

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту
Завідувачка кафедри
Уханова І.О.
«__» _____ 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини
за освітньо-професійною програмою «Міжнародні економічні відносини»
на тему: **«СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ
ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ ПОСЕРЕДНИЦТВА У ТОРГІВЛІ
ПРОДУКТАМИ ХАРЧУВАННЯ" (НА ПРИКЛАДІ «ТОВ ВАЛКРІС-
ЛЮКС»))»**

Виконала:
студентка 6 курсу, 64 групи
спеціальності
292 Міжнародні економічні відносини
факультету міжнародної економіки
Керманова Мадина Чаріївна

Науковий керівник:
к.е.н., доцент кафедри МЕН
Заєць Микола Артемович

ОДЕСА 2023

АНОТАЦІЯ

Керманова М.Ч., «Стан та перспективи підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності підприємства у сфері посередництва у торгівлі продуктами харчування» (на прикладі «ТОВ Валкріс-Люкс»).

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2023 р.

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження виступає зовнішньоторговельна діяльність підприємства у сфері посередництва "Валкріс-Люкс".

Досліджено основні теоретичні та практичні аспекти сутності та значення торговельної діяльності у сфері посередництва у торгівлі продуктами харчування. Визначено особливості організації торговельних операцій під час здійснення посередницької діяльності. Проведено узагальнення методичних та організаційних засад оцінювання ефективності зовнішньоторговельної діяльності.

Надано організаційно-економічну характеристику ТОВ "Валкріс-Люкс" як суб'єкта господарської діяльності. Здійснено аналіз організації зовнішньоторговельних операцій ТОВ "Валкріс-Люкс". Проведено аналіз показників та ефективності зовнішньоторговельної діяльності ТОВ "Валкріс-Люкс";

Пропонуються конкретні рекомендації для оптимізації зовнішньоекономічної діяльності підприємства для підвищення її ефективності, зокрема розробка напрямів удосконалення організації зовнішньоторговельних посередницьких операцій ТОВ "Валкріс-Люкс" з точки зору диверсифікації діяльності та оптимізації умов розрахунків за контрактами.

Ключові слова: імпорт, посередництво логістика, транспортування, ринок харчової промисловості, умови постачання, зовнішня торгівля, зовнішньоекономічна діяльність.

ANNOTATION

Kermanova M.C. investigates "The State and Prospects for Improving the Efficiency of Foreign Trade Activities of a Company in the Field of Food Product Trading Mediation (Case Study: Valkris-Lux LLC)".

The master's qualification work consists of three sections. The object of the study is the foreign trade activity of the enterprise in the field of mediation "Valkris-Lux".

The main theoretical and practical aspects of the essence and significance of trading activity in the field of mediation in food trade were studied. Peculiarities of the organization of trade operations during the implementation of intermediary activities are determined. Methodological and organizational principles of evaluating the effectiveness of foreign trade activities have been summarized.

The organizational and economic characteristics of "Valkris-Lux" LLC as a subject of economic activity are provided. An analysis of the organization of foreign trade operations of Valkris-Lux LLC was carried out. An analysis of indicators and efficiency of foreign trade activity of Valkris-Lux LLC was carried out;

Specific recommendations are offered for optimizing the foreign economic activity of the enterprise to increase its efficiency, in particular, the development of directions for improving the organization of foreign trade intermediary operations of "Valkris-Lux" LLC from the point of view of diversification of activities and optimization of contract settlement conditions.

Keywords: import, mediation, logistics, transportation, food industry market, supply conditions, foreign trade, foreign economic activity.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ПОСЕРЕДНИЦТВА У ТОРГІВЛІ ПРОДУКТАМИ ХАРЧУВАННЯ.....	6
1.1. Сутність та значення торговельної діяльності у сфері посередництва у торгівлі продуктами харчування	6
1.2. Особливості організації торговельних операцій під час здійснення посередницької діяльності	11
1.3. Методичні та організаційні засади оцінювання ефективності зовнішньоторговельної діяльності.....	22
Висновки до розділу 1.....	28
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА "ВАЛКРІС-ЛЮКС"	29
2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ "Валкріс-Люкс" як суб'єкта господарської діяльності.....	29
2.2. Аналіз організації зовнішньоторговельних операцій ТОВ "Валкріс-Люкс".....	39
2.3. Аналіз показників та ефективності зовнішньоторговельної діяльності ТОВ "Валкріс-Люкс"	49
Висновки до розділу 2.....	59
РОЗДІЛ 3. НАПЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ОПЕРАЦІЙ ТОВ "ВАЛКРІС-ЛЮКС".....	60
3.1. Географічна та товарна диверсифікація зовнішньоекономічної діяльності підприємства "Валкріс-Люкс".....	60
3.2. Оптимізація схем розрахунків по зовнішньоекономічним торгово-посередницьким операціям ТОВ "Валкріс-Люкс".....	72
Висновки до розділу 3.....	80
ВИСНОВКИ.....	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82

ВСТУП

Актуальність дослідження. В сучасних умовах розвитку світової економіки суттєвого значення набувають питання ефективного функціонування окремих суб'єктів господарювання України, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, в системі світового господарства. Торговельно-посередницька діяльність – явище доволі поширене на міжнародних і внутрішніх ринках, в розвинених країнах, таких як Великобританія, США, Японія, Німеччина на частку посередників приходить до половини обороту товарів та послуг. В Україні торговельно-посередницька діяльність розвивається досить суперечливо: з одного боку – лібералізація торгівлі, розширення зовнішньоекономічних зв'язків, роздробленість і віддаленість постачальників і покупців, ускладнення комерційних операцій об'єктивно потребують прискореного формування інституту торгових посередників як елементу інфраструктури товарного ринку; з іншого – недосконалість нормативної бази, низький професійний рівень посередників, загальне недовір'я стримують процес формування посередницьких структур, заганняє їх діяльність в «тінь».

В зв'язку з цим особливої актуальності набувають питання сутності змісту посередництва в сучасних економічних умовах а також питання удосконалення діяльності торговельних посередників у сфері зовнішньоторговельної діяльності. Зазначені питання досліджувались в роботах Дегтярьової О.І., Ноздрьової Р.Б., Гринько І.С. та ін.

Тому **метою роботи** є дослідження стану та визначення перспектив підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності підприємства «ТОВ Валкріс-Люкс».

Досягнення мети обумовлює виконання таких **завдань дослідження**:

- узагальнення сутності та значення торговельної діяльності у сфері посередництва у торгівлі продуктами харчування;
- визначення особливостей організації торговельних операцій під час здійснення посередницької діяльності;

- узагальнення методичних та організаційних засад оцінювання ефективності зовнішньоторговельної діяльності;
- надання організаційно-економічної характеристики ТОВ "Валкріс-Люкс" як суб'єкта господарської діяльності;
- аналіз організації зовнішньоторговельних операцій ТОВ "Валкріс-Люкс";
- Аналіз показників та ефективності зовнішньоторговельної діяльності ТОВ "Валкріс-Люкс";
- розробка напрямів удосконалення організації зовнішньоторговельних посередницьких операцій ТОВ "Валкріс-Люкс".

Об'єктом дослідження виступає зовнішньоторговельна діяльність підприємства у сфері посередництва "Валкріс-Люкс".

Предмет дослідження становлять науково-теоретичні та організаційно-методичні положення з удосконалення зовнішньоторговельної діяльності підприємства у сфері посередництва "Валкріс-Люкс" та підвищення її ефективності.

У процесі дослідження застосовано такі **методи**: аналіз та синтез, порівняльний аналіз, статистичний аналіз, SWOT, Pestle аналізи та економіко-математичні методи..

Інформаційна база дослідження складається з монографічної літератури та наукових праць українських і зарубіжних авторів, чинні законодавчі та нормативні акти, що регулюють зовнішньоторговельну діяльність, внутрішня звітність "Валкріс-Люкс".

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і списку використаних джерел зі 44 найменувань. Основний зміст викладено на 86 сторінках. Робота містить 9 таблиць та 6 рисунків.

Основні положення дослідження викладено у статті: Керманова М. Ч. Стратегії та моделі організації торговельних операцій. Збірка наукових робіт кафедри МЕВ Одеського національного економічного університету «World economy and International economic relation». Одеса. 2024 (у друці).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ПОСЕРЕДНИЦТВА У ТОРГІВЛІ ПРОДУКТАМИ ХАРЧУВАННЯ

1.1. Сутність та значення торговельної діяльності у сфері посередництва у торгівлі продуктами харчування

Роль та функції посередників на ринку продуктів харчування

Послуги посередників користуються попитом завдяки їх здатності ефективно представляти товари на цільових ринках. Використовуючи свої контакти, професійні навички та спеціалізацію, вони часто пропонують більшу вартість виробникам, ніж при самостійному збуті продукції.

Сучасна тенденція на Заході вказує на зменшення потреби в дистриб'юторах через розвиток інтернет-торгівлі та стабільне правове середовище. Люди можуть замовляти продукти безпосередньо від виробників онлайн. Проте, через іноді невідповідність якості товарів сподіванням споживачів чи відсутності високої цінності для покупця, багато хто все ще віддає перевагу послугам посередників [1, с. 12-14].

З економічної точки зору, ключовою задачею посередників є перетворення асортименту продукції, виробленої великими партіями, на широкий спектр товарів, який потрібен споживачам у невеликих кількостях. Посередники купують великі партії у різних виробників, а потім розподіляють їх на менші партії, включаючи повний необхідний асортимент. Таким чином, вони відіграють значну роль у забезпеченні балансу між попитом та пропозицією [2].

Торговельно-посередницька діяльність є розповсюдженим явищем на міжнародному та внутрішньому ринках. У таких країнах, як Великобританія, США, Японія та Німеччина, значна частина обороту товарів та послуг здійснюється через посередників. У контексті України, цей сектор розвивається з певними складнощами. З одного боку, відкритість ринку та зростання зовнішньоекономічних зв'язків вимагають більш активного розвитку ролі

посередників. З іншого боку, недостатньо розвинена законодавча база та низький рівень професіоналізму у цій сфері гальмують цей процес [3, с. 122].

Значення торговельно-посередницької діяльності у наш час часто розглядається вузько, обмежуючись лише деякими аспектами угод. Насправді це широке поняття, яке охоплює підприємницьку діяльність з організації комерційних операцій та обороту товарів і послуг.

Особливості торговельно-посередницької діяльності включають:

1. Представлення інтересів виробників, експортерів, покупців та виконання юридичних та фактичних дій за їхнім дорученням.
2. Фінансування угод, надання послуг та взяття на себе ризиків.
3. Здійснення угод на договірній основі.

Таким чином, торговельне посередництво є ключовим елементом ринкової інфраструктури. Воно сприяє забезпеченню ефективності процесів купівлі-продажу, знижує витрати на реалізацію продукції, зменшує кількість постачально-збутових операцій та поліпшує контакт з клієнтами.

Важливо розглядати торговельно-посередницьку діяльність у контексті національної економіки, враховуючи її зміст, види операцій, об'єкти та суб'єкти діяльності [4].

Функції торгових посередників охоплюють:

1. Посередництво у збуті: вони допомагають виробникам у знаходженні та залученні покупців, спрощуючи процес продажу.
2. Логістика та розподіл: посередники управляють логістикою та доставкою товарів від виробника до кінцевих споживачів.
3. Збір інформації та дослідження ринку: вони проводять аналіз ринку, збирають інформацію про попит та переваги споживачів.
4. Фінансування та кредитування: часто посередники забезпечують фінансування або кредитування частини ланцюга поставок.
5. Управління ризиками: вони беруть на себе ризики, пов'язані зі зберіганням, транспортуванням та реалізацією товарів.

Ці функції демонструють, як посередники сприяють ефективності та гнучкості в роботі ринку, забезпечуючи посилення взаємодії між різними суб'єктами економіки.

З точки зору фінансової діяльності фінансової діяльності, фінансові посередники є одним із суб'єктів, що беруть участь у фінансовому ринку, абсорбуючи депозити, кредити та непрямі позики, а також контактують між суб'єктами, фінансуючи та надаючи прямі кредити інвесторам. Такий ступінь взаємозалежності свідчить про те, що їх розвиток є взаємодоповнюючим. Розвиток фінансових установ сприяє підвищенню ефективності фінансових ринків, а сталий розвиток фінансових ринків забезпечує сприятливе зовнішнє середовище та імпульс для розвитку фінансових установ. З точки зору фінансової системи, фінансові ринки та фінансові посередники спільно залучають кошти. Економічні суб'єкти повинні залучати кошти не звертаючись безпосередньо до фінансових ринків чи установи, але ці дві частини є частиною загальної системи. Основною функцією тут є виконання посередницької ролі у перерозподілі доходів на додаток до питомих видатків. Виконання цієї функції допоможе підвищити рівень інвестицій та заощаджень, а також максимізувати розподіл мізерних заощаджень на існуючі інвестиційні проекти [5].

Безумовно, підприємство, що розглядається у роботі не має відношення безпосередньо до фінансового ринку, проте попередній текст тільки вписується у загальну концепцію розуміння посередників.

Економічні та соціальні аспекти посередницької діяльності

Посередницька діяльність відіграє важливу роль у сучасній економіці, забезпечуючи зв'язок між виробниками та споживачами. Ця діяльність може включати різні форми, від традиційних роздрібних продавців до цифрових платформ.

Економічні аспекти

Економічні аспекти посередницької діяльності відіграють важливу роль у функціонуванні ринкових систем. Посередники, виступаючи як зв'язуюча ланка

між виробниками та споживачами, сприяють ефективнішому розподілу товарів та послуг. Їх внесок можна розглянути через декілька ключових аспектів [4].

Перш за все, посередницька діяльність допомагає знижувати транзакційні витрати. Вона включає в себе витрати, пов'язані з пошуком потенційних партнерів для угод, веденням переговорів, а також вирішенням юридичних та логістичних питань. Завдяки ефективним механізмам посередництва, такі витрати можуть бути суттєво знижені, що, у свою чергу, сприяє зростанню обсягів продажів та загальній ліквідності ринку.

Далі, посередники відіграють ключову роль у підвищенні ефективності ринку. Через забезпечення доступності важливої інформації про ціни, якість товарів та ринкові тенденції, вони допомагають знижувати асиметрію інформації між продавцями та покупцями. Це забезпечує більш прозорі та конкурентоспроможні ринкові умови, що є важливим фактором для здорової економіки.

Не менш важливим є внесок посередників у стимулювання інновацій та технологічного розвитку. У пошуках нових шляхів збільшення своєї конкурентоспроможності, багато посередників інвестують у розвиток новітніх технологій та бізнес-моделей. Це може включати в себе вдосконалення логістичних систем, розробку нових методів цифрового маркетингу, а також впровадження інноваційних підходів до управління клієнтськими відносинами [6].

У підсумку, посередницька діяльність є невід'ємною частиною економічної системи, сприяючи її розвитку та ефективності. Вона не лише знижує транзакційні витрати та підвищує ринкову ефективність, але й спонукає до інновацій, що є ключем до довгострокового економічного зростання. Тому можемо виділити їх у такі групи:

1. Зниження транзакційних витрат: посередники допомагають знижувати витрати на угоди, спрощуючи процеси пошуку, переговорів та укладення угод. Вони також можуть забезпечити економію масштабу, знижуючи вартість розподілу та продажу товарів [7, с. 386-405].

2. Підвищення ефективності ринку: посередники можуть підвищувати ефективність ринку, забезпечуючи ліквідність, транспарентність цін та зниження асиметрії інформації між покупцями та продавцями [8, с. 488-500]
3. Інновації та технологічний розвиток: посередники часто є драйверами інновацій, використовуючи технології для поліпшення процесів розподілу та маркетингу [9, с. 121]

Соціальні аспекти

Соціальні аспекти посередницької діяльності охоплюють широкий спектр впливів, що вони мають на різні групи суспільства, включаючи споживачів, працівників та громади в цілому [10, с. 24-28].

Посередницька діяльність значною мірою сприяє створенню робочих місць. Від малого бізнесу до великих корпорацій, посередники створюють можливості для зайнятості у різних сферах, включаючи продажі, маркетинг, логістику, обслуговування клієнтів та управління продуктом. За даними Дослідницького центру Рех, малі та середні підприємства, які часто виступають у ролі посередників, створюють значну частку робочих місць в економіці [11].

Посередники мають значний вплив на поведінку та вибір споживачів. Вони не тільки забезпечують доступ до широкого спектру товарів та послуг, але й впливають на сприйняття цінності та якості цих товарів. Котлер у своїй праці "Маркетингове управління" висвітлює, як маркетингові стратегії посередників формують уявлення споживачів [12, с.18].

У сучасному світі посередники все більше зосереджуються на соціальній відповідальності. Це включає в себе забезпечення сталого розвитку, відповідальне використання ресурсів, а також прозорість та етичність у бізнес-практиках. Портер і Крамер у своїй роботі "Створення спільного ціннісного простору" [13, с. 22] обговорюють, як компанії можуть допомагати вирішувати соціальні проблеми через інноваційні бізнес-моделі, одночасно підтримуючи свою прибутковість. Тому виділяємо їх у такі групи:

- Створення робочих місць: посередницька діяльність створює численні робочі місця у різних секторах економіки, від логістики до обслуговування клієнтів.

- Вплив на споживачів: посередники можуть впливати на вибір та поведінку споживачів, пропонуючи різноманітність товарів та послуг, а також інформаційну підтримку.
- Соціальна відповідальність та етика: сучасні посередники все більше звертають увагу на соціальну відповідальність, включаючи питання сталого розвитку, етики та прозорості у своїх бізнес-моделях.

Посередницька діяльність є ключовим елементом економічного та соціального розвитку. Вона сприяє ефективності ринків, стимулює інновації та має значний соціальний вплив через створення робочих місць та взаємодію зі споживачами. Однак важливо звертати увагу на етичні аспекти та питання сталого розвитку в контексті посередницької діяльності.

Тенденції розвитку та виклики у сфері посередництва

Сучасна сфера посередництва переживає значні зміни, обумовлені як технологічним прогресом, так і зміною ринкових умов. Однією з ключових тенденцій є цифровізація та е-комерція. Завдяки інтернет-технологіям і цифровій комунікації традиційні моделі посередництва трансформуються, з'являються нові платформи електронної комерції, які розширюють можливості для взаємодії між продавцями та покупцями [15, с. 32]. Ця трансформація змінює не тільки спосіб ведення бізнесу, але й очікування споживачів щодо доступності та зручності покупок.

Інша важлива тенденція – це використання великих даних та аналітики. В сучасному світі даних, посередники можуть використовувати аналітичні інструменти для кращого розуміння потреб своїх клієнтів та оптимізації своїх стратегій маркетингу та управління запасами. Це не лише підвищує ефективність їхньої роботи, але й дозволяє надавати персоналізовані пропозиції, що збільшує лояльність клієнтів [16].

Водночас, сфера посередництва стикається з рядом викликів. Одним з них є підвищена конкуренція. Цифровізація та зростання е-комерції привели до того, що бар'єри для входу на ринок стали нижчими, а конкуренція – інтенсивнішою.

Посередники повинні постійно інновувати та покращувати свої послуги, щоб залишатися конкурентоспроможними [16, 55].

Ще один важливий виклик полягає у навігації у регуляторному середовищі. Зі зростанням цифрової економіки уряди по всьому світу вводять нові закони та нормативи, що регулюють діяльність електронної комерції, захист даних та конкуренцію. Посередникам потрібно вміло адаптуватися до цих змін, щоб уникнути правових ризиків та штрафів [17].

Розвиток та виклики у сфері посередництва відображають динамічність цієї галузі. З одного боку, новітні технології та використання даних відкривають нові можливості. З іншого – зростаюча конкуренція та складності регулювання ставлять перед посередниками складні завдання. Адаптація до цих умов є ключовим фактором успіху в цій галузі.

