджають споживанню, збуту іноземних товарів на національному ринку та кількісно обмежують або забороняють ввіз, вивіз товарів. Нетарифне регулювання здійснюється за допомогою спеціальних нормативно-правових актів та спрямоване на забезпечення активного зовнішньоекономічного балансу України. Так, відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», для обмеження або заохочення експорту або імпорту окремих груп товарів, захисту вітчизняних товаровиробників в Україні запроваджено режим ліцензування, квотування. Для захисту національного товаровиробника від субсидованого та демпінгового імпорту, було прийнято цілу низку законів: «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту», «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту», «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну».

На сьогоднішній день державою встановлено наступні заходи нетарифного регулювання переміщення товарів через митний кордон України: квотування; ліцензування; видача дозволів і встановлення заборон; сертифікація; фітосанітарний та ветеринарний контроль; встановлення граничних мінімальних цін; застосування акцизних марок.

Квотування, як міра економічної політики представляє собою введення кількісних і вартісних обмежень ввезення та вивезення товарів на певний термін з окремих видів товарів, країнам або групам країн. Ліцензування полягає у видачі компетентним центральним органом виконавчої влади дозволу у вигляді документу державного зразка – ліцензії. Ліцензія дає право на ввезення або вивезення товарів, переміщення яких через митний кордон України обмежено.

Ліцензування і квотування експорту та імпорту запроваджуються Україною самостійно особі її державних органів у випадках, передбачених ч.5 та ч.6 ст.16 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», у тому числі в разі значного порушення рівноваги за певними товарами на внутрішньому ринку України, особливо за сільськогосподарською продукцією, продуктами рибальства, продукцією харчової промисловості та промисловими товарами народного споживання першої потреби.

В той же час варто зазначити, що вважаючи на те, що Україна є членом СОТ, відповідно до ст.11 ГАТТ Україна не має права застосовувати ніякі заборони чи обмеження, крім мит, податків, чи інших зборів, чи то у формі квот, імпортних або експортних ліцензій. Відповідно до п.255 Звіту Робочої групи з питань вступу України до СОТ, Україна зобов'язалася запроваджувати вимоги щодо ліцензування експорту, інші експортні обмеження або будь-які інші обмеження у відповідності з правилами СОТ, у тому числі тими, що містяться в статті 10 ГАТТ. Таким чином, дотримуючись положень ГАТТ, Україна зобов'язана не вводити ні які заборони чи обмеження, крім мит, податків, чи інших зборів, чи то у формі квот, імпортних або експортних ліцензій чи інших заходів, щодо експорту чи продажу на експорт будь-якого товару, призначеного для ввезення на територію будь-якої іншої сторони.

До нетарифних засобів регулювання відносять і отримання сертифікату. Так, при ввозі на митну територію України товарів як для власних потреб, так і для підприємницької діяльності підлягають обов'язковій сертифікації. Сертифікація полягає у перевірці відповідності товарів нормам і вимогам,

чинного законодавства України. Статтею 16 Закону України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 р. № 1023-ХІІ [4], статтею 5 Закону України «Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини» від 23.12.1997 р. № 771/97-ВР [5], статтею 4 Закону України «Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції» від 17.07.1997 р. № 468/97-ВР [6], визначено, що підставою для ввезення на митну територію України товарів, що підлягають обов'язковій сертифікації, служить сертифікат відповідності чи свідоцтво про визнання відповідності, виданий або визнаний уповноваженим на те органом. Наказом Державного комітету стандартизації, метрології та сертифікації України від 30.08.2002 р. № 498 затверджено Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні. Відповідно до цього наказу, при здійсненні митного оформлення імпортованих товарів (продукції), що підлягають обов'язковій сертифікації в Україні, наявність сертифікату тепер стосується будь-якого імпорту товарів (продукції) в Україну суб'єктами підприємницької діяльності незалежно від мети ввезення [11].

Раніше сертифікація поширювалася лише на товари, ввезені з метою їх продажу або обміну, але не для використання у власній господарській діяльності. Такі заходи є доцільними вважаючи те, що останнім часом деякі країни імпортери виробляють товари для власних потреб, дотримуючись вимог стандартів, а для експорту в інші країни досить низької якості, які, як свідчать статистичні данні, іноді суттєво впливають на здоров'я людини. Так, у 2010 р. митними органами України при проведенні експертизи дитячих іграшок та одягу імпортованих з Китаю, було виявлено 25 % імпортованої продукції, які не відповідають санітарним нормам.

Таким чином, виходячи з вище зазначеного, можна зробити висновки, що заходи щодо регулювання експорту, імпорту товарів (продукції) в Україну є однією з складової економічної політики. І ці заходи головним чином базуються на імперативних мірах, які чітко встановлені чинним законодавством України та можуть включати в себе квотування, ліцензування, а також встановлення певних вимог щодо відповідності товару певним нормам, якісним

характеристикам і т.д. Але варто зазначити, що Уряд України інколи приймає рішення, які суперечать потребам часу та суттєво впливають не тільки на політичний імідж країни, але й на життєвий рівень громадян.

Для митного оформлення вантажу в режимі «імпорт» необхідно надати наступні документи:

- митна декларація (МД) - заповнює митний брокер;
- картка обліку особи, що здійснює операції з товарами (картка акредитації);
- договір доручення з митним брокером;
- зовнішньоекономічний договір (контракт) з додатками до нього, а також їх переклад на державну мову;
- договір на перевезення та калькуляція транспортних витрат (в залежності від умов поставки);
- товаротransпортні документи та накладні на перевезення (CMR, ТТН, AirWayBill, BillofLading), навантажувальні відомості, пакувальні аркуші, специфікації і т.д.;
- комерційні документи (рахунок-фактура, рахунок-проформа, invoice), а також їх переклад на державну мову;
- документи, що підтверджують країну походження товару (сертифікат походження, заява відправника і т.д.);
- документи, що використовуються для визначення митної вартості товару (банківські платіжні документи, відповідна бухгалтерська документація, каталоги, специфікації, преїскуранти, прас-листи, калькуляція фірми-виробника, інформація зовнішньоекономічних та біржових організацій, висновки спеціалізованих експертних організацій і т.д.) – у випадку необхідності підтвердження таких відомостей;
- документи, які, відповідно до законодавства України, видаються державними органами для завершення митного оформлення товарів (дозволи та відмітки органів санітарно-епідеміологічного,

ветеринарного, фіто санітарного, радіологічного, екологічного контролю та ін.);

- документ контролю доставки вантажу (попередня декларація);
- документи, що дають право на отримання пільг в оподаткуванні;
- інші документи на вимогу митних органів.

Датою фактичного надходження продукції до України є проставлення митницею, що розташована у пропускному пункті на кордоні, штампа «Під митним контролем», «І» — імпорт у ввізній вантажній митній декларації та товаросупровідних документах [23]. Митна вартість товарів, увезених на територію України, визначається згідно із Законом України «Про Єдиний митний тариф» і перераховується за курсом НБУ на дату подання вантажної митної декларації митним органам з урахуванням фактично сплачених сум мита і митних зборів. Тобто при визначенні митної вартості товару до неї включають ціну, що передбачена договором (контрактом) і зазначена в рахунку-фактурі.

Крім цього, враховуються витрати, що не включені до рахунку-фактури:

- за транспортування, навантаження, розвантаження, перевантаження та страхування від пункту постачальника до пункту перетину митного кордону України;
- комісійні та брокерські;
- плата, що повинна бути сплачена імпортером прямо або непрямо як умова їх ввезення (вивезення) за використання об'єктів інтелектуальної власності, які належать до цих товарів.

За відсутності рахунку-фактури митниця має право визначати митну вартість на підставі митної вартості аналогічних товарів, які перебувають в аналогічних або наближених умовах поставки, а також за митною вартістю, визначеною митною декларацією країни-експортера. Визначена у такий спосіб митна вартість підлягає подальшому підтвердженню після одержання рахунку-фактури.

За явної невідповідності заявленої митної вартості товарів вартості, зазначеній у вантажній митній декларації, або у разі неможливості перевірки її обчислення митна вартість визначається послідовно на основі ціни на ідентичні чи подібні товари, що діють у провідних країнах експортерів зазначених товарів. ПДВ й акцизний збір сплачуються покупцем товарів (митним брокером) у національній валюті України одночасно зі сплатою мита і митних зборів (до або на момент подання вантажної митної декларації для митного оформлення). Підтвердженням сплати зазначених податків є платіжні доручення і виписка банку про фактичне надходження коштів на депозитні рахунки митних органів[13, с.15].

Для не підакцизних товарів, які ввозяться в Україну, може застосовуватися відстрочення сплати ПДВ видачею податкового векселя (ПДВ з оплати імпорту робіт не може бути оформлений векселем). Термін, на який видається податковий вексель, не може перевищувати 30 днів, включаючи день його видачі. Видача податкового векселя здійснюється під час митного оформлення в термін, установлений для сплати ПДВ. Сума ПДВ по одній ВМД не може бути частково сплачена коштами, а частково відстрочена видачею податкового векселя. На кожен ВМД видається окремий податковий вексель.

Без сплати ПДВ і акцизного збору товари не підлягають митному оформленню, крім передбачених законодавством випадків, коли товари звільняються від сплати вказаних податків та зборів. У разі наявності картотеки на розрахунковому рахунку підприємство не може розмитнити імпортований вантаж. Заліки, відстрочки (крім випадків, установлених законодавством), гарантійні листи банку не є підставою для відстрочки у сплаті зазначених податків. Також не дозволяється робити залік між відшкодуванням ПДВ з експорту та нарахуванням і сплатою ПДВ з імпорту.

Ввезення деяких товарів дозволяється лише за наявності ліцензії Міністерства зовнішньоекономічних зв'язків і торгівлі України. Для отримання ліцензії необхідно подати такі документи:

- заяву на ліцензію;

- лист-звернення про оформлення ліцензії з гарантією сплати збору за її оформлення;
- копію контракту зі специфікаціями, завірену керівником підприємства;
- копію свідоцтва про державну реєстрацію, завірену керівником підприємства;
- акт експертизи товару, виданий Торговельно-промисловою палатою або її регіональним відділенням.

Увіз виставочних експонатів кваліфікується як тимчасовий увіз майна фірми на територію України на строк, що не перевищує одного року з дня пропуску через митний кордон України за умови його зворотного вивозу. Установлений строк тимчасового ввезення майна зазначається у вантажній митній декларації. За рішенням митного органу кількість експонатних зразків, рекламних матеріалів, сувенірів пропускається у кількості, достатній для забезпечення повних потреб організації виставки, семінару, ярмарку, наради тощо. Все майно (експонати) підлягає митному оформленню у внутрішній територіальній митниці. Підставою для митного оформлення є договір про участь у виставці і заява. Для цього додаються такі документи[7, с.89]:

- декларація;
- документи, указані в декларації;
- дозволи державних органів (міністерств), якщо предмети підлягають контролю цих органів.

При поверненні за кордон тимчасово ввезеного майна здійснюється звірка його фактичної кількості з даними, указаними в деклараціях, специфікаціях, пакувальних листах або списках майна. Імпортна сировина, матеріально-технічні ресурси, комплектуючі вироби, обладнання, матеріали, техніка та інші товари, які ввозяться суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності всіх форм власності, у тому числі посередниками (прямими постачальниками), і тільки на підставі договору комісії або договору-доручення для виробничих і власних потреб (без подальшої реалізації), а також енергоносії (нафта і газ), які

ввозяться для виробничих потреб, у тому числі за бартерними операціями, не оподатковуються податком на додану вартість під час перетинання митного кордону України [19].

Якщо на перелічені вище сировину, матеріали, комплектуючі при розмитненні було сплачено податок на додану вартість, то в момент оприбуткування їх податок на додану вартість має бути віднесений на Дт 641 «Розрахунки за податками». Але тільки тоді, коли суму податку на додану вартість у вантажній митній декларації показано окремим рядком і фактично сплачено до бюджету.

При нецільовому використанні (продажу) імпортованих товарів, на які відповідно до чинного законодавства встановлені пільги при розмитненні (не був нарахований ПДВ), податок на додану вартість нараховується з усієї ціни продажу, але не нижче за митну вартість з урахуванням мита і митних зборів.

Якщо договором (контрактом) на поставку товарів передбачено, що постачальник зобов'язується усунути дефекти (замінити браковані вузли чи деталі, відремонтувати вироби тощо) в період гарантійного строку експлуатації таких товарів, то митне оформлення операцій, пов'язаних з рекламаціями, здійснюється у такий спосіб.

1. Підставою для заміни деталей, вузлів чи ремонту виробу є належним чином оформлений акт про рекламацію, при цьому на предмети, що переміщуються через митний-кордон з метою усунення в іншій країні дефектів, установлюється мито як на майно.

2. Якщо повернення в Україну бракованих товарів недоцільно з економічної точки зору (товари повністю непридатні для подальшого використання чи ремонту), митному органу подається належним чином оформлений акт про знищення таких товарів під контролем місцевого митного органу (акт обов'язково має бути завірений митним органом, у зоні діяльності якого знаходиться споживач товарів).

3. У разі необхідності відправлення дефектного товару на ремонт за межі України чи ввезення для ремонту до підприємства-виробника в Україну (якщо

це передбачено контрактом) митне оформлення здійснюється у порядку, передбаченому для тимчасового вивезення (ввезення) майна під зобов'язання про його зворотне ввезення (вивезення).

Розрахунки, пов'язані з імпортом товарів, здійснюються резидентами України тільки через уповноважені банки. Підставою для придбання валюти підприємством на УМВБ або на КМВБ для перерахунку за кордон за імпортними контрактами за фактично одержані товари, роботи, послуги є:

- зовнішньоекономічний контракт;
- ввізна вантажна митна декларація (акт виконаних робіт);
- довідка державної податкової інспекції, згідно з якою резидент

зареєстрований як платник податків і в якій зазначено: поточний рахунок у національній валюті, визначений як основний, та поточний рахунок в іноземній валюті, визначений як основний. Крім того, у довідці подається інформація про відсутність заборгованості перед бюджетом та відповідні дані бухгалтерського обліку про взяття товарів (робіт, послуг) на баланс підприємства і наявність кредиторської заборгованості підприємства з оплати даного товару (робіт, послуг). При цьому термін дії довідки не може перевищувати 15 днів.

Індивідуальна ліцензія (дозвіл) НБУ необхідна при проведенні імпортних операцій суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності за умови перенесення терміну поставки на строк, що перевищує 90 календарних днів з моменту здійснення авансового платежу (відкриття акредитиву чи виставлення векселя) на користь постачальника імпортних товарів (робіт, послуг). Моментом здійснення авансового платежу (відкриття акредитива або виставлення векселя) на користь іноземного партнера вважають дату списання коштів з валютного рахунку резидента чи дату виписки векселя. Для отримання індивідуальної ліцензії (дозволу) на відстрочку поставки товарів суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності надають комісії облуправління НБУ такі документи[19, с.6]:

- заява довільної форми із обґрунтуванням необхідності продовження законодавчо визначених термінів відстрочки поставки товарів в Україну за

умови здійснення авансового платежу (відкриття акредитива, виставлення векселя) на користь імпортера;

- згода управління зовнішньоекономічних зв'язків обласної Державної адміністрації на продовження законодавчо визначеного терміну відстрочки поставки товарів в Україну за умови здійснення авансового платежу (відкриття акредитива, виставлення векселя) на користь імпортера;

- нотаріально завірені копії установчих документів;

- копії контрактів з нерезидентами з обов'язковим зазначенням поштових та банківських реквізитів іноземних контрагентів (якщо контракти були укладені іноземною мовою, необхідно надати нотаріально засвідчений письмовий переклад документа з мови оригіналу на українську мову, виконаний особою, що має, відповідну кваліфікацію, та зареєстрований в Україні дозвіл на здійснення перекладів);

- наявність висновків відповідних міністерств і відомств, які підтверджують належність контрактів резидентів з іноземною фірмою до порядку, встановленого постановою Кабінету Міністрів України.

У разі порушення терміну поставки товару і відсутності індивідуальної ліцензії (дозволу) стягується пеня за кожний день прострочення у розмірі 0,3% від митної вартості недопоставленого товару в іноземній валюті, перерахованій за курсом НБУ на день нарахування пені. При цьому загальний розмір нарахованої пені не може перевищувати розміру заборгованості. Пеня стягується з резидентів податковими органами за результатами документальних перевірок.

Висновки до розділу 1

Дослідження теоретико-методологічних засад управління імпортними операціями підприємств дозволяє зробити наступні висновки.

По-перше, імпорт (імпорт товарів) - це купівля (у тому числі з оплатою у не грошовій формі) українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в іноземних суб'єктів господарської діяльності із ввезенням або без ввезення

цих товарів на територію України, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установами та організаціями України, розташованими за її межами. Імпортна операція – комерційна діяльність, що пов'язана із закупівлею та ввезенням в Україну іноземних товарно-матеріальних цінностей для їх наступної реалізації на внутрішньому ринку або використовуються у виробничо-господарській діяльності. В залежності від виду операцій в Україні застосовуються різні способи обмеження імпорту: короткострокове обмеження імпорту, митний бар'єр, антидемпінгові мита.

По-друге, ввезення товарів на митну територію України в режимі імпорту передбачає (рис. 1.1.):

- подання митному органу документів, що засвідчують підстави та умови ввезення товарів на митну територію України;
- сплату податків і зборів, якими обкладаються товари під час ввезення на митну територію України відповідно до законів України;
- дотримання вимог, передбачених законом, щодо заходів нетарифного регулювання та інших обмежень

По-третє, моментом здійснення імпорту вважається момент перетину товару митної території України за наявності всіх необхідних супровідних документів. Основними документами, які підтверджують факт імпорту, є: митна декларація; товарно-транспортні документи; сертифікати на товар; контракт і специфікація до нього; дозвільні документи на товар; повний перелік товарів, які буде ввозитися.

По-четверте, проаналізувавши різні класифікації, можна виокремити ключові класифікаційні ознаки та систематизувати основні різновиди імпортової діяльності так: за кількістю посередників, за цільовим призначенням, за об'єктом імпортованого продукту, за витратністю поставки, за прибутковістю (пріоритетністю) імпортової діяльності, за регулярністю, за масштабністю, за асортиментом, за характером попиту на товари, за кінцевою метою імпорту, за кількістю імпортних операцій.

По-п'яте, удосконалення ефективності імпорتنих операцій для підприємств України можна досягти шляхом:

1. пошуку більш вигідних постачальників;
2. застосування засобів страхування валютних ризиків;
3. організації потрібних строків поставки;
4. організація безперервності поставок, якщо це необхідно для ефективної діяльності підприємства;
5. організації правильного транспортного забезпечення.

По-шосте, для здійснення регулювання зовнішньоторговельної діяльності держава використовує систему заходів, заснованих на сукупному поєднанні та використанні економічних і адміністративних методів у відповідності до законодавства України. Законодавством України закріплена можливість застосування методів митно-тарифного та нетарифного регулювання зовнішньоторговельної діяльності.

РОЗДІЛ 2. МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНО ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «ЮВЕНТА-ГРУП УКРАЇНА»

2.1. Загальна характеристика імпоротної діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна»

Базою для написання дипломної роботи було обране товариство з обмеженою відповідальністю «Ювента-Груп Україна». Ідентифікаційний код юридичної особи: 38725993. Місце знаходження юридичної особи: 01030, м.Київ, вул. Богдана Хмельницького, будинок 50 Б, офіс 10. Перелік засновників (учасників) юридичної особи: Оніщук Микола Степанович, розмір внеску до статутного фонду (грн.): 3333.50; Бабіч Павло Володимирович, розмір внеску до статутного фонду (грн.): 1666.50. Дата заснування підприємства: 25.04.2006.

ТОВ «Ювента-груп» займається проектуванням і будівництвом басейнів «під ключ», установкою систем очищення води, установкою каналізаційних очисних станцій (КОС). Пропонована цим підприємством номенклатура обладнання включає в себе як побутові установки, так і високопродуктивне обладнання, яке використовується в різних галузях промисловості.

ТОВ «Ювента-груп» має значний досвід у своїй сфері та час своєї роботи компанія «Ювента-груп» зуміла завоювати довіру численних замовників і виконати будівництво більше 50 об'єктів громадського призначення, серед яких:

- відкритий басейн об'ємом 1500м³
- закритий басейн 200м³ розташовані в спортивному комплексі «Юність» місто Київ
- басейн 650м³ санаторій «Пуща Озерна» (система знезараження «Nescon», система пом'якшення «Culligan») місто Київ

- державна компанія «Укрчастотнагляд» (комплекс водопідготовки), установка КОС ЕСD до 10м3 на добу розташовані на об'єктах аеропорт «Бориспіль», виробнича база компанії «Clear water»
- а також понад 500 об'єктів приватного призначення (котеджі і квартири).

Компанія Ювента-Груп займається проектуванням, будівництвом і монтажем, сервісним, гарантійним і пост гарантійним обслуговуванням басейнів, автономних біологічних станцій очищення стічних вод, станцій очищення питної води, саун, хаммамів, фонтанів і штучних садових ставків. Також підприємство надає додаткові послуги. Співробітники Ювента-Груп легко облаштують садову зону, зону навколо басейну і wellness-зону, а також з легкістю встановлять систему повного контролю будинку й саду. Ювента Груп для архітекторів і дизайнерів

Компанія Ювента-Груп є широкопрофільною компанією, яка займається і проектуванням, і будівництвом, і монтажем різних видів споруд, а саме:

- басейнів
- біологічних станцій очищення води
- станціями очищення питної води
- саунами
- облаштуванням wellness-зон
- облаштуванням садових зон
- ставків
- фонтанів

Компанія «Ювента-груп» імпортує обладнання для басейнів, аксесуари та засоби догляду за басейном від кращих світових виробників. Високотехнологічне обладнання для басейнів всесвітньо відомих торгових марок, розробок провідних світових фірм: «WaterWorld», «Culligan», «Honeywell», «Necon», «ECD environment», «Fitstar», «Vagner», «Pentair», «Alphacovers» , «Waterco», «Maxdapra», «Europea del aqua s. a. »,« ElectroHeat »,« IchRoboter »,« MultiCyclone ».

Пропонована компанією номенклатура включає в себе як обладнання, що використовується в басейнах різного призначення - від невеликих домашніх басейнів, до громадських плавальних басейнів. Устаткування для басейнів є невід'ємним елементом у будівництві басейну і включає в себе:

- устаткування для фільтрації басейну
- світлове обладнання
- хімія для басейнів
- пілососи для басейнів
- насоси для басейнів
- теплові насоси
- нагрівачі для води

Компанія «Ювента-Груп» є імпортером своєї продукції, і відповідно може самостійно регулювати ціни на обладнання. Також компанія може встановлювати суттєві знижки для своїх клієнтів при комплексному обслуговуванні, а також для профільних компаній, що займаються будівництвом басейнів, встановлюється спеціальна ціна на обладнання. При проведенні монтажних і будівельних робіт фахівці компанії використовують виключно сучасні технології і високоякісні матеріали, що пройшли обов'язкову сертифікацію. Компанія «Ювента-Груп» пропонує весь належний комплекс послуг, який також включає в себе поставку і монтаж обладнання для басейнів, також гарантійне і післягарантійне сервісне обслуговування. ТОВ «Ювента-Груп Україна» має діючий шоу-рум, то ж підприємство може легко продемонструвати товар, що продається та зацікавити клієнта.

В компанії постійно проходять пізнавальні і дуже цікаві семінари та презентації, де можна отримати кваліфікаційну консультацію, поділитися досвідом і завжди дізнатися щось нове [53].

Загальні напрямки діяльності підприємства:

Код КВЕД 43.22 Монтаж водопровідних мереж, систем опалення та кондиціонування;

Код КВЕД 43.33 Покриття підлоги й облицювання стін;

Код КВЕД 46.69 Оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням (основний);

Код КВЕД 52.29 Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту;

Код КВЕД 71.12 Діяльність у сфері інжинірингу, геології та геодезії, надання послуг технічного консультування в цих сферах;

Код КВЕД 33.20 Установлення та монтаж машин і устаткування;

Код КВЕД 37.00 Каналізація, відведення й очищення стічних вод.

Діюча на підприємстві система якості цілком відповідає міжнародному стандарту ISO 9001, що підтверджено сертифікатом схвалення, виданим міжнародним сертифікаційним органом Bureau Veritas Quality International. Підприємство імпортує складові для басейнів, фонтанів та каналізаційних систем. Та співпрацює з такими іноземними компаніями: «Oase» (Бельгія), «Procori» (Франція), «Tector» (Італія), «XLHoldingGroup» (Китай), «CAROBBIOS.r.l.» (Італія), «StarHavuzveBilisim» (Туреччина), «I. D. Electronica» (Іспанія), «GemasGeneralMuhendislikMekanik» (Туреччина).

На підприємстві ТОВ «Ювента-Груп Україна» відділ зовнішньоекономічної діяльності не є самостійним структурним підрозділом, оскільки це підприємство не є досить потужним. Цим видом діяльності займаються менеджери, які підпорядковуються комерційному директору.

Основні конкуренти ТОВ «Ювента Груп Україна» на українському ринку - це компанії, які займаються проектуванням та будівництвом басейнів, фонтанів та саун:

1. ТОВ «Басейни і технології»
2. ТОВ «Стройбассейн»
3. Компанія «Viprool»
4. Компанія «AquaLis»
5. ТОВ «УкрПроектБасейн»

Дослідження організаційної структури управління ТОВ "Ювента-Груп Україна" показало що під структурою управління організацією розуміється упорядкована сукупність взаємопов'язаних елементів, які знаходяться між

собою в сталих відношеннях, що забезпечують їх функціонування і розвиток як єдиного цілого. Елементами структури є окремі робітники, служби та інші ланки апарату управління, а відношення між ними підтримуються завдяки зв'язкам, що прийнято поділяти на горизонтальні і вертикальні. Горизонтальні зв'язки носять характер погодження і є, як правило, однорівневими. Вертикальні зв'язки - це зв'язки підпорядкування, і необхідність в них виникає при ієрархічності управління, тобто. за наявності декількох рівнів управління. Крім того, зв'язки в структурі управління можуть носити лінійний і функціональний характер. Лінійні зв'язки відображають рух управлінських рішень і інформації між так званими лінійними керівниками, тобто. особами, які повністю відповідають за діяльність організації або її структурних підрозділів, функціональні зв'язки мають відповідати лінії руху інформації і управлінським рішенням тим або іншим функціям управління.

Послідовність проектування організаційної структури схожа з послідовністю елементів процесу планування. Згідно класичної теорії організації, структура організації повинна бути розроблена зверху вниз.

На підприємстві ТОВ «Ювента-Груп Україна» лінійно – функціональна організаційна структура управління базується на розподілі повноважень та відповідальності по функціях управління. Безпосередній вплив на виконавців мають лінійні керівники, які в свою чергу взаємодіють із функціональними підрозділами по вирішенню управлінських завдань.

На чолі підприємства ТОВ «Ювента-Груп Україна» стоїть директор, який координує діяльність всієї організації. У його компетенції знаходяться всі питання поточної діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна». Директору безпосередньо підпорядковуються: секретар, юрист, комерційний директор, начальник інженерного відділу, начальник сервісного відділу, завідуючий складу та головний бухгалтер. Головному бухгалтеру підпорядковуються 2 бухгалтери, які працюють по різних напрямкам. До комерційного відділу входять менеджери, а саме: менеджер з продажу, менеджер по закупці, менеджер збуту, менеджер з маркетингу. Інженерний відділ має 2 начальники:

начальник інженерного відділу та начальник сервісного відділу. Начальнику інженерного відділу підпорядковуються: інженери, архітектор, монтажники, електрики, автоматчики, а начальнику інженерного відділу сервісанти.

Організаційна структура підприємства доцільна для данного підприємства, працівники якого виконують приблизно однакові дії (надають однотипні послуги, обслуговують один сегмент ринку). Перевагою цієї структури є можливість швидко приймати рішення, реагувати на зміни у зовнішньому оточенні і забезпечувати неформальний підхід до мотивації і контролю діяльності співробітників. Така структура задовольняє вповненню цілей та завдань, які стоять перед підприємством.

Робота, яка повинна виконуватись на підприємстві, розподілена між підрозділами. Це дозволяє економити час та трудові ресурси. Перед кожним працівником стоять свої завдання, цілеспрямоване виконання яких кожним окремо приведе до конкурентоспроможного функціонування всього підприємства. Кожний працівник має свого безпосереднього керівника, від якого отримує завдання та поради, та перед яким відповідає за виконану роботу.

2.2. Аналіз фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна»

Згідно з П(С) БО2 “Баланс” активи– це ресурси, контрольовані підприємством в результаті минулих подій, використання яких як очікується, приведе до збільшення економічних вигод у майбутньому.

Активи підприємств поділяються на необоротні та оборотні. Оборотні активи– це грошові кошти та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації та споживання протягом операційного циклу. Оборотні активи включають запаси матеріальних цінностей, векселі одержані, дебіторську заборгованість (поточну), поточні фінансові інвестиції, грошові кошти та їх еквіваленти тощо

Усі активи, що не є оборотними, класифікуються як необоротні. До них відносяться нематеріальні активи, незавершене будівництво, основні засоби, довгострокові фінансові інвестиції, довгострокова дебіторська заборгованість, відстрочені податкові активи, інші необоротні активи. У відповідності з класифікацією активів на оборотні та оборотні, будується актив балансу. Аналізуючи співвідношення між необоротними і оборотними активами, можна зробити висновки про прискорення чи сповільнення засобів підприємства у досліджуваному періоді.

Аналіз активів підприємства передбачає вирішення наступних завдань:

- вивчення динаміки валюти балансу і з'ясування причин її зміни;
- загальну оцінку складу, структури і динаміки активів;
- аналіз використання необоротних активів підприємства;
- аналіз стану і використання виробничих запасів;
- аналіз дебіторської заборгованості.

Аналіз активів ТОВ «Ювента-Груп Україна» у 2016 - 2018 рр. наведено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1.

Динаміка активів ТОВ «Ювента-Груп Україна» у 2016 - 2018 рр., тис. грн.*

| Показники | Станом на 31.12 | | | абсолютне відхилення | | відносне відхилення, % | |
|--|-----------------|--------|--------|----------------------|---------|------------------------|--------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2017 | 2018 | 2017 | 2018 |
| I. Необоротні активи | | | | | | | |
| Незавершені капітальні інвестиції | 1,6 | 4,8 | 10,0 | 3,2 | 5,2 | 200 | 108,3 |
| Основні засоби | 10,3 | 21,4 | 15,6 | 11,1 | -5,8 | 107,8 | -27,1 |
| Усього за розділом | 11,9 | 26,2 | 25,6 | 14,3 | -0,6 | 120,2 | -2,3 |
| II. Оборотні активи | | | | | | | |
| Запаси | 1663,3 | 2575,8 | 2309,9 | 912,5 | -265,9 | 54,9 | -10,32 |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги | 126,2 | 230,5 | 262,7 | 104,3 | 32,2 | 82,7 | 14,0 |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 2924,9 | 3871,8 | 888,3 | 946,9 | -2983,5 | 32,4 | -77,0 |
| Гроші та їх еквіваленти | 115,9 | 211,7 | 874,2 | 95,8 | 662,5 | 82,66 | 312,9 |
| Інші оборотні активи | 1099,8 | 1366,4 | 1382,3 | 266,6 | 15,9 | 24,24 | 1,16 |

| | | | | | | | |
|--|--------|--------|--------|--------|---------|-------|--------|
| Усього за розділом II | 5930,1 | 8373,7 | 5717,4 | 2443,6 | -2656,3 | 41,2 | -31,7 |
| III Необхідні активи утримувані для продажу, та групи вибуття | | | | | | | |
| Баланс | 5942,0 | 8399,9 | 5743,0 | 2457,9 | -2656,9 | 41,36 | -31,63 |

Фінансовий стан підприємства значною мірою залежить від доцільності і раціональності вкладення фінансових ресурсів в активи. Від того які кошти (власні чи залучені) вкладені в оборотні і необоротні засоби, скільки їх знаходиться в сфері виробництва і в сфері обігу, в грошовій і матеріальній формах, наскільки оптимальне їх співвідношення, багато в чому залежать результати виробничої і фінансової діяльності [36]. В процесі функціонування підприємства, величина активів та їх структура постійно змінюється. У зв'язку з цим у процесі аналізу активів підприємства в першу чергу було розглянуто зміни в їх складі, структурі і їх оцінка.

За даними таблиці 2.1. вартість необоротних активів підприємства на кінець 2017 року порівняно з попереднім 2016 роком збільшилися 14,3 тис. грн. або на 120,2 % за рахунок збільшення основних засобів. В 2018 році вартість необоротних активів зменшилась на 600 грн. або на 2,3% за рахунок зменшення основних засобів. Вартість оборотних засобів на підприємстві за 2017 рік збільшилась на 2443,6 тис. грн., або на 41,2%. У складі оборотних активів відбулися такі зміни: на протязі аналізованого періоду відбулося зростання суми запасів на 54,9%. Дебіторська заборгованість зросли на 104,3 тис. грн., або на 82,7%. Це вказує на розширення продажів продукції в кредит, а також збільшення авансів, виданих підприємством своїм постачальникам у рахунок виконання ними зобов'язань по постачанню товарів на адресу організації. За 2018 рік вартість оборотних активів зменшилась на 2656,3 тис. грн. або на 31,7% за рахунок значного зменшення іншої поточної дебіторської заборгованості на 2983,5 або на 77%.

Будь-який суб'єкт господарювання покриває потребу своїх активів за рахунок власних і залучених джерел (капіталу), які визначаються як його пасиви. Головні завдання аналізу пасивів підприємства:

- аналіз обсягу і динаміки капіталу підприємства;
- аналіз структури капіталу та її зміни в оцінках до зміни фінансового стану;
- аналіз складу та структурних змін власного і залученого (довго - та короткотермінового) капіталів;
- пошук резервів збільшення капіталу, підвищення рівня його віддачі та зміцнення фінансової стійкості [40].

Використовуючи дані пасиву бухгалтерського балансу, можна дати загальну характеристику джерел покриття активів. У табл. 2.2 проведено аналіз пасивів підприємства ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2016-2018 рр.

Таблиця 2.2.

Динаміка пасивів ТОВ «Ювента-Груп Україна» у 2016 - 2018 рр., тис. грн.*

| Показники | Станом на 31.12 | | | абсолютне відхилення | | відносне відхилення | |
|---|-----------------|--------|--------|----------------------|---------|---------------------|-------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2017 | 2018 | 2017 | 2018 |
| I. Власний капітал | | | | | | | |
| Зареєстрований (пайовий) капітал | 5,0 | 5,0 | 5,0 | - | - | - | - |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 112,2 | 253,9 | 651,0 | 141,6 | 397,1 | 126,3 | 156,4 |
| Усього за розділом | 117,2 | 258,9 | 656,0 | 141,7 | 397,1 | 120,9 | 153,4 |
| III. Поточні зобов'язання | | | | | | | |
| Поточна кредиторська заборгованість за: | 2023,9 | 2189,6 | 334,6 | 165,7 | -1855 | 8,2 | -84,7 |
| товари, роботи, послуги | | | | | | | |
| розрахунками з бюджетом | 82,6 | 76,4 | 76,0 | -6,2 | -0,4 | -7,5 | -0,5 |
| розрахунками зі страхуванням | 9,3 | 9,5 | 6,1 | 0,2 | -3,4 | 2,2 | -35,8 |
| розрахунками з оплати праці | 61,8 | 19,8 | 36,0 | -42,0 | 16,2 | -68,0 | 81,8 |
| Інші поточні зобов'язання | 3647,2 | 5845,8 | 4634,3 | 2198,6 | -1211,5 | 60,3 | -20,7 |
| Усього за розділом III | 5824,8 | 8141,0 | 5087,0 | 2316,2 | -3054 | 39,8 | -37,5 |
| Баланс | 5942,0 | 8399,9 | 5743,0 | 2457,9 | -2657 | 41,4 | -31,6 |

Власний капітал у 2017 році порівняно з 2016 роком зріс на 141,7 тис. грн. або на 120,9% у 2018 році порівняно з 2017 роком збільшився на 397,1 тис. грн. або на 153,4%. Поточні зобов'язання у 2017 році порівняно з 2016 роком зросли на 2316,2 тис. грн. або на 39,8%, у 2018 році порівняно з 2017 роком зменшилися на 3054 тис. грн. або на 37,5% за рахунок зменшення поточних зобов'язань за товари, роботи та послуги на 1855 тис. грн. або на 84,7%.

Аналіз доходів та витрат підприємства має велике значення в системі загальної оцінки роботи суб'єкта господарювання. Це пов'язано з тим, що доходи та витрати мають безпосередній вплив на загальний фінансовий результат діяльності підприємства, який може мати як позитивний, так і негативний характер. Під доходами розуміють збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, що зумовлює зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників). Під витратами розуміють зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками). Аналіз доходів та витрат згідно Звіту про фінансові результати наведені в табл. 2.3.

Таблиця 2.3.

Динаміка фінансових результатів ТОВ «Ювента-Груп Україна» у 2016 - 2018
рр., тис. грн.

| Показники | Станом на 31.12 | | | абсолютне відхилення | | відносне відхилення | |
|--|-----------------|--------|---------|----------------------|-------|---------------------|-------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2017 | 2018 | 2017 | 2018 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2884,2 | 9696,4 | 10306,4 | 6812,2 | 610,0 | 236,2 | 6,3 |
| Інші операційні доходи | 41,0 | - | - | - | - | - | - |
| Разом доходи | 2925,2 | 9696,4 | 10306,4 | 6771,2 | 610,0 | 231,5 | 6,3 |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 1672,5 | 6875,0 | 7813,8 | 5202,5 | 938,8 | 311,0 | 13,66 |
| Інші операційні витрати | 1081,9 | 2261,5 | 2359,2 | 1179,6 | 97,7 | 109,0 | 1,0 |

| | | | | | | | |
|---------------------------------------|--------|--------|---------|--------|--------|-------|-------|
| Разом витрати | 2754,4 | 9136,5 | 10173,0 | 6382,1 | 1036,5 | 231,7 | 11,3 |
| Фінансовий результат до оподаткування | 170,8 | 559,9 | 133,4 | 389,1 | -426,5 | 227,8 | -76,2 |
| Податок на прибуток | 29,0 | 100,8 | 24,0 | 71,8 | -76,8 | 247,6 | -76,2 |
| Чистий прибуток | 141,7 | 459,1 | 109,4 | 317,4 | -349,7 | 224,0 | -76,2 |

Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) у 2017 році порівняно з 2016 роком зріс на 68112,2 тис. грн. або на 236,2%, у 2018 році порівняно з 2017 роком зріс на 610,2 тис. грн.. або на 6,3%. Витрати у 2017 році зросли на 6382,1 тис. грн. або на 231,7%, у 2018 витрати зросли на 1036,5 тис. грн. або на 11,3%. Чистий прибуток ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2016 рік становить 141,7 тис. грн., за 2017 рік чистий прибуток збільшився на 224% і становив 459,1 тис. грн., за 2018 рік чистий прибуток у порівнянні з 2017 роком зменшився на 76,2% за рахунок збільшення витрат на собівартість продукції і становив 109,4 тис. грн..

Для того, щоб забезпечити нормальні умови здійснення виробничого процесу та підвищення його ефективності основні засоби мають бути у відповідному технічному стані. Стан основних засобів ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2016-2018 рр. вказано в табл. 2.4.

Таблиця 2.4.

Динаміка показників технічного стану основних засобів ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2016-2018 рр., тис.грн*

| Показники | Станом на 31.12 | | | абсолютне відхилення | | відносне відхилення | |
|--|-----------------|------|------|----------------------|-------|---------------------|-------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2017 | 2018 | 2017 | 2018 |
| Первісна вартість основних засобів, тис. грн. | 14,4 | 31,3 | 31,3 | 16,9 | - | 117,4 | - |
| Знос основних засобів | 4,1 | 9,9 | 15,7 | 5,8 | 5,8 | 141,5 | 58,6 |
| Залишкова вартість основних засобів, тис. грн. | 10,3 | 21,4 | 15,6 | 11,1 | -5,8 | 107,8 | -27,1 |
| Коефіцієнт зносу | 0,28 | 0,32 | 0,5 | 0,04 | 0,18 | 14,3 | 56,3 |
| Коефіцієнт придатності | 0,72 | 0,68 | 0,5 | -0,04 | -0,18 | -5,6 | -26,5 |

Аналіз динаміки показників технічного стану основних засобів ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2016-2018 рр. показав, що частка первісної вартості основних засобів за 2017 рік збільшилась на 16,9 тис. грн. або на 117,4% , а станом на 2018 рік залишилась такою ж як і в попередній рік. Знос основних засобів за 2017 рік збільшився на 141,5 % а за 2018 рік на 58,6%.