1.2. Особливості організації торговельних операцій під час здійснення посередницької діяльності

Стратегії та моделі організації торговельних операцій

Диференціація продуктів

Диференціація продуктів є однією з ключових стратегій, яку використовують посередники для забезпечення конкурентних переваг на ринку. Ця стратегія включає кілька аспектів:

- Створення унікальної торговельної пропозиції (УТП): важливо, щоб посередники пропонували товари або послуги, які чітко відрізняються від конкурентів. Це може бути досягнуто через унікальні характеристики продукту, ексклюзивність, кращу якість або особливі послуги підтримки. Портер у своїй роботі "competitive advantage" підкреслює значення унікальності продуктів як засобу створення доданої вартості для споживачів [19].
- Інновації та покращення продуктів: неперервні інновації є важливими для підтримання диференціації. Це може включати розробку нових продуктів, покращення існуючих продуктів, а також застосування новітніх технологій у

процесі виробництва або доставки. Інноваційний підхід не лише додає цінності продукту, але й сприяє створенню бренду як лідера у своїй галузі.

- Адаптація до місцевих ринків: посередники часто працюють у різних культурних та географічних умовах. Адаптація продуктів до місцевих ринків, врахування культурних особливостей та споживчих вподобань є важливими для успішної диференціації. Дослідження гофстеде про культурні виміри можуть дати глибше розуміння цього аспекту [19].
- Брендинг та маркетингове позиціонування: сильний бренд та ефективне позиціонування допомагають посилити диференціацію продукту. Використання стратегій брендингу, які відображають цінності та унікальність продукту, може значно підвищити його привабливість для споживачів [20, 212].

Ці стратегії диференціації допомагають посередникам створювати унікальну торговельну пропозицію, яка забезпечує конкурентні переваги та сприяє довгостроковому успіху на ринку.

Ціноутворення та визначення маржі

Стратегії ціноутворення є важливою частиною посередницької діяльності, впливаючи як на залучення клієнтів, так і на прибутковість. Посередники повинні ретельно вибирати свої методи ціноутворення, враховуючи не тільки власні витрати та маржу, але й цінову чутливість ринку. Галбрайт у своїй роботі "Мікроекономічний аналіз" підкреслює, що ефективне ціноутворення вимагає глибокого розуміння як внутрішніх витрат, так і ринкових умов [21].

Визначення маржі є критичним для забезпечення фінансової стабільності та прибутковості. Воно включає аналіз витрат на закупівлю, логістику, зберігання та рекламу, а також встановлення цін, які покривають ці витрати та забезпечують конкурентну перевагу. До визначення маржі також належить здатність адаптуватися до змін у ринкових умовах, таких як коливання вартості ресурсів чи зміни в попиті).

Гнучкість ціноутворення враховує змінність ринкових умов і дозволяє посередникам швидко реагувати на зміни в попиті та конкуренції. Це може включати використання динамічного ціноутворення, де ціни на продукти

адаптуються в реальному часі відповідно до змін у попиті та пропозиції, що особливо актуально в онлайн-торгівлі [22].

Ціноутворення на основі сприйняття цінності також є важливою стратегією. Вона вимагає від посередників розуміння того, як клієнти сприймають цінність їхніх продуктів, і встановлення цін відповідно до цього сприйняття. Така стратегія дозволяє підвищити маржу на продукти з високою сприйнятою цінністю [23].

Враховуючи ці аспекти ціноутворення та визначення маржі, посередники можуть оптимально визначати ціни, що забезпечують конкурентоспроможність, прибутковість та задоволення потреб клієнтів.

Сегментація ринку та цільовий маркетинг

Сегментація ринку відіграє важливу роль у стратегії посередників, дозволяючи їм ефективно ідентифікувати та обслуговувати різні групи клієнтів. Цей процес включає розділення потенційного ринку на підгрупи споживачів із схожими потребами або характеристиками. Такий підхід дозволяє більш точно налаштувати маркетингові та продажні стратегії для кожного сегменту, підвищуючи їх ефективність.

Посередники можуть сегментувати ринок за різними критеріями, включаючи демографічні, географічні, психографічні та поведінкові характеристики. Демографічна сегментація враховує вік, стать, дохід та освіту; географічна - розподіл за регіонами чи містами; психографічна - інтереси, стиль життя, цінності; поведінкова - звички покупок, лояльність до брендів, чутливість до цін.

Цільовий маркетинг використовує дані сегментації для створення специфічних маркетингових кампаній, які найкраще відповідають потребам та очікуванням кожного сегменту. Це дозволяє посередникам більш ефективно приваблювати та утримувати клієнтів, підвищуючи віддачу від маркетингових інвестицій.

Персоналізація пропозицій є розширенням цільового маркетингу, де посередники налаштовують свої пропозиції для відповідності індивідуальним

потребам та перевагам окремих клієнтів або груп. Використання технологій, таких як CRM-системи та аналітика великих даних, дозволяє зібрати детальну інформацію про клієнтів і відповідно адаптувати маркетингові повідомлення та пропозиції, забезпечуючи більш особистісний підхід до кожного клієнта [24].

Сегментація ринку та цільовий маркетинг дозволяють посередникам більш точно визначати та задовольняти потреби своїх клієнтів, створюючи основу для створення сильних, тривалих відносин з клієнтами та підвищення загальної ефективності продажів.

Управління ланцюгами поставок та логістика в посередництві

Оптимізація ланцюгів поставок є ключовим елементом у стратегії посередницької діяльності, що впливає на ефективність, витрати і задоволеність клієнтів.

- Інтеграція та координація постачальників і партнерів: основою оптимізації ланцюга поставок є ефективна інтеграція та координація між усіма його учасниками, від постачальників сировини до кінцевих роздрібних продавців. Це включає узгодження графіків поставок, обмін інформацією про попит і запаси та спільне планування для вирішення будь-яких проблем, що можуть виникнути. Ефективна координація допомагає знижувати запаси на складах та оптимізувати обіг товарів [27].
- Прогнозування попиту та управління запасами: ще одним важливим аспектом є точне прогнозування попиту та ефективне управління запасами. Використання передових аналітичних інструментів та технологій дозволяє посередникам аналізувати ринкові тенденції, історичні дані та сезонні коливання, щоб точно прогнозувати майбутній попит. Такий підхід допомагає уникати дефіциту товарів та зайвих запасів, забезпечуючи більш високий рівень задоволеності клієнтів і знижуючи витрати на зберігання [27, с. 12].
- Гнучкість та адаптивність: у сучасному динамічному бізнес-середовищі гнучкість і адаптивність ланцюга поставок є вирішальними. Це означає здатність швидко реагувати на раптові зміни у попиті, перебої у постачанні

або інші зовнішні впливи. Розвиток такої гнучкості може включати диверсифікацію постачальників, створення альтернативних логістичних маршрутів та запасних планів для критичних ситуацій [27, 47].

- Використання передових технологій: сучасні технології, такі як *iot* (internet of things), штучний інтелект, та машинне навчання, можуть внести значний вклад у оптимізацію ланцюга поставок. Вони дозволяють автоматизувати багато процесів, забезпечуючи більшу точність у відстеженні товарів, прогнозуванні попиту та управлінні запасами, а також підвищуючи загальну прозорість ланцюга поставок [28].

Оптимізація ланцюгів поставок вимагає комплексного підходу, який поєднує стратегічне планування, передові технології та гнучкість для адаптації до швидко змінюваних ринкових умов. Впровадження ефективних систем управління ланцюгами поставок може значно підвищити конкурентоспроможність посередників та їх здатність задовольняти потреби клієнтів.

Управління ризиками та забезпечення стійкості ланцюгів поставок є критичними аспектами для посередників, що вимагають системного підходу та стратегічного планування.

- Ідентифікація та аналіз ризиків: першочерговим кроком в управлінні ризиками є їх ідентифікація та оцінка. Посередники повинні враховувати широкий спектр потенційних ризиків, які можуть вплинути на ланцюг поставок. Це включає все від природних катастроф до політичної нестабільності, змін у законодавстві, технологічних збоїв або проблем у роботі постачальників. Аналіз цих ризиків дозволяє розробити стратегії для їх мінімізації та реагування.
- Розробка стратегій мінімізації ризиків: на основі проведеного аналізу посередники розробляють стратегії для мінімізації та управління ризиками. Це може включати диверсифікацію постачальників, створення запасних запасів ключових матеріалів, укладання страхових контрактів, впровадження гнучких логістичних схем, а також розробку планів на випадок

непередбачених обставин. Такий підхід допомагає знизити потенційний вплив ризиків на операційну діяльність.

- Моніторинг та неперервне покращення: ефективне управління ризиками передбачає не тільки початкове планування, але й постійний моніторинг та адаптацію стратегій відповідно до змін у зовнішньому середовищі. Використання аналітичних інструментів та систем моніторингу дозволяє швидко виявляти нові ризики та ефективно реагувати на них. Неперервне покращення процесів на основі зібраних даних та відгуків від ключових учасників ланцюга поставок допомагає підвищувати загальну стійкість та гнучкість.
- Співпраця та партнерство у ланцюзі поставок: налагодження міцних партнерських відносин з усіма учасниками ланцюга поставок є ключовим для управління ризиками. Співпраця з постачальниками, логістичними партнерами та іншими зацікавленими сторонами дозволяє обмінюватися інформацією, підвищувати прозорість процесів та спільно розробляти стратегії реагування на ризики. Це також включає співпрацю з місцевими та міжнародними регуляторними органами для забезпечення відповідності ланцюга поставок вимогам законодавства.

Управління ризиками та стійкість ланцюгів поставок вимагають від посередників глибокого розуміння потенційних загроз та гнучкості в реагуванні на них, що є вирішальним для підтримки надійності, ефективності та конкурентоспроможності в довгостроковій

Ефективна логістика є однією з найважливіших складових успішної посередницької діяльності, оскільки вона безпосередньо впливає на здатність компанії своєчасно та ефективно доставляти товари, відповідаючи потребам клієнтів.

Одним з основних аспектів ефективної логістики є управління транспортуванням. Це включає оптимізацію маршрутів доставки, вибір найбільш ефективних транспортних засобів та забезпечення гнучкості логістичних операцій для швидкого реагування на зміни у попиту чи можливі

перешкоди. Важливим є також управління складськими запасами, що вимагає точного відстеження запасів та ефективного планування для забезпечення неперервності поставок без надмірного накопичення запасів.

Сучасна логістика все більше покладається на технологічні рішення для покращення своєї ефективності. Автоматизовані системи управління складом (WMS), системи управління транспортними потоками (TMS) та інтегровані платформи SCM (Supply Chain Management) дозволяють компаніям-посередникам точно відстежувати рух товарів, оптимізувати запаси та планувати логістичні операції з високою точністю та мінімальними втратами часу [29].

Екологічність логістики також набуває все більшої ваги. Використання екологічно чистих транспортних засобів, оптимізація маршрутів для скорочення викидів CO₂ та застосування принципів зеленої логістики вже не є просто бажаним доповненням, а стають стандартом в індустрії. Такий підхід не лише сприяє захисту довкілля, але й часто веде до зниження витрат завдяки підвищенні ефективності та оптимізації ресурсів.

Ефективна логістика вимагає від посередників глибокого розуміння своїх ланцюгів поставок, здатності адаптуватися до змінних умов ринку та інноваційного підходу до управління логістичними процесами. Впровадження передових логістичних рішень та неперервне їх вдосконалення є ключовими для забезпечення конкурентоспроможності та задоволення потреб сучасного ринку.

Управління ланцюгами поставок та логістика в посередництві вимагають глибокого розуміння ринкових процесів, ефективної координації між різними учасниками та гнучкого використання технологій для забезпечення успішності та стійкості бізнесу.

Використання цифрових технологій у торговельних операціях

В сучасному світі торгівлі цифрові технології відіграють надзвичайно важливу роль, революціонізуючи традиційні підходи до торгівлі та управління посередницькою діяльністю. Застосування цих технологій дозволяє автоматизувати рутинні процеси, розширювати ринковий охоплення та покращувати взаємодію з клієнтами.

Автоматизація є одним з ключових напрямків цифровізації. Використання програмного забезпечення для автоматизації задач, таких як обробка замовлень, управління запасами та бухгалтерський облік, значно підвищує продуктивність та знижує можливість помилок. Це також сприяє підвищенню точності та надійності інформації, що є критично важливим у швидкозмінному бізнес-середовищі.

Електронна комерція та онлайн-продажі відкривають нові горизонти для посередників. Завдяки інтернет-магазинам, соціальним мережам та цифровим маркетинговим каналам, посередники можуть діставатися до більшої кількості клієнтів, ніж коли-небудь раніше. Це також включає збір та аналіз даних про поведінку покупців, що допомагає у формуванні стратегій та прийнятті обґрунтованих рішень.

Використання великих даних та аналітики стає критично важливим в сучасних торгівельних операціях. Аналіз великих обсягів інформації дозволяє посередникам виявляти тенденції, передбачати попит, оптимізувати асортимент та планувати маркетингові кампанії з надзвичайною точністю. Такий підхід відкриває можливості для персоналізації пропозицій та поліпшення клієнтського досвіду.

Крім того, цифрові технології також сприяють міжнародній торгівлі та глобальній експансії. Інтернет знімає географічні обмеження, дозволяючи посередникам виходити на нові ринки та ефективно конкурувати на глобальному рівні. Це також включає використання електронної логістики, що дозволяє краще управляти міжнародними поставками та знижувати витрати на транспортування.

У цілому, використання цифрових технологій у торгівлі відкриває широкі можливості для оптимізації бізнес-процесів, підвищення продуктивності, залучення клієнтів та розширення ринкового охоплення. Це є ключовим фактором успіху в сучасному конкурентному середовищі.

Досліджуване підприємство займається імпортом, тому зазначимо основні поняття імпорту в здійсненні зовнішньої торгівлі. У широкому розумінні, імпорт - це процес купівлі товарів або послуг, які вироблені або надаються за межами

країни покупця. Цей процес є фундаментальним для економік, які прагнуть задовольнити внутрішній попит на продукти, недоступні або обмежені на місцевому рівні. Імпорт дозволяє країнам отримувати доступ до товарів та послуг, які є рідкісними, більш якісними або економічно вигіднішими для купівлі за кордоном, ніж виробляти їх власними силами [30, с. 17].

Основними мотивами для імпорту є не тільки цінова вигода, але й якість, технологічні характеристики, а також доступ до унікальних товарів або ресурсів. Наприклад, країни з обмеженими природними ресурсами часто імпортують сировину, необхідну для їх промисловості. Також імпорт може бути мотивований бажанням диверсифікувати постачальників, зменшити залежність від внутрішнього ринку та підвищити конкуренцію [31].

Особливості імпорту відіграють значущу роль у сучасній глобальній економіці, впливаючи на рішення підприємств, економічні стратегії країн та загальні тенденції світової торгівлі.

1. Розмаїття товарів та послуг. Однією з ключових особливостей імпорту є здатність розширювати спектр доступних товарів і послуг на внутрішньому ринку. Це дозволяє споживачам користуватися продукцією, яка може бути недоступною або дороговартісною для виробництва в їхній власній країні. Імпорт може включати широкий спектр товарів, від сировини та компонентів до високотехнологічної електроніки та закінчених споживчих товарів.

2. Економічні вигоди. Імпорт може бути економічно вигідним для країни. Він дозволяє країнам купувати товари, які виробляються ефективніше або дешевше в інших країнах, що може знижувати вартість для кінцевого споживача. Також імпорт сприяє підвищенню конкуренції на внутрішньому ринку, що може стимулювати місцевих виробників до підвищення якості та інновацій.

3. Вплив на місцеву економіку. Важливим аспектом імпорту є його вплив на місцеву економіку. Хоча імпорт може забезпечувати споживачам ширший вибір та нижчі ціни, він також може впливати на місцеві підприємства та працевлаштування. Збільшення імпорту може призвести до зниження попиту на

місцеві товари та послуги, що, в свою чергу, може негативно вплинути на місцеві ринки праці.

4. Регуляторний аспект. Імпорт регулюється міжнародними угодами та внутрішніми законодавчими актами країн. Митні тарифи, квоти, стандарти якості та вимоги до маркування товарів є важливими елементами, які впливають на імпорт. Компанії, які займаються імпортом, повинні дотримуватися цих правил та регуляцій, що може вимагати значних зусиль з боку логістики та управління ланцюгами поставок.

5. Ризики та виклики. Імпорт також має певні ризики, такі як коливання валютних курсів, політичну нестабільність у країнах-постачальниках, логістичні складнощі та зміни в міжнародних торговельних угодах. Ці ризики вимагають від компаній гнучкості, стратегічного планування та ретельного аналізу ринкових умов.

Підсумовуючи, імпорт є багатогранним та важливим елементом глобальної економіки, що пропонує як можливості, так і виклики. Він відіграє ключову роль у визначенні економічної політики країн, управлінні бізнесом та забезпеченні потреб споживачів.

1.3. Методичні та організаційні засади оцінювання ефективності зовнішньоторговельної діяльності

Оцінка ефективності торговельної діяльності, як внутрішньої, так і зовнішньої, є ключовою для підприємств, що прагнуть оптимізувати свої стратегії та операції на ринку. Ефективність торговельної діяльності вимірюється через ряд показників, включаючи обсяги продажів, прибутковість, ринкову частку, задоволеність клієнтів, а також внутрішні процеси, такі як логістика, управління запасами та операційна ефективність.

Загальнонаукові методи в дослідженні ефективності зовнішньої та внутрішньої торговельної діяльності включають аналогію, системний аналіз та формалізацію [32, 11].

Аналогія використовується для порівняння торговельних процесів з відомими явищами або ситуаціями, що дозволяє виявити нові ідеї та рішення. Цей метод заснований на передбаченні, що якщо два об'єкта подібні у деякому аспекті, вони можуть бути подібними й у інших.

Системний аналіз передбачає вивчення торговельної діяльності як складної системи, яка складається з багатьох взаємопов'язаних елементів. Цей метод зосереджується на взаємодії між різними компонентами системи, дозволяючи оцінити загальний вплив змін у одному сегменті на всю систему.

Формалізація полягає у використанні математичних моделей та алгоритмів для опису та аналізу торговельних процесів. Це дає можливість зробити більш точні прогнози та оцінки, використовуючи кількісні методи.

Логічні методи охоплюють аналіз і синтез, індукцію та дедукцію. Аналіз і синтез включають розбиття комплексних торговельних процесів на простіші частини для детального вивчення, а потім їхнє об'єднання для формування цілісної картини. Індукція дозволяє робити узагальнення з особливих випадків, а дедукція - робити висновки з загальних принципів.

Економіко-математичні методи використовують математичні моделі та алгоритми для аналізу економічних явищ. Ці методи допомагають у кількісному оцінюванні факторів, які впливають на торгівлю, та в прогнозуванні результатів.

Економіко-статистичний аналіз включає збір, обробку та інтерпретацію статистичних даних. Цей метод дозволяє оцінити тенденції, виявити закономірності та зробити обґрунтовані висновки щодо торговельної діяльності, використовуючи графічний аналіз, групування та класифікацію.

SWOT-аналіз допомагає ідентифікувати сильні та слабкі сторони, можливості та загрози організації, забезпечуючи комплексний огляд внутрішнього та зовнішнього середовища [33]. PESTLE-аналіз розглядає політичні, економічні, соціальні, технологічні, юридичні та екологічні фактори, які можуть впливати на діяльність організації [34].

Інші методи включають аналіз конкурентів для оцінки стратегій та позицій конкурентів та цільовий аналіз ринку, який допомагає визначити ключові сегменти ринку та потреби клієнтів.