Коефіцієнт зносу характеризує частку вартості основних засобів, що її списано на витрати виробництва в попередніх періодах. Коефіцієнт зносу визначається відношенням суми зносу основних засобів до балансової вартості основних засобів. Розрахунок коефіцієнта зносу основних засобів визначається за формулою:

$$K_{\text{зн}} = \frac{З_{\text{н}}}{O_{\text{зн}}} \quad (2.1)$$

де $З_{\text{н}}$ - сума зносу основних засобів;

$O_{\text{зн}}$ - первісна вартість основних засобів.

Протягом періоду, що розглядається спостерігалась тенденція до зниження рівня придатності основних фондів підприємства, що характеризує погіршення технічного стану машин та обладнання. Коефіцієнт зносу основних фондів збільшується з кожним роком, що негативно впливає на виробництво. Аналіз зносу основних засобів за 2016-2018 роки свідчить про збільшення залишкової вартості основних засобів та збільшення його зносу. Коефіцієнт зносу за 2017 рік збільшився на 14,3%, а за 2018 рік збільшився на 56,3% відповідно витрати за знос, було перенесено на готову продукцію, тобто спрацювання основних засобів.

Коефіцієнт придатності основних засобів є доповненням до показника коефіцієнту зносу, він показує, яку частку складає їх залишкова вартість від первісної вартості за певний період.

Загальна формула розрахунку коефіцієнта:

$K_{\text{поз}} = \text{Залишкова вартість основних засобів} / \text{первісна вартість основних засобів.}$ (2.2)

Коефіцієнт придатності основних засобів в 2016 році становив 72%, в 2017 році 68%, а в 2018 році коефіцієнт знизився до 50%. Його динаміка також вказує на погіршення стану основних засобів підприємства. Даний коефіцієнт вказує на досить низький відсоток основних засобів, що придатні до експлуатації в процесі здійснення господарської діяльності. З таблиці бачимо, що технічний (якісний) стан основних засобів є негативним, оскільки, величина коефіцієнта зносу є більшою, а коефіцієнта придатності – меншою.

Коефіцієнт придатності показує питому вагу основних засобів, які придатні для подальшого використання у процесі виробництва продукції і має пряму залежність від коефіцієнту зносу. Оскільки протягом 2017 року коефіцієнт придатності зменшився на 5,6%, а коефіцієнт зносу збільшився на 14,3%, а за 2018 рік коефіцієнт придатності зменшився на 26,5%, а коефіцієнт зносу збільшився на 56,3%, то можна зробити висновок, що на даному підприємстві стан основних засобів значно погіршився у 2018 році, порівняно з 2017р.

Далі доцільно проаналізувати платоспроможність ТОВ «Ювента-Груп Україна». Платоспроможність підприємства - це можливість підприємства оплачувати свої борги (зобов'язання) за рахунок грошових коштів. Аналіз платоспроможності необхідний не тільки для підприємства, але й для зовнішніх інвесторів з ціллю оцінки та прогнозування фінансової діяльності. Для того, щоб оцінити платоспроможність необхідно порівняти грошові кошти підприємства та грошові зобов'язання. Платоспроможність підприємства є ознакою фінансової стійкості, суттю якого є забезпеченість обігових активів довготерміновими джерелами формування. Більша чи менша поточна платоспроможність (або неплатоспроможність) зумовлена більшим чи меншим рівнем забезпеченості (або незабезпеченості) обігових активів довготерміновими джерелами.

Для оцінювання платоспроможності підприємства використовують три відносних показники, що відрізняються набором ліквідних активів, які розглядають як покриття поточних пасивів. Негайну платоспроможність

підприємства характеризує коефіцієнт абсолютної ліквідності, що показує, яку частину поточної заборгованості може покрити організація за рахунок наявних грошових коштів. Поточні зобов'язання складаються: короткотермінових кредитів банків, кредиторської заборгованості, інших поточних зобов'язань. Аналіз платоспроможності можна оцінити за даними балансу і визначити три показники платоспроможності: грошова, розрахункова, ліквідна. У табл. 2.5. розглянуто аналіз платоспроможності ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2018 р.

Таблиця 2.5.

Аналіз платоспроможності підприємства ТОВ «Ювента-Груп Україна»
за 2018 р.

| Засоби платежу | На поч. період у, тис. грн. | На кінець період у, тис. грн. | Платіжні зобов'язання | На поч. період у, тис. грн. | На кінець періоду, тис. грн. |
|--|-----------------------------|-------------------------------|---|-----------------------------|------------------------------|
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги | 262,7 | 564,3 | Поточна кредиторська заборгованість за: товари, роботи, послуги | 334,6 | 2704,4 |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 888,3 | 297,9 | Розрахунками з бюджету | 76,0 | 112,4 |
| Грошові та їх еквіваленти | 874,2 | 2830,0 | Розрахунками зі страхування | 100,8 | 44,9 |
| | | | Розрахунками з оплати праці | 36,0 | 43,3 |
| | | | Інші поточні зобов'язання | 4634,3 | 3292,7 |
| Разом | 2025,2 | 3692,2 | Разом | 5181,7 | 6197,7 |

За даними таблиці розрахуємо коефіцієнт ліквідної платоспроможності: він характеризує не настільки потенційну можливість підприємства розрахуватися за своїми зобов'язаннями, на скільки реальну. Для цього в платіжні засоби включаються всі можливі оборотні активи, які знаходяться у виробничому процесі.

$$K_p = \text{засоби платежу} / \text{платіжні зобов'язання} \quad (2.3)$$

$$K_p \text{ на поч. періоду: } 2025,2 / 5181,7 = 0,54 ;$$

Кп на кінець періоду: $3692,2/6197,7=0,6$;

Значне відхилення від норми, підприємство не є платоспроможним, на кінець звітного періоду ліквідна платоспроможність оборотних коштів майже не змінилася, можна сказати, що вона не покриває платіжні кошти майже на половину, це є вкрай негативної тенденцією для підприємства.

Проаналізувавши платоспроможність підприємства ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2018 р. можна зробити висновок, що коефіцієнти платоспроможності не задовольняють нормативне значення, оскільки підприємство неефективно використовує свої активи і не вчасно сплачує зобов'язання і борги, а якщо збільшити власні обігові кошти та позбавитися від основних недоліків роботи підприємства, то воно зможе погасити всі свої борги, і стати платоспроможним.

Далі доцільно проаналізувати ліквідність підприємства. Ліквідність будь-якого підприємства, фірми, господарюючого суб'єкта - це «здатність швидко погашати свою заборгованість». Ліквідність визначається співвідношенням величини заборгованості і ліквідних коштів, що знаходяться в розпорядженні підприємства. Ліквідними називаються такі засоби, які можуть бути використані для погашення боргів (готівкові гроші в касі, депозитні вклади, розміщені на рахунках банках, цінні папери, елементи оборотних коштів, такі як: паливо, сировину і т.п.). Ліквідність господарюючого суб'єкта можна дізнатися з його балансу.

Аналіз ліквідності замикається у зрівнянні засобів по-активу, згрупованих по-ступеню їх ліквідності та розташованих по усуненню ліквідності, з зобов'язаннями (пасив), згрупованих по-строкам їх погашення та розташованих у порядку збільшення строків. В таблиці 2.6 проведено аналіз ліквідності балансу по активу.

Аналіз ліквідності балансу по активу ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2018 р.

| Актив | Поч.звіт. періоду | | Кінець звіт. Періоду | | Відхилення |
|--|-------------------|-----------------|----------------------|-----------------|------------|
| | ∑ тис. грн. | питома вага у % | ∑ тис. грн. | питома вага у % | |
| 1.Найбільш ліквідні активи(р.220-240ф.1) (A1) | 874,2 | 16 | 2830,0 | 44,8 | 1955,8 |
| 2.Швидко-реалізуємі активи(р.150-210) (A2) | 888,3 | 16,2 | 297,9 | 4,8 | -590,4 |
| 3.Повільно-реалізуємі активи(р.100-140,250) (A3) | 3692,2 | 67,5 | 3162,5 | 50,2 | -529,7 |
| 4.Важко-реалізуємі активи(р.080) (A4) | 15,6 | 0,3 | 13,4 | 0,2 | -2,2 |
| Баланс: | 5470,3 | 100 | 6303,8 | 100 | 833,5 |

Розглядаючи найбільш ліквідні активи на кінець звітного періоду спостерігається збільшення на 1955,8 тис. грн., в той час як всі інші активи зменшилися, швидко-реалізуємі активи на 590,4 тис. грн., повільно-реалізуємі активи на 529,7 тис. грн., важко-реалізуємі активи на 2,2 тис. грн.. В табл. 2.. наведено аналіз ліквідності балансу по пасиву.

Таблиця 2.7.

Аналіз ліквідності балансу по пасиву, тис. грн. ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2018 р.*

| Пасив | Поч.звіт. періоду | | Кінець звіт. Періоду | | Відхилення |
|--|-------------------|-----------------|----------------------|-----------------|------------|
| | ∑ тис. грн. | питома вага у % | ∑ тис. грн. | питома вага у % | |
| 1.Найбільш термінові пасиви(р.530-610)(П1) | 5187,8 | | 6215,2 | | 1027,4 |
| 2.Короткострокові пасиви(р.500-520) (П2) | - | - | - | - | - |
| 3.Довгострокові пасиви(р.480) (П3) | - | - | - | - | - |
| 4.Постійні пасиви(р.380,430) (П4) | 656 | | 860,7 | | 204,7 |
| Баланс: | 5843,8 | 100 | 7075,9 | 100 | 1232,1 |

Розглядаючи найбільш термінові пасиви можна помітити їх збільшення на 1027,4 тис. грн., також збільшилися постійні пасиви на 204,7 тис. грн.. Для того, щоб точніше охарактеризувати ліквідність підприємства необхідно розрахувати відносні показники в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8.

Показники ліквідності оцінки підприємства ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2018 р.*

| Показники | Формула розрахунку | Нормативне значення | Початок звіт. Періоду | Кінець звіт. періоду | Відхилення |
|--------------------------------------|--------------------|---------------------|-----------------------|----------------------|------------|
| 1.Коефіцієнт абсолютної ліквідності. | $A1/П1+П2$ | 0,2-0,35 | 0,17 | 0,46 | 0,29 |
| 2.Коефіцієнт швидкої ліквідності. | $A1+A2/П1+П2$ | 0,8-1,5 | 0,34 | 0,5 | 0,16 |
| 3.Коефіцієнт поточної ліквідності. | $A1+A2+A3/П1+П2$ | 1,5-2 | 1,1 | 1,0 | -0,1 |

Для того, щоб підвести підсумки по ліквідності балансу, необхідно порівняти активи і пасиви балансу за такою нерівністю:

| Правильна нерівність: | Нерівність балансу на поч. періоду: | Нерівність балансу на кін. періоду: |
|-----------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| $A_1 \geq P_1$ | $A_1 \leq P_1$ | $A_1 \leq P_1$ |
| $A_2 \geq P_2$ | $A_2 \geq P_2$ | $A_2 \geq P_2$ |
| $A_3 \geq P_3$ | $A_3 \geq P_3$ | $A_3 \geq P_3$ |
| $A_4 \leq P_4$ | $A_4 \leq P_4$ | $A_4 \leq P_4$ |

Отже, порівнюючи активи і пасиви балансу підприємства видно, що найбільш ліквідні активи менші, ніж найбільш термінові пасиви, що не відповідає правильній нерівності балансу, як на початок періоду так і на кінець, але виконання четвертої нерівності свідчить про дотримання підприємством мінімальної умови фінансової стійкості, наявності власних оборотних активів це значить, що баланс підприємства не є ліквідним.

Провівши аналіз ліквідності пасивів балансу підприємства виявилось, що короткострокові і довгострокові пасиви підприємства відсутні. З таблиці видно, що нормативному значенню, як на початок, так і на кінець звітного періоду не відповідає значення жодного коефіцієнту.

Коефіцієнт поточної та швидкої ліквідності значно менше нормативного значення. Коефіцієнт швидкої ліквідності допомагає оцінити можливість погашення підприємством короткострокових зобов'язань у разі його критичного стану. Показник вимірює загальну ліквідність і показує, якою мірою поточні кредиторські зобов'язання забезпечуються поточними активами, тобто скільки грошових одиниць поточних активів припадає на одну грошову одиницю поточних зобов'язань. А коефіцієнт абсолютної ліквідності на початок звітного періоду майже в нормі і становить 0,17, а в кінці звітного періоду спостерігається збільшення коефіцієнта до 0,46, що є позитивною ознакою для підприємства. Це означає, що підприємство на 46 % може в поточний момент погасити всі свої короткострокові борги і платоспроможність його є нормальною.

Отже, аналіз коефіцієнтів ліквідності показав, що більшість з них не задовольняють нормативні значення і деякі з них навіть не наближаються до нього, що свідчить про неліквідність підприємства.

Провівши оцінку активів та пасивів балансу підприємства, ліквідність та платоспроможність, потрібно розрахувати рентабельність підприємства. Показник рентабельності підприємства характеризують ефективність його роботи в цілому, а також прибутковість різних напрямів його діяльності (операційної, фінансової, інвестиційної). Рентабельність є показником, що комплексно характеризує ефективність діяльності підприємства. На його підставі можна оцінити ефективність управління підприємством, оскільки отримання високого прибутку і достатнього рівня прибутковості багато в чому залежить від правильності і оперативності управлінських рішень, які приймаються. Тому рентабельність можна розглядати як один із критеріїв якості управління суб'єктом господарювання.

Формула рентабельності:

$$P = (\text{Прибуток} / \text{Витрати}) * 100\% \quad (2.3.)$$

$$P \text{ (на поч. зв. періоду)} = (204,7 / 8146,5) * 100\% = 2,5\%.$$

$$P \text{ (на кінець зв. періоду)} = (459,1 / 6875,0) * 100\% = 6,7\%.$$

Рентабельність підприємства збільшилась на кінець звітної періоду на 4,2%. Позитивні зрушення є, але відсоток рентабельності дуже низький, оскільки чистий прибуток значно менше за витрати. Тому для підвищення рентабельності підприємства потрібно збільшувати прибуток. А це можна зробити наступними методами:

- 1) нарощувати обсяги виробництва і реалізації товарів, робіт, послуг;
- 2) зменшувати витрати на виробництво (реалізацію) продукції, тобто знижувати її собівартість;
- 3) кваліфіковано, зі знанням справи здійснювати цінову політику, оскільки на ринку діють переважно вільні (договірні) ціни;
- 6) грамотно будувати договірні відносини з постачальниками, посередниками, покупцями;

7) вміти найдоцільніше розміщувати (вкладати) одержаний раніше прибуток з точки зору досягнення оптимального ефекту.

Показники рентабельності є важливими характеристиками факторного середовища формування прибутку (доходу) підприємств. З цієї причини вони є важливими обов'язковими елементами порівняльного аналізу й оцінки фінансового стану підприємства.

2.3 Специфіка управління імпортними операціями ТОВ «Ювента-Груп Україна»

Вихід на зовнішній ринок самостійних суб'єктів господарської діяльності повинен сприяти пристосуванню економіки до системи світових господарських 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 [19].

ТОВ «Ювента-Груп Україна» є одним із підприємств України які займаються проектуванням і будівництвом басейнів «під ключ», установкою систем очищення води, каналізаційних очисних станцій, і інших водних систем. Підприємство є імпортером і постачальником великого спектру обладнання та супутніх товарів. Діюча на підприємстві система якості цілком відповідає міжнародному стандарту ISO 9001, що підтверджено сертифікатом схвалення, виданим міжнародним сертифікаційним органом Bureau Veritas Quality International.

Підприємство імпортує складові для басейнів, фонтанів та каналізаційних систем. Та співпрацює з такими іноземними компаніями: «Oase» (Бельгія), «Procori» (Франція), «Tector» (Італія), «XLHoldingGroup» (Китай), «CAROBBIOS.r.l.» (Італія), «StarHavuzveBilisim» (Туреччина), «I. D. Electronica» (Іспанія), «GemasGeneralMuhendislikMekanik» (Туреччина).

На підприємстві ТОВ «Ювента-Груп Україна» відділ зовнішньоекономічної діяльності не є самостійним структурним підрозділом, оскільки це підприємство не є досить потужним. Цим видом діяльності займаються менеджери, які підпорядковуються комерційному директору.

Основними завданнями відділу є розробка і укладення контрактів з іноземними фірмами, митне оформлення та здійснення інших митних процедур з одержання та відправлення вантажів. Структура відділу зовнішньоекономічних зв'язків затверджуються директором підприємства залежно від обсягу виконуваних робіт. Розподіл обов'язків між працівниками відділу виробляє начальник комерційного відділу.

Відділ зовнішньоекономічної діяльності виконує наступні функції:

- розробка і укладення контрактів з іноземними фірмами, контроль над виконанням контрактів і станом розрахунків за ними;
- огляд і аналіз інформації про зовнішній ринок, вивчення цін;
- забезпечення переговорів з іноземними фірмами, пов'язаних з укладенням контрактів, вирішенням виробничих питань, термінами поставки і відвантаження експортної продукції і т.д.;
- забезпечення оформлення митної документації;
- забезпечення необхідними документами підрозділів підприємства;
- вжиття заходів щодо своєчасної оплати за відвантажену продукцію;
- переговори з іноземними представниками;

Ціни на продукцію формуються виходячи з ситуації, на ринку кон'юнктури, співвідношення попиту і пропозиції, рівня цін на продукцію конкурентів. У кожному конкретному випадку при надходженні замовлення здійснюється коректування ціни в залежності від порядку, форми розрахунків, обсягу угоди [16]. Відповідно до світової практики підприємство здійснює реалізацію продукції двома методами:

1. Робота під замовлення.
2. Робота на вільний ринок.

При роботі на замовлення, випуск продукції підприємством здійснюється відповідно до наявного портфеля замовлень, укладеними контрактами та попередніми угодами про поставки виробленої продукції і надання послуг. Заздалегідь обумовлюються строки, технічні характеристики товарів, обсяги поставок продукції. Проблеми реалізації в даному випадку зводяться до дотримання договірної дисципліни та взаємних угод: підприємство зобов'язане вчасно здійснити і надати споживачеві відповідний вид товарів і послуг, у той час як замовник повинен оплатити в зазначені терміни одержувані товари. При роботі на вільний ринок підприємство випускає продукцію на вільний ринок без заздалегідь встановлених обмежень щодо кількісних і якісних характеристик товарів. Реалізація продукції на вільний ринок здійснюється через оптову і роздрібну торгівлю. Очевидно перевагу першого методу, тому що при цьому знижуються складські запаси, і як наслідок, "заморожування" коштів, збільшується їх оборотність. Це дозволяє уникнути додаткових втрат, викликаних знеціненням виробленої продукції. У випадку роботи на вільний ринок терміни реалізації виробленої продукції подовжуються, що призводить до вимивання оборотних коштів і до погіршення фінансового становища підприємства.

Для аналізу ефективності імпортової роботи підприємства ТОВ «Ювента-Груп Україна» на ринку проводимо SWOT-аналіз. Для проведення SWOT-аналізу перш за все необхідно визначити сильні та слабкі сторони підприємства, можливості та загрози ринку. Назва методу SWOT-аналізу складена із початкових літер об'єктів стратегічного аналізу: S – Strength – сильні сторони; W – Weakness – слабкі сторони; O – Opportunities – можливості; T – Threats – загрози. Метою SWOT-аналізу є здійснення експертної діагностики бізнес-середовища для виявлення тенденцій його розвитку, формування базових гіпотез про перспективи діяльності підприємства і його конкурентоспроможні можливості та визначення альтернативних напрямів стратегічного розвитку [19]. Проведення SWOT-аналізу підприємства передбачає аналіз поточної ситуації і прогноз майбутнього (прогноз тенденцій

розвитку аналізованих зовнішніх факторів, розробка вимог та рекомендацій, спрямованих на посилення переваг і подолання недоліків кожного з факторів).

Для успішного застосування SWOT-аналізу підприємства важливо вміти не тільки розкрити загрози і можливості, але й спробувати оцінити їх з точки зору того, наскільки важливим для підприємства є врахування стратегії своєї поведінки кожної з виявлених загроз і можливостей [24]. Для визначення сильних та слабких сторін імпортової діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна» розробимо матрицю SWOT-аналізу (табл.2.9.), яка дозволить також визначити можливості та загрози такої діяльності підприємства.

Таблиця 2.9.

SWOT-аналіз ТОВ «Ювента-Груп Україна»

| Сильні сторони (Strength) | Слабкі сторони (Weaknesses) |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Високі адаптивні можливості до зростання зовнішнього імпортного попиту. 2. Хороша репутація серед постійних споживачів 3. Велика база даних покупців 4. Висока якість імпортової продукції 5. Різноманітний асортимент послуг 6. Якісне обслуговування 7. Кваліфікований персонал 8. Висока частка інноваційної продукції 9. Індивідуальні підходи до клієнтів | <ol style="list-style-type: none"> 1. Відсутність чітко визначеної торговельної політики та імпортової стратегії. 2. Високі витрати на імпортовою діяльність, зокрема витрати на транспортування (габаритних товарів), отримання дозволів, ліцензування тощо 3. Мала платоспроможність підприємства 4. Висока вартість імпортової продукції 5. Багато конкурентів на ринку 6. Недостатня рекламна політика підприємства 7. Низька рентабельність проектів |
| Можливості (opportunities) | Загрози (Threats) |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Реалізація різних інструментів в просуванні продукту 2. Можливість регулювання цінової політики 3. Пошук більш вигідних постачальників 4. Участь у масштабних проектах з партнерами 5. Збільшення обсягу продажів | <ol style="list-style-type: none"> 1. Погіршення зовнішньоекономічних стосунків з країнами партнерами. 2. Нестабільна політико-економічна ситуація в країні 3. Поява нових більш потужних конкурентів 4. Платоспроможність організації обмежене 5. Сезонний спад попиту на продукцію |

Розглянувши основні аспекти SWOT-аналізу виходу підприємства на міжнародний ринок, слід зазначити, що підприємство має ряд своїх недоліків та переваг. У формуванні імпортової діяльності перш за все, необхідно керуватися власними можливостями, які притаманні його особливостям розвитку, спеціалізації та виробничому потенціалу.

Аналіз таблиці дає можливість зробити наступні висновки: ТОВ «Ювента-Груп Україна» має хорошу репутацію серед постійних споживачів.. Завдяки використанню інноваційного підходу в технологічних процесах зменшує ризики пов'язані з якістю продукції та здатне завоювати широкі кола споживачів завдяки якісній продукції. Найсильнішою загрозою залишається висока вартість на імпортовану продукцію та недостатня рекламна політика підприємства. Також підприємство має достатню залежність від постачальників сировини. Тож в якості висновку керівникам ТОВ «Ювента-Груп Україна» можна рекомендувати пошук нових, більш вигідних постачальників та вигідні умови поставки, визначення чіткої стратегії підприємства, пошук нових клієнтів та розробка ефективних маркетингових заходів.

Далі доцільно провести аналіз динаміки імпорту товарів і послуг ТОВ «Ювента-Груп Україна». Для більш повної характеристики роботи підприємства в галузі імпорту його обсяги за звітний рік порівнюються з обсягами попереднього року. Метою такого дослідження є вивчення кількісних та якісних змін. Це необхідно для встановлення змін, що відбулися в товарній структурі імпорту. В табл. 2.10 наведено обсяг та структура імпорту за два останні роки.

Обсяг та структура імпорту ТОВ «Ювента-Груп Україна»
за 2017-2018 рр.

| Країни | 2017 рік | | 2018 рік | | Відхилення |
|------------|--------------------------|----------------|--------------------------|----------------|------------|
| | Відвантаження, тис. грн. | Питома вага, % | Відвантаження, тис. грн. | Питома вага, % | |
| Бельгія | 1307,4 | 4 | 1524,1 | 4 | 216,7 |
| Італія | 3594,9 | 11 | 2286,3 | 6 | -1308,6 |
| Франція | 2941,3 | 9 | 8001,8 | 21 | 5060,5 |
| Туреччина | 4901,9 | 15 | 5334,6 | 14 | 432,7 |
| Іспанія | 3268,1 | 10 | 4953,5 | 13 | 1685,4 |
| Німеччина | 5882,3 | 18 | 6096,7 | 16 | 214,4 |
| Китай | 8823,3 | 27 | 8382,9 | 22 | -440,4 |
| Нідерланди | 1961,0 | 6 | 1524,1 | 4 | -436,9 |
| Разом | 32678,0 | 100 | 38104,0 | 100 | 5426 |

З таблиці видно що обсяг імпорту за 2018 рік збільшився на 5426 тис. грн.. Також збільшилися поставки з Бельгії, Франції, Туреччини, Іспанії, Німеччини, це зумовлене підписанням більш вигідних контрактів та зниження ціни на продукцію, але зменшився обсяг імпорту з Італії, Китаю та Нідерландів, оскільки умови в цими країнами постачальниками погіршились.

Аналіз обсягу імпорту за асортиментом продукції охарактеризовано в табл.. 2.11.

Обсягу імпорту продукції ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2017-2018 рр.

| Товари | 2017 р. | | | 2018 р. | | |
|-----------------------------|-------------------|----------------------|---------------|----------------------------|----------------------|---------------|
| | Кількість, шт. | Ціна за од., євро | Сума, євро | Кількіс ть, тис. шт. | Ціна за од., євро | Сума, євро |
| Протитечія для басейна | 16 | 1367 | 21872 | 15 | 1359 | 20385 |
| Гідромасаж для басейну | 22 | 1452 | 31944 | 16 | 1500 | 24000 |
| Аеромасаж для басейна | 45 | 983 | 44235 | - | 1010 | - |
| Гейзер для басейна | 23 | 1400 | 32200 | 34 | 1650 | 56100 |
| Робот пилосос для басейна | 56 | 2095 | 117320 | 98 | 2500 | 245000 |
| Центробіжний фільтр | 67 | 872 | 58424 | 78 | 870 | 67860 |
| Теплообмінник | 78 | 1475 | 115050 | 50 | 1345 | 67250 |
| Пісочний фільтр для басейна | 124 | 356 | 44144 | 100 | 345 | 34500 |
| Світлодіодний прожектор | 260 | 402 | 104520 | 590 | 415 | 244850 |
| Хлор (пігулки) 5кг | 600 | 55 | 33000 | 57 | 850 | 48450 |
| Насос однофазний | 150 | 919 | 137850 | 129 | 989 | 127581 |
| Скіммер | 250 | 44 | 11000 | 100 | 45 | 4500 |
| Форсунка | 1200 | 8 | 9600 | 1500 | 8 | 12000 |
| Водопад для басейна | 34 | 2127 | 72318 | 25 | 2211 | 55275 |
| Інше обладнання | - | - | 376819 | | | 403508 |
| Разом | - | - | 1210296 | | | 1411259 |

Проаналізувавши імпорту діяльність ТОВ «Ювента-Груп Україна» можна зробити наступні висновки вартість імпорту групи товарів, які аналізуються за рік, зросла на 200963 євро, що відбулося під впливом

збільшення замовлень на імпорт деяких груп товарів, а також вартість імпорту зросла за рахунок підвищення курсу валюти, та підвищення ціни на обладнання.

На рис. 2.1. зображена географічна структура імпорту ТОВ «Ювента-Груп уУкраїна» за 2018 рік.

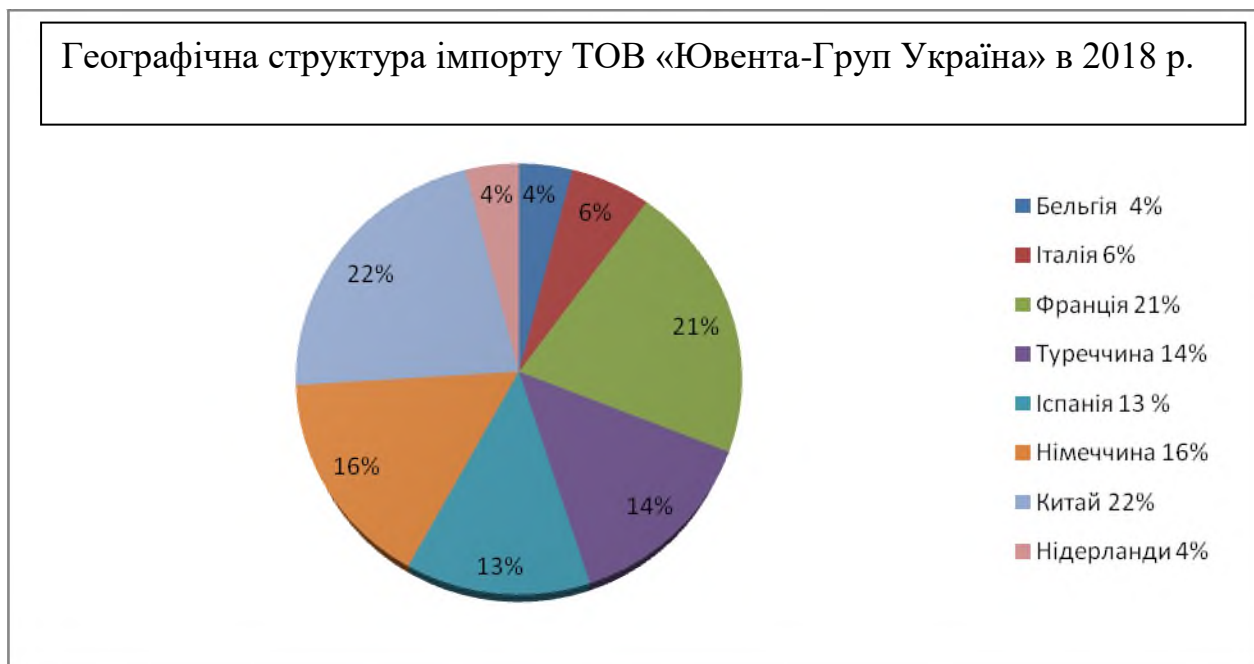


Рис. 2.1. Географічна структура імпорту ТОВ «Ювента-Груп Україна» в 2018 р.

Товари для підприємства імпортуються переважно з Європи та Китаю. За 2018 рік було експортовано продукції на 38104 тис. грн. (1411,26 тис. євро). Найбільше товарів імпортовано з Китаю та Франції, 22% і 21% відповідно. 16 % імпорту з Німеччини та 14% з Туреччини. Найменшу частку імпорту займають Бельгія (4%), Італія (6%), Іспанія (13%), Нідерланди (4%). На рис. 2.2. зображена товарна структура імпорту ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2018 рік.

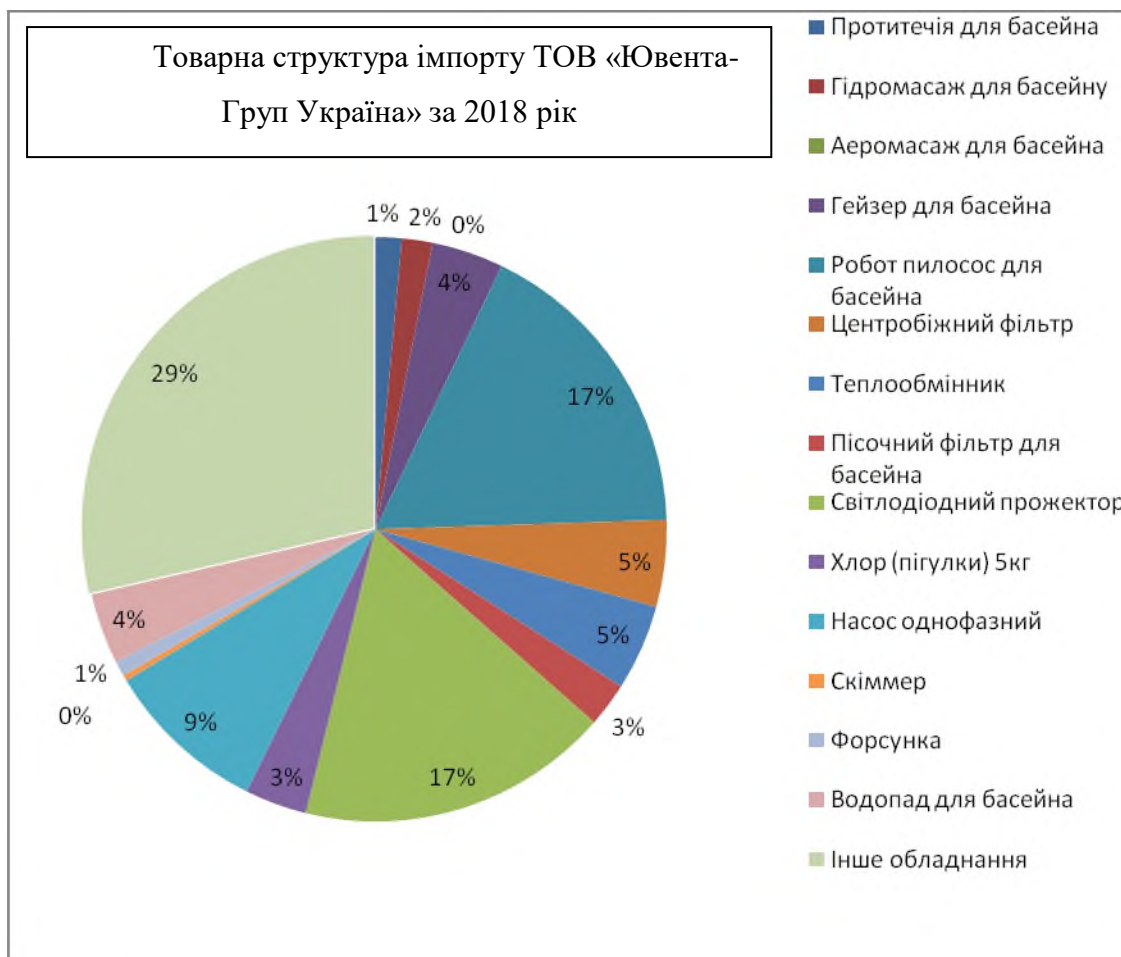


Рис .2.2. Товарна структура імпорту ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2018 рік

Товарна структура імпорту підприємства показує який відсоток від загального імпорту займає певний товар. Отже, за даними рисунка видно, що найбільше імпортують таке обладнання як світлодіодний прожектор (17% від усього імпорту), та роботи пилососи для басейна (17 % від усього імпорту), та теплообмінники (9% від усього імпорту). Компанія ТОВ «Ювента-Груп Україна» імпортує лише високоякісне, надійне обладнання, яке є енергозберігаючим та інноваційним.

Характеристика імпортової діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна» виражається в постійному підвищенні рівня потенціалу підприємства та пошук перспективних напрямків його реалізації на міжнародній арені, постійно відбувається удосконалення продукції що імпортується, що повинно призвести до кардинальної зміни самого підприємства, його концепції функціонування та

місця серед інших суб'єктів господарювання, а також передбачає перехід на новий цикл розвитку. Саме інноваційний розвиток є основною складовою випереджаючого розвитку ЗЕД. Інноваційність забезпечує безперервне вдосконалення існуючого стану, потенційне «зростання», перехід від одного рівня до значно вищого іншого, розширення існуючих кордонів у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

Компанія Ювента Груп працює 17 років на ринку проектування та будівництва басейнів на території України. Компанія використовує сучасні розробки в області проектування і будівництва басейнів та фонтанів, оскільки однією з головних задач спеціалістів компанії вивчати тренди цього ринку та йти в крок з сучасними технологіями, які вже давно існують в Європі. Якість басейнів компанії дуже висока. Ретельно відстежуючи новітні пропозиції на Європейському, Азіатському і Американському ринку, компанія може запропонувати клієнтам щось унікальне, чого ще немає на українському. Ювента Груп може запропонувати безмежні можливості в галузі проектування та будівництва басейнів.

ТОВ «Ювента-Груп Україна» займає одну з провідних позицій на ринку виробництва басейнів і фонтанів, оскільки лише вона є дилером для деяких іноземних виробників, та має безліч партнерів з усіх куточків світу. У комерційній діяльності зовнішньоторгових організацій постійно постає потреба детального розгляду взаємних обов'язків продавців і покупців, що впливають з базових умов поставок. Для цього використовують збірник «Інкотермс». Інкотермс – офіційні правила Міжнародної торгової палати для тлумачення торгових термінів, які полегшують міжнародну торгівлю. Посилання на Інкотермс-2010 у договорі купівлі-продажу чітко визначає відповідні обов'язки сторін і зменшує ризик юридичних ускладнень [34].

Дослідивши контракти при імпорті продукції для ТОВ «Ювента-Груп Україна» можна зробити висновок, що переважно зі всіх країн імпортерів (Бельгія, Італія, Франція, Туреччина, Іспанія, Німеччина, Нідерланди) застосовується умова поставки ІНКОТЕРСМ Ex-Works (товар зі складу

продавця). Але з Китаєм є деякі контракти на умовах FAS (товар доставляється до судна замовника) та FOB (товар завантажується на судно замовника).

Далі доцільно проаналізувати митне оформлення імпорту продукції ТОВ «Ювента-Груп Україна». Правильне, митне оформлення вантажів, є головним критерієм, при здійсненні успішної зовнішньоекономічної діяльності з мінімальними ризиками, витратами грошей і часу. Товар, що буде об'єктом подальшого аналізу – електронагрівач Electro Flow Line 83BB Incoloy 15 кВт 400В.

Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД) — це систематизований перелік товарів, який включає код товару, його найменування, одиницю виміру та обліку. В УКТЗЕД товари систематизовано за розділами, групами, товарними позиціями, товарними підпозиціями, найменування і цифрові коди яких уніфіковано системою опису та кодування товарів. Товар електронагрівач Electro Flow Line 83BB Incoloy 15 кВт 400В, згідно Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності, відноситься до такої товарної групи № 85.

Таблиця 2.12

Місце товарів, які реалізуються підприємством «Ювента-Груп Україна» в українському класифікаторі товарів ЗЕД

| | |
|------------|--|
| XVI | (з 84 по 85) Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення звуку, прилади для записування або відтворення зображення і звуку по телебаченню та частини і приладдя до них |
| 85 | Електричні машини, обладнання та їх частини; апаратура для запису або відтворення звуку, телевізійна апаратура для запису та відтворення зображення і звуку, їх частини та приладдя |
| Код товару | Найменування товару |
| 8516 | Електричні водонагрівачі акумулювальні або безінерційні та електричні нагрівачі занурені; прилади електричні для обігрівання приміщень, ґрунту; електронагрівальні апарати перукарські (наприклад, сушарки для волосся, бігуді, щипці для гарячої завивки) або сушарки для рук; праски електричні; інші побутові електронагрівальні прилади; елементи опору нагрівальні, крім включених до товарної позиції 8545 |

Згідно додатку до Закону України "Про Митний тариф України" від 5 квітня 2001 року N 2371-III визначаємо розмір ставки мита:

Таблиця 2.13

Розмір ставок мита, які застосовуються в ТОВ «Ювента-Груп Україна»

| Код | Назва | Ставки мита, % | | | Додаткові ОВО |
|---------------|---|----------------|----------|-------|---------------|
| | | преференційна | пільгова | повна | |
| 8516 | Електричні водонагрівачі акумулювальні або безінерційні та електричні нагрівачі занурені; прилади електричні для обігрівання приміщень, ґрунту; електронагрівальні апарати перукарські (наприклад, сушарки для волосся, бігуді, щипці для гарячої завивки) або сушарки для рук; праски електричні; інші побутові електронагрівальні прилади; елементи опору нагрівальні, крім включених до товарної позиції 8545: | | | | |
| 8516 10 | - електричні водонагрівачі акумулювальні або безінерційні та електричні нагрівачі занурені: | | | | |
| 8516 10 11 00 | - - водонагрівачі безінерційні | | 2 | 2 | шт |
| 8516 10 80 00 | - - інші | | 5 | 5 | шт |
| | - прилади електричні для обігрівання приміщень, ґрунту: | | | | |
| 8516 21 00 00 | - - радіатори теплоакумулювальні | | 10 | 10 | шт |
| 8516 29 | - - інші: | | | | |

Отже, для імпорту товару електронагрівач Elecro Flow Line 83BB Incoloy 15 кВт 400В код УКТ ЗЕД 8516 10 11 00, ставка мита дорівнює 2% .

При ввезенні на митну територію України суб'єктами господарювання товарів у митному режимі імпорту сплачуються такі митні платежі:

- ввізне мито за ставками, встановленими Законом України «Про Митний тариф України» від 5 квітня 2001 року № 2371-III із змінами та доповненнями. У випадках коли товари, поміщені у митний режим імпорту, оподатковуються сезонним митом або особливими видами мита;

- податок на додану вартість за ставкою, згідно із Розділом V Податкового кодексу України;

- акцизний податок за ставками, встановленими п. 215.3. ст. 215 ПКУ, у разі належності товарів до підакцизних.