Показники оцінки ефективності торговельної діяльності відіграють ключову роль у визначенні успішності комерційних операцій. Вони дозволяють оцінити, наскільки ефективно ресурси використовуються для досягнення бізнес-цілей. Основні показники включають обсяг продажів, прибутковість, рентабельність, частку ринку та рівень задоволення клієнтів. Обсяг продажів показує загальний рівень комерційної активності, тоді як прибутковість відображає ефективність у генерації доходу. Рентабельність зосереджується на співвідношенні прибутку до вкладених ресурсів, а частка ринку вказує на конкурентну позицію компанії. Важливо також враховувати рівень задоволення клієнтів, оскільки він безпосередньо впливає на повторні продажі та репутацію бренду. Використання цих показників дозволяє компаніям адекватно оцінити свою торговельну діяльність та вносити зміни для підвищення ефективності.

Фінансовий аналіз у торгівлі - це процес оцінки фінансових показників компанії, щоб зрозуміти її фінансову стабільність та прибутковість. Він включає аналіз доходів, витрат, прибутку, рентабельності активів та капіталу. Основні інструменти включають горизонтальний та вертикальний аналіз фінансових звітів, розрахунок ключових фінансових співвідношень (наприклад, коефіцієнтів ліквідності, рентабельності, оборотності активів), а також аналіз трендів. Це допомагає виявити фінансові тенденції, оцінити ризики та визначити потенціал для росту або необхідність корекції стратегії.

Аналіз договорів є важливим елементом управління торговельною діяльністю. Цей процес включає детальний перегляд умов договорів, їх відповідність законодавчим нормам, оцінку ризиків та потенціалу. Він дозволяє ідентифікувати ключові положення, які можуть вплинути на операційну діяльність та фінансові результати. Аналіз договорів забезпечує виявлення можливих юридичних проблем, забезпечуючи ефективне управління ресурсами та мінімізацію ризиків.

Ефективність міжнародних посередницьких операцій являє собою комплексне дослідження міжнародної посередницької діяльності підприємства з використанням відповідних джерел інформації, визначення та вивчення впливу факторів, причин і резервів, оцінювання роботи підприємства, узагальнення результатів оцінки та розроблення необхідних заходів.

Ефективно проведеними міжнародними посередницькими операціями вважаються такі, що забезпечують безперебійність роботи підприємств та своєчасність розрахунків за зобов'язаннями. Це досягається насамперед за умови правильного та своєчасного аналізу інформації про підприємства, що беруть або можуть взяти в них участь.

Предметом оцінювання ефективності міжнародних посередницьких операцій підприємства є результати виробничо-господарської діяльності, що складається під впливом об'єктивних і суб'єктивних факторів, які отримали відображення через систему економічної інформації.

Господарські процеси, що діють на підприємстві, в основному складаються внаслідок впливу об'єктивних факторів. Постійно діючи на господарську, зокрема посередницьку діяльність, вони відображають, як правило, дію економічних законів.

Істотного значення в досягненні позитивних результатів набуває й вплив суб'єктивних факторів. Їх вплив на міжнародну посередницьку діяльність підприємства та її результати заслуговує на найпильнішу увагу.

Оцінювання ефективності міжнародних посередницьких операцій підприємства здійснюється на підставі аналізу системи економічної інформації. Ця система є сукупністю даних, що всебічно характеризують міжнародну посередницьку діяльність на різних рівнях. Інформаційна система дуже динамічна; вона включає в себе сукупність вхідних даних, результати їх проміжного оброблення, вихідні дані і кінцеві результати.

Таким чином, метою оцінювання ефективності міжнародної посередницької діяльності підприємства є встановлення можливості підприємства продовжувати цю діяльність, забезпечити подальший динамічний

розвиток підприємства, прибутковість його діяльності та ефективність прийняття відповідних рішень.

Ефективність посередницької діяльності вирізняється поліморфністю визначення і застосування для аналітичних оцінок і управлінських рішень. З огляду на це важливим є розподіл за окремими ознаками відповідних видів ефективності. Процес формування кінцевих результатів і ефективність посередницької діяльності зображено на рис.1.1.

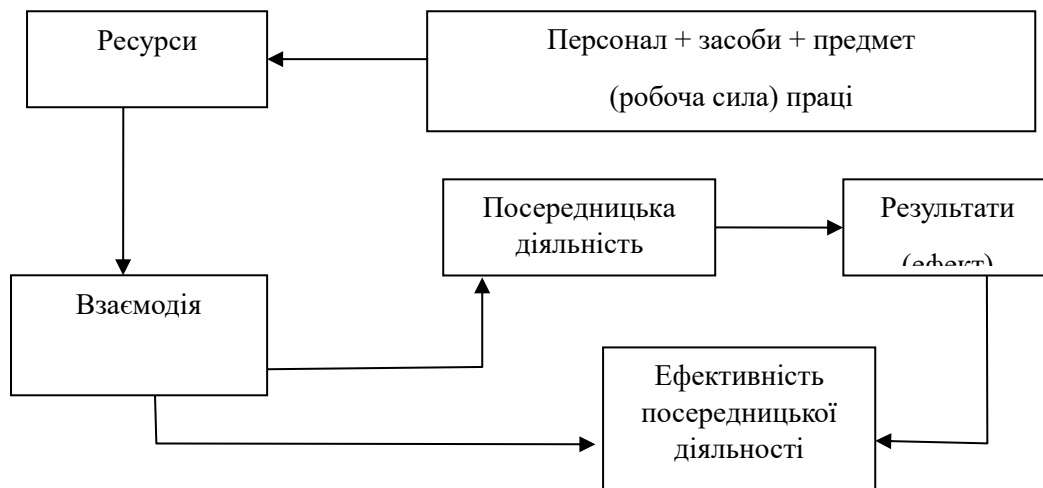


Рис. 1.1. Схема формування ефекту і ефективності посередницької діяльності

Джерело: складено за [35, с. 48]

Критерій ефективності посередницької діяльності — це якісна характерна ознака і визначальна міра пізнання суті ефективності. Правильно сформульований критерій повинен найбільш повно схарактеризувати суть ефективності як категорії й бути спільним для усіх ланок суспільного виробництва — від підприємства до народного господарства загалом [35, с. 102].

Кількісна визначеність і зміст критерію знаходять найбільш повне відображення в конкретних показниках ефективності посередницької діяльності.

Під час формування системи показників ефективності посередницької діяльності бажано дотримуватися єдиних принципів, які повинні використовуватися в кількісному вимірюванні. До них можна віднести:

- забезпечення взаємозв'язку критерію і системи конкретних показників

ефективності;

- відображення ефективності використання всіх видів застосовуваних ресурсів та витрат;
- можливість застосування показників ефективності в управлінні підприємством, прийнятті рішень та виконанні різних операцій;
- використання системи показників для виявлення резервів підвищення результативності всіх видів діяльності [36, с. 23].

Узагальнюючий показник функціональної діяльності (E_ϕ) визначається за формулою:

$$E_\phi = \frac{T_\phi}{O_c + O_b + \Phi_3} \quad (1.1)$$

де: T_ϕ — річний обсяг роздрібного товарообороту;

O_c — середньорічна вартість основних фондів;

O_b — середньорічна вартість оборотних коштів;

Φ_3 — фонд заробітної плати торговельних працівників за рік [37, с. 68].

Узагальнюючий показник ефективності господарської діяльності (E_r) визначається для посередницької фірми співвідношенням

$$E_r = \frac{\Pi}{B_o + E' \cdot K} \quad (1.2)$$

де: Π — річний прибуток;

B_o — витрати обігу за рік;

E' — нормативний коефіцієнт ефективності капітальних вкладень;

K — сума капітальних вкладень за рік.

Показники E_ϕ і E_r дають кількісне уявлення про економічну роботу підприємства. Отже, економічна ефективність (E_e) може визначатися одним

показником:

$$E_e = \sqrt{E_\phi \cdot E_r} \quad (1.3)$$

Специфічні показники ефективності вимірюють результативність використання окремих видів ресурсів чи витрат.

Ефективність використання матеріальних ресурсів ($E_{м.р.}$) вимірюється фондовіддачею:

$$E_{м.р.} = T_\phi \div B_{о.ф} \quad (1.4)$$

де T_ϕ — розмір товарообігу за певний проміжок часу, грн.;

$B_{о.ф}$ — вартість основних фондів.

Показник ефективності використання фінансових ресурсів ($E_{ф.р.}$) вираховується відношенням товарообігу до вартості оборотних коштів:

$$E_{ф.р.} = T_\phi \div B_{о.к} \quad (1.5)$$

де $B_{о.к}$ — вартість оборотних коштів, грн.

Специфічні (окремі) показники ефективності посередницької діяльності можуть визначатись для певних елементів результату роботи фірми чи з урахуванням певних елементів ресурсів [38, с. 49].

Для визначення ефективності посередницької діяльності можна використати інший підхід. Наприклад, шляхом виділення результатів і витрат на одну комерційну операцію. Основною операцією в посередницькій діяльності є укладення договору.

Для оцінки виконання комерційних договорів використовується коефіцієнт виконання комерційного договору (K_v):

$$K_B = Q_\Phi \div Q_D \quad (1.6)$$

де Q_D , Q_Φ – кількість товару, поставленого за договором і фактично.

Необхідною умовою для успішного проведення експортних операцій є аналіз їхньої ефективності з метою встановлення найбільш оптимальної структури експорту і прийняття обґрунтованих рішень в області керування.

Якщо посередницька фірма спеціалізується на імпорті продукції для оцінки її ефективності слід використовувати також показники ефективності імпоротної діяльності.

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

$$\begin{array}{l} \text{Економічний ефект від} \\ \text{імпорту для продажу на} \\ \text{внутрішньому ринку} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Виторг від реалізації} \\ \text{імпортного товару на} \\ \text{внутрішньому ринку} \end{array} - \begin{array}{l} \text{Витрати на придбання і} \\ \text{реалізацію імпортного} \\ \text{товару} \end{array}$$

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

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

$$\text{Економічна ефективність імпорту для продажу на внутрішньому ринку} = \frac{\text{Виторг від реалізації імпортного товару на внутрішньому ринку}}{\text{Витрати на придбання і реалізацію імпортного товару}}$$

Економічний зміст даного показника полягає в тому, що він показує скільки гривень одержить імпортер на кожну витрачену в зв'язку з імпортом гривню. Необхідною умовою ефективного імпорту є значення цього показника більше 1.

Висновки до розділу 1

В першому розділі кваліфікаційної роботи розглядаються теоретичні засади організації зовнішньоторговельної діяльності. Основна увага приділяється сутності та значенню торговельної діяльності, особливостям організації торговельних операцій, а також конкретизації поняття, особливостей та механізмів здійснення імпорту підприємствами. Висвітлено ключові аспекти, включаючи роль та функції посередників, стратегії та моделі організації торговельних операцій, а також сучасні виклики і тенденції у сфері посередництва, зокрема в контексті цифровізації та використання великих даних.

Торгово-посередницька діяльність – це ініціативна, самостійна діяльність юридичних та фізичних осіб щодо виконання комерційних операцій, пов'язаних із купівлею-продажем товарів та встановленням комерційних зв'язків від імені, або за дорученням третьої сторони. Торговельно-посередницька діяльність має значний вплив на ефективність та гнучкість ринкових систем, включаючи зниження транзакційних витрат, підвищення ефективності ринку, інновації та технологічний розвиток. Сегментація ринку та цільовий маркетинг є ключовими для посилення взаємодії з клієнтами та підвищення загальної ефективності продажів, а управління ланцюгами поставок та логістика в посередництві вимагають глибокого розуміння ринкових процесів, ефективної координації між різними учасниками ланцюга поставок та інноваційного підходу до управління логістичними процесами.

Ефективність міжнародних посередницьких операцій являє собою комплексне дослідження міжнародної посередницької діяльності підприємства з використанням відповідних джерел інформації, визначення та вивчення впливу факторів, причин і резервів, оцінювання роботи підприємства, узагальнення результатів оцінки та розроблення необхідних заходів. Ефективно проведеними міжнародними посередницькими операціями вважаються такі, що забезпечують безперебійність роботи підприємств та своєчасність розрахунків за зобов'язаннями. Це досягається насамперед за умови правильного та своєчасного аналізу інформації про підприємства, що беруть або можуть взяти в них участь.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА "ВАЛКРІС-ЛЮКС"

2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ як суб'єкта господарської діяльності

Компанія була зареєстровано 23.07.2010 року. Основний вид діяльності підприємства - 46.17- діяльність посередників у торгівлі продуктами харчування. Займає місце на відносно вузькоспеціалізованому ринку: підприємство має єдиного постачальника із Молдови, що і є головним виробник продукції. «Валкріс-люкс» отримує замовлення з мереж по території України та перенаправляє їх до молдавського ТОВ «САНДРО-УРСУ», яке, у свою чергу і виготовляє попкорн та продукцію для нього для мікрохвильової печі. Для здійснення діяльності ТОВ «ВАЛКРІС- ЛЮКС» використовує орендоване приміщення. Також фірма не тільки зберігає товар, а надає логістичні послуги з відповідального зберігання товару та обробкою, згідно заявки ТОВ «ВАЛКРІС-ЛЮКС» здійснює відвантаження товару покупцям, приймає товар від Постачальника. Товар зберігається на палетах Замовника [39].

ТОВ «САНДРО-УРСУ» є унікальним постачальником, що працює тільки з Україною. Вузька ніша «Валкріс-люкс» дає змогу надійно закріпитися на місці постачання продуктів харчування у країні.

Незважаючи на масштаби діяльності, на підприємстві працює всього декілька людей, що відповідальні за управління, бухгалтерію та контролем за укладанням угод.

Вибір форми товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ) для "Валкріс-Люкс" має кілька переваг:

- Обмежена відповідальність: засновники несуть відповідальність лише в межах своїх вкладів у статутний капітал компанії, що знижує особистий фінансовий ризик.

- Гнучкість управління: ТОВ дозволяє більш гнучке управління, адаптивність до змін у бізнес-середовищі та можливість приймати швидкі управлінські рішення.
- Сприятливі податкові умови: часто ТОВ може користуватися певними податковими перевагами, залежно від законодавства країни.

Ці фактори роблять ТОВ оптимальною організаційною формою для компаній, які прагнуть до стабільності, ефективності управління та обмеження фінансових ризиків.

Також перевагою підприємства є їхня організаційна структура – доставкою вантажів займаються підрядники чи інші партнери, проте частину роботи та контролю бере на себе підприємство. Для кращого розуміння проведемо аналіз підприємства ТОВ «Валкріс-Люкс».

Надалі проаналізуємо показники фінансово-економічної діяльності підприємства.

Таблиця 2.1

Основні фінансово-економічні показники ТОВ «Валкріс-Люкс»

Показники	2020 рік	2021 рік	2022 рік
1. Обсяг оборотних активів, тис. грн	1525,80	1086,30	1122,80
2. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	6830,30	4542,60	2895,00
3. Дебіторська заборгованість за товари, роботи та послуги, тис. грн	1720,50	1887,20	2063,10
4. Нерозподілений збиток, тис. грн	2191	1999	2251,90
5. Чистий дохід від реалізації, тис. грн	10940,10	6951	4497
6. Баланс активів	4391,30	3821,60	3980,3

Джерело: сформовано автором за фінансовою звітністю підприємства

Таблиця 2.2

Аналіз зміни фінансово-економічних показників ТОВ «Валкріс-Люкс»

Відхилення за 2021 рік	Відхилення за 2022 рік	Темпи приросту за 2021 рік, %	Темпи приросту за 2022 рік, %
-439,5	36,5	-28,8	3,4
-2287,7	-1647,6	-33,5	-36,3

166,7	175,9	9,7	9,3
-192	252,9	-8,8	12,7
-3989,10	-2454	-36,5	-35,3
-569	158,7	-13	4,2

Джерело: сформовано автором за фінансовою звітністю підприємства

Фінансова стабільність: Обсяг оборотних активів компанії зменшився з 1525,80 тис. грн у 2020 році до 1122,80 тис. грн у 2022 році, що може вказувати на скорочення обсягу діяльності чи проблеми з ліквідністю. Безумовно, у 2022 році головною проблемою стала повномасштабна війна, проте тренд на зменшення почався ще з 2020 року. Як бачимо, дохід впав майже однаково, як собівартість, чистий дохід та оборотні активи, що вказує на банально менші закупівлі [10].

Дебіторська заборгованість зросла з 1720,50 тис. грн у 2020 році до 2063,10 тис. грн у 2021 році. Це може вказувати на проблеми з відшкодуванням боргів клієнтами. Особливим тут є мережа Фуршет, яка обанкротилася, проте винна понад 65 тисяч гривень. Також можливі проблеми з системою оплати та транспортування в умовах обстрілів інфраструктури.

Собівартість реалізованої продукції скоротилася з 6830,30 тис. грн у 2020 році до 4542,60 тис. грн у 2021 році, що може вказувати на зниження обсягу продажів.

Чистий дохід від реалізації продукції скоротився з 10940,10 тис. грн у 2020 році до 6951 тис. грн у 2021 році. Це є серйозним попередженням про зниження прибутковості.

Рекомендації стосовно розвитку.

Розширення ринку: Зважаючи на унікальність постачальника та вузьку нішу, компанія може розглянути можливість розширення ринку за межі України або додавання інших продуктів до асортименту. Оскільки останнє залежить від виробника, то варіант із пошуком клієнтів через маркетингові заходи може чудово виправити ситуацію.

Управління дебіторською заборгованістю: Важливо вжити заходів для зменшення дебіторської заборгованості, включаючи перегляд умов оплати та впровадження строгіших умов кредитування.

Маркетинг та брендинг: Зосередитися на маркетингу та брендингу, щоб підвищити свідомість про продукт і залучити більше клієнтів.

Диверсифікація постачальників: Хоча наразі компанія залежить від єдиного постачальника, розглянути можливість знаходження додаткових постачальників для зниження ризиків.

Фінансовий аналіз: рекомендується регулярно проводити глибокий фінансовий аналіз для виявлення слабких місць та можливостей для покращення. Такі глибокі перевірки пов'язані з циклом процесу закупівлі та поставок, який відбувається щодвамісяці. Надійний постачальний дає можливість отримати більше часу для вирішення проблем із заборгованістю, проте не вирішує проблеми з покупцями. Серед них і представники невеликих підприємств, що не гарантують постійні закупівлі, проте чудово підходять в ролі масових невеликих закупок.

Надалі проаналізуємо основних покупців ТОВ «Валкріс-Люкс».