Електронагрівач Electro Flow Line 83BB Incoloy 15 кВт 400В не є підакцизним товаром, ставка мита дорівнює 2%. Тому з митних платежів слід заплатити лише ПДВ та мито.

Таблиця 2.14

Дані для розрахунків

| | |
|------------------------|---------------|
| Вартість у валюті | 330.00 USD |
| Курс USD на 03.10.2019 | 26.62 грн. |
| Вартість | 8784.00 грн. |
| Код товару | 8516 10 11 00 |

За даними розрахунків вартість товару становитиме 8784 грн. Розрахунок митних платежів на Електронагрівач Electro Flow Line 83BB Incoloy 15 кВт 400В представлено на рис. 2.15:

Таблиця 2.15

Розрахунок митних платежів Електронагрівач Electro Flow Line 83BB Incoloy 15 кВт 400В

| Найменування платежу | Дані(грн.) | Ставка | Сума |
|----------------------|--------------------------|---------------|------|
| Мито | | 2% | 175 |
| Акцизний збір | Не є підакцизним товаром | | 0 |
| ПДВ | 8784 | 20% | 1756 |
| Підсумок | | | 1931 |
| Кінцевий результат | | | |
| Платежі в грн. | | Платежі в USD | |
| 1931 | | 72,5 | |

До сьогоднішнього дня в Україні вже склалася досить струнка система сертифікації продукції. У переліку товарів, що підлягають державному контролю (у тому числі у формі попереднього документального контролю) у разі переміщення їх через митний кордон України товару 8516 10 11 00 немає. Отже, Електронагрівач Electro Flow Line 83BB Incoloy 15 кВт 400В не потребує державного контролю.

Митна декларація, яку використовує в своїй діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна», на бланку єдиного адміністративного документа заповнюється за допомогою МД-2 форми, які при необхідності можуть бути додані формі доповнення МД-6 і додаткові аркуші утворюють МД-3 або аркуш форми МД-8. ТОВ «Ювента-Груп Україна» використовує в доставці вантажів компанію Cargo Express Ltd.

Далі доцільно провести аналіз механізму організації діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна» при здійсненні імпорتنих операцій. Підприємство керується загальними правилами ввозу товарів на митну територію України в режимі імпорту, які передбачають:

- 1) подання митному органу документів, які засвідчують підстави й умови ввозу товарів на митну територію України;
- 2) сплату податків і зборів, якими обкладаються товари під час ввозу на митну територію України відповідно до законів України;
- 3) дотримання вимог, передбачених законом, щодо заходів нетарифного регулювання й інших обмежень.

Документи необхідні ТОВ «Ювента-Груп Україна» для оформлення товарів і транспортних засобів у митний режим імпорту включають наступні:

1. Платіжне доручення про оплату митних платежів.
2. Платіжне доручення що підтверджує оплату за послуги за митного термінала
3. Контракт, специфікація, додаткова угода.
4. Оригінали інвойсу

5. Сертифікат походження (СТ-1, якщо товар походить з країн СНД, форма А та інші.)
6. Картка обліку суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності
7. Довідка про декларування валютних цінностей
8. Книжка МДП (Tir Carnet)
9. Транспортна накладна CMR (AWB, Ж/Д накладна, коносамент)
10. Експортна декларація країни відправлення.
11. Дозвільні документи (сертифікат якості, санітарно-епідеміологічний висновок, реєстрація МОЗ, Держстандарт і т.д.) - якщо необхідно.
12. Документи які підтверджують вартість і код товару (прайси, каталоги, технічний опис, попередні висновки про вартість і класифікацію товарів та інші.)
13. Платіжне доручення за карантинний огляд.

Для дослідження та контролю імпорتنих операцій підприємства по них запроваджено ведення аналітичного та синтетичного обліку. Отже для дослідження механізму формування організації операцій підприємства необхідно розглянути синтетичний та аналітичний облік імпорتنих операцій підприємства. Синтетичний облік імпорتنих товарів на підприємстві ТОВ «Ювента-Груп Україна» ведеться на рахунку 28 «Товари». Імпортні товари відображаються в обліку товариства з моменту їх одержання за купівельними або продажними цінами в залежності від місця їх зберігання, тобто за обліковими цінами.

Облікова ціна на один і той же товар може бути різною в залежності від умов поставок і місцезнаходження товару. Так, на умовах поставки початковою обліковою ціною буде контрактна ціна постачальника за акцептованими рахунками-фактурами. При перетині митного кордону України або при прийманні товару на складі ТОВ «Ювента-Груп Україна» облікова ціна на цей товар збільшується на суму накладних витрат, понесених за кордоном, і на суму сплачених зборів, мита і податків. Товари, у тому числі імпортовані з-за меж митної території України, є запасами, оскільки вони відповідають всім

критеріям цієї категорії активів. З огляду на це, їх оцінка та облік здійснюються відповідно до вимог П(С)БУ 9 «Запаси», тобто оцінюються та зараховуються на баланс за первісною вартістю, яка включає:

- 1) вартість товару, що зазначена у документах на відвантаження у постачальника;
- 2) витрати на заготівлю, вантажно-розвантажувальні роботи, транспортування до місця їх використання, включаючи витрати зі страхування ризиків транспортування;
- 3) суми ввізного мита та митних зборів;
- 4) суми непрямих податків, які не відшкодовуються підприємством;
- 5) інші витрати, безпосередньо пов'язані з придбанням запасів і доведенням їх до стану, в якому вони придатні для використання в запланованих цілях. Це прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати підприємства на доробку та підвищення якісних і технічних характеристик запасів[7, с. 98].

При формуванні первісної вартості імпортованих товарів, на підприємстві ТОВ «Ювента-Груп Україна», на рахунок 281 «Товари на складі» відноситься їх митна вартість, тобто контрактна вартість, перерахована за курсом НБУ на дату ввезення. З набуттям чинності П(С)БУ 21 «Вплив змін валютних курсів» такий порядок формування облікової вартості імпортованих товарів зберігається за умови, що надходження товарів передуватиме їх оплаті. Однак коли за імпортовані товари буде перерахований аванс в іноземній валюті, то їх облікова вартість буде іншою, ніж митна вартість. Зазначена у вантажній митній декларації, і визначається шляхом перерахунку в гривні за курсом НБУ на дату сплати авансу.

Для розрахунку з іноземними постачальниками за придбані товари, на підприємстві ТОВ «Ювента-Груп Україна», використовується пасивний рахунок 632 «Розрахунки з іноземними постачальниками». Облік за цим рахунком ведеться паралельно в національній та іноземній валюті. За умови наступної оплати імпортованої поставки грошовими коштами цей рахунок є

монетарною статтею, у зв'язку з чим слід пам'ятати про необхідність визначення в бухгалтерському обліку курсової різниці на дату балансу та на дату здійснення операції. За умови зростання курсу іноземної валюти така курсова різниця відображається на рахунку 945 «Втрати від операційної курсової різниці», а за умови зменшення курсу іноземної валюти, в якій обліковується заборгованість - на рахунку 714 «Дохід від операційної курсової різниці». З подальшим відображенням у складі фінансових результатів на рахунку 791 «Результат основної діяльності».

Для розрахунків з іноземними контрагентами за придбані необоротні активи, на підприємстві ТОВ «Ювента-Груп Україна», використовується рахунок 685 «Розрахунки з іншими кредиторами», облік на якому ведеться аналогічно до попереднього випадку. Але курсова різниця при такій заборгованості, що погашається іноземною валютою або її еквівалентами, відображається на рахунках 974 «Втрати від не операційних курсових різниць» та 744 «Дохід від неопераційної курсової різниці» відповідно.

Синтетичний облік розрахунків з контрагентами по всіх послугах, пов'язаних з доставкою товарно-матеріальних цінностей до місця призначення, (транспортних, експедиторських, страхових), на підприємстві ТОВ «Ювента-Груп Україна» , ведеться на рахунку 68 «Розрахунки за іншими операціями». Ці послуги в залежності від місця розташування їх виконавця можуть бути оплачені як в національній, так і в іноземній валюті. В останньому випадку облік за рахунком ведеться в порядку, передбаченому для відображення в обліку імпорتنих операцій.

Аналітичний облік розрахунків з імпорتنих операцій на підприємстві ТОВ «Ювента-Груп Україна» здійснюється в розрізі країн, а всередині їх - в розрізі постачальників, номерів контрактів та документів (рахунків) до сплати [17, с. 17]. Аналітичний облік імпорتنих поставок, на підприємстві ТОВ «Ювента-Груп Україна» ведеться за місцями зберігання і обліковими (товарними) партіями, при визначенні ознак яких береться до уваги: характер товару, можливість зберігання партії в процесі перевезення, перевалки,

зберігання вантажу. Отже імпортна діяльність на підприємстві «Ювента-Груп Україна» ведеться відповідно до вимог чинного законодавства України.

Висновки до розділу 2

Дослідження механізму управління імпортною діяльністю ТОВ «Ювента-Груп Україна» дозволяє зробити наступні висновки.

По-перше, базою для написання дипломної роботи було обране товариство з обмеженою відповідальністю «Ювента-Груп Україна». Компанія Ювента-Груп займається проектуванням, будівництвом і монтажем, сервісним, гарантійним і пост гарантійним обслуговуванням басейнів, автономних біологічних станцій очищення стічних вод, станцій очищення питної води, саун, хаммамів, фонтанів і штучних садових ставків. Компанія «Ювента-Груп» є імпортером своєї продукції, і відповідно може самостійно регулювати ціни на обладнання.

По-друге, аналіз економічних показників підприємства «Ювента-Груп Україна» показав, що чистий прибуток ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2018 рік у порівнянні з 2017 роком зменшився на 76,2% за рахунок збільшення витрат на собівартість продукції і становив 109,4 тис. грн. Знос основних засобів за 2017 рік збільшився на 141,5 % а за 2018 рік на 58,6%. Проаналізувавши платоспроможність підприємства ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2018 р. можна зробити висновок, що коефіцієнти платоспроможності не задовольняють нормативне значення, оскільки підприємство неефективно використовує свої активи і не вчасно сплачує зобов'язання і борги, а якщо збільшити власні обігові кошти та позбавитися від основних недоліків роботи підприємства, то воно зможе погасити всі свої борги, і стати платоспроможним. Аналіз коефіцієнтів ліквідності показав, що більшість з них не задовольняють нормативні значення і деякі з них навіть не наближаються до нього, що свідчить про неліквідність підприємства. Рентабельність підприємства на 2018 рік становить 7%, позитивні зрушення є,

але відсоток рентабельності дуже низький, оскільки чистий прибуток значно менше за витрати.

По-третє, імпорт за 2018 рік збільшився на 21% це свідчить про розширення постачальників та ринків збуту продукції. Товари для підприємства імпортуються переважно з Європи та Китаю. Найбільше товарів імпортовано з Китаю та Франції, 22% і 21% відповідно. 16 % імпорту з Німеччини та 14% з Туреччини. Найменшу частку імпорту займають Бельгія (4%), Італія (6%), Іспанія (13%), Нідерланди (4%).

По-четверте, для аналізу ефективності імпортової роботи підприємства ТОВ «Ювента-Груп Україна» на ринку було проведено SWOT-аналіз. І в якості висновку керівникам ТОВ «Ювента-Груп Україна» можна рекомендувати пошук нових, більш вигідних постачальників та вигідні умови поставки, визначення чіткої стратегії підприємства, пошук нових клієнтів та розробка ефективних маркетингових заходів.

РОЗДІЛ 3. ПРІОРИТЕТИ ОПТИМІЗАЦІЇ ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЮВЕНТА-ГРУП УКРАЇНА»

3.1. Основні напрями оптимізації імпоротної діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна»

Актуальність оптимізації імпоротної діяльності полягає в тому, що імпортна діяльність завжди була важливою складовою частиною стабілізації господарської діяльності як на рівні галузі, так на рівні національної економіки в цілому. Тому організація імпоротної діяльності підприємства ТОВ «Ювента-Груп Україна» - дуже складна та відповідальна робота. Вона вимагає уважного опрацювання таких питань як кон'юнктура ринку, оцінка потенціальних конкурентів, встановлення ділових контактів з покупцями, проведених переговорів, підписання угод і т.п.

Основні проблеми, які характерні для сучасних підприємств України, що здійснюють імпортну діяльність для ТОВ «Ювента-Груп Україна» в тому числі є:

- недостатній контроль за оперативністю подачі даних про фінансово-господарську діяльність підрозділів;
- незважаючи на збільшення автоматизації ведення документації, все одно на деяких підприємствах виконується великий обсяг ручної праці при передачі даних, що може призвести до затримок в логістичних ланцюгах.

При дослідженні основних проблем імпоротної діяльності підприємств промислових груп товариств велику увагу варто приділити оцінці ефективності імпорту. При оцінці ефективності імпорту на рівні всієї економіки розраховуються три типи показників: показники валютної ефективності; показник абсолютної ефективності; показники економічного ефекту від імпорту [33].

На ефективність імпорту підприємства «Ювента-Груп Україна» впливають як зовнішні (численні конкуренти, технологічні зміни), так внутрішні фактори (оцінка плану поставок, розрахунок безбиткової зовнішньоторговельної ціни імпортного товару народного споживання).

Проаналізувавши фактори, які впливають на імпорту діяльність аналізованого підприємства можна сформулювати рекомендації, які дозволять удосконалити даний вид діяльності. З боку держави необхідно спростити систему оподаткування для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, які ввозять на митну територію України комплектуючі для виробництва з подальшою реалізацією вже готової продукції на внутрішньому ринку. Також необхідно безпосередньо провести комплекс дій, щодо оптимізації імпорту. Для цього необхідно ретельно шукати постачальників з більш вигідними умовами поставок, використовувати можливі засоби страхування валютних ризиків, організувати та здійснювати контроль за потрібними строками поставок, організувати необхідне транспортне забезпечення [39].

Експортні та імпорту операції, як складові частини зовнішньої торгівлі є найважливішими джерелами досягнення одержання прибутку держави. Тільки використовуючи знання і досвід, які були накопичені протягом тривалого часу можна досягти максимальної ефективності імпортуних та експортних операцій, що в свою чергу максимізує рівень прибутку.

Таким чином, якщо в країні будуть створені відповідні умови для того, щоб підприємства могли розвиватись в зовнішній сфері, якщо держава буде підтримувати і розвивати ЗЕД на національному рівні, то і управління зовнішньоекономічною діяльністю буде значно ефективніше. Щоб досягти найбільшого економічного ефекту від ЗЕД, підприємству ТОВ «Ювента-Груп» потрібно імпортувати товари, які складали б велику статтю витрат, якщо робити їх власне виробництво на національному рівні.

Управління імпортуними 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. Основні завдання аналізу управління імпортними операціями підприємства є:

- вивчення характеристик зовнішнього ринку;
- аналіз потенційних можливостей ринку;
- аналіз розподілу часток ринку між ТОВ «Ювента-Груп Україна» та його конкурентами;
- аналіз особливостей збутової діяльності;
- вивчення товарів конкурентів;
- короткострокове та довгострокове прогнозування;
- вивчення реакції конкурентів на зміну ринкових умов;
- визначення політики цін на іноземному ринку[18].

У результаті аналізу управління імпортними операціями підприємства необхідно розробити рекомендації щодо удосконалення імпортної діяльності на базі дослідження основних напрямків розвитку з огляду на існуючий ресурсний потенціал підприємства. Аналізуючи існуючу стратегію імпорту на підприємстві, необхідно оцінювати її ефективність та доцільність з огляду на здатність забезпечувати підприємство стійкими конкурентними перевагами та приносити додатковий прибуток. Значна кількість стратегічних рішень, які приймаються менеджерами різних ланок, лежать в основі міжнародної діяльності суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.

Правильність вибору стратегії ТОВ «Ювента-Груп Україна» полягає в наступному:

- ефективне донесення до працівників інформації щодо стратегічного напрямку діяльності компанії для забезпечення розуміння і підтримки у процесі реалізації стратегії;
- своєчасне, систематичне, повне та раціональне забезпечення реалізації стратегії необхідними ресурсами відповідної якості та кількості;
- формування стратегічного плану дій, який складається з певних цілей та цільових настанов, можливість фіксації досягнення кожної визначеної цілі.

Можливі шляхи удосконалення організації та підвищення ефективності імпорتنих операцій підприємства «Ювента-Груп Україна» характеризуються необхідністю поліпшення роботи з пошуку більш вигідних постачальників і застосування засобів страхування валютних ризиків. Необхідно укласти контракти з більш вигідними умовами постачання. Однак, терміни постачання повинні бути мінімальними, постачання повинне відбуватися без збоїв. Бажано, щоб термін сплати після реалізації продукції був щонайменший, тоді буде меншою дебіторська заборгованість й період обігу грошових коштів. Процес реалізації стратегії передбачає, що на кожному рівні управління керівництвом підприємства будуть виконуватись закріплені за ним функції [49].

При аналізі ефективності стратегії імпорту ТОВ «Ювента-Груп Україна» доцільно:

- оцінити імпортні витрати при реалізації стратегії;
- розрахувати чистий дохід (виручку) від реалізації імпоротної продукції підприємством «Ювента-Груп Україна»;
- оцінити економічну ефективність за основними показниками зовнішньоекономічної діяльності підприємства «Ювента-Груп Україна»;
- оцінити ефективність основних показників рентабельності досліджуваного підприємства;
- оцінити фінансові результати діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна»;
- оцінити ступінь ризику при здійсненні імпоротної діяльності аналізованого підприємства.

Для збільшення ефективності та рентабельності імпорتنих контрактів, що підписано підприємством ТОВ «Ювента-Груп Україна» необхідно:

- провести моніторинг постачальників, з метою визначення найбільш ефективного варіанту, що буде задовольняти підприємство по співвідношенню ціна якість;
- моніторинг внутрішнього ринку країни з метою пошуку необхідних товарів (закупівля товарів на внутрішньому ринку, від вітчизняних

постачальник, частіше за все є більш вигідною, ніж закупівля аналогічної продукції за кордоном);

- створення аналітичного відділу, для проведення попередньої оцінки та аналізу імпорتنих операцій;

- здійснення імпоротної діяльності тільки в тому випадку, коли вона є ефективною відповідно до проведеної оцінки [21].

В останні роки все більше значення отримує орієнтація вітчизняних підприємств на зарубіжні ринки з метою стабілізації свого економічного становища. В цих умовах в ТОВ «Ювента-Груп України» необхідно проводити роботу з дослідження ринку, прогнозування розвитку подій у зовнішньому середовищі, глибоко аналізувати стан та імпорتنу діяльність підприємства і на цій основі приймати обґрунтовані стратегічні рішення, спрямовані на забезпечення міцних позицій на ринку[56].

Необхідність адаптації підприємства до зовнішніх умов, посилення конкурентної боротьби, з одного боку, висока швидкість старіння ринкової інформації, з другого, визначають необхідність формування нових наукових підходів до виміру та оцінки діяльності підприємства, до повного використання потенціалів підприємств, зокрема конкурентного. Імпортна політика підприємства «Ювента-Груп» повинна бути спрямована на підвищення ефективності фірми, тому що в сфері надання послуг остаточно виявляються всі зусилля маркетингу з підвищення прибутковості. Пристосовуючи мережу під споживача, підприємство має більше шансів вистояти в конкурентній боротьбі. Саме в даній сфері підприємець знаходиться ближче до покупця. Для ефективної дії на споживача потрібне вживання особливих методів. Звичайно саме на стимулювання покладається задача пошуку прийомів, відповідних кожній стадії в процесі збуту.

Оскільки, головною метою будь-якого підприємства є отримання максимального прибутку, то імпортній діяльності повинно надаватися якомога більше уваги. На підприємстві «Ювента-Груп Україна» повинна бути добре організована служба маркетингу, що займається шляхами просування своєї

продукції на ринку вільної конкуренції. Специфіка сучасного бізнес-середовища проявляється в тому, що підприємству доводиться конкурувати з національними та іноземними виробниками не лише на зовнішніх, а й на внутрішніх ринках.

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

Для створення стійкої конкурентної переваги ресурси ТОВ «Ювента-Груп Україна» мають відповідати певним вимогам, а саме: якості, під якою розуміється здатність окремого ресурсу підприємства або їх сукупності відповідати умовам внутрішнього середовища підприємства з метою найбільш ефективного його використання; стійкості до зовнішніх загроз, яка розглядається як здатність окремого ресурсу підприємства або їх сукупності запобігати загрозам, які виникають у зовнішньому середовищі [37].

На сьогодні далеко не всі вітчизняні підприємства готові до ведення конкурентної боротьби. Навіть маючи конкурентоспроможну продукцію, деякі підприємства не можуть реалізувати цю перевагу через відсутність практики використання всього комплексу засобів конкурентної боротьби: цінової політики, ефективних методів стимулювання, створення позитивного іміджу тощо. За таких умов підприємствам необхідно правильно оцінити ринкове середовище та власні можливості щодо забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності [11].

Основою ефективної діяльності підприємства «Ювента-Груп Україна» в умовах ринкових відносин є розробка економічної стратегії його розвитку. Конкурентна стратегія як важлива складова загальноекономічної стратегії

підприємства покликана визначити головні аспекти управління конкурентоспроможністю продукції з урахуванням якомога більшої кількості чинників, що впливають з характеру діяльності підприємства[62].

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

3.2. Обґрунтування заходів з удосконалення управління імпортними операціями ТОВ «Ювента-Груп Україна»

Виходячи з наявних слабких сторін ТОВ «Ювента-Груп Україна» були розроблені заходи щодо розвитку імпортної діяльності. Аналіз діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна» показав, що в зв'язку з недостатньою широтою асортименту доцільно його розширити. Розширення асортименту дозволить залучити нових клієнтів, створити сприятливі умови постійним покупцям, і, відповідно, збільшити обсяг реалізації і в кінцевому підсумку прибуток організації. Це обумовлено як прогнозованою ємністю ринку матеріалів для створення басейнів під ключ, так і конкурентними перевагами і підприємства.

Компанія Ювента Груп працює 17 років на ринку проектування та будівництва басейнів на території України. Завдяки інноваційним технологіям, високоякісним матеріалам і досвіду фахівців ТОВ «Ювента-Груп Україна» завоювала лідируючі позиції на ринку та визнання клієнтів. Підприємство використовує сучасні розробки в області проектування і будівництва басейнів та фонтанів, оскільки однією з головних задач спеціалістів компанії вивчати тренди цього ринку та йти в крок з сучасними технологіями, які вже давно існують в Європі.

Ювента Груп пропонує повний комплекс послуг при будівництві басейну, включаючи поставку обладнання від виробника.

1й етап – Дизайн проекту.

2й етап – Технічний проект басейна.

3й етап – Поставка обладнання для басейна.

4й етап – Будівництво басейна.

5й етап – Сервіс та обслуговування басейна.

Етапи будівництва робіт ТОВ «Ювента-Груп Україна» зображені на рисунку 3.1.



Рис. 3.1. Етапи будівництва робіт ТОВ «Ювента-Груп Україна»[80]

ТОВ «Ювента-Груп Україна» є офіційним дилером відомих компаній з Європи та Азії, таких як «Oase» (Бельгія), «Procori» (Франція), «Tector» (Італія), «XLHoldingGroup» (Китай), «CAROBBIOS.r.l.» (Італія), «StarNavuzveBilisim» (Туреччина), «I. D. Electronica» (Іспанія), «GemasGeneralMuhendislikMekanik» (Туреччина) та багато інших. Оскільки Ювента Груп є імпортером обладнання для будівництва басейнів та фонтанів, це дозволяє компанії робити не малі знижки своїм замовникам і створювати мережу партнерів (басейнах компаній) у різних містах України.

Основний асортимент товару, з яким працює ТОВ «Ювента-Груп Україна», складають будівельні матеріали та обладнання для створення басейнів, фонтанів та саун. Ретельно відстежуючи новітні пропозиції на Європейському, Азіатському і Американському ринку, компанія може запропонувати клієнтам щось унікальне, чого ще немає на українському і російському ринку. Ювента Груп може запропонувати безмежні можливості в

галузі проектування та будівництва басейнів за рахунок розширення асортименту продукції.

На рис. 3.2 зображено повний комплект обладнання який використовується при будівництві.

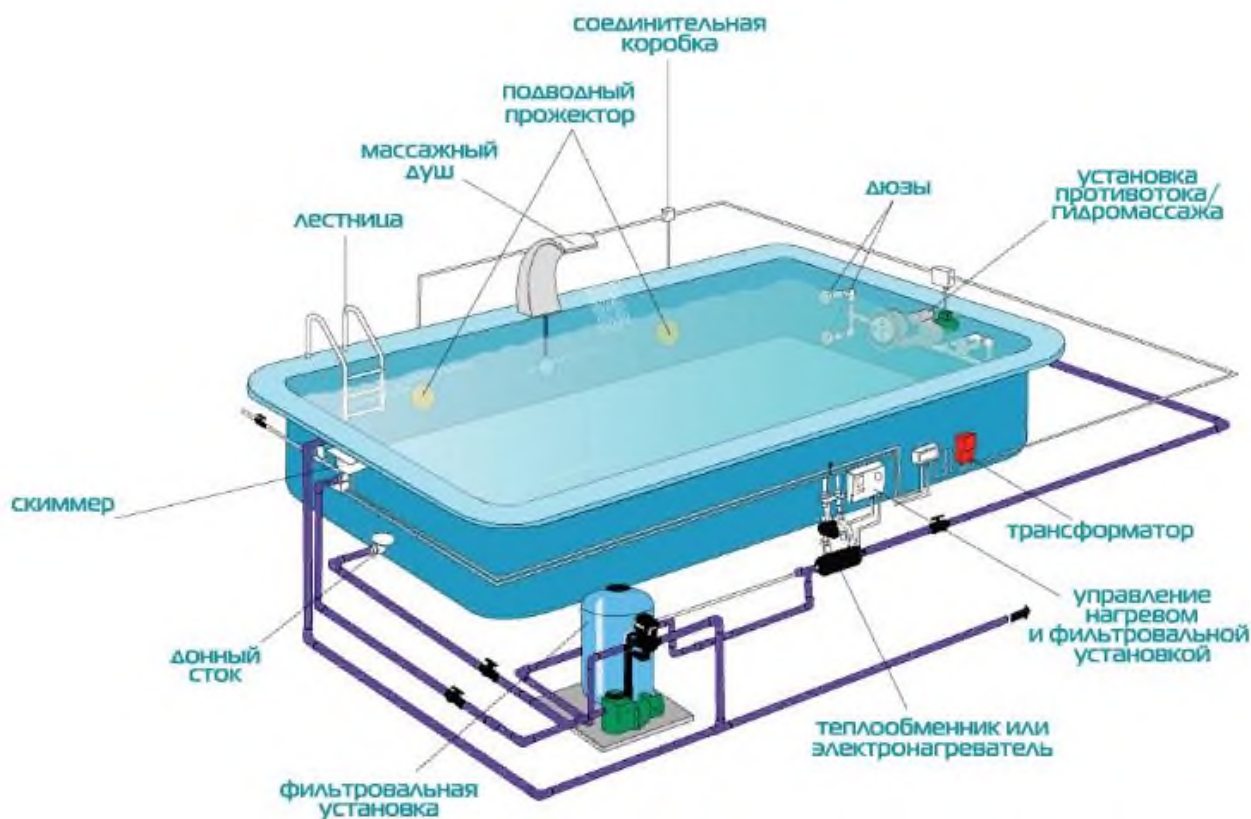


Рис 3.2 Повний комплект обладнання для басейну [80]

В таблиці 3.1. представлено стандартний комплект обладнання для установки басейну під ключ, який імпортує ТОВ «Ювента-Груп Україна».

Таблиця 3.1.

Обладнання для басейну, яке імпортує ТОВ «Ювента-Груп Україна»

| Назва продукції | Країна імпортер | Ціна за од. євро | Дата випуску | Новизна, % |
|-----------------------|-----------------|------------------|--------------|------------|
| Фільтрована установка | Англія | 872 | 2019 | 100 |
| Донний стік | Китай | 650 | 2018 | 100 |
| Скиммер | Франція | 44 | 2018 | 100 |
| Сходишки | Туреччина | 120 | 2015 | 0 |
| Масажний душ | Німеччина | 1425 | 2018 | 100 |

Продовження таблиці 3.1.

| | | | | |
|---------------------------------|-----------|-------|------|-----|
| Провідний прожектор | Туреччина | 260 | 2018 | 100 |
| З'єднувальна коробка | Франція | 1130 | 2018 | 100 |
| Дюзи (2 шт) | Німеччина | 18 | 2016 | 0 |
| Протитечія | Німеччина | 2567 | 2019 | 100 |
| Гідромасаж | Бельгія | 1455 | 2018 | 100 |
| Трансформатор | Туреччина | 1670 | 2016 | 0 |
| Теплообмінник (електронагрівач) | Італія | 713 | 2019 | 100 |
| Разом | | 10924 | | 75% |

На основі даних, наведених в таблиці 3.1. можна розрахувати відсоток новизни обладнання для басейну. Нова продукція вважається та, яка була випущена з 2018 року до сьогодні, випущена продукція до 2018 є застарілою, та потребує удосконалення. Отже, для повного комплекту обладнання для басейну використовується 75 % інноваційних деталей. Це є досить не поганий показник у порівнянні з конкурентами. Відсоток новизни повного комплекту обладнання для будівництва басейна наведений у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Новизна продукції компаній конкурентів

| Назва компанії | Відсоток новизни |
|----------------|------------------|
| Aqua Group | 76% |
| Лео-Трейд | 44% |
| Гідромонтаж 1 | 67% |
| Моє море | 31% |

З таблиці видно що найбільшим конкурентом в інноваційній сфері для підприємства Ювента Груп є компанія Aqua Group, оскільки відсоток новизни в цій компанії складає 76%., що на 1 % більше ніж в Ювента Груп. Інші компанії конкуренти значно відстають у цій сфері.

Для покращення обслуговування клієнтів компанії «Ювента-Груп Україна» та підвищення ефективності імпорту пропонується розширити асортимент імпортованої продукції, а саме закуповувати терасну дошку для облаштування зони навколо басейнів.

Проаналізувавши ринок та потреби клієнтів було прогнозовано, що за звітний період ТОВ «Ювента-Груп Україна» зможе реалізувати приблизно 9000 квадратних метрів терасної дошки. Складемо прогноз на те, як зміниться фінансовий стан підприємства при реалізації 9000 м² терасних дошок. При розгляд цін на терасні системи, які пропонують постачальники було виявлено, що ціна за м² коливається від 285 до 2260 грн. в залежності від постачальника. Проаналізувавши ринок, співвідношення ціни та якості і умов поставки було обрано співпрацювати з бельгійською компанією Bruggan. Терасні системи Bruggan, орієнтовані на міжнародний ринок, виготовляється з високоякісної сировини, завдяки чому Bruggan показав себе одним з кращих виробників композитних терасових систем. Обрана терасна система виготовлена з екологічно чистих, міцних і стійких до агресивного зовнішнього середовища матеріалів.

Необхідно спрогнозувати середню ціну реалізації 1 м² плитки на основі вивчення тенденції цін у постачальників за третій квартал 2019 року. У таблиці 3.3. наведено розподіл середньої ціни на терасну дошку за 3 місяці 4 кварталу 2019 року.

Таблиця 3.3.

Розподіл середньої ціни на терасну дошку, грн.

| 1 місяць 4 квартала 2019 г. | 2 місяць 4 квартала 2019 г. | 3 місяць 4 квартала 2019 г. |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| 637 | 693 | 672 |

З огляду на певну стабільність в зміні цін на терасну дошку, прогноз на перший місяць 1 кварталу 2020 року можна визначити на основі середньорічного розрахованого темпу зростання цін за формулою:

$$T_p = n-1 \sqrt[n]{\frac{Y_n}{Y_1}} \cdot 100 = 2 \sqrt[2]{\frac{672}{637}} \cdot 100 = 102,7\%. \quad (3.1)$$

Тобто щодо останнього місяця 4 кварталу 2019 р варто очікувати підвищення середньої ціни на терасну дошку на 2,7%, за отриманим прогнозом вона встановиться на рівні 690 грн. за 1 м2. Таким чином, в 2020 році планується реалізувати 9000 м2 терасної дошки на суму 6210 тис. грн. при середній ціні 690 грн. за 1 м2. Розширення асортименту дозволить в подальшому збільшити прибуток організації і залучити нових клієнтів.

Заходи з удосконалення імпортої діяльності підприємства ТОВ «Ювента-Груп Україна» за рахунок поліпшення відносин з постачальниками.

В ході аналізу діяльності організації ТОВ «Ювента - Груп Україна» визначені невикористані можливості в роботі з партнерами. Зокрема, організація не використовує знижки, надані постачальниками за передоплату. При розгляді умов, пропонованих постачальниками при укладанні зовнішньоторговельних контрактів було виявлено, що всі постачальники надають певні знижки на товари, що реалізуються за умови їх купівлі з передоплатою, розмір якої становить не менше 25% від загальної вартості угоди. Мінімальний розмір наданих постачальниками знижок становить 3% від загальної вартості товару. Основним позитивним результатом впровадження цього заходу буде зниження собівартості товару, що купується за рахунок одержуваної знижки. Зниження собівартості товару позитивно позначиться на розмірі валового прибутку організації.

Для реалізації даного заходу ТОВ «Ювента-Груп Україна » необхідно внести зміни до контрактів з постачальниками, що дозволить в подальшому користуватися перевагами у вигляді знижки при закупівлі товарів за передоплатою. Впровадження даного заходу зажадає тимчасових витрат на зміни в контрактах. Використання наданої знижки за передоплату зробить більш ефективними взаємини з постачальником і підвищить договірну дисципліну.

Заходи з розвитку імпоротної діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна» за рахунок залучення нових покупців з використанням послуг call-центру.

В рамках розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна» однією з важливих проблем є взаємодія з покупцями і зокрема залучення нових покупців. Для вирішення зазначеної проблеми пропонується використовувати аутсорсинг. Найбільш ефективним є використання послуг call-центру. Call-центр - спеціалізована організація або відокремлений підрозділ в організації, що займаються обробкою звернень та інформуванням по голосовим каналах зв'язку в інтересах організації-замовника або головної організації [78].

Більшість компаній використовують центри по обробці дзвінків для спілкування зі своїми клієнтами, для організації і супроводу процесів продажів продуктів і послуг, організації сервісного обслуговування, «першої лінії» технічної підтримки. Також call-центрам може бути поставлена функція взаємодії з підрядниками, постачальниками. Використання послуг call-центру надає можливість сформуванню бази даних по реально діючим фірмам і організаціям, які зацікавлені в покупці товарів, що імпортуються ТОВ «Ювента-Груп Україна». Головною метою використання послуг call-центру є виявлення та залучення нових клієнтів, які бажають придбати товари, імпортовані ТОВ «Ювента-Груп Україна». Оператори в ході розмови можуть призначати зустрічі між клієнтами і менеджерами організації, переадресовувати найбільш результативні дзвінки потенційних клієнтів на менеджерів, а також надають потенційному клієнту інформацію про ТОВ «Ювента-Груп Україна», про основні характеристики товарів.

При вивченні інформації про call-центрах, які здійснюють свою діяльність в Києві, було виявлено, що для цілей організації більше всіх підходить call-центр «ContactCall». Вартість послуг даного call-центру становитиме 24000 грн щомісяця. Таким чином протягом року витрати на цей захід складуть 288 тис. грн.

Основним позитивним ефектом використання послуг call-центру виступить збільшення обсягів реалізації імпортованих товарів, що буде

обумовлено збільшенням кількості клієнтів організації. Експертним шляхом було встановлено, що використання послуг call-центру дозволить збільшити обсяг реалізації за рахунок залучення нових клієнтів в середньому на 12%.

3.3. Оцінка ефективності реалізації запропонованих заходів

Процес здійснення імпортової діяльності є надзвичайно складним на будь-якому підприємстві. Для визначення ефективності подальшого здійснення такого роду діяльності, порівнянні досягнутих результатів із попередніми періодами доцільно здійснювати оцінку ефективності імпортової діяльності підприємства. Для цього існують ряд показників, які відображають ефективність здійснення того чи іншого виду імпортової операції на підприємстві. Процес оцінки ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю є доволі змістовним та повним, але при цьому слід враховувати особливості кожного підприємства та специфіку його імпортової діяльності.

Ефективність імпортової діяльності на рівні фірми визначається перш за все на основі аналізу прибутковості імпортової операції шляхом зіставлення доходів і витрат, планових завдань і їх виконання. Також ефективність імпортової діяльності визначається шляхом аналізу ринкової частки, підвищення ступеня популярності торгової марки товару і фірми, збільшення числа її покупців і контрагентів і т.д.

Економічне обґрунтування прийнятих рішень з управління імпортової діяльності підприємств може здійснюватися з використанням різних методів. Досить поширений у світовій практиці факторний підхід, сутність якого полягає в пошуку чинників, що впливають на ефективність імпортової, і встановленні з використанням математичного інструментарію взаємозв'язку між виявленими факторами і результатом розвитку імпортової діяльності підприємства.

Для ТОВ «Ювента-Груп Україна» бути більш ефективним - це значить отримувати більший результат на тих же ресурсах, або отримувати такий же

результат на менших ресурсах. На практиці найпростішим способом визначення ефективності імпортною діяльністю є розрахунок різних показників економічної ефективності на основі порівняння результатів, що досягаються економічних результатів з витратами ресурсів їх досягнення. Для прийняття рішення про вибір методу аналізу імпортного контракту необхідно розглянути істотні фактори його ефективності. На рисунку 3.3. зображено взаємозв'язок критерію, методів аналізу та факторів ефективності контракту.

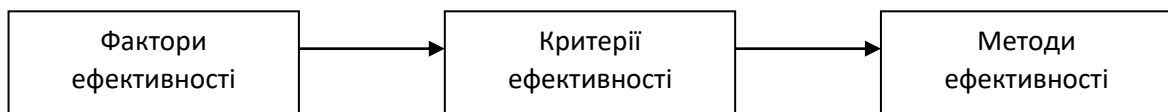


Рисунок 3.3 Взаємозв'язок критерію, методів аналізу та факторів ефективності контракту[87].

Істотні чинники ефективності імпортного контракту обумовлені його економічним змістом - це ввезення товару імпортного виробництва на митну територію країни-імпортера, після укладення контракту на його закупівлю. Імпортний контракт на закупівлю товарів являє собою контракт купівлі-продажу готової продукції в іноземного виробника або торгового посередника. Виконання контракту на закупівлі передбачає авансування в нього грошових коштів, або інших ліквідних активів, тобто оборотного капіталу. Якщо взяти до уваги основні критерії ефективності комерційних угод і специфіку змісту і виконання імпортного контракту, то найбільш загальними факторами його ефективності можна вважати наступні [35]:

1. ступінь ефективності ринку збуту фірми-імпортера;
2. істотні умови договору купівлі-продажу імпортного товару;
3. обмежуючі фактори, які спричиняють бюджет контракту.

В таблиці 3.4. Представлені фактори першого та другого порядку ефективності контракту на імпорт для ТОВ «Ювента-Груп Україна».

Фактори ефективності контракту на імпорт для ТОВ «Ювента-Груп
Україна»

Таблиця 3.4

| Фактори першого порядку | Фактори другого порядку |
|--|---|
| 1. Ступінь ефективності ринку збуту ТОВ «Ювента-Груп Україна» | 1.1. Рівень рентабельності продажів імпортного товару на підприємстві «Ювента-Груп Україна» |
| | 1.2. Рівень інфляції національної валюти |
| 2. Істотні умови договору купівлі-продажу імпортного товару підприємств постачальників для ТОВ «Ювента-Груп Україна» | 2.1. Тривалість комерційного циклу контракту з ТОВ «Ювента-Груп Україна» |
| | 2.2. Умови оплати імпортного товару |
| | 2.3. Натурально-речова форма предмета контракту |
| | 2.4. Розмір внутрішніх витрат за контрактом |
| 3. Граничні фактори (бюджет контракту) | 3.1. Потреба в оборотному капіталі і його ціна |
| | 3.2. Ринкова ціна продажу імпортованої підприємством продукції |
| | 3.3. Розмір зовнішніх витрат за контрактом з постачальниками для ТОВ «Ювента-Груп Україна» |
| | 3.4. Рівень митного оподаткування |

Єдиним способом подолання зазначених обставин є розробка системи прийомів, що дозволяють зберегти діяльність підприємства і підтримувати ефективну торгівлю навіть при форс-мажорних обставинах. До зазначених прийомів, зокрема, належать такі: зміна спеціалізації фірми-імпортера (в разі введення ліцензування імпорту, зміни ставок митних зборів), підвищення продажних цін в національній валюті (в разі різкого знецінення гривні), реєстрація вже укладених контрактів в уповноважених державних органах в рамках наданих ними термінів з метою виконання їх але раніше діючим законодавством. Істотні умови контракту на імпорт і обмежувальні фактори у

своїй сукупності зумовлюють бюджет імпоротної угоди, тобто її основні змінні: суму оборотного капіталу, суму митних платежів, суму внутрішніх і зовнішніх витрат, прогнозований обсяг продажів і прибутку, критичний рівень продажної ціни [64].