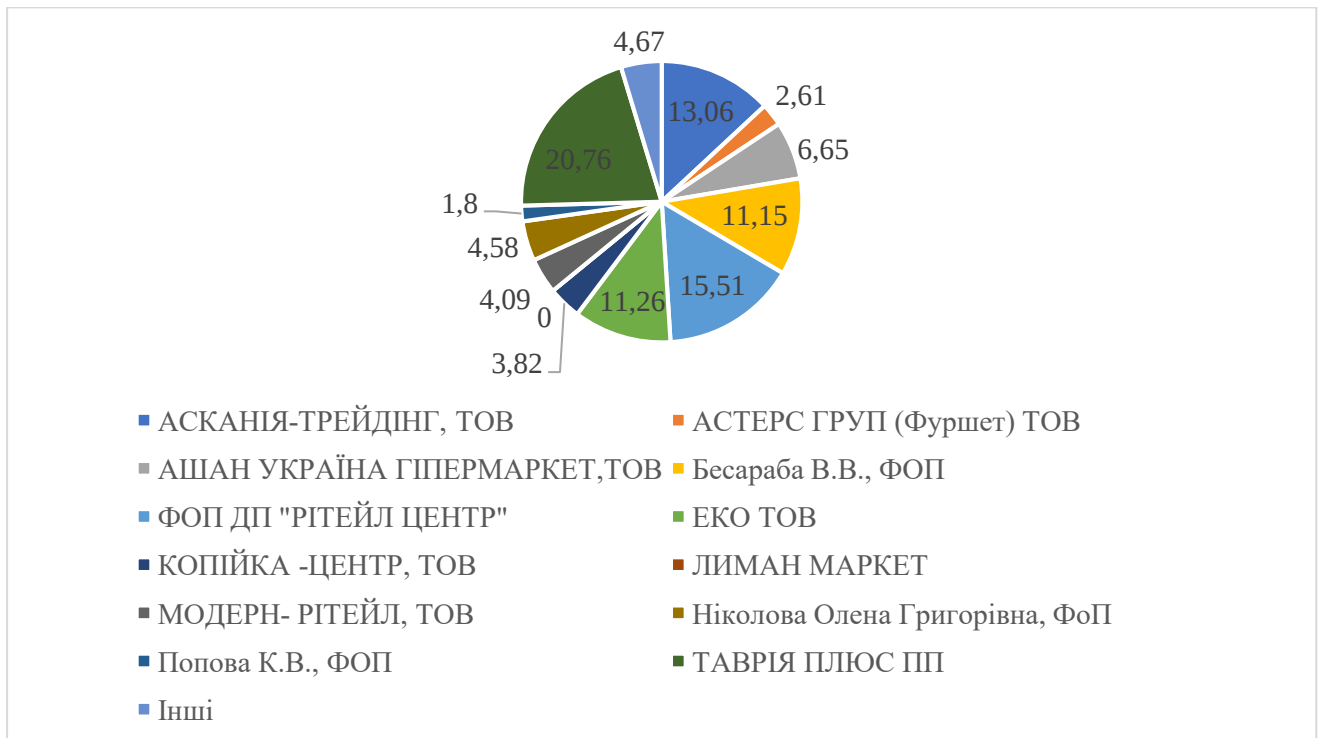


Рис.2.1. Основні покупці товарів ТОВ «Валкріс-Люкс»

Джерело: сформовано автором за фінансовою звітністю підприємства

На цій діаграмі показано розподіл продажів підприємства серед різних контрагентів. Значна частина продажів припадає на кілька ключових партнерів, зокрема на ТОВ "АКАЦІЯ-ТРЕЙДІНГ", що свідчить про сильні взаємовідносини з цими покупцями. Решта продажів розподілена серед більшого спектра контрагентів, що може вказувати на диверсифікацію клієнтської бази. Зменшення залежності від окремих покупців може знизити ризики і забезпечити стабільніший дохід. На жаль, Астерс Груп (Фуршет) у процесі оформлення банкрутства, тому майбутня співпраця з ним неможлива.

У разі банкрутства клієнта, процес зупинки співпраці з ним у Україні регулюється Кодексом України з процедур банкрутства (№. 2597-VIII, датований 18 жовтня 2018 року, який набрав чинності 21 жовтня 2019 року) та Законом України "Про фінансову реструктуризацію" (№. 1414-VIII, датований 14 червня 2016 року). Згідно з цим законодавством, процедури банкрутства можуть бути ініційовані як боржником, так і кредиторами через подання заяви до господарського суду. Під час банкрутства встановлюється мораторій на задоволення вимог кредиторів, а майно боржника може бути реалізоване лише в рамках процедури банкрутства. В цьому контексті, компанії, які співпрацюють з клієнтом, що оголосив банкрутство, повинні зареєструвати свої вимоги у процедурі банкрутства та дотримуватися встановлених правил і процедур для захисту своїх інтересів [37].

Для формування загальної картини проаналізуємо середовище, в якому діє підприємство. Аналіз SWOT — це ключовий інструмент стратегічного планування, який допомагає зрозуміти внутрішні сильні та слабкі сторони компанії, а також зовнішні можливості та загрози. Для компанії, яка займається постачанням, цей аналіз є особливо цінним, оскільки дозволяє адекватно оцінити ринкове положення та розробити стратегії для подальшого розвитку та адаптації до змін умов.

Таблиця 2.3

SWOT аналіз підприємства «Валкріс-Люкс»

	Позитивний вплив	Негативний вплив
	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Внутрішнє середовище	1. Сталі покупці, що мають доступ до великої кількості споживачів. 2. Відсутня необхідність розробки нових технологій виробництва, адже постачальник працює з фірмою на особливих умовах	1. Необхідно постійно підтримувати диверсифікацію клієнтів 2. Вразливість через дебіторську заборгованість.
Зовнішнє середовище	Можливості (O) 1. Вдале географічне розташування виробника та постачальника дає можливість сильно масштабувати постачання у регіоні та з можливістю експорту 2. Унікальні умови співпраці дають змогу впливати на насиченість ринку в регіоні.	Загрози (T) 1. Обстріл інфраструктури 2. Неприятливе середовище для бізнесу в країні з боку уряду 3. Можливі затримки чи навіть пропаша товару на кордоні

Джерело: сформовано автором за [33] та звітами підприємства

Сильні сторони компанії включають наявність стабільних клієнтів, які мають доступ до значної кількості споживачів, та відсутність необхідності в розробці нових технологій виробництва завдяки особливим умовам співпраці з постачальником. Це дозволяє компанії зосередитися на розширенні ринку та підвищенні продуктивності без додаткових витрат на інновації.

Слабкі сторони полягають у необхідності підтримувати диверсифікацію клієнтської бази, що може бути трудомістким, та вразливості, пов'язаній з дебіторською заборгованістю. Це може впливати на фінансову стабільність компанії у випадку неплатежів.

Можливості для компанії включають вигідне географічне розташування, що сприяє масштабуванню постачань, та унікальні умови співпраці, які надають перевагу у насиченні регіонального ринку. Загрози охоплюють такі аспекти, як можливий обстріл інфраструктури, несприятливе бізнес-середовище, що

створюється урядом країни, та ризики, пов'язані з митними затримками або втратою товару на кордоні, що можуть серйозно вплинути на ланцюг постачань.

Компанія має міцну клієнтську базу та переваги виробництва, але водночас стикається з викликами, пов'язаними з диверсифікацією та фінансовими ризиками. Важливо враховувати зовнішні загрози, такі як регіональні конфлікти та непередбачуване бізнес-середовище. Ефективне управління ризиками та використання географічних та унікальних конкурентних переваг може допомогти компанії забезпечити стабільне зростання та розширення ринку.

PESTLE аналіз підприємства «Валкріс-Люкс». PESTLE-аналіз дозволяє оцінити зовнішні фактори, які можуть впливати на підприємство, включаючи політичні, економічні, соціальні, технологічні, правові та екологічні аспекти:

1. Політичні фактори - включають урядову політику, законодавство, податкову політику, торгові обмеження тощо.
2. Економічні фактори - включають економічне зростання, валютні курси, інфляцію, ставки відсотків тощо.
3. Соціальні фактори - включають демографічні зміни, зміни в споживчих вподобаннях, рівень освіти, культурні аспекти тощо.
4. Технологічні фактори - включають інновації, автоматизацію, дослідження та розвиток, доступність технологій тощо.
5. Правові фактори - включають законодавство у сфері зайнятості, захист споживачів, норми безпеки, екологічні нормативи тощо.
6. Екологічні фактори - включають екологічну політику, зміни клімату, обмеження щодо викидів, утилізацію відходів тощо.

Таблиця 2.4

PESTLE аналіз ТОВ «Валкріс-Люкс»

Аспект	Опис
Політичні фактори	Урядова політика, законодавство, торгові відносини між Україною та Молдовою, вплив на імпорто-експортні операції.
Економічні фактори	Валютні курси, економічна стабільність, інфляція, рівень доходів населення, вплив на попит та ціноутворення.

Аспект	Опис
Соціальні фактори	Демографічні зміни, споживчі вподобання, рівень життя, культурні особливості, вплив на поведінку споживачів.
Технологічні фактори	Використання технологій у логістиці, управління запасами, електронна комерція, автоматизація процесів.
Правові фактори	Законодавство у сфері зайнятості, норми безпеки продуктів, екологічні стандарти, умови ведення бізнесу.
Екологічні фактори	Екологічні вимоги, обмеження, вплив на логістику, вибір упаковки та інновації.

Джерело: сформовано автором за [34]

Метод "П'ять сил" Майкла Портера – це інструмент для аналізу промислового середовища та розробки бізнес-стратегій. Він включає оцінку п'яти ключових факторів, які визначають рівень конкуренції та прибутковість у галузі: 1) загроза нових учасників; 2) загроза заміників; 3) переговорна сила покупців; 4) переговорна сила постачальників; 5) рівень конкуренції серед існуючих учасників ринку. Цей аналіз допомагає компаніям розуміти зовнішні впливи на їхню діяльність та формувати ефективні стратегії [35].

На основі звітів підприємства можна виконати аналіз "П'ять сил" Портера для ТОВ "Валкріс-Люкс":

1. Загроза нових учасників: можливість входу нових гравців на ринок є обмеженою через високі вимоги до логістичних та складських ресурсів.
2. Загроза заміників: у секторі продуктів харчування, зокрема попкорну, завжди є ризик появи заміників, але спеціалізація компанії на конкретному продукті може знижувати цей ризик.
3. Переговорна сила покупців: широкий та диверсифікований список замовників знижує переговорну силу окремих покупців.
4. Переговорна сила постачальників: залежність від єдиного постачальника з Молдови підвищує ризики та може збільшити переговорну силу постачальника.

5. Конкуренція у галузі: ринок продуктів харчування є конкурентним, але спеціалізація на вузькому сегменті може допомогти компанії уникнути прямої конкуренції.

Проведений аналіз виявив, що підприємство успішно діє в умовах змінюваного зовнішнього середовища, адаптуючись до політичних, економічних, соціальних, технологічних, правових та екологічних викликів. Особливу увагу слід звернути на міжнародні торговельні відносини та валютні коливання, що можуть впливати на імпорт. Також важливим є використання новітніх технологій для покращення логістики та оптимізації витрат. Законодавчі зміни та екологічні вимоги вимагають постійного моніторингу та адаптації бізнес-процесів. Успіх підприємства в майбутньому буде залежати від його здатності швидко реагувати на ці виклики та використовувати їх як можливості для розвитку.

2.2. Аналіз організації зовнішньоторговельних операцій ТОВ "Валкріс-Люкс"

У цьому пункті зосереджується увага на детальному аналізі торговельної діяльності ТОВ 'Валкріс-Люкс'. Вивчення організаційних процесів, які лежать в основі торговельних операцій компанії, дасть можливість оцінити їх ефективність та виявити потенційні напрямки для оптимізації. Особлива увага приділяється логістиці, управлінню запасами та взаємодії з ключовими партнерами та клієнтами.

Для кращого розуміння аспектів діяльності потрібно розглянути договори, які є основою та фундаментом операційної роботи фірми. Почнемо з договору поставки між логістичним підприємством «Максан» та «Валкріс-Люкс».

Цей договір встановлює умови логістичних послуг між ТОВ "Валкріс - Люкс" як Замовником і ТОВ "Максан" як Виконавцем. Він охоплює відповідальне зберігання товарів, порядок виконання послуг, права та обов'язки обох сторін, у тому числі страхування товарів та відповідальність за збереження. Спори спершу намагаються вирішити переговорами, потім через суд. Включено

форс-мажорні обставини, що звільняють сторони від відповідальності за невиконання договору. Договір діє до кінця 2011 року з автоматичним продовженням, якщо не буде розірваний. Усі зміни мають бути письмовими.

Договір складається з таких розділів:

1. Загальні положення: описує природу послуг, що надаються.
2. Предмет договору: визначає обсяг логістичних послуг, які включають зберігання товарів.
3. Визначення термінів: класифікує ключові терміни для розуміння договору.
4. Порядок виконання послуг: описує процедури надання та прийому послуг.
5. Обов'язки та права замовника: встановлює вимоги до замовника, включаючи подання інформації та оплату послуг.
6. Обов'язки та права виконавця: визначає відповідальності виконавця за надання послуг.
7. Вартість послуг та порядок розрахунків: визначає тарифи та умови оплати.
8. Вирішення спорів: встановлює процедуру вирішення спорів.
9. Відповідальність сторін: описує відповідальності та штрафи за невиконання умов договору.
10. Форс-мажорні обставини: регулює ситуації форс-мажору та їх вплив на договір.
11. Термін дії: вказує період дії договору та умови його продовження чи розірвання.
12. Прикінцеві положення: містить додаткові угоди та уточнення щодо договору.

Кожен розділ містить детальні положення, що регулюють взаємодію та обов'язки між сторонами.

Цей договір є комплексним документом, що регулює відносини між ТОВ "Валкріс - Люкс" і ТОВ "Максан" щодо логістичних послуг. Він охоплює усі аспекти від визначення термінів до відповідальності та форс-мажорних обставин. Основні переваги включають чітке визначення обов'язків, правил вирішення спорів та форс-мажорних умов. Однак, деталізація умов може ускладнити

швидке ухвалення рішень. Цей договір нагадує терміни Incoterms у контексті забезпечення чіткості та стандартизації умов доставки, але відрізняється за своєю специфічною орієнтацією на логістичні послуги.

Даний договір найбільше нагадує Incoterms DDP (Delivered Duty Paid) [38]. В обох випадках відповідальність за доставку, зберігання та усі логістичні аспекти лежить на постачальнику. В обох ситуаціях постачальник відповідає за забезпечення безпечної доставки товарів до покупця та усіх супутніх витрат. Однак, важливо відмітити, що Incoterms - це стандартні торговельні умови, в той час як цей договір - конкретний юридичний документ.

Переваги договору:

- Чіткість умов: детально визначені обов'язки, права, та відповідальність сторін.
- Врегулювання форс-мажорних обставин: вказано процедуру у випадках непереборної сили.
- Визначення процедур для вирішення спорів.

Недоліки:

- Комплексність: велика кількість детальних умов може ускладнити оперативне управління та виконання договору.
- Відсутність гнучкості: строгі терміни та умови можуть обмежити можливість швидкої адаптації до змін.

Рекомендації:

- Розглянути включення більш гнучких умов для швидкого реагування на зміни ринкових умов.
- Спростити деякі з умов, щоб полегшити управління договором і взаємодію між сторонами.

Огляд договору з постачальником. Перейдемо до договору, що об'єднує наше підприємство на загальноукраїнського перевізника Raben. Договір визначає, що Виконавець бере на себе зобов'язання надавати транспортно-експедиторські послуги на платній основі для Замовника. Це охоплює перевезення вантажів територією України. Замовник у свою чергу повинен

приймати та оплачувати ці послуги. Виконавець має право залучати третіх осіб для виконання обов'язків за договором, при цьому несучи відповідальність за їх дії чи бездіяльність.

Основна послуга, яку надає Виконавець – це організація перевезення вантажів автомобільним транспортом по Україні. До цього входить подача транспортних засобів, виконання перевезення за зазначеними маршрутами та доставка вантажів відповідно до заявок Замовника. Крім того, Виконавець може надавати додаткові послуги, такі як повернення палет від Вантажоодержувача та повернення документів, зазначених у ТТН, Замовнику чи Вантажовідправнику.

Заявки на послуги подаються Замовником і є невід'ємною частиною Договору. У заявці вказуються характеристики вантажу, інформація про вантаж, властивості, умови перевезення, інструкції щодо кріплення та упакування, вантажовідправник, вантажоодержувач, адреса розвантаження, маршрут та інші умови. Замовник самостійно визначає особу, яка має право подавати заявки, та повідомляє про це Виконавця. Заявки повинні подаватися не пізніше 12:00 години поточного дня перевезення або за 24 години до моменту завантаження в певних випадках. Заявки можуть подаватися через мережевий сервіс або у письмовій формі.

Замовник зобов'язаний підготувати необхідні товаросупровідні документи до моменту прибуття транспорту на місце навантаження. Виконавець забезпечує подання технічно справного транспортного засобу, що відповідає прийнятій Заявці. Замовник гарантує, що вантажі, передані для перевезення, відповідають товаросупровідним документам і не є небезпечними чи забороненими до перевезення.

Цей договір встановлює чіткі умови та обов'язки обох сторін у сфері транспортно-експедиторських послуг, забезпечуючи правову визначеність і структуру співпраці між Замовником і Виконавцем.

Він фокусується на наданні транспортно-експедиторських послуг всередині України. Описує умови перевезення вантажів, включаючи організацію

та виконання перевезень, повернення тари та документів, а також деталі щодо подання заявок та процедур надання послуг.

Цей договір нагадує умови Incoterms, зокрема DAP (Delivered At Place) [39] чи DDP (Delivered Duty Paid), хоча є важливі відмінності:

Схожість з Incoterms:

- DAP (Delivered At Place): під цією умовою, продавець бере на себе усі ризики та витрати, пов'язані з доставкою товару до зазначеного місця. В контексті вашого договору, Виконавець відповідає за організацію перевезення до пункту призначення, схоже на роль продавця в умовах DAP.
- DDP (Delivered Duty Paid): тут продавець відповідає не тільки за доставку, але й за сплату всіх мит та податків. Це схоже на відповідальність Виконавця за весь процес перевезення, включаючи залучення третіх осіб.

Переваги Договору:

1. Визначеність умов: чітко визначені умови перевезення, організації та відповідальності.
2. Гнучкість: можливість залучення третіх осіб для надання послуг, що забезпечує гнучкість в операціях.
3. Правова визначеність: чітке регулювання відповідальності та обов'язків обох сторін.

Недоліки Договору:

1. Комплексність: для Замовника може бути складно розібратися у всіх тонкощах та умовах договору.
2. Відповідальність за третіх осіб: виконавець несе відповідальність за дії третіх осіб, що може збільшити ризики.
3. Обмеження географії: договір обмежений перевезенням вантажів лише в межах України.

Рекомендації:

1. Деталізація ризиків: додати детальніші описи ризиків, пов'язаних з залученням третіх осіб.

2. Страхування: включити пункти про страхування вантажів для додаткового захисту інтересів обох сторін.
3. Гнучкість умов: додати можливість перегляду умов договору в разі зміни законодавства чи ринкових умов.
4. Технічна підтримка: забезпечити технічну підтримку або консультування для Замовника для кращого розуміння умов договору.

Цей аналіз виходить з загального розуміння договору та Incoterms і може варіюватися в залежності від конкретних умов і ситуацій.

Огляд договору з постачальником. Для підприємства ТОВ "Валкріс-люкс" співпраця з мережею "Ашан" як ключовим клієнтом є значущим аспектом комерційної діяльності. Огляд договору з постачальником для "Ашан" вимагає глибокого розуміння як комерційних умов, так і особливостей логістичних процесів. В цьому контексті, особлива увага приділяється аналізу взаємних зобов'язань, умов поставок, цінової політики, а також вимог до якості та стандартів продукції. Вступ до огляду договору з мережею "Ашан" передбачає детальне вивчення цих ключових компонентів, що мають безпосередній вплив на ефективність та вигоду співпраці для обох сторін.

1. Предмет договору

Постачальник зобов'язаний поставляти продукцію відповідно до замовлень Покупця, які включені в Специфікацію. Покупець, у свою чергу, прийматиме та оплачуватиме товари. Цей пункт встановлює основу взаємодії між сторонами, акцентуючи на гнучкості замовлень.

2. Ціна товарів і специфікація

Вартість договору базується на загальній сумі придбаних товарів згідно з цінами, визначеними в Специфікації. Ціни формуються відповідно до ринкових умов та міжнародних правил Інкотермс 2010, включаючи вартість доставки.

Сторони мають право оновлювати Специфікацію, змінюючи перелік товарів та їх ціни, але не частіше, ніж раз на три місяці. У випадку незгоди однієї зі сторін із запропонованими змінами, передбачається обговорення та досягнення консенсусу.

Для категорій товарів, що часто піддаються змінам цін (наприклад, свіжі продукти), Постачальник надсилає пропозиції про зміну цін щотижня. Покупець зобов'язаний підтвердити або відхилити ці зміни.

Цей договір встановлює чіткий механізм для регулювання комерційних відносин між Постачальником та Покупцем, надаючи основу для гнучкості в замовленнях і ціноутворенні, а також для регулювання специфікацій у відповідності до ринкових умов.

3. Порядок розрахунків (форма, умови, строки)

Даний розділ договору встановлює основні умови та процедури розрахунків між Постачальником та Покупцем.

Відповідно до пункту 3.1, Постачальник погоджується на відстрочку оплати до 45 календарних днів з моменту прийому товару. Оплата проводиться не раніше першого четверга після закінчення терміну платежу, з урахуванням вихідних днів.

Згідно з пунктом 3.2, особливі умови розрахунків, встановлені законодавством для окремих груп товарів, мають перевагу над загальними умовами договору.

Пункт 3.3 описує, що Покупець оплачує товари за цінами, вказаними в накладних, з урахуванням знижок, наданих Постачальником.

Пункти 3.4 та 3.5 встановлюють, що всі розрахунки між сторонами здійснюються в гривні через безготівкові перерахування на рахунок Постачальника.

Згідно з пунктом 3.9, заборгованість може бути зменшена на підставі актів звірки взаєморозрахунків, підписаних сторонами. Пункт 3.10 встановлює, що повернення продовольчих товарів після закінчення строку їх придатності не здійснюється, якщо не передбачено інше додатковою угодою.

Цей розділ договору важливий для забезпечення чіткого розуміння умов та процедур оплати, включаючи специфічні умови, відстрочку платежу, умови знижок, та механізми звірки взаєморозрахунків.

4. Знижки

Цей розділ договору встановлює умови та види знижок, що можуть бути застосовані до товарів, які поставляються. Постійно діюча фіксована знижка в розмірі 6.00% на всі групи товарів, виражена у відсотках від ціни без ПДВ.

Також діє знижка на просування товарів: застосовується у період спеціальних акцій та рекламних кампаній. Для швидкопсувних продуктів знижка діє протягом 7 днів до початку акції, для продовольчих та непродовольчих товарів - 21 день. Об'єктом нарахування ПДВ є ціна товару з урахуванням знижок.

5. Замовлення

Цей розділ визначає процес розміщення та виконання замовлень Покупцем. Покупець розміщує замовлення через електронну систему EDI або, у виключних випадках, факсом. Замовлення здійснюються за потребою Покупця, і він не може бути змушений робити примусові замовлення. Постачальник зобов'язаний відкрити та підтвердити замовлення в системі EDI. У випадку незгоди з параметрами замовлення, Постачальник повинен надіслати відкориговане замовлення. У випадку, якщо Постачальник не може виконати замовлення, він повинен повідомити Покупця протягом 48 годин з моменту отримання замовлення. Замовлення вважається повністю виконаним, коли прийнятий товар повністю відповідає підтвердженому замовленню та товаросупровідним документам.

6. Умови поставки та логістика

Цей розділ регулює процедуру поставки товарів та пов'язані з цим логістичні аспекти. Постачальник зобов'язаний поставляти товари з дотриманням встановлених термінів, зазначених у замовленні, та супроводжувати товар відповідною документацією та іншими необхідними документами, відповідно до законодавства України.

Постачальник зобов'язаний поставляти товари з документацією, що підтверджує якість та безпечність товару, і з нереалізованим терміном придатності, який становить не менше двох третин від вказаного терміну. Поставка замовленого товару здійснюється за умовами DDP (Delivered Duty Paid) відповідно до Правил Інкотермс-2010.

Ці розділи договору встановлюють детальні процедури та умови для замовлення, поставки, прийому та розрахунків за товари, забезпечуючи чітке регулювання комерційних відносин між Постачальником та Покупцем. Вони охоплюють як логістичні аспекти, так і фінансові умови співпраці, включаючи вимоги до якості товарів, умови їх поставки та механізми визначення вартості та знижок.

7. Упаковка, тара, маркування

Цей розділ договору визначає вимоги до упаковки, тари та маркування товарів для забезпечення їх цілісності та відповідності стандартам. Товари на піддонах завертаються у прозору плівку, зовнішня упаковка повинна бути міцною, відповідати санітарно-гігієнічним нормам. Маркування товарів повинне дозволяти негайну та безпомилкову ідентифікацію товарів у відповідності із замовленням. Маркування має відповідати вимогам законодавства. Маркування товарів та розміщення інформації повинно відповідати вимогам законів України про захист прав споживачів та про безпечність та якість харчових продуктів.

Постачальник зобов'язаний поставляти товари з нанесеним штрих-кодом в системі EAN/UNISCAN або іншій системі, узгодженій з Покупцем [7].

Альтернативне кодування: у разі відсутності можливості нанести штрих-коди EAN, Покупець створює внутрішні коди, які Постачальник наносить на товари за свій рахунок.

8. Якість та безпека товарів

Постачальник гарантує відповідність товарів стандартам, технічним умовам та іншим вимогам та зобов'язаний дотримуватись вимог законодавства щодо виробництва, перевезення та реалізації товарів. У разі виявлення товарів неналежної якості, Покупець має право на їх повернення та відшкодування вартості.

Цей розділ договору встановлює чіткі вимоги до упаковки, тари, маркування та якості товарів, а також процедури щодо їх перевірки та повернення. Він гарантує, що товари будуть доставлені в безпечному та

відповідному стані, а також забезпечує захист прав Покупця у випадку виявлення товарів неналежної якості.

Огляд розділу 10: гарантії та заяви договору

Розділ 10 договору між Постачальником та Покупцем визначає основні гарантії та заяви, що стосуються їх взаємних прав та обов'язків. Основні аспекти розділу включають:

Обмін документами: обидві сторони зобов'язані надати одна одній копії важливих документів, що підтверджують їх юридичний статус та повноваження. Податковий статус: Постачальник вказує свій податковий статус, в тому числі статус платника податку на прибуток або єдиного податку, і готовий надати відповідні документи.

Обов'язок інформування про зміни: сторони мають обов'язок інформувати одна одну про будь-які зміни у їх юридичному статусі та відповідних документах.

Цей розділ має важливе значення, оскільки встановлює юридичну основу для діяльності обох сторін, гарантуючи їх законність та відповідність чинному законодавству. Особливу увагу звертають на взаємне визнання прав та обов'язків, а також на необхідність підтримання відкритої комунікації між сторонами щодо будь-яких змін у їх юридичному статусі чи документації.

Розділ 11: положення про комерційну етику покупця та конфіденційність

Цей розділ договору висвітлює основні принципи комерційної етики та конфіденційності, яких дотримуються сторони у своїх взаємовідносинах. Покупець висловлює свою прихильність до високих стандартів, які визнані на міжнародному рівні, і намагається сприяти дотриманню цих принципів своїми постачальниками.

Взаємовідносини з постачальниками. Сторони прагнуть розвивати ділові довгострокові відносини, засновані на принципах доброї волі, взаємоповаги та культурних цінностей. Важливим аспектом є дотримання постачальниками додаткових принципів, які можуть бути обумовлені сторонами для забезпечення ефективної та етичної співпраці.

Екологічні аспекти

Обидві сторони визнають важливість екологічної безпеки та прагнуть розвивати альтернативи виробничим методам, які можуть шкодити довкіллю. Постачальник зобов'язується сприяти покращенню стану навколишнього середовища та шукати можливості для екологічних покращень у своїй діяльності.

Умови праці

Постачальники повинні забезпечувати своїм працівникам умови праці, які відповідають нормам трудового законодавства України, тим самим дотримуючись важливих стандартів трудових відносин.

Дотримання положення та конфіденційність. Сторони зобов'язуються дотримуватися умов даного положення та зберігати конфіденційність інформації, яка пов'язана з виконанням умов договору. Вони погоджуються, що будь-яка інформація про сторони або діяльність, яка має комерційний характер, є конфіденційною та не підлягає розголошенню третім особам.

Цей розділ підкреслює серйозне ставлення сторін до етичних норм в бізнесі, їх відповідальність за дотриманням екологічних стандартів та наголошує на важливості захисту конфіденційної інформації в рамках комерційних відносин.

Розділ 12: повідомлення

Цей розділ описує правила та методи комунікації між сторонами. Всі офіційні повідомлення, запити, вимоги та інші документи повинні передаватися в письмовій формі за допомогою рекомендованого листа, факсу, електронної пошти або через систему EDI. Повідомлення мають надсилатися на адреси, вказані у договорі, або за іншою адресом, про яку сторони повідомили одна одну.

Розділ 13: відповідальність сторін

У цьому розділі визначено відповідальність сторін за невиконання або неналежне виконання зобов'язань за договором. Постачальник зобов'язується сплатити штраф за прострочення поставки товарів або за недопоставку. Покупець також має право застосовувати санкції у разі порушення умов договору. Включено положення про відповідальність за порушення вимог маркування товарів та якості продукції.

Розділ 14: зміна, розірвання та припинення договору

Цей розділ регулює умови, за яких договір може бути змінений, розірваний або припинений. Договір може бути розірваний за взаємною згодою або за попереднім повідомленням однієї зі сторін за 30 днів. Припинення договору не звільняє сторони від відповідальності за виконання зобов'язань, які залишилися невиконаними на момент припинення дії договору.

Розділ 15: Форс-Мажор (Обставини Непереборної Сили)

У цьому розділі описано, що у випадку непередбачуваних обставин, які перешкоджають виконанню договору (наприклад, природні катастрофи, війни), сторони звільняються від відповідальності. Сторона, що посилається на форс-мажор, повинна повідомити іншу сторону про ці обставини протягом трьох днів.

Розділ 16: Застосовне Право та Вирішення Суперечок

Вказує, що договір регулюється українським законодавством. Суперечки, які можуть виникнути, повинні спочатку вирішуватися через переговори. Якщо згоди не досягнуто, сторони можуть звернутися до господарського суду.

Розділ 17: Гарантія Відшкодування Збитків у Зв'язку з Вимогами Третіх Осіб

Постачальник гарантує, що товари не порушують прав третіх осіб і зобов'язується відшкодувати Покупцю будь-які збитки, спричинені порушенням цих прав.

Розділ 18: інші положення

Цей розділ містить додаткові положення, включно з терміном дії договору, процедурою внесення змін та інші важливі умови.

Розділ 19: місцезнаходження та реквізити сторін

Містить юридичні адреси та контактну інформацію обох сторін.

Цей договір є комплексним і детально розробленим документом, який регулює відносини між Постачальником та Покупцем. Він охоплює широкий спектр аспектів, від умов поставки до відповідальності за порушення умов договору. Договір детально регулює процес взаємодії, встановлює чіткі вимоги до якості, упаковки, маркування товарів, а також окреслює процедури вирішення спорів і механізми застосування штрафних санкцій.

Загальний Висновок

Цей договір є комплексним і детально розробленим документом, який регулює відносини між Постачальником та Покупцем. Він охоплює широкий спектр аспектів, від умов поставки до відповідальності за порушення умов договору. Договір детально регулює процес взаємодії, встановлює чіткі вимоги до якості, упаковки, маркування товарів, а також окреслює процедури вирішення спорів і механізми застосування штрафних санкцій.

Переваги договору

- Детальність і чіткість: договір включає детальні положення щодо всіх ключових аспектів співпраці, мінімізуючи можливості для непорозумінь.
- Визначення відповідальності: чітке визначення відповідальності за невиконання зобов'язань, що забезпечує захист інтересів обох сторін.
- Процедури вирішення спорів: наявність чітко визначених процедур вирішення спорів сприяє ефективному управлінню конфліктами.

Недоліки договору

- Складність: висока деталізація та об'єм документа можуть ускладнити його розуміння для сторін, особливо без юридичного супроводу.
- Гнучкість: жорсткі умови договору можуть обмежувати гнучкість у випадку нестандартних ситуацій або швидкозмінних ринкових умов.
- Ризик застарівання інформації: у договорі можуть бути використані дані, які швидко застарівають, що вимагає регулярного оновлення документу.

Рекомендації

- Спрощення і оптимізація: розглянути можливість спрощення деяких аспектів договору, щоб зробити його більш зрозумілим і легшим для використання.
- Гнучкість у реагуванні на зміни: включити положення, які дозволяють швидко адаптуватися до змін у ринкових умовах або законодавстві.
- Регулярний перегляд договору: встановити процедуру регулярного перегляду договору, щоб забезпечити його актуальність та відповідність сучасним умовам.

- Тренінги та інформування сторін: організувати сесії або тренінги для залучених сторін з метою підвищення розуміння ключових аспектів договору.

Ці договори є типовими та становлять основу для всієї діяльності підприємства. Тепер розглянемо як фірма здійснює імпорتنі операції з Молдови.

2.3. Аналіз показників та ефективності зовнішньоторговельної діяльності ТОВ "Валкріс-Люкс"

Аналіз процесів імпорту у контексті посередницької діяльності у торгівлі продуктами харчування. Під час своєї діяльності, компанія має основні етапи роботи:

- Для оформлення товару на Митниці : МТД та проходження товару з оформленням усіх необхідних документів, ТОВ «ВАЛКРІС- ЛЮКС» уклало Договір на надання брокерських та супровідних послуг.

Процес оформлення товару на митниці, який здійснює ТОВ "ВАЛКРІС-ЛЮКС" через укладення договору на надання брокерських та супровідних послуг, включає наступні етапи:

- Підготовка митної товарної декларації (МТД): це офіційний документ, що подається митним органам для оформлення товарів. Він містить детальну інформацію про товар, його вартість, країну походження, та інші релевантні дані.
- Надання брокерських послуг: митний брокер допомагає компанії у веденні митних операцій, забезпечуючи правильне оформлення та подання всіх необхідних документів для митного оформлення.
- Супровід та консультування: митний брокер також консультує компанію щодо митного законодавства, тарифів, і надає підтримку у вирішенні будь-яких питань, що виникають під час митного оформлення.

Цей процес забезпечує ефективне та відповідальне проходження товару через митницю, мінімізуючи затримки та відповідні ризики.

- Після оформлення товару на брокер Митниці, ФОП виставляє підприємству акт виконаних робіт та рахунок для оплати послуг.

Після митного оформлення товару, процес включає наступні кроки:

- Виставлення акту виконаних робіт: ФОП, який виконував брокерські послуги, готує акт, що підтверджує виконання всіх необхідних дій для митного оформлення товару.
- Виставлення рахунку: разом з актом виконаних робіт ФОП виставляє рахунок для оплати послуг, вказуючи вартість наданих брокерських послуг.
- Оплата послуг: підприємство, отримавши акт і рахунок, перевіряє їх і здійснює оплату за надані послуги.

Цей процес забезпечує фінансову відповідальність та законність взаєморозрахунків між підприємством та ФОП-митним брокером

- Для отримання заявок на поставку товару від Покупців, ТОВ «ВАЛКРІС-ЛЮКС» уклало Договір про надання послуг з ТОВ «КОМАРХ», використовується платформа COMARCH EDI (рішення для електронного обміну даними), для здійснення отримання електронних заявок від Покупців, в цій системі, формується також і електронний документ на відвантаження товару до Покупця.

ТОВ "КОМАРХ" - це компанія, що надає рішення у сфері електронного обміну даними (EDI). COMARCH EDI - це платформа, розроблена ТОВ "КОМАРХ", яка дозволяє автоматизувати процес обміну даними між бізнес-партнерами [4].

В контексті ТОВ "ВАЛКРІС-ЛЮКС", процес використання платформи COMARCH EDI виглядає так:

- Отримання електронних заявок: використовуючи платформу, ТОВ "ВАЛКРІС-ЛЮКС" отримує електронні заявки на поставку товару від покупців.
- Формування електронного документа на відвантаження товару: після обробки заявки на платформі генерується електронний документ, який використовується для відвантаження товару до покупця.

Цей етап сприяє ефективності та автоматизації процесу замовлення і відвантаження, поліпшуючи взаємодію з клієнтами.

- Поставка товару зі складу здійснюється транспортними компаніями з залученням свого транспорту;
- по м. Одеса поставку здійснює ТОВ «МАКСАН» згідно з довгостроковим договором перевезення;
- У межах господарських взаємовідносин відповідно договорів для поставки.
- Оплата за товар здійснюється в безготівковій формі.

Для того щоб дізнатися який з показників найбільшою мірою впливає на прибуток організації проведемо факторний аналіз прибутку ТОВ "ВАЛКРІС-ЛЮКС".

1. Розрахунок впливу фактора «Виручка (оборот) від продажу».

Розрахунок впливу цього фактора потрібно розкласти на дві частини. Так як виручка організації - це помноження кількості та ціни реалізованої продукції, то спочатку розраховується вплив на прибуток від продажів ціни, за якою продавалися товари, а потім розрахуємо вплив на прибуток зміни фактичної маси проданих товарів [36].

При проведенні факторного аналізу необхідно враховувати вплив інфляції. Порівнявши ціни на реалізовані товари за два роки, було визначено, що ціни на продукцію у звітному 2022 зросли порівняно з базисним в середньому на 9 %. Тоді індекс ціни

$$I_{ц} = 100 + \frac{9}{100} = 1,09 \quad (2.1)$$

Отже, виручка від продажу у звітному періоді в порівнянних цінах буде дорівнювати:

$$B' = \frac{B_1}{I_{ц}}, \quad (2.2)$$

де B' - виручка від продажу в порівнянних цінах;

B_1 - виручка від продажу продукції в звітному періоді.

Для ТОВ "ВАЛКРІС-ЛЮКС" виручка в порівнянних цінах складе:

$$B' = 1512,58/1,09 = 1387,69 \text{ тис. грн.}$$

$$\Delta B_{\text{ц}} = B1 - \frac{B1}{J_{\text{ц}}} = B1 - B'$$

$$\Delta B_{\text{ц}} = 1512,58 - 1387,69 = +124,69 \text{ тис. грн.}$$

$$\Delta B_{\text{кол}} - \text{во тов} = B' - B0 = 1387,69 - 1398,18 = -10,49 \text{ тис. грн.}$$

Невелике збільшення кількості реалізованої продукції призвело до зниження виручки у звітному періоді на 10,49 тис. грн., а загальний приріст виручки (+114,39 тис. грн.) відбувся за рахунок підвищення цін на 9%.

1.1. Розрахунок впливу фактора «Ціна».

$$\Delta \Delta \text{ Пп (Ц)} = B_{\text{ц}} \times \frac{R_{\text{p0}}}{100} \quad (2.3)$$

Де R_{p0} – рентабельність продажів у базисному році.

$$\Delta \text{ Пп (Ц)} = +124,89 \times \frac{-1}{100} = -1,25 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, приріст цін на продукцію у звітному періоді в порівнянні з минулим періодом в середньому на 9% призвів до зменшення суми прибутку від продажу на 1,25 тис. грн.

1.2. Розрахунок впливу фактора «Кількість проданих товарів». Вплив на суму прибутку від продажу (ПП) зміни кількості проданої продукції можна розрахувати наступним чином:

$$\Delta \Delta \Delta \text{ Пп (К)} = [(B1 - B0) - B_{\text{ц}}] \times \frac{R_{\text{p0}}}{100} = B_{\text{ц}} \times \frac{R_{\text{p0}}}{100}$$

(2.4)

Де Пп (К) - зміна прибутку від продажу під впливом фактора «кількість проданої продукції (товарів, послуг)»;

$B1$ і $B0$ - відповідно виручка від продажу у звітному і базисному періодах;

$\Delta B_{\text{ц}}$ - зміна виручки від продажу під впливом ціни;

R_{p0} - рентабельність продажів у базисному періоді.