Економічне обґрунтування заходів щодо вдосконалення імпоротної діяльності підприємства за рахунок розширення асортименту.

Аналіз діяльності ТОВ «Ювента-Груп» показав, що доцільно буде розширити асортимент імпортованої продукції на підприємстві. Основний асортимент товару, з яким працює підприємство складають матеріали та обладнання для виробництва та обслуговування басейнів і фонтанів. Для розширення асортименту товару, пропонується ввести таке найменування, як терасна дошка.

Складемо прогноз на те, як зміниться фінансовий стан організації при реалізації 9000 м² терасної дошки на суму 6210 тис.грн, при середній ціні 690 грн за 1 м². При цьому собівартість 1 м² плитки складе 587 грн. Таким чином, планована виручка від розширення групи асортименту –терасна дошка складе 6210 тис. грн. Валовий прибуток = 6210-5283=927 тис. грн. В результаті впровадження заходу загальний розмір виручки складе 13098,4 +6210 = 19308,4 тис.грн. Собівартість збільшиться на 5283 тис. грн і складе 12158 тис.грн.

В таблиці 3.5. проаналізовано економічні показники ефективності заходів щодо вдосконалення імпоротної діяльності підприємства ТОВ «Ювента-Груп» за рахунок розширення асортименту імпортованої продукції.

Таблиця 3.5

Економічні показники ефективності заходів щодо вдосконалення імпоротної діяльності підприємства ТОВ «Ювента-Груп» за рахунок розширення асортименту імпортованої продукції

| № з/п | Найменування показника | Одиниці виміру | До проведення заходу | Після впровадження заходу | Абсолютний приріст (+/-) | Темп зростання, % |
|-------|------------------------|----------------|----------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | Виручка | тис. грн. | 13098,4 | 19308,4 | +6210 | 147,4 |

| | | | | | | |
|----|--|-----------|-------|---------|----------|--------|
| 2 | Собівартість | тис. грн. | 6875 | 12158 | +5283 | 176,84 |
| 3 | Валовий прибуток | тис. грн. | 1809 | 2736 | +927 | 151,24 |
| 4 | Комерційні витрати | тис. грн. | 383 | 383 | 0 | 0 |
| 5 | Прибуток (збиток) від продажу | тис. грн. | 459,1 | 1792,76 | +2204,76 | 390,5 |
| 6 | Інші доходи | тис. грн. | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7 | Інші витрати | тис. грн. | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 8 | Прибуток (збиток) до оподаткування | тис. грн. | 559,9 | 1486,9 | +927 | 265,6 |
| 9 | Податок на прибуток | тис. грн. | 100,8 | 267,6 | +166,8 | 265,5 |
| 10 | Чистий прибуток (збиток) звітнього періоду | тис. грн. | 459,1 | 1219,3 | +760,2 | 265,6 |
| 11 | Рентабельність продажів | % | 13,8 | 14,2 | +0,4 | 103 |

В якості основних відносних показників фінансової діяльності виступає рентабельність і розраховується по формулі (3.2):

$$\text{Рентабельність: } P = \text{ВП} / \text{ВР} * 100 \quad (3.2)$$

До проведення заходу:

$$\text{Рентабельність: } P = 1809/13098,4 * 100 = 13,8\%.$$

Після проведення заходу:

$$\text{Рентабельність: } P = 2736/19308,4 * 100 = 14,2\%.$$

Згідно з отриманими даними, випереджаючі темпи зростання виручки над темпами зростання собівартості є причиною збільшення чистого прибутку організації. Так само спостерігається зростання рентабельності з 52,5% до 63%,

отже після впровадження заходу рентабельність продажів збільшиться на 10,5%. Виходячи з цього захід варто визнати економічно обґрунтованим і рекомендувати до впровадження в ТОВ «Ювента-Груп Україна».

Економічне обґрунтування заходів щодо вдосконалення імпортової діяльності за рахунок поліпшення відносин з постачальниками. В ході аналізу діяльності підприємства «Ювента-Груп Україна» визначені невикористані можливості в роботі з партнерами. Зокрема, організація не використовує знижки, надані постачальниками за передоплату. Умовою надання знижок є оплата товару, що купується в формі передоплати в розмірі не менше 25% від загальної вартості товарів, а не в формі відстрочки платежу, яка має місце в діючих договорах. Впровадження даного заходу спричинить тимчасові витрати на зміни в контрактах, а також невеликі фінансові витрати за послуги юриста (12500 грн). Мінімальний розмір наданої партнерами знижки становить 3% від вартості товару. Впровадження даного заходу призведе до зниження собівартості на 3% (розмір наданої знижки). Таким чином, після впровадження заходу собівартість складе 6668,75 тис. грн.

Зниження собівартості на 206,25 тис. грн. при попередньому розмірі виручки призведе до зростання валового прибутку до 2015,25 тис. грн, що на 111,4% більше, ніж в попередньому періоді. При незначному зростанні комерційних витрат (вартість послуг юриста) чистий прибуток збільшиться на 158,9 тис. грн. В таблиці 3.6. проаналізовані економічні показники ефективності заходів щодо вдосконалення імпортової діяльності підприємства «Ювента-Груп Україна» за рахунок поліпшення відносин з постачальниками.

Таблиця 3.6

Економічні показники ефективності заходів щодо вдосконалення імпортової діяльності підприємства «Ювента-Груп Україна» за рахунок поліпшення відносин з постачальниками

| № з/п | Найменування показника | Одиниці виміру | До проведення заходу | Після впровадження заходу | Абсолютний приріст (+/-) | Темп зростання, % |
|-------|------------------------|----------------|----------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|
|-------|------------------------|----------------|----------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|

| | | | | | | |
|----|---|-----------|---------|---------|---------|-------|
| 1 | Виручка | тис. грн. | 13098,4 | 13098,4 | 0 | 100 |
| 2 | Собівартість | тис. грн. | 6875 | 6668,75 | -206,25 | 97,00 |
| 3 | Валовий прибуток | тис. грн. | 1809 | 2015,25 | +206,25 | 111,4 |
| 4 | Комерційні витрати | тис. грн. | 383 | 395,5 | +12,5 | 103,3 |
| 5 | Прибуток (збиток) від продажу | тис. грн. | 459,1 | 652,85 | +193,75 | 142,2 |
| 6 | Інші доходи | тис. грн. | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7 | Інші витрати | тис. грн. | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 8 | Прибуток (збиток) до оподаткування | тис. грн. | 559,9 | 753,65 | +193,75 | 134,6 |
| 9 | Податок на прибуток | тис. грн. | 100,8 | 135,65 | +34,85 | 134,6 |
| 10 | Чистий прибуток (збиток) звітного періоду | тис. грн. | 459,1 | 618,00 | +158,9 | 134,6 |
| 11 | Рентабельність продажів | % | 13,8 | 15,4 | +1,6 | 11,6% |

В якості основних відносних показників фінансової діяльності виступає рентабельність і розраховується по формулі:

$$\text{Рентабельність: } P = \text{ВП} / \text{ВР} * 100 \quad (3.2)$$

До проведення заходу:

$$\text{Рентабельність: } P = 1809/13098,4 * 100 = 13,8\%.$$

Після проведення заходу:

$$\text{Рентабельність: } P = 2015,25 / 13098,4 * 100 = 15,4\%.$$

Згідно з отриманими даними, випереджаючі темпи зростання виручки над темпами зростання собівартості є причиною збільшення чистого прибутку

організації. Так само спостерігається зростання рентабельності продажів з 13,8% до 15,4%, отже після впровадження заходу рентабельність продажів збільшиться на 1,6%. Виходячи з цього захід варто визнати економічно обґрунтованим і рекомендувати до впровадження в ТОВ «Ювента-Груп Україна».

Оцінка ефективності заходів щодо вдосконалення імпортової діяльності за рахунок залучення нових покупців з використанням послуг call-центру. Для розвитку імпортової діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна» необхідно вдосконалити взаємодію з покупцями і зокрема залучити якомога більше нових клієнтів. Для вирішення зазначеної проблеми пропонується використовувати аутсорсинг. Найбільш ефективним є використання послуг call-центру. При вивченні інформації про call-центри, які надають послуги в Києві, було виявлено, що для цілей організації більше всіх підходить call-центр «ContactCall».

Перед початком співпраці компанії з call-центром «ContactCall» здійснюється створення декількох скриптів (сценаріїв) для комунікації з клієнтами. Співробітники фірми і оператори ContactCall розробляють схему питань і відповідей. В ході обробки заявок на основі аутсорсингу оператори будуть дотримуватися намічених в скриптах сценаріїв. В рамках підготовчого етапу визначається ціна сервісу, висвітлюються питання, пов'язані зі специфікою товарів або послуг, намічаються основні лінії діалогу. Співробітники контакт центру проходять додаткову підготовку, а в процесі надання послуги аутсорсингу алгоритми комунікації можуть коригуватися. Сервіс служби обробки замовлень, пропонований call-центром в рамках аутсорсингу, має наступні характеристики:

- для компанії-замовника виділяється окрема телефонна лінія: або міський номер, або номер, який починається з 0-800;
- сервіс обробки звернень працює в безперервному режимі - 24/7, справляється з великим потоком дзвінків;

- для додаткового контролю та подальшої аналітики звернень діалоги між операторами колл центру і абонентами записуються;
- статистика звернень відбивається в онлайн-форматі, замовник має до неї вільний доступ через пароль.

Виробничі результати роботи call-центру з прийому заявок відображаються у вигляді статистичних даних: зведених таблиць, наочних графіків, показових діаграм. Ознайомившись з ними, замовник може виявити недоліки роботи операторів колл центру, порекомендує їх видалити, визначить середній час діалогу, швидкість обробки звернень, час очікування операторів та іншу інформацію.

Вирішивши замовити аутсорсинг прийому дзвінків ТОВ «Ювента-Груп» більше не доведеться витрачати час на їх самостійне опрацювання, консультувати покупців. Фахівці колл центру детально обробляють кожен запит, компетентно відповідають на питання, надають професійну інформаційну підтримку. Аутсорс колл центру (контакт центру) для обробки дзвінків фахівцями позбавить підприємство «Ювента-Груп Україна» від потреби брати в оренду офісне приміщення, наймати на роботу операторів або ставити додаткові обов'язки своїм співробітникам.

Вартість послуг даного call-центру становитиме 24000 грн щомісяця. Таким чином протягом року витрати на цей захід складуть 288 тис. грн. Експертним шляхом було встановлено, що використання послуг call-центру дозволить збільшити обсяг реалізації за рахунок залучення нових клієнтів в середньому на 12%.

В результаті впровадження даного заходу комерційні витрати збільшаться на 288 тис грн., Які будуть спрямовані на оплату послуг call-центру. У відповідність з прогнозом про збільшення обсягу реалізації на 12% розмір виручки збільшиться на 1571,8 тис.грн. і складе 14670,2 тис.грн. Оскільки величина собівартості залишається незмінною, то зростання валового прибутку забезпечений зростанням розміру виручки організації. В таблиці 3.7 проаналізовано економічні показники ефективності заходів щодо

вдосконалення управління імпортною діяльністю підприємства ТОВ «Ювента-Груп Україна» за рахунок залучення нових покупців з використанням послуг Call-центру

Таблиця 3.7.

Економічні показники ефективності заходів щодо вдосконалення управління імпортною діяльністю підприємства ТОВ «Ювента-Груп Україна» за рахунок залучення нових покупців з використанням послуг Call-центру

| № з/п | Найменування показника | Одиниці виміру | До проведення заходу | Після впровадження заходу | Абсолютний приріст (+/-) | Темп зростання, % |
|-------|--|----------------|----------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | Виручка | тис. грн. | 13098,4 | 14670,2 | +1571,8 | 112 |
| 2 | Собівартість | тис. грн. | 6875 | 6875 | 0 | 0 |
| 3 | Валовий прибуток | тис. грн. | 1809 | 3380,8 | +1571,8 | 186,8 |
| 4 | Комерційні витрати | тис. грн. | 383 | 671 | +288 | 175,2 |
| 5 | Прибуток (збиток) від продажу | тис. грн. | 459,1 | 1742,9 | +1283,8 | 379,6 |
| 6 | Інші доходи | тис. грн. | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7 | Інші витрати | тис. грн. | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 8 | Прибуток (збиток) до оподаткування | тис. грн. | 559,9 | 1842,7 | +1282,8 | 329,1 |
| 9 | Податок на прибуток | тис. грн. | 100,8 | 330,9 | +230,1 | 328,3 |
| 10 | Чистий прибуток (збиток) звітнього періоду | тис. грн. | 459,1 | 1511,8 | +1052,7 | 329,3 |
| 11 | Рентабельність продажів | % | 13,8 | 23 | +9,2 | 166,7 |

В якості основних відносних показників фінансової діяльності виступає рентабельність і розраховується по формулі:

$$\text{Рентабельність: } P = \text{ВП} / \text{ВР} * 100 \quad (3.2)$$

До проведення заходу:

$$\text{Рентабельність: } P = 1809/13098,4 * 100 = 13,8\%.$$

Після проведення заходу:

$$\text{Рентабельність: } P = 3380,8 / 14670,2 * 100 = 23\%.$$

Після впровадження заходів щодо послуг call-центру виявлено значне зростання рентабельності з 13,8% до 23%. Це спричинено значним зростанням розміру валового прибутку, яка збільшилася на 1571,8 тис.грн. (на 186,8%) і склала 3380,8 тис. грн. За підсумками проведеного аналізу даний захід варто визнати економічно обґрунтованим і рекомендувати до впровадження в ТОВ «Ювента-Груп Україна»

Після розрахунку економічної ефективності впровадження трьох проектних заходів на досліджуваному підприємстві доцільно представити дані в табл. 3.8.

Таблиця 3.8

Економічна ефективність проведених заходів щодо удосконалення імпортової діяльності на підприємстві «Ювента-Груп Україна»

| № з/п | Назва показника | Од. вим. | До проведення заходів | Захід 1 | Захід 2 | Захід 3 | Після впровадження заходів | Зміни | |
|-------|--------------------|-----------|-----------------------|---------|---------|---------|----------------------------|---------|-------|
| | | | | | | | | +/- | % |
| 1 | Виручка | тыс. грн. | 13098,4 | 19308,4 | 13098,4 | 14670,2 | 20880,2 | +7781,8 | 159,4 |
| 2 | Собівартість | тыс. грн. | 6875 | 12158 | 6668,75 | 6875 | 11951,8 | +5076,8 | 173,8 |
| 3 | Валовий прибуток | тыс. грн. | 1809 | 2736 | 2015,25 | 3380,8 | 4513,3 | +2704,3 | 149,5 |
| 4 | Комерційні витрати | тыс. грн. | 383 | 383 | 395,5 | 671 | 683,5 | +300,5 | 178,5 |

| | | | | | | | | | |
|----|--|--------------|-------|---------|--------|--------|--------|---------|-----------|
| 5 | Прибуток (збиток) від продажу | тыс. грн. | 459,1 | 1792,76 | 652,85 | 1742,9 | 4141,5 | +3682,3 | 902, 1 |
| 6 | Інші доходи | тыс. грн. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7 | Інші витрати | тыс. грн. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 8 | Прибуток (збиток) до оподаткув ання | тыс. грн. | 559,9 | 1486,9 | 753,65 | 1842,7 | 2963,5 | +2403,6 | 529, 3 |
| 9 | Податок на прибуток | тыс. грн. | 100,8 | 267,6 | 135,65 | 330,9 | 532,6 | +431,8 | 528, 4 |
| 10 | Чистий прибуток (збиток) звітнього періоду | тыс. грн. | 459,1 | 1219,3 | 618,00 | 1511,8 | 2430,9 | +1971,8 | 529, 5 |
| 11 | Рентабель ність продажів | % | 13,8 | 14,2 | 15,4 | 23 | 25 | +11,2 | 181, 2 |

Проаналізувавши ефективність трьох запропонованих заходів, видно, що відбувається збільшення основних фінансових показників, що відображають результати діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна». Темпи зростання виручки випереджають темпи зростання собівартості, має місце збільшення валового прибутку. Він збільшився на 2704,3 тис.грн. і склала 4513,3 тис.грн. При зростанні комерційних витрат 300,5 тис. грн., спостерігається зростання показників прибутку від продажів і чистого прибутку. Чистий прибуток

збільшився на 1971,8 тис.грн. і склав 2430,9 тис.грн. А рентабельність продажів після 3х запропонованих заходів зросла на 11,2% і становить 25%, це є досить суттєвим покращенням для підприємства. Така зміна досліджуваних показників свідчить про те, що розроблені заходи слід визнати економічно ефективними і рекомендувати до впровадження в ТОВ «Ювента-Груп Україна».

Висновки до розділу 3

Дослідження пріоритетів оптимізації імпоротної діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна» дозволяє зробити наступні висновки.

По-перше, за результатами проведення дослідження було визначено, що для ефективного керування імпоротною діяльністю на підприємстві потрібні відповідні умови його роботи структури управління. Тобто, так як умови роботи на світових ринках дуже швидко змінюються то повинна змінюватися і внутрішня структура управління зовнішньоекономічною діяльністю. Вона має бути еластичною і швидко адаптовуватися.

По-друге, щоб досягти найбільшого економічного ефекту від імпоротної діяльності, підприємству ТОВ «Ювента-Груп» потрібно імпортувати товари, які склали б велику статтю витрат, якщо робити їх власне виробництво на національному рівні.

По-третє, основні завдання аналізу управління імпортними операціями підприємства «Ювента-Груп Україна» є: вивчення характеристик зовнішнього ринку; аналіз розподілу часток ринку між ТОВ «Ювента-Груп Україна» та його конкурентами; аналіз особливостей збутової діяльності; вивчення товарів конкурентів; короткострокове та довгострокове прогнозування.

По-четверте, виходячи з виявлених в аналітичній частині дипломного проекту проблем, був розроблений і запропонований до впровадження проект заходів щодо розвитку імпоротної діяльності підприємства. Були розроблені наступні заходи:

- аналіз можливості розвитку імпортової діяльності підприємства за рахунок розширення асортименту.

- аналіз можливості розвитку імпортової діяльності за рахунок поліпшення відносин з постачальниками.

- аналіз можливості розвитку імпортової діяльності за рахунок залучення нових покупців з використанням послуг Call-центру.

По-п'яте, за результатами проведених розрахунків економічної ефективності розроблених заходів щодо вдосконалення імпортової діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна», можна зробити висновки, що впровадження запропонованих заходів призведе до зростання основних фінансових показників, що характеризують результати діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна». Виходячи з цього, слід визнати, що розроблені заходи є економічно обґрунтованими і їх можна рекомендувати до впровадження в організації.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі досліджено теоретико-методологічні засади управління імпорними операціями підприємств. Визначено що: по-перше, імпорт (імпорт товарів) - це купівля (у тому числі з оплатою у не грошовій формі) українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в іноземних суб'єктів господарської діяльності із ввезенням або без ввезення цих товарів на територію України, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установами та організаціями України, розташованими за її межами. Імпортна операція – комерційна діяльність, що пов'язана із закупівлею та ввезенням в Україну іноземних товарно-матеріальних цінностей для їх наступної реалізації на внутрішньому ринку або використовуються у виробничо-господарській діяльності. В залежності від виду операцій в Україні застосовуються різні способи обмеження імпорту: короткострокове обмеження імпорту, митний бар'єр, антидемпінгові мита.

По-друге, ввезення товарів на митну територію України в режимі імпорту передбачає:

- подання митному органу документів, що засвідчують підстави та умови ввезення товарів на митну територію України;
- сплату податків і зборів, якими обкладаються товари під час ввезення на митну територію України відповідно до законів України;
- дотримання вимог, передбачених законом, щодо заходів нетарифного регулювання та інших обмежень

По-третє, моментом здійснення імпорту вважається момент перетину товару митної території України за наявності всіх необхідних супровідних документів. Основними документами, які підтверджують факт імпорту, є: митна декларація; товарно-транспортні документи; сертифікати на товар; контракт і специфікація до нього; дозвільні документи на товар; повний перелік товарів, які буде ввозитися.