ТОВ "ВАЛКРІС-ЛЮКС":

$$\Delta \text{ Пп (К)} = (114,39 - 124,89) \times \left(-\frac{1}{100}\right) = 0,11 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, вплив позитивний, тобто при збільшенні в звітному періоді обсягу отриманої виручки в порівнянних цінах, сума прибутку від продажів збільшилась незначним чином на 0,11 тис. грн.

2. Розрахунок впливу фактора «Управлінські витрати».

Для розрахунку використовується формула:

$$\Delta \Pi_{\text{п}}(\text{УР}) = B_1 \times \frac{\text{УУР } 1 - \text{УУР } 0}{100} \quad (2.5)$$

де УКР 1 і УКР 0 - відповідно рівні управлінських витрат у звітному і базисному періодах. Розрахуємо рівні управлінських витрат в 2021 і в 2022 роках.

$$\text{УУР}_0 = \frac{\text{УР}}{B_1} \times 100$$

$$\text{УУР}_0 = \left(\frac{14031,41}{13981,88} \right) \times 100 = 100,35$$

$$\text{УУР}_1 = \frac{\text{УР}_2}{B_2} \times 100$$

$$\text{УУР}_1 = \left(\frac{15281,13}{15125,82} \right) \times 100 = 101,02$$

$$\Delta \Pi_{\text{п}}(\text{УР}) = 1512,58 \times \frac{0,67}{100} = 10,3 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, перевитрата з управлінських витрат у звітному періоді і підвищення їх рівня на 0,67% призвели до зменшення суми прибутку від продажу на 10,13 тис. грн.

Інші показники - фактори від іншої операційної та позареалізаційної діяльності - не роблять настільки істотного впливу на прибуток, як фактори господарської сфери.

Таким чином, можна узагальнити вплив факторів, що впливають на прибуток від продажу і, отже, на прибуток звітного періоду.

Отримані дані наведемо в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Зведена таблиця впливу факторів на прибуток від продажу
звітного періоду (2022 р.)

Показники	Сума, тис. грн.
Кількість проданої продукції	0,11
Зміна цін на реалізовану продукцію	- 1,25
Управлінські витрати	- 10,13
Сукупний вплив чинників	- 11,27

Джерело: авторська розробка

За результатами даної таблиці видно, що збільшення управлінських витрат зробило найбільш істотний негативний вплив на величину прибутку.

Також негативно вплинула зміна цін на реалізовану продукцію. Невелике збільшення кількості проданої продукції навпаки позитивно позначилося на показнику прибутку від продажів. З цього можна зробити висновок, що організації необхідно скорочувати управлінські витрати, а також робити все необхідне для того щоб передбачати зміни цін на ті чи інші товари, реалізацією яких вона займається.

Для того щоб оцінити ефективність імпорتنих операцій, розрахуємо показники рентабельності ТОВ "ВАЛКРІС-ЛЮКС". Показники рентабельності представлені в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Аналіз показників рентабельності (2020 – 2022 рр.)

Показники рентабельності	Значення показника (у %)			Зміна показника
	2020	2021	2022	± %
Рентабельність продажів (величина прибутку в кожній гривні виручки). Нормальне значення: 9% та більше	-9,8	-0,4	-1,0	+ 8,8
Рентабельність продажів за чистим прибутком (величина чистого прибутку у кожній гривні виручки)	-18,3	-4,8	-5,9	+12,4

Прибуток від продажів на гривню, що вкладена у реалізацію продукції.	-8,9	-0,4	-1,0	+7,9
--	------	------	------	------

Джерело: авторська розробка

Представлені в таблиці показники рентабельності за 2022 рік мають негативні значення як наслідок збиткової діяльності ТОВ "ВАЛКРІС-ЛЮКС" за даний період.

Наочно динаміка показників рентабельності за три роки представлена на рисунку 2.2.

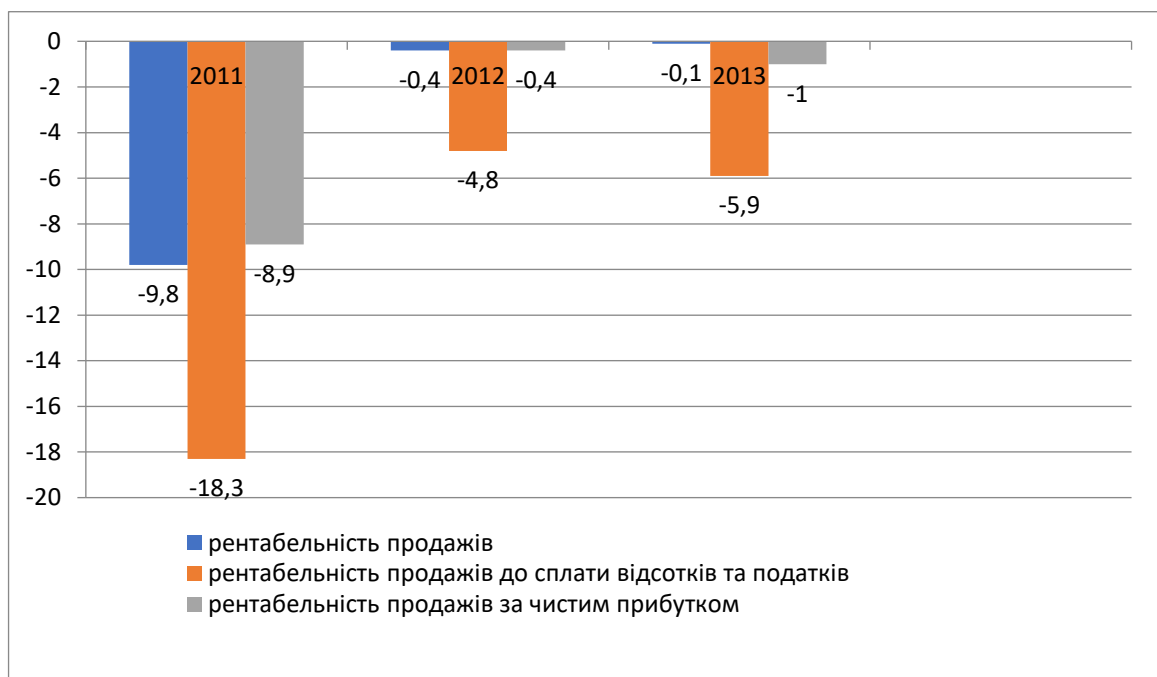


Рис. 2.2. Динаміка показників рентабельності ТОВ "ВАЛКРІС-ЛЮКС" за 2020-2022 рр.

Рентабельність продажів за 2022 рік склала -1 %. Проте має місце зростання рентабельності звичайних видів діяльності в порівнянні з даними показником за 2020 рік (+8,8 %).

Показник рентабельності, розрахований як відношення прибутку до сплати відсотків та оподаткування до виручки організації, за 2022 рік склав від'ємне значення, що дорівнює -5,9 %.

Але в цілому за звітний період спостерігається збільшення даного показника на 12,4%.

Після проведення аналізу показників рентабельності ТОВ "ВАЛКРІС-ЛЮКС" за три останні роки, можна зробити наступні висновки. В цілому тенденція підвищення рентабельності продажів є позитивною за рахунок збільшення обсягів продажів. Однак від'ємне значення показників рентабельності свідчить про збитковість діяльності ТОВ "ВАЛКРІС-ЛЮКС". Це говорить про нестабільність фінансового положення організації і великому ризику банкрутства. Для подальшого благополучного існування ТОВ "ВАЛКРІС-ЛЮКС" терміново необхідний комплекс фінансово-економічних заходів для поліпшення показників діяльності організації.

Висновки до розділу 2

У другому розділі дипломної роботи було проведено ґрунтовний аналіз фінансово-господарської та зовнішньоторговельної діяльності ТОВ "Валкріс-Люкс". Ретельний огляд організаційно-економічних характеристик компанії, включаючи її структуру, ключові бізнес-процеси, фінансові показники та зовнішні впливи, виявив цілий ряд важливих аспектів, які варто враховувати для подальшого розвитку і зростання компанії.

Здійснені SWOT та PESTLE аналізи надали глибоке розуміння внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на підприємство. Важливість різноманітних стратегічних рішень, таких як диверсифікація клієнтської бази, оптимізація логістичних процесів та зміцнення партнерських відносин, стала ще більш очевидною. Аналіз "П'ять сил" Портера допоміг визначити ключові аспекти конкурентного середовища, в якому діє підприємство.

Фінансовий аналіз показав важливість управління дебіторською заборгованістю, оптимізації витрат та пошуку нових можливостей для збільшення доходів. Окрему увагу було приділено вивченню торговельних договорів компанії, які мають важливе значення для її діяльності та забезпечення її стабільності в умовах постійно змінюваного бізнес-середовища. Невелике збільшення кількості реалізованої продукції призвело до зниження виручки у звітному періоді на 10,49 тис. грн., а загальний приріст виручки (+114,39 тис. грн.) відбувся за рахунок підвищення цін на 9%.

РОЗДІЛ 3. НАПЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ОПЕРАЦІЙ ТОВ "ВАЛКРІС-ЛЮКС"

3.1. Географічна та товарна диверсифікація зовнішньоекономічної діяльності підприємства "Валкріс-Люкс"

На основі роботи, розробка пункту удосконалення організації імпортерних операцій підприємства може включати такі аспекти:

- Оптимізація логістичних процесів: аналіз існуючих логістичних процесів, зокрема управління запасами, транспортування та зберігання продукції, з метою виявлення можливостей для оптимізації та зниження витрат. Оптимізація логістичних процесів для "Валкріс-люкс" включає аналіз існуючих договорів з логістичними компаніями та постачальниками. Важливими аспектами є:
- Управління запасами: раціоналізація запасів є ключовою, включаючи оцінку рівнів запасів, частоту замовлень та оптимальність складського простору.
- Транспортування та доставка: ефективне транспортування та своєчасна доставка забезпечують плавність логістичних операцій. Важливо оцінити надійність і вартість послуг логістичних партнерів.
- Оптимізація витрат: зниження витрат на логістику через переговори щодо кращих умов з постачальниками та партнерами, впровадження ефективних логістичних практик.
- Юридичні аспекти та форс-мажор: врахування можливостей форс-мажорних обставин та їх вплив на логістичні процеси, забезпечення юридичного покриття.

Рекомендації включають вдосконалення договірних умов з логістичними партнерами, покращення процесів управління запасами, та зниження витрат через оптимізацію логістичних маршрутів і методів.

- Покращення взаємодії з партнерами і клієнтами: вивчення поточних відносин з ключовими партнерами і клієнтами, щоб визначити способи покращення співпраці, збільшення лояльності клієнтів та розширення клієнтської бази.
- Покращення взаємодії з партнерами і клієнтами для "Валкріс-Люкс" на основі звіту з практики може включати такі аспекти:
- Зміцнення відносин з партнерами: аналіз та вдосконалення існуючих договорів з ключовими постачальниками та логістичними компаніями. Це може включати перегляд умов співпраці, встановлення більш гнучких угод, та впровадження системи взаємних бонусів за тривалу співпрацю.
- Підвищення лояльності клієнтів: розвиток та впровадження програм лояльності, зосередження уваги на індивідуальних потребах та вподобаннях клієнтів, організація спеціальних акцій та пропозицій.
- Ефективне управління зв'язками з клієнтами: інвестиції у розвиток систем CRM для кращого відстеження історії взаємодій, управління замовленнями, та аналізу поведінки клієнтів.

Усі ці кроки допоможуть "Валкріс-Люкс" підвищити ефективність взаємодії з партнерами та клієнтами, підсилюючи комерційну вигоду та стійкість підприємства на ринку.

Розвиток та диверсифікація асортименту продукції

Розробка стратегії для розширення асортименту продукції та входження на нові ринки, щоб зменшити залежність від окремих продуктів або ринків та збільшити конкурентоспроможність підприємства.

Розвиток та диверсифікація асортименту продукції "Валкріс-Люкс" може включати наступні стратегії:

- Розширення ринку: враховуючи унікальність постачальника і спеціалізацію на вузькому сегменті, компанія може розглядати розширення ринку за межі України або додавання інших продуктів до асортименту.
- Управління дебіторською заборгованістю: важливо вжити заходів для зменшення дебіторської заборгованості, включаючи перегляд умов оплати та впровадження строгіших умов кредитування.

- Маркетинг та брендинг: сконцентрувати зусилля на маркетингу та брендингу для підвищення пізнаваності продукту та залучення більшої кількості клієнтів.
- Диверсифікація постачальників: розглянути можливість пошуку додаткових постачальників для зменшення ризиків, пов'язаних з залежністю від декількох великих постачальників.
- Фінансовий аналіз: регулярно проводити глибокий фінансовий аналіз для виявлення слабких місць та можливостей для покращення.

Для підприємства "Валкріс-Люкс", розширення географії торгівлі є ключовим кроком у підвищенні конкурентоспроможності та досягненні стабільного зростання. Це вимагає збалансованого підходу, що включає детальне дослідження міжнародних ринків, визначення цільових сегментів, а також розробку маркетингових та рекламних стратегій. Ключовими елементами є аналіз культурних, соціальних, і економічних факторів, що впливають на споживчі уподобання, а також оцінка регуляторних та митних умов кожного ринку. Ефективне використання цифрових технологій та соціальних медіа може значно сприяти просуванню продукції на нових ринках. Крім того, важливо розглянути можливості місцевих партнерств та співпраці, щоб забезпечити успішний вхід на нові ринки.

Для детального розкриття пункту Розширення географії торгівлі та пошук нових ринків, розглянемо кілька ключових аспектів:

Аналіз міжнародного ринку:

- Першочергово, необхідно провести глибокий аналіз світових ринків, зосередившись на розумінні культурних, економічних та політичних особливостей потенційних країн-партнерів.
- Вивчення трендів та змін у попиті споживачів на різних ринках, а також аналіз конкурентного середовища, щоб визначити найбільш перспективні ринки для входу.

Розробка стратегії входу на ринок:

- Вибір оптимальної стратегії входу на ринок, яка може включати експорт, прямі інвестиції, співпрацю з місцевими компаніями, франчайзинг чи створення спільних підприємств.
- Планування маркетингових та рекламних кампаній, адаптованих під культурні особливості та споживчі уподобання на нових ринках.

Логістичне планування та оптимізація:

- Оцінка та планування логістичних потреб, включаючи транспортування, зберігання та розподіл товарів на нових ринках.
- Розробка гнучких ланцюгів поставок, здатних адаптуватися до змінних умов ринку та мінімізувати ризики.

Ризик-менеджмент та відповідність законодавству:

- Оцінка ризиків, пов'язаних з входом на нові ринки, включаючи політичні, економічні та валютні ризики.
- Вивчення місцевого законодавства та нормативних вимог щодо міжнародної торгівлі та інвестицій, забезпечення відповідності всім юридичним вимогам

Для підприємства "Валкріс-Люкс" аналіз міжнародного ринку є ключовим етапом у стратегії розширення географії торгівлі. Цей процес починається з глибокого дослідження глобальних тенденцій у світовій торгівлі, зокрема змін у геополітичному ландшафті, економічних коливаннях, та технологічних інноваціях. Особлива увага приділяється аналізу попиту на продукцію "Валкріс-Люкс" на різних ринках, з акцентом на ринки, що демонструють зростання та мають високий потенціал.

Ключовим аспектом є оцінка конкретних ринків, яка включає дослідження культурних, соціальних, економічних та політичних особливостей потенційних країн-партнерів. Важливо визначити, які сегменти ринку є найбільш перспективними для продукції компанії, та розуміти специфіку місцевого споживання.

Окремою частиною аналізу є вивчення конкуренції на цільових ринках. Це включає аналіз стратегій, продуктів, цінової політики та маркетингових підходів основних гравців на ринку. "Валкріс-Люкс" потрібно визначити свої унікальні

переваги, щоб виокремитися серед конкурентів та знайти своє місце на нових ринках.

Цей всебічний аналіз дозволить "Валкріс-Люкс" не лише ідентифікувати найбільш обіцяючі ринки для розширення, але й розробити ефективні стратегії входу та конкуренції, адаптовані під особливості кожного ринку.

Розробка стратегії входу на ринок для "Валкріс-Люкс" передбачає вибір оптимальної моделі проникнення на нові ринки, що може включати експорт, прямі інвестиції, співпрацю з місцевими компаніями, франчайзинг, або створення спільних підприємств. Важливо адаптувати маркетингові та рекламні стратегії під культурні особливості та споживчі вподобання на нових ринках, враховуючи місцеві законодавчі та культурні норми.

Логістичне планування та оптимізація є фундаментальними для забезпечення ефективного розподілу товарів. "Валкріс-Люкс" потрібно оцінити та спланувати логістичні потреби, включаючи транспортування, зберігання, та розподіл товарів на нових ринках. Розробка гнучких ланцюгів поставок, здатних адаптуватися до змінних умов ринку, є ключовою.

Ризик-менеджмент та відповідність законодавству вимагають оцінки ризиків, пов'язаних з входом на нові ринки, включаючи політичні, економічні та валютні ризики. Необхідно також вивчити місцеве законодавство та нормативні вимоги, щоб забезпечити повну відповідність всім юридичним вимогам міжнародної торгівлі та інвестицій.

Оптимізація логістичних та поставкових ланцюгів для "Валкріс-Люкс" вимагає інтегрованого підходу, який забезпечує ефективне управління всіма аспектами розподілу товарів від виробника до кінцевого споживача. Це означає насамперед глибокий аналіз існуючих логістичних процесів, виявлення найбільш вразливих та неефективних моментів. Потрібно врахувати всі елементи ланцюга поставок, від закупівлі сировини до доставки готової продукції споживачам, з метою мінімізації витрат та часу доставки.

Важливим є також використання сучасних технологій для відстеження та аналізу потоків товарів, що дозволить "Валкріс-Люкс" прогнозувати та реагувати

на зміни в попиті, а також оптимізувати запаси. Інтеграція ефективної інформаційної системи допоможе в реалізації гнучкого підходу до управління ланцюгом поставок, забезпечуючи високу прозорість та контроль.

Окрім того, співпраця з надійними логістичними партнерами та перегляд умов договорів може допомогти знизити витрати та підвищити ефективність поставок. Важливо встановити довгострокові відносини з постачальниками, що забезпечать стабільність та надійність ланцюга поставок. Таким чином, комплексний підхід до оптимізації логістичних та поставкових ланцюгів допоможе "Валкріс-Люкс" забезпечити більш ефективне управління ресурсами, знизити витрати та підвищити задоволення клієнтів, що є ключовим для успішної експансії на міжнародні ринки.

Інновації у продукції та розробка ефективних маркетингових стратегій є ключовими для успіху "Валкріс-Люкс" на міжнародних ринках. Це передбачає постійне вдосконалення та оновлення продуктового портфеля, враховуючи зміни у споживчих уподобаннях та технологічних трендах. Важливо розробляти інноваційні продукти, які задовольняють потреби цільових ринків та відрізняються від конкурентів. Водночас, ефективні маркетингові стратегії повинні включати адаптацію рекламних кампаній під культурні особливості кожного ринку, використання цифрових каналів зв'язку та соціальних медіа для залучення нових клієнтів. Важливо також зосередитись на будівництві бренду, який буде асоціюватись з високою якістю та інноваційністю.

Важливо також зосередитися на розвитку послуг, які можуть доповнювати основну продуктову лінійку, наприклад, надання консультаційних послуг, післяпродажного обслуговування або логістичних рішень. Це не тільки збільшує дохідні можливості, але й сприяє формуванню стійких відносин з клієнтами. Рекомендується проводити регулярний аналіз ринку для виявлення нових можливостей диверсифікації, відслідковуючи зміни в попиті та конкурентному середовищі. При цьому, важливо збалансувати інноваційність із реалістичним оцінюванням ринкового потенціалу та ресурсних можливостей компанії.

Чітка стратегія для "Валкріс-Люкс" може включати наступні елементи:

- Глобальний ринковий аналіз - проведення глибокого аналізу глобальних ринків для визначення перспективних регіонів та секторів.
- Інновації у продукції: розробка нових продуктів або модифікація існуючих, адаптованих під специфіку цільових ринків.
- Диверсифікація послуг - розширення спектра послуг, щоб доповнювати продуктову лінійку та збільшувати цінність пропозиції для клієнтів.
- Ефективна маркетингова стратегія - розробка адаптованих маркетингових кампаній, що враховують культурні особливості різних регіонів.
- Оптимізація логістики та поставок - перегляд та оптимізація логістичних ланцюгів для ефективного управління ресурсами та зниження витрат.
- Ризик-менеджмент та відповідність законодавству - розробка комплексної стратегії управління ризиками, включаючи відповідність міжнародному законодавству.

Ця стратегія дозволить "Валкріс-Люкс" досягти стабільного зростання на міжнародному ринку, зберігаючи конкурентоспроможність та адаптивність до змінних ринкових умов.

Розвиток партнерських відносин та співпраці для "Валкріс-Люкс" передбачає створення стабільної мережі надійних партнерів та ефективне управління цими зв'язками. Особлива увага приділяється розробці договорів співпраці, які чітко регулюють взаємодію та обов'язки між сторонами. Для оптимізації співпраці важливо враховувати як внутрішні сильні сторони компанії, так і зовнішні можливості та загрози, які виявлені у SWOT аналізі.

Важливим елементом є підтримання гнучкості у взаємодії з партнерами та адаптація до змін у бізнес-середовищі. Налагодження міцних відносин з ключовими партнерами дозволяє знижувати ризики та забезпечує стабільний дохід. Водночас, компанія повинна бути готова до можливих втрат або змін у бізнес-плані, зокрема у ситуаціях, коли партнер оголошує банкрутство.

Ефективне управління цими відносинами включає регулярний моніторинг та адаптацію договорів, а також використання стратегій для захисту інтересів підприємства в умовах непередбачуваного бізнес-середовища.

Рентабельність активів (ROA) компанії "Валкріс-Люкс" на рівні 2.96% свідчить про досить ефективне використання активів у генерації доходу. Цей показник, який враховує як обсяг оборотних активів, так і чистий дохід, є важливим індикатором загальної продуктивності компанії. Важливо зазначити, що в контексті сучасних економічних викликів, зокрема впливу пандемії COVID-19 та військових дій, такий рівень ROA вказує на високу стійкість бізнесу, незважаючи на втрату прибутку два роки поспіль.

Пандемія та війна суттєво вплинули на економічне середовище, в якому діяла "Валкріс-Люкс", привносячи нові виклики та ризики. Багато підприємств зазнали втрат, зіткнувшись з перервами в ланцюжках поставок, змінами в споживчих уподобаннях та нестабільністю ринку. Проте, "Валкріс-Люкс" вдалося не лише вистояти у цих непростих умовах, але й продемонструвати відносно високу рентабельність активів, що свідчить про сильне управління та адаптивність компанії.

Це вказує на те, що, незважаючи на складні зовнішні обставини, "Валкріс-Люкс" змогла ефективно використовувати свої ресурси для збереження фінансової стабільності та генерації доходу. Така стійкість та ефективність управління є обнадійливим фундаментом для подальшого розвитку та реалізації нових стратегій.

Оцінка ризиків та можливостей для "Валкріс-Люкс" є важливим елементом при реалізації стратегій, особливо в умовах, що змінюються через пандемію COVID-19 та війну.

Оцінка ризиків є критично важливим аспектом для "Валкріс-Люкс", особливо в умовах зростаючої глобальної нестабільності, як наслідок пандемії COVID-19 та військових конфліктів. Ринкові ризики, які включають зміни в попиті та перевагах споживачів, можуть суттєво впливати на продажі компанії. Економічні коливання та зміни у споживчих настроях вимагають від "Валкріс-Люкс" гнучкості та адаптивності, аби швидко реагувати на ринкові тенденції.

- Логістичні ризики також є значним викликом. Перебої в ланцюгах поставок, зумовлені глобальними подіями, можуть призвести до затримок в доставці

товарів та підвищення транспортних витрат. Такі перебої вимагають ретельного планування та наявності запасних варіантів для забезпечення безперебійної діяльності.

- Фінансові ризики, включаючи волатильність валютних курсів та інфляцію, також впливають на вартість операцій та прибутковість. Зміни валютних курсів можуть значно вплинути на вартість імпортованих товарів та сировини, що, у свою чергу, впливає на загальну рентабельність компанії.
- Політичні та правові ризики включають зміни в законодавстві, митних регуляціях, а також політичну нестабільність, яка може впливати на діяльність "Валкріс-Люкс" в окремих регіонах. Це може призвести до необхідності адаптації бізнес-моделей та оперативних процесів відповідно до нових правових рамок.

Таким чином, ризики, які стоять перед "Валкріс-Люкс", є різноманітними та складними, вимагаючи комплексного підходу до їх ідентифікації, оцінки та управління. Систематичний моніторинг та гнучке управління ризиками є ключовими для забезпечення стійкого розвитку та успішної реалізації стратегічних ініціатив.

Ризики:

- Ринкові ризики: зміни в попиті та перевагах споживачів, особливо під час економічної нестабільності, можуть впливати на продажі.
- Логістичні ризики: перебої в ланцюгах поставок та підвищені транспортні витрати можуть виникати внаслідок глобальних подій.
- Фінансові ризики: волатильність валютних курсів та інфляція можуть впливати на вартість операцій та прибутковість.
- Політичні та правові ризики: зміни в законодавстві, митних регуляціях, а також політична нестабільність можуть впливати на діяльність компанії.

У контексті розроблення стратегії для "Валкріс-Люкс", важливо не лише ідентифікувати потенційні ризики, а й розглядати можливості, які відкриваються перед компанією. Це особливо актуально в умовах змін, спричинених глобальними викликами, такими як пандемія COVID-19 та війна.

Перш за все, вихід на нові ринки відкриває значні можливості для збільшення доходу та розширення клієнтської бази. "Валкріс-Люкс" може скористатися цим шансом для входу в недостатньо насичені або швидкозростаючі ринки, де є попит на їхні товари та послуги. Розширення географічної присутності може не лише збільшити продажі, але й допоможе диверсифікувати ризики, пов'язані з конкретними ринками.

Інновації в продукції є ще однією ключовою можливістю. Розвиток нових продуктів або поліпшення існуючих, що відповідають змінюваним уподобанням споживачів та новітнім технологічним тенденціям, може значно підвищити конкурентоспроможність "Валкріс-Люкс" на міжнародному рівні.

Також, цифрова трансформація відіграє важливу роль у сучасному бізнес-середовищі. Інвестування в цифрові технології та автоматизацію може оптимізувати бізнес-процеси, покращити управління ланцюгами поставок та забезпечити більш ефективну взаємодію з клієнтами.

Останнім, але не менш важливим, є розвиток стратегічних партнерств та співпраці. Налагодження відносин з місцевими партнерами на нових ринках може сприяти ефективному входу компанії на ці ринки та зниженню пов'язаних з цим ризиків. Співпраця може включати спільні інвестиції, розподіл ресурсів та обмін знаннями, що забезпечить "Валкріс-Люкс" додаткові конкурентні переваги.

У підсумку, для "Валкріс-Люкс" важливо активно розробляти стратегії, які використовують ці можливості для забезпечення сталого зростання та адаптації до змін у глобальному бізнес-середовищі, тому маємо такі можливості:

- Розширення ринків: вихід на нові ринки може відкрити додаткові джерела доходу.
- Інновації у продукції: розробка нових продуктів або адаптація існуючих під зміни у споживчих трендах може підвищити конкурентоспроможність.
- Цифрова трансформація: інвестиції в цифрові технології можуть оптимізувати бізнес-процеси та покращити взаємодію з клієнтами.

- Стратегічні партнерства: співпраця з місцевими партнерами може допомогти в ефективному вході на нові ринки та зниженні ризиків.

Для "Валкріс-Люкс" важливо здійснювати постійний моніторинг цих ризиків та можливостей, адаптуючи свою стратегію відповідно до змін у зовнішньому середовищі. Використання гнучкого підходу та реагування на зміни в реальному часі дозволить мінімізувати потенційні негативні наслідки та максимально використати наявні можливості. Прогнозування впливу реалізації стратегії на довгостроковий розвиток "Валкріс-Люкс" є ключовим для забезпечення сталого зростання та успіху компанії. Стратегія, яка включає інновації в продукції, розширення на нові ринки, цифрову трансформацію, та розвиток партнерських відносин, має потенціал суттєво вплинути на довгострокову перспективу підприємства.

Розширення на нові ринки може відкрити для "Валкріс-Люкс" значні можливості збільшення доходів та диверсифікації ризиків. Це не лише збільшить обсяг продажів, але й підсилить позиції компанії на глобальному ринку. Однак, це також збільшує виклики, пов'язані з управлінням більш складною і розподіленою операційною структурою.

Інновації в продукції та послугах є критично важливими для підтримання конкурентоспроможності. Інвестування у розробку нових продуктів, які відповідають змінам у споживацьких трендах, технологічних інноваціях та екологічних стандартах, допоможе компанії випередити конкурентів та забезпечити довгострокове зростання. Цифрова трансформація, включаючи автоматизацію бізнес-процесів та впровадження сучасних ІТ-рішень, дозволить "Валкріс-Люкс" оптимізувати операційну ефективність, покращити управління ланцюгами поставок та забезпечити більш тісну взаємодію з клієнтами.

Розвиток партнерських відносин та співпраці, особливо з місцевими компаніями на нових ринках, допоможе "Валкріс-Люкс" швидше адаптуватися до місцевих умов, зменшити ризики та витрати, пов'язані з входом на ці ринки, а також забезпечити стабільність і надійність постачань.

У підсумку, реалізація цієї стратегії може суттєво вплинути на довгостроковий розвиток ТОВ "Валкріс-Люкс", забезпечуючи зростання та розширення на міжнародному рівні, підвищуючи конкурентоспроможність та забезпечуючи стійкість бізнесу у майбутньому.

3.2. Оптимізація схем розрахунків по зовнішньоекономічним торгово-посередницьким операціям ТОВ "Валкріс-Люкс"

В зовнішньоекономічних операціях оптового імпорту ТОВ "Валкріс-Люкс" використовувало форму оплати у вигляді банківського переказу через 60-80 днів після надходження імпортованої продукції на митний кордон України, тобто комерційний кредит з боку експортерів-нерезидентів.

Для оптимізації схем розрахунків по зовнішньоекономічним торгово-посередницьким операціям ТОВ "Валкріс-Люкс" проведена побудова алгоритму управлінського рішення по впровадженню векселів на етапах торгово-посередницької операції (рис.3.1).

Алгоритм витрат та доходів при розрахунках в зовнішньоекономічних операціях імпорту-експорту за механізмом вексельно-форфейтингової операції в розрахунках (мінімальний ризик експортера та відповідне зниження контрактної ціни поставки товарів) наведений на схемах рис.3.1 при наступних умовах контракту [43; 44]:

- надання імпортером авальованого банком імпортера простого векселя зі строком пред'явлення до погашення до 80 днів (не більше контрольного строку в 90 днів);
- поставка продукції на умовах СІР (Фрахт/перевезення та страхування оплачені до) – вказаного митного складу імпортера в Україні ;
- розмитнення та продаж оптових партій продукції імпортером фірмам України з наданням авальованих векселів зі строком погашення до 60 днів;
- форфейтинг (продаж) отриманих векселів форфейтинг-фірмі(банку) в Україні за 90 % від суми на право отримання коштів по строку погашення

векселя, тобто отримання вексельного кредиту;

- сплата отриманих коштів для погашення векселя, наданого експортеру - нерезиденту.

1) Етап 0 - Укладання зовнішньоекономічного імпортного договору;

2) Етапи 1,2 – Авалювання резидентом – імпортером у своєму банку векселя на суму контракту;

3) Етапи 3,4 – Поставка „франко-завод” продукції в обмін на авальований вексель (час T_0);

4) Етап 5 - Поставка імпортного контракту на облік в комерційному банку (виконання терміну надходження коштів на рахунок – не більше 90 днів з дня відвантаження продукції);

5) Етап 6 – продаж експортером векселя по форфейтинговій угоді фірмі-форейтору та перерахування 80% суми на розрахунковий рахунок експортера;

6) Етап 7 – Укладання фактор-фірмою з банком А – нерезидентом договору на інкасування векселю через банк Б – нерезидент ($T_{\text{інкас}} = T_0 + \Delta T_1$), де $\Delta T_1 \leq 70$ днів;

7) Етап 8 – направлення банком А інкасової вимоги (з додатком – векселем) в банк Б – нерезидент на сплату коштів за векселем по строку ($T_{\text{вимог}} = T_{\text{інкас}} + \Delta T_2$), де $\Delta T_2 \leq 10$ днів;

8) Етап 9,10 – направлення банком Б-резидентом повідомлення імпортеру про надходження векселя на оплату та отримання акцепту – згоди імпортера на перерахування коштів з його розрахункового рахунку в банк експортера;

9) Етап 11 – банківський переказ коштів з розрахункового рахунку імпортера в банку Б-резиденті на кореспондентський рахунок банку А – нерезидента в банку Б – резиденті ($T_{\text{кошти}} = T_{\text{вимог}} + \Delta T_3$), де $\Delta T_3 \leq 5$ днів;

10) Етап 12, 13 – перерахування 50% валютних коштів на розрахунковий рахунок фактор-фірми та 50% на транзитний рахунок продажу валютної виручки на міжбанківському валютному ринку України.

11) Етап 14 – повідомлення в фіскальні органи фактичного строку виконання імпортного контракту та обов'язкового продажу 50% валютної виручки на міжбанківському валютному ринку України за курсом Нацбанку.

12) Етап 15 – Перерахування гривневого еквіваленту 50% проданої валютної виручки на розрахунковий рахунок експортера ($T_{\text{експорт}} = T_{\text{кошти}} + \Delta T_4$), де $\Delta T_4 \leq 3$ днів;

13) Етап 16 - Сплата можливих штрафів за порушення строків контракту

14) Етап 17,18 – Надання документів в податкові органи та отримання експортного відшкодування ПДВ (20% від суми експортного контракту)

15) Основні ризики вексельно-форфейтингової схеми контракту для імпортера - перерахування коштів імпортером в строки більше нормативу в 90 днів та штрафні санкції фіскальних органів України;

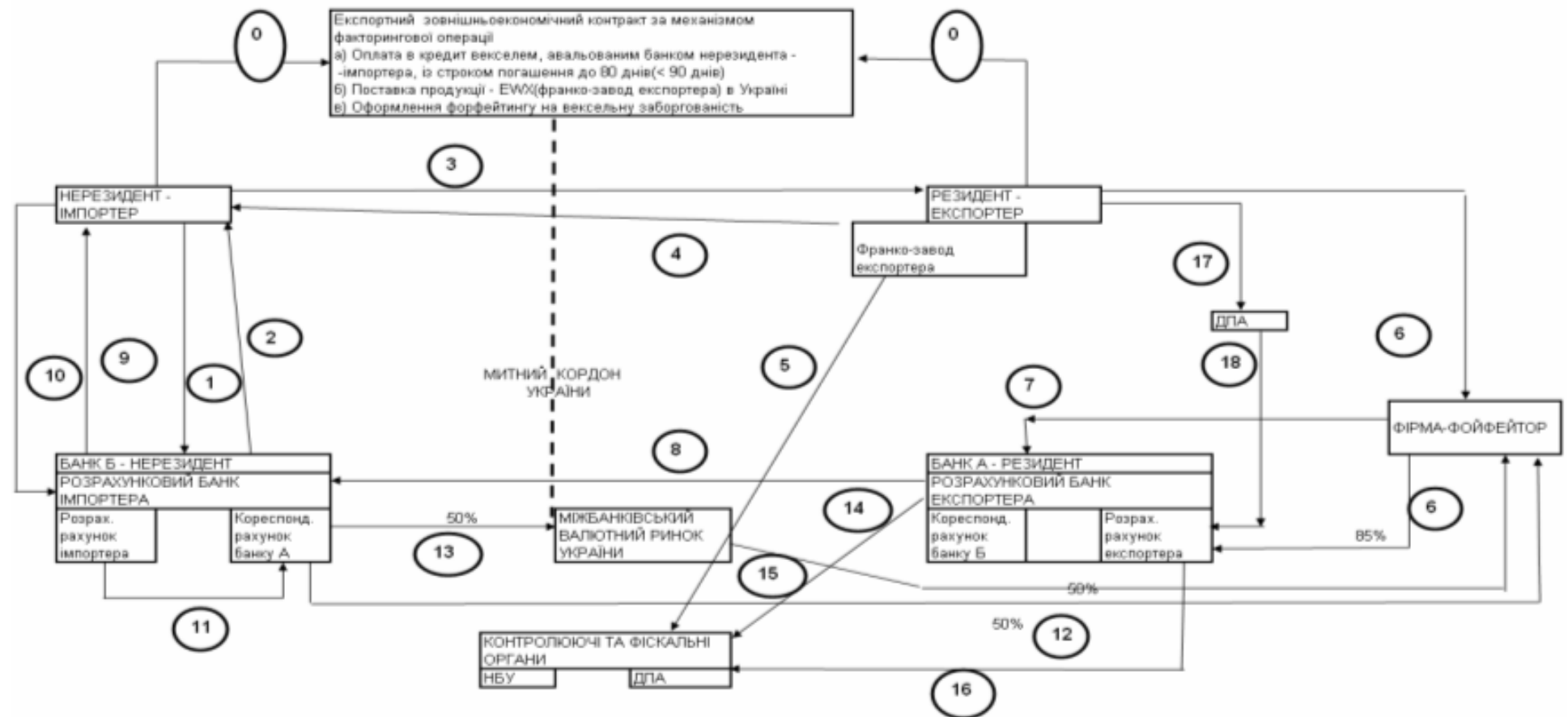


Рис.3.1. Схема вексельної схеми операцій при імпортному контракті на умовах відстрочки оплати за рахунок видачі авальованого векселя зі строком погашення 80 днів(страхування авалем банку імпортера)

Джерело складено за [44]

При наданні комерційного кредиту ціна партії продукції, що імпортується з боку експортера формується за принципами ціни при негайній оплаті чи передоплаті + надбавки за банківський кредит та страхування операцій на період відстрочки платежу:

$$C_{ком_кред}(\Delta t) = C(\Delta t = 0) + \frac{ST_{bank} * C(\Delta t = 0) * \Delta T}{100\% * 360} + \frac{ST_{strax}(\Delta t) * C(\Delta t = 0)}{100\%} \quad (3.1)$$

де $C(\Delta t = 0)$ - ціна партії імпорту при негайній оплаті;

Δt - період часу комерційного кредиту по контракту;

ST_{bank} - річна процентна ставка кредитування банку;

$ST_{strax}(\Delta t)$ - страховий тариф в залежності від строку комерційного кредиту;

У випадку, якщо оплата імпортованої партії здійснюється авальованими банком векселями імпортера – резидента на момент поставки імпортованої партії продукції на митний кордон України зі строком погашення Δt , експортер має можливість застосувати тимчасове вексельне перефінансування в банку–нерезиденті під заставу векселів, які обліковуються банком з дисконтом. Повернення суми кредиту експортер поручає за рахунок інкасації авальованих банком-резидентом векселів банком–нерезидентом, який одночасно видає грошовий кредит експортеру негайно по обліку векселів.