По-четверте, проаналізувавши різні класифікації, можна виокремити ключові класифікаційні ознаки та систематизувати основні різновиди імпортової діяльності так: за кількістю посередників, за цільовим призначенням, за об'єктом імпортованого продукту, за витратністю поставки, за прибутковістю (пріоритетністю) імпортової діяльності, за регулярністю, за масштабністю, за асортиментом, за характером попиту на товари, за кінцевою метою імпорту, за кількістю імпортних операцій.

По-п'яте, удосконалення ефективності імпортних операцій для підприємств України можна досягти шляхом:

1. пошуку більш вигідних постачальників;
2. застосування засобів страхування валютних ризиків;
3. організації потрібних строків поставки;
4. організації безперервності поставок, якщо це необхідно для ефективної діяльності підприємства;
5. організації правильного транспортного забезпечення.

Проаналізовано фінансовий стан підприємства ТОВ «Ювента-Груп Україна» та визначено, що чистий прибуток ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2016 рік становить 141,7 тис. грн., за 2017 рік чистий прибуток збільшився на 224% і становив 459,1 тис. грн., за 2018 рік чистий прибуток у порівнянні з 2017 роком зменшився на 76,2% за рахунок збільшення витрат на собівартість продукції і становив 109,4 тис. грн.

Аналіз динаміки показників технічного стану основних засобів ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2016-2018 рр. показав, що частка первісної вартості основних засобів за 2017 рік збільшилась на 16,9 тис. грн. або на 117,4% , а станом на 2018 рік залишилась такою ж як і в попередній рік. Знос основних засобів за 2017 рік збільшився на 141,5 % а за 2018 рік на 58,6%.

Проаналізувавши платоспроможність підприємства ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2018 р. можна зробити висновок, що коефіцієнти платоспроможності не задовольняють нормативне значення, оскільки підприємство неефективно використовує свої активи і не вчасно сплачує

зобов'язання і борги, а якщо збільшити власні обігові кошти та позбавитися від основних недоліків роботи підприємства, то воно зможе погасити всі свої борги, і стати платоспроможним.

Аналіз коефіцієнтів ліквідності показав, що більшість з них не задовольняють нормативні значення і деякі з них навіть не наближаються до нього, що свідчить про неліквідність підприємства. Рентабельність підприємства на 2018 рік становить 7%, позитивні зрушення є, але відсоток рентабельності дуже низький, оскільки чистий прибуток значно менше за витрати.

Імпорт за 2018 рік збільшився на 21% це свідчить про розширення постачальників та ринків збуту продукції. Товари для підприємства імпортуються переважно з Європи та Китаю. За 2018 рік було експортовано продукції на 38104 тис. грн. (1411,26 тис. євро). Найбільше товарів імпортовано з Китаю та Франції, 22% і 21% відповідно. 16 % імпорту з Німеччини та 14% з Туреччини. Найменшу частку імпорту займають Бельгія (4%), Італія (6%), Іспанія (13%), Нідерланди (4%). Для аналізу ефективності імпортової роботи підприємства ТОВ «Ювента-Груп Україна» на ринку було проведено SWOT-аналіз. ТОВ «Ювента-Груп Україна» має хорошу репутацію серед постійних споживачів.. Завдяки використанню інноваційного підходу в технологічних процесах зменшує ризики пов'язані з якістю продукції та здатне завоювати широкі кола споживачів завдяки якісній продукції. Найсильнішою загрозою залишається висока вартість на імпортовану продукцію та недостатня рекламна політика підприємства. Також підприємство має достатню залежність від постачальників сировини. Тож в якості висновку керівникам ТОВ «Ювента-Груп Україна» можна рекомендувати пошук нових, більш вигідних постачальників та вигідні умови поставки, визначення чіткої стратегії підприємства, пошук нових клієнтів та розробка ефективних маркетингових заходів.

Правильне, митне оформлення вантажів, є головним критерієм, при здійсненні успішної зовнішньоекономічної діяльності з мінімальними

ризиками, витратами грошей і часу. Митне оформлення імпорту продукції ТОВ «Ювента-Груп Україна» було розглянуто на прикладі товару електронагрівач Electro Flow Line 83BB Incoloy 15 кВт 400В.

Для дослідження механізму формування організації операцій підприємства було розглянуто синтетичний та аналітичний облік імпортних операцій підприємства, і можна зробити висновок що імпортна діяльність на підприємстві «Ювента-Груп Україна» ведеться відповідно до вимог чинного законодавства України.

У Зму розділі був проведений розрахунок економічної ефективності розроблених заходів щодо вдосконалення імпортної діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна». За результатами аналізу отриманих даних можна зробити висновки, що впровадження запропонованих заходів призведе до зростання основних фінансових показників, що характеризують результати діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна». Виходячи з цього, слід визнати, що розроблені заходи є економічно обґрунтованими і їх можна рекомендувати до впровадження в організації. Щоб досягти найбільшого економічного ефекту від імпортної діяльності, підприємству ТОВ «Ювента-Груп» потрібно імпортувати товари, які склали б велику статтю витрат, якщо робити їх власне виробництво на національному рівні.

Основні завдання аналізу управління імпортними операціями підприємства «Ювента-Груп Україна» є: вивчення характеристик зовнішнього ринку; аналіз розподілу часток ринку між ТОВ «Ювента-Груп Україна» та його конкурентами; аналіз особливостей збутової діяльності; вивчення товарів конкурентів; короткострокове та довгострокове прогнозування.

Виходячи з виявлених в аналітичній частині дипломного проекту проблем, був розроблений і запропонований до впровадження проект заходів щодо розвитку імпортної діяльності підприємства. Були розроблені наступні заходи:

- аналіз можливості розвитку імпортної діяльності підприємства за рахунок розширення асортименту.

- аналіз можливості розвитку імпортої діяльності за рахунок поліпшення відносин з постачальниками.

- аналіз можливості розвитку імпортої діяльності за рахунок залучення нових покупців з використанням послуг Call-центру.

За результатами проведених розрахунків економічної ефективності розроблених заходів щодо вдосконалення імпортої діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна», можна зробити висновки, що впровадження запропонованих заходів призведе до зростання основних фінансових показників, що характеризують результати діяльності ТОВ «Ювента-Груп Україна». Виходячи з цього, слід визнати, що розроблені заходи є економічно обґрунтованими і їх можна рекомендувати до впровадження в організації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Постанова Правління Національного банку України «Про затвердження Інструкції про порядок здійснення контролю за експортними, імпорнтними операціями» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0338-99>.
2. Закон України «Про підприємництво», прийнятий Верховною Радою України 16.04.91 р. (з наступними змінами і доповненнями) [Текст] // Відомості Верховної Ради України. – 1991. - № 29.
3. Закон України «Про підприємництво», прийнятий Верховною Радою України 7.02.91 р. (з наступними змінами і доповненнями) [Текст] // Відомості Верховної Ради України. – 1991. - № 14.
4. Закон України «Про Єдиний митний тариф» від 19.09.2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/584-18>.
5. Митний кодекс України від 02.09.2014 р. № 1657- VII від [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>.
6. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 14.10. 2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.
7. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16.07.1999 р. №996-XIV
8. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств" від 22 травня 1997 р. № 283/97-ВР зі змінами і доповненнями
9. Господарський кодекс України [Електронний ресурс] / Верховна Рада України; Кодекс України, Закон, Кодекс від 02.06.2016 №1405-VIII – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/>
10. Податковий кодекс України – Офіційний документ ВРУ № 2755-VI від 02.12.2010 р. [Електронний ресурс] / Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

11. Багрова І.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: [підручник] / І.В. Багрова. – К.: Центр навчальної літератури, 2015. – 580 с.
12. Болюх М. А. Економічний аналіз: навч. посіб. / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбатов та ін.; за ред. М. Г. Чумаченка. — 2-ге вид., переробл. і доповн. - К.: КНЕУ, 2013. - 556 с.
13. Большой экономический словарь / Под ред. А. Н. Азрилияна. - 2-е изд. доп. и перераб. – М.: Институтной экономики, 2013 – 864 с.
14. Бурковська А. В. Стан та проблеми зовнішньоекономічної діяльності регіону / А. В. Бурковська // Вісник аграрної науки Причорномор'я. - 2017. - № 1 (39). - С. 55-61.
15. Бутинець Ф.Ф. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності: [підручник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит»] / Ф.Ф. Бутинець. – Житомир: ПП Рута, 2011. – 544 с.
16. Вакульчик О.М. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства / О.М. Вакульчик, Д.П. Дубицький // Вісник Академії митної служби України. Сер.: Економіка. – 2012. – № 2. – С. 75-82.
17. Валентієва О. В. Особливості зовнішньоекономічної діяльності підприємств машинобудівної галузі // Регіональні перспективи. – 2012. – № 1. – С. 25-27.
18. Ващук В. Методологія формування конкурентоспроможності зовнішньоекономічної діяльності на зовнішньому та внутрішньому ринках // Проблеми науки. – 2014. – № 5. – С. 25-30.
19. Вічевич А.М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності / А.М. Вічевич, О.В. Максимець. – Л.: Афіша, 2014. – 140 с.
20. Войтловский Н. В. Комплексный экономический анализ предприятия: Учебник для вузов / Н. В. Войтоловский, А. П. Калинина, И. И. Мазурова. – СПб.: Издательский дом «Питер», 2010. - 576 с.
21. Волкова А.О. Дослідження та удосконалення експортно-імпоротної діяльності підприємства / Волкова А.О. // Глобальні та локальні проблеми соціально-економічного розвитку: нові виклики та рішення : тези доповідей

Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів і молодих учених, 6-7 квітня 2012 р. / ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012.

22. Гаврищук Т. Б. Аналіз експортно-імпоротної діяльності підприємств легкої промисловості України. [Електронний ресурс].– Режим доступу: [Http://Хп--Е1аajfpcds8ay4h](http://Хп--Е1аajfpcds8ay4h).

[Com.Ua/Files/Image/Konf%208/Sb8_4_18_.Pdf](http://Хп--Е1аajfpcds8ay4h)

23. Горчаков В. Ю. Формування організаційно-економічного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю великої компанії: Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. к.е.н. – Донецьк: Інститут економіки промисловості НАНУ, 2015. – 22 с.

24. Горицкая Н.Г. Учет й налогообложение операций во внешнеэкономической деятельности и с иностранной валютой / Н.Г. Горицкая. – К.: Техника, 2010. – 72 с.

25. Грачев Ю. Н. Внешнеэкономическая деятельность. Организация и техника внешнеторговых операций / Ю. Н. Грачев. - М.: ЗАО «Бизнес-школа. Интел-синтез», 2012. - 592 с.

26. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: навч. посібник / О. П. Гребельник, О. О. Романовський. - К.: Деміур, 2013. - 296 с.

27. Губенко В. І. Механізм зовнішньоекономічної діяльності АПК: процеси, тенденції та розвиток: Моногр. / В. І. Губенко. – Біла Церква, 2012. – С. 25-29.

28. Дахна І.І. Зовнішньоекономічна діяльність: [навч. посібник] / за ред. І.І. Дахна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 360 с.

29. Дем'яненко М. Я. Фінансово-економічні аспекти стабільного розвитку аграрної економіки України: Моногр. / [під ред. М. Я. Дем'яненка, М. Й. Маліка]. – Умань: СПД Сочінський, 2009. – С. 9-254.

30. Дерев'янка, Ю.М. Ефективне управління імпортними операціями на підприємстві [Текст] /Ю.М. Дерев'янка, Н.С. Валюх // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 27 травня 2015 р. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, М.М. Петрушенка. - Суми : СумДУ, 2015. – С. 185-186.

31. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навч. посіб. / М. І. Дідківський. - К.: Знання, 2016. - 463 с.
32. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посібник для студ. Вузів. – К.: Центр навч. літ., 2014. – 247 с.
33. Дубинець Ю. Теоретичні аспекти ризику зовнішньоекономічної діяльності підприємства // Вісник Тернопільської академії народного господарства. - 2015. - № 2. - С. 245-251.
34. Дурицька Г. В. Проблеми комплексної оцінки зовнішньоекономічної діяльності підприємств // Регіональна економіка. – 2007. – № 4. – С. 209-217.
35. Жданов С. А. Механизмы экономического управления предприятием: учеб. пособие / С. А. Жданов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 319 с.
36. Захарін С.В. Активізація інноваційної діяльності промислових підприємств // Фінанси України. № 1, 2019.
37. Зінь Е. А. Основи зовнішньоекономічної діяльності [підручник] / Е. А. Зінь, Н. С. Дука. — К.: Кондор, 2009. — 432 с.
38. 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.
39. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: підручник для вузів / І. В. Багрова, Н. І. Редіна, В. О. Власюк, О. О. Гетьман; за ред. І. В. Багрової. - К., Центр навч. літ., 2014. - 580 с.
40. Зовнішньоекономічна діяльність: теорія і практика сучасного менеджменту / Батченко Л. В., Дроздова Г. М., Дятлова В. В. та ін. – Донецьк, 2015. – 244 с.
41. Електронний журнал «Економічна правда» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/news/2019/02/25/583030/>
42. Кадуріна Л.О. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності: [навч. посібник] / Л.О. Кадуріна. – К.: Видавничий Дім «Слово», 2003. – 288 с.

43. Каляка С. Методичні аспекти визначення рівня стійкості підприємства - суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності // Економіка розвитку. – 2015. – №32. – С. 76-81
44. Ключевська М. В. Державне регулювання інноваційної діяльності в Україні / М. В. Ключевська – [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.rusnauka.com/16_NPRT_2019/Economics/47619.doc.htm/.
45. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: [навч. посібник] / за ред. Ю.Г. Козака, Н. С. Логвинової, І.Ю. Сіваценка. – [2-ге вид.]. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 792 с.
46. Козик В.В. Зовнішньоекономічні операції і контракти. [Текст] / В.В.Козик, Л.А.Панкова, Я.С.Карп'як, О.Ю.Григор'єв, А.О.Босак. – 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Центр навчальної літератури, 2014. – 608 с
47. 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, 2012. – 19 с.
48. Ковтун Е. О. Планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Е. О. Ковтун, В. М. Швець. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/67915.doc.htm.
49. Козик В.В. Зовнішньоекономічні операції і контракти: [навч. посіб.] / В.В. Козик, Л.А. Панкова, Я.С. Карп'як, О. Ю. Григор'єв, А. О. Босак. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К: Центр навчальної літератури, 2014. – 608 с.
50. Конспект лекцій «Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання»: підруч. - Тернопіль: Екон. думка, 2011. - 365 с.
51. Кремінь М. В. Фінансова статистика: [навч. посіб.] / М. В. Кремінь, О. І. Кремінь. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 368 с.
52. Кульман А. А. Экономические механизмы / А. А. Кульман: пер. с фр.; подбщ. ред. Н. И. Хрустальной. - М.: Прогресс; Универс, 2013. - 192 с.
53. Мазаракі А.А. Регуляторна політика у сфері зовнішньої торгівлі: [монографія] / А.А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ, 2018. – 470 с.

54. Мазаракі А.А. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні, [Текст] / А.А.Мазаракі. – К.: „Знання”, 2018. – 356с.
55. Малярець Л. М. Визначення впливу законодавчо-правових факторів на ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства / Л. М. Малярець, Н. В. Проскурніна // БІЗНЕС ІНФОРМ. – Харків: ХНЕУ, 2011. – № 11(406). – С. 129-131.
56. Манцуров І. Статистичні індикатори збалансованості зовнішньоекономічної діяльності // Вісник Академії митної служби України. – 2015. – № 3. – С. 12-19.
57. Мірошніченко І. В. Напрями активізації і перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності в АПК України / І. В. Мірошніченко // Актуальні проблеми економіки. - 2015. - №3 (45). - С. 76-80.
58. Науковий журнал «Інноваційна економіка» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>
59. Науменко В.П. Применение таможенных режимом в Украине: теория, практика, рекомендации / Науменко В.П. – К.: ДІА, 2016. – 280 с.
60. Науменко А.П. Покращення зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств [Електронний ресурс] / А.П. Науменко, Є.Л. Тимошенко // Проблеми системного підходу в економіці. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/>
61. Новицький В. Є. Міжнародна економічна діяльність України: [підручник] / В.Є. Новицький. – К.: КНЕУ, 2013. – 948 с.
62. Організація експортно-імпортних операцій на підприємстві та шляхи їх удосконалення - [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/26_WP_2019/Economics/2_115994.doc.htm
63. Опыт стран — членов ВТО по защите национальных интересов на внутреннем и внешнем рынках [Текст] / Мировая экономика и международные отношения 2012. — № 8. — С. 12—21.

64. Оцінка фінансово-економічного стану підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economic.lviv.ua/gospodarstvo/ots-nka-f-nansovo-ekonom-chnogo-stanu-p-dpri-mstva.html>
65. Панченко Є.Г. Міжнародний менеджмент: Навч. посібник. [Текст] / Є.Г.Панченко. – К.: Август, 2013. — 224 с
66. Перелік документів для переміщення товарів через митний кордон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://broker-service.com.ua/htmlPages/201/menuid/111>
67. Пилипчук В.П. Бенчмаркінг як інструмент підвищення ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства / В.П. Пилипчук, А.А. Шиманська // Молодий вчений. – 2019. – № 9(24) Ч.2. – С. 13-17.
68. Плахута А.А. Управління логістичними процесами на промислових підприємствах [Текст] / А.А.Плахута. – Л., 2013. — 199 с.
69. Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2018 році: Щорічне Послання Президента України до Верховної Ради України. – К.: НІСД, 2018. – 576 с.
70. Прогнозування зовнішньої стійкості економіки України / Т. А. Тищук, Д. С. Покришка, Д. О. Махортих, О. В. Іванов. – К.: НІСД, 2016. – 30 с.
71. Рудьман Я. В. Эффективность управления предприятием [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://conference.be5.biz/r2019/4466.htm>
72. Рум'янцев А. П. Зовнішньоекономічна діяльність: підруч. / А. П. Рум'янцев, Н. С. Рум'янцев. - К.: Центр навч. літ., 2014. - 218 с.
73. Румянцев М.В. Економічний аналіз і моделювання господарської діяльності підприємства: навч. посіб. / М.В. Румянцев, М.В. Касьянова, Д.В. Солоха, О.О. Тарасова. – Донецьк: ДонНТУ, 2013. – 296 с..
74. Решетняк К. Е. Экспортно-импортні операції як основа зовнішньоекономічної діяльності підприємства / К. Е. Решетняк // Управління розвитком. – 2012. – №3(124). – С.30–32.

75. Сайт: Європейський простір: портал про європейського громадянського суспільства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eu.prostir.ua/search.html?q=%F1%EE%F2>
76. Соціально-економічний розвиток України [Електронний ресурс] // Державний комітет статистики України. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
77. Тимошенко Л. М. Економічна оцінка ринкової трансформації економіки України / Л. М. Тимошенко // Механізм регулювання економіки, економіка природокористування, економіка підприємства та організація виробництва. - 2010. - № 3. - С. 87-93.
78. Товарна структура експорту України в 2018 році [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
79. Тюріна Н. М. Основи зовнішньоекономічної діяльності: [навч. посібник] / Н. М. Тюріна, Н. С. Карвацка. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 408 с.
80. Фатенок-Ткачук А. О. Аналізування факторів впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств / А. О. Фатенок-Ткачук // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – № 17. – С. 93–100.
81. Швиданенко Г. О. Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства: Моногр. / [Г. О. Швиданенко, О. І. Олексюк]. – К.: КНЕУ, 2012. – С. 6-24.
82. Шкурупій О. В., Гончаренко В. В., Артеменко І. А. та ін. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посіб. / За ред. О. В. Шкурупій. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 248 с.
83. Офіційний сайт ТОВ «Ювента-Груп Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://yuventa.com.ua/>
84. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
85. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://www.me.gov.ua/Documents/Print?lang=uk-UA&id=9c4efb87-fe43-4e36-82d6-b380f6ff4349>

86. Яковенко Р. В. Інноваційна діяльність в Україні: проблеми та перспективи / Р. В. Яковенко, А. М. Чернега – К.: КНТУ, 2019. – 5 с.

87. Як впровадити інновації на ринку / Говінарджан В. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/interview/int242.html>.

88. Ярмолюк О.М.Управління імпортною діяльністю торговельного підприємства [Електронний ресурс]. - Режим доступу: Http://Storage.Library.Opu.Ua/Online/Conference/Tez_48/6-50.Pdf

89. Звіт про фінансові результати ТОВ «Ювента-Груп Україна» за 2016-2019 роки

90. Competing in an international market [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.nzte.govt.nz/en/export/preparing-to-export/preparing-your-strategy/competing-in-an-international-market/>

91. The Global Competitiveness Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2019-13.pdf