Ця операція дозволяє експортеру в контракті йти на зниження ціни поставки партії експортованої продукції за алгоритмом :

- ціна партії при негайній оплаті;
- ціна банківського кредиту для некомпенсованої частини дисконту врахування векселів в банку-нерезиденті;
- ціна страхування для некомпенсованої частини дисконту врахування векселів в банку нерезиденті;

Відношення ціни контракту при використанні описаної вексельної схеми розрахунків між імпортером-резидентом та експортером-нерезидентом до ціни контракту при комерційному кредиті з боку експортера-нерезидента (формула 3.1) розраховується як :

$$\frac{Cveks(\Delta t)}{Ckom_kred(\Delta T)} = \frac{1 + \left(\frac{STbank}{100\%}\right)^2 * \left(\frac{\Delta t}{360}\right)^2 + \frac{STstrax(\Delta t)}{100\%} * \frac{STbank * \Delta t}{100\% * 360}}{1 + \left(\frac{STbank}{100\%}\right) * \left(\frac{\Delta t}{360}\right) + \frac{STstrax(\Delta t)}{100\%}} + \frac{STaval(\Delta t)}{100\%} \quad (3.2)$$

де $STaval(\Delta t)$ - ставка авалю векселя імпортера банком-резидентом;

Формула (3.2) дає можливість при варіації параметрами розрахувати зниження матеріальних витрат імпортера в собівартості, тобто розрахувати можливе підвищення прибутковості від імпортової операції за рахунок застосування векселів в зовнішньоекономічних розрахунках з експортером.

Застосування векселів на другому етапі зовнішньоекономічної операції ТОВ "Валкріс-Люкс" – продаж імпортованої партії оптовикам з наданням відстрочки сплати, тобто комерційного кредитування (дебіторська заборгованість) – повинно виконуватися за наступною схемою :

- частина дебіторської заборгованості оформлюється авальованими векселями дебіторів, що для них мотивується зниженням ціни партії продукції відносно рівня внутрішнього комерційного кредитування та компенсації витрат на авальювання векселів;
- отримані векселі імпортером враховуються в банку-резиденті та виставляються через нього на інкасацію, при цьому на період погашення векселів банк надає імпортеру грошовий кредит на суму векселів – мінус дисконт врахування векселів;
- грошові кошти надходять в активи балансу банку як видача короткострокового кредиту;
- дисконт врахування векселя враховується як додаткові витрати імпортера на сплату процентів банку за надання вексельного кредиту та виконання послуг інкасації;

Сума кредиту та сума додаткових витрат розраховуються за формулами:

$$Skred = Kdeb_zab * Sdeb_zab * \left(1 - \frac{STbank * \Delta t}{100\% * 360}\right) \quad (3.3)$$

$$Svitr = Kdeb_zab * Sdeb_zab * \frac{STbank * \Delta t}{100\% * 360} \quad (3.4)$$

де $Kdeb_zab$ - коефіцієнт частини дебіторської заборгованості

$Sdeb_zab$, оформленої у вигляді вексельної заборгованості;

Отримання кредитних грошей та зниження дебіторської заборгованості дозволяє підвищити показники ліквідності та платоспроможності ТОВ "Валкріс-Люкс".

Для отримання поля можливих управлінських рішень менеджера по зовнішньоекономічним операціям варіації розрахунків проведені для наступних варіацій параметрів:

- а) строк до погашення векселя – 30,60,90 днів
- б) річна кредитна ставка банку – 18%, 22%;
- в) ставка страхування – 3% (30днів), 4% (60днів), 5% (90 днів);
- г) ставка авалювання векселів – 1% (30днів), 2% (60днів), 3% (90 днів);
- д) коефіцієнт вексельного оформлення дебіторської заборгованості – 60%, 70%, 80%;

При запровадженні наведеного алгоритму вексельних розрахунків з кредиторами-експортерами :

- коефіцієнт зниження матеріальних витрат в залежності від варіацій параметрів розрахунків знаходиться в діапазоні 0,94 - 0,968, тобто загальний вигреш на ціні становить 3,2 – 6 %;
- за рахунок великого обсягу реалізації таке зниження обсягів матеріальних витрат у торгово-посередницькі фірми приводить до переходу фірми до зони значної прибутковості (в залежності від реалізації параметрів розрахункової зони варіації);
- застосування вексельних розрахунків в дебіторській заборгованості та кредитування банком отриманих векселів приводить до виходу підприємства з зони кризового стану по покриттю запасів;
- при впровадженні вексельних схем розрахунків рентабельність власного капіталу з рівня 3,65% зростає до рівня рентабельності 110 – 120%, що суттєво зміцнює власний капітал та перспективи розвитку фірми;

- норматив абсолютної ліквідності підвищується з рівня 0,024 до рівня 0,39-0,46 (при нормативному значенні 0,2-0,35);

Таким чином, запропонована схема впровадження вексельної форми розрахунків при проведенні торгово-посередницьких зовнішньоекономічних операцій ТОВ "Валкріс-Люкс" з імпорту продукції та перепродажу її на внутрішньому ринку дає суттєвий економічний вигравш і може бути рекомендована для реального впровадження.

Висновки до розділу 3

Третій розділ кваліфікаційної роботи розглядає стратегії та методи удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства "Валкріс-Люкс". Значну увагу приділено аналізу міжнародного ринку, розробці стратегії входу на ринок, логістичному плануванню та оптимізації, а також ризик-менеджменту та відповідності законодавству.

Ефективне використання цифрових технологій, розвиток стратегічних партнерств, інновації в продукції та маркетингові стратегії розглядаються як ключові фактори для успіху на міжнародних ринках. Підсумково, реалізація цих стратегій може значно вплинути на довгостроковий розвиток "Валкріс-Люкс", забезпечуючи зростання та стабільність у майбутньому.

Запропонована схема впровадження вексельної форми розрахунків при проведенні торгово-посередницьких зовнішньоекономічних операцій ТОВ "Валкріс-Люкс" з імпорту продукції та перепродажу її на внутрішньому ринку дає суттєвий економічний вигравш і може бути рекомендована для реального впровадження.

ВИСНОВКИ

В першому розділі кваліфікаційної роботи "Стан та перспективи підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності підприємства у сфері посередництва у торгівлі продуктами харчування" (на прикладі «ТОВ Валкріс-Люкс») ретельно розглядаються теоретичні засади організації зовнішньоторговельної діяльності. Основна увага приділяється сутності та значенню торговельної діяльності, особливостям організації торговельних операцій, а також конкретизації поняття, особливостей та механізмів здійснення імпорту підприємствами. Висвітлено ключові аспекти, включаючи роль та функції посередників, стратегії та моделі організації торговельних операцій, а також сучасні виклики і тенденції у сфері посередництва, зокрема в контексті цифровізації та використання великих даних.

Торговельно-посередницька діяльність має значний вплив на ефективність та гнучкість ринкових систем, включаючи зниження транзакційних витрат, підвищення ефективності ринку, інновації та технологічний розвиток.

Сегментація ринку та цільовий маркетинг є ключовими для посилення взаємодії з клієнтами та підвищення загальної ефективності продажів, а управління ланцюгами поставок та логістика в посередництві вимагають глибокого розуміння ринкових процесів, ефективної координації між різними учасниками ланцюга поставок та інноваційного підходу до управління логістичними процесами.

У другому розділі дипломної роботи було проведено ґрунтовний аналіз фінансово-господарської та зовнішньоторговельної діяльності ТОВ "Валкріс-Люкс". Ретельний огляд організаційно-економічних характеристик компанії, включаючи її структуру, ключові бізнес-процеси, фінансові показники та зовнішні впливи, виявив цілий ряд важливих аспектів, які варто враховувати для подальшого розвитку і зростання компанії.

Здійснені SWOT та PESTLE аналізи надали глибоке розуміння внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на підприємство. Важливість різноманітних стратегічних рішень, таких як диверсифікація клієнтської бази, оптимізація логістичних процесів та зміцнення партнерських відносин, стала ще більш

очевидною. Аналіз "П'ять сил" Портера допоміг визначити ключові аспекти конкурентного середовища, в якому діє підприємство.

Фінансовий аналіз показав важливість управління дебіторською заборгованістю, оптимізації витрат та пошуку нових можливостей для збільшення доходів. Окрему увагу було приділено вивченню торговельних договорів компанії, які мають важливе значення для її діяльності та забезпечення її стабільності в умовах постійно змінюваного бізнес-середовища.

Рентабельність продажів за 2022 рік склала -1 %. Проте має місце зростання рентабельності звичайних видів діяльності в порівнянні з даними показником за 2020 рік (+8,8 %). Показник рентабельності, розрахований як відношення прибутку до сплати відсотків та оподаткування до виручки організації, за 2022 рік склав від'ємне значення, що дорівнює -5,9 %. Але в цілому за звітний період спостерігається збільшення даного показника на 12,4%.

Після проведення аналізу показників рентабельності ТОВ "ВАЛКРІС-ЛЮКС" за три останні роки, можна зробити наступні висновки. В цілому тенденція підвищення рентабельності продажів є позитивною за рахунок збільшення обсягів продажів. Однак від'ємне значення показників рентабельності свідчить про збитковість діяльності ТОВ "ВАЛКРІС-ЛЮКС". Це говорить про нестабільність фінансового положення організації і великому ризику банкрутства. Для подальшого благополучного існування ТОВ "ВАЛКРІС-ЛЮКС" терміново необхідний комплекс фінансово-економічних заходів для поліпшення показників діяльності організації.

Фінансовий аналіз показав важливість управління дебіторською заборгованістю, оптимізації витрат та пошуку нових можливостей для збільшення доходів. Окрему увагу було приділено вивченню торговельних договорів компанії, які мають важливе значення для її діяльності та забезпечення її стабільності в умовах постійно змінюваного бізнес-середовища. Невелике збільшення кількості реалізованої продукції призвело до зниження виручки у звітному періоді на 10,49 тис. грн., а загальний приріст виручки (+114,39 тис. грн.) відбувся за рахунок підвищення цін на 9%.

Загалом, другий розділ висвітлив ряд ключових викликів та можливостей для "Валкріс-Люкс", вказавши на важливість адаптації бізнес-стратегій до поточних умов ринку та проактивного підходу до управління ризиками. Отримані висновки та рекомендації слугують цінним підґрунтям для подальшого стратегічного планування та вдосконалення бізнес-процесів підприємства.

Третій розділ кваліфікаційної роботи розглядає стратегії та методи удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства "Валкріс-Люкс". Значну увагу приділено аналізу міжнародного ринку, розробці стратегії входу на ринок, логістичному плануванню та оптимізації, а також ризик-менеджменту та відповідності законодавству. Ефективне використання цифрових технологій, розвиток стратегічних партнерств, інновації в продукції та маркетингові стратегії розглядаються як ключові фактори для успіху на міжнародних ринках. Підсумково, реалізація цих стратегій може значно вплинути на довгостроковий розвиток "Валкріс-Люкс", забезпечуючи зростання та стабільність у майбутньому. Для оптимізації схем розрахунків по зовнішньоекономічним торгово-посередницьким операціям ТОВ "Валкріс-Люкс" проведена побудова алгоритму управлінського рішення по впровадженню векселів на етапах торгово-посередницької операції. запропонована схема впровадження вексельної форми розрахунків при проведенні торгово-посередницьких зовнішньоекономічних операцій ТОВ "Валкріс-Люкс" з імпорту продукції та перепродажу її на внутрішньому ринку дає суттєвий економічний вииграш і може бути рекомендована для реального впровадження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: Навчально-методичний посібник. Київ: ТОВ “Аграр Медіа Груп”, 2021. – С. 12-14. Доступно за URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/37044/1/Kraus_Elektronna_komertsiiia_2021.pdf.
2. Сміян Л.С. (ред.) Правові основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. Київ: КНТ, 2008. – 416 с.
3. Калініченко З.Д. Правове регулювання торговельно-посередницької діяльності. Дніпро, 2016. Доступно за URL: <https://dduvs.in.ua/wp-content/uploads/files/Structure/library/student/lectures/2017/2/1.1.pdf>.
4. World Trade Organization. Trade in Services and Economic Diversification. Доступно за URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/trade_services_economic_diversification_e.pdf.
5. Li Y. Analysis on the Functions of Financial Intermediary. International Business School, Shenyang Normal University, Shenyang, 2021. Доступно за URL: <https://www.atlantis-press.com/article/125965909.pdf>.
6. Chanal V., Caron-Fasan M.L. The Difficulties involved in Developing Business Models open to Innovation Communities: the Case of a Crowdsourcing Platform. 2010. Доступно за URL: <https://www.cairn.info/revue-management-2010-4-page-318.htm>.
7. Meyer R.L., Cuevas C.E. Reducing the Transaction Costs of Financial Intermediation: Theory and Innovations. Травень 1990. – С. 51. Доступно за URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/159565064.pdf>.
8. Coase R. "The Nature of the Firm", *Economica*, New Series, Vol. 4, No. 16. Листопад 1937. – С. 386-405.
9. Gassmann O. The Role of Intermediaries in Cross-Industry Innovation Processes. University of St.Gallen, 2011. Доступно за URL: https://www.researchgate.net/publication/228216026_The_Role_of_Intermediaries_in_Cross-Industry_Innovation_Processes.

10. Schumpeter J.A. The Theory of Economic Development. 2021.
11. Belavina E., Girotra K. The Relational Advantages of Intermediation. – C. 1614-1631. Доступно за URL: <https://www.jstor.org/stable/23257856>.
12. Small Business Ecosystem Assessment. Доступно за URL: https://www.lisc.org/media/filer_public/1b/b9/1bb9e8b6-560b-4e2b-8253-28799d48a1a9/san_antonio_stakeholders_convening_vf.pdf.
13. Kotler P. Marketing Management. Northwestern University, 2006. Доступно за URL: https://www.researchgate.net/publication/225084026_Marketing_Management.
14. Porter M., Kramer M. Creating Shared Value. Harvard, 2011. Доступно за URL: https://moodle.luniversitenumerique.fr/pluginfile.php/6274/mod_folder/content/0/8.%20La%20valeur%20partage%CC%81e%20-%20Micheal%20Porter.pdf.
15. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing. Pearson, 2019. – 576 с. Доступно за URL: https://www.google.com.ua/books/edition/Digital_Marketing/-1yGDwAAQBAJ?hl=uk&gbpv=1&dq=inauthor:%22Dave+Chaffey%22&printsec=frontcover.
16. Mayer-Schönberger V., Cukier K. Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think. 2013. Доступно за URL: <https://psycnet.apa.org/record/2013-17650-000>.
17. Porter M.E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. 1980. Доступно за URL: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=195>.
18. Lessig L. Code and Other Laws of Cyberspace. 1999. Доступно за URL: <https://dl.acm.org/doi/10.5555/555000>.
19. Васильченко Л.С. Вплив маркетингового комунікаційного середовища підприємства на формування поведінки споживача. Черкаський державний технологічний університет. Доступно за URL: <http://ejournal.in.ua/index.php/journal/article/view/205>.
20. Triandis H.C. Review of Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. Human Organization, Vol. 41, No. 1, Spring 1982. – С. 86-90.

21. Жарська І.О. Практикум з маркетингу: теоретичні основи, тести, завдання, кейсові вправи. Навчальний посібник. Одеса. – 263 с.
22. Varian H.R. Microeconomic Analysis. W. W. Norton Company, 1992.
Доступно за URL:
https://www.academia.edu/41682609/Hal_R_Varian_Microeconomic_Analysis_W_W_Norton_Company_1992_.
23. Drury C. Management and Cost Accounting, 10th Edition. – 2015. Доступно за URL:
http://116.206.63.139:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1303/cl18_Drury_MgtCost_Acc10e-wm.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
24. Сташкевич Н.М., Красільнікова К.В. Сучасні проблеми ціноутворення в Україні. Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць; Одеський національний економічний університет, № 63-64 (2-3), Одеса, 2017. – С. 135–143. ISSN 2313-4569.
25. Peppers D., Rogers M. The One to One Future: Building Relationships One Customer at a Time. Currency Doubleday, New York, 1993. Доступно за URL:
<https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2066876>.
26. Simchi-Levi D., Kaminsky P., Simchi-Levi E. Designing and Managing the Supply Chain. – 125 с. Доступно за URL: <https://www.google.com/search?q=simchi-levi%2C+d.%2C+kaminsky%2C+p.%2C+%26+simchi-levi%2C+e.%2C+%22designing+and+managing+the+supply+chain%22%2C+2008>.
27. Fisher M.L. What Is the Right Supply Chain for Your Product? A Simple Framework Can Help You Figure out the Answer. Harvard Business Review, 75, 1997. – С. 105.
Доступно за URL:
<https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1732333>.
28. Christopher M. Logistics and Supply Chain Management: Creating Value-Adding Networks. 4th ed., 2011. – 133 с.
29. Lee H.L. Higher Supply Chain Security With Lower Cost: Lessons from Total Quality Management. Доступно за URL:

https://www.researchgate.net/publication/222656662_Higher_Supply_Chain_Security_Wit_h_Lower_Cost_Lessons_from_Total_Quality_Management.

30. Cox A. Power, Value and Supply Chain Management. Доступно за URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/13598549910284480/full/html>.

31. Jessop J. The Importance of Imports. Липень 2021. Доступно за URL: <https://www.ovtt.org/wp-content/uploads/2021/09/Importance-of-imports.pdf>.

32. Грабченко А.І., Федорович В.О., Гаращенко Я.М. Методи наукових досліджень: Навч. посібник. Харків: НТУ "ХПІ", 2009. – 142 с.

33. Gürel E. SWOT Analysis: A Theoretical Review. 2017 Journal of International Social Research. Доступно за URL: https://www.researchgate.net/publication/319367788_SWOT_ANALYSIS_A_THEORETICAL_REVIEW.

34. Industry Research, Washington University. What is a PESTEL Analysis? Доступно за URL: <https://libguides.libraries.wsu.edu/c.php?g=294263&p=4358409>.

35. Віноградська А. М. Комерційна діяльність торговельного підприємства. — К.: Вид-во КНТЕУ, 2005. – 326 с.

36. Дахно І. І. Управління Зовнішньоекономічної діяльності / І. І. Дахно // Економіка України - 2009. - №4 - с. 23.

37. Економіка підприємства. Навчальний посібник. / За редакцією А.В. Шегди. – К.: Знання-Пресс, 2001. – 335 с.

38. Руденко Л.В. Розрахункові та кредитні операції у зовнішньоекономічній діяльності підприємства: Підручник. - К.: Лібра, 2002. – 304 с

39. ВАЛКРІС-ЛЮКС. Доступно за URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/37223603/.

40. Кодекс України з процедур банкрутства. Доступно за URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2597-19#Text>.

41. Умови DDP (Delivered Duty Paid) - Інкотермс 2020. Доступно за URL: https://www.google.com/search?q=Delivered+Duty+Paid&oq=Delivered+Duty+Paid&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqBggAEEUYOzIGCAAQRRg70gEGODVqMGo3qAIAAsAIA&sourceid=chrome&ie=UTF-8.

42. What is Delivered at Place (DAP)? UPS. Доступно за URL: <https://www.ups.com/de/en/supplychain/resources/glossary-term/delivered-at-place.page>.
43. Кадурина Л. О. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посібник. – К.: Слово, 2003. – 287с.
44. Бахолдіна, І. Облік, аналіз і шляхи оптимізації ЗЕД комерційних організацій / І. Бахолдіна, Е. Езіс. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2014. - 124 с.