

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

Допущено до захисту
Завідуюча кафедрою
к.е.н., доцент Уханова І.О.



«6» грудня 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини

за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини»

**НА ТЕМУ: «УДОСКОНАЛЕННЯ ІМПОРТУ ТОВАРІВ СТОМАТОЛОГІЧНОГО
СЕКТОРУ (НА ПРИКЛАДІ DENTAL TOP SERVICE (СДЕРОТ, ІЗРАЇЛЬ))»**

Виконавець:

студентка ФМЕ, гр. 64

Левандовська Вікторія Сергіївна

/ підпис /



Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Уханова Інна Олегівна

/ підпис /



АНОТАЦІЯ

Левандовська В.С., «Удосконалення імпорту товарів стоматологічного сектору (на прикладі Dental top service (Сдерот, Ізраїль))».

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

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є імпорт товарів стоматологічного сектору.

У роботі розглядаються сутність і особливості імпорту товарів стоматологічного сектору, узагальнено чинники, що здійснюють вплив на імпорт стоматологічних товарів та розвиток світового ринку стоматологічних матеріалів та обладнання, визначаються методи аналізу імпорту підприємства.

Охарактеризовано та проаналізовано фінансово-господарську діяльність та особливості організації імпорту Dental top service, досліджено чинники, що впливають на імпорт підприємства, проаналізовано головні показники імпорту Dental top service.

Обґрунтовано шляхи удосконалення імпорту Dental top service стоматологічних товарів за рахунок зниження транспортних витрат підприємства.

Ключові слова: імпорт, ринок стоматологічних матеріалів, ринок стоматологічного обладнання, витрати на імпорт, умови постачання, зовнішня торгівля, зовнішньоекономічна діяльність.

ANNOTATION

Levandovska V.S., "Improving the import of goods in the dental sector (on the example of Dental top service (Sderot, Israel))".

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 292 "International Economic Relations" under the educational program "International Economic Relations". – Odesa National University of Economics. – Odesa, 2023

The bachelor's qualification work consists of three sections. The object of the study is the import of goods from the dental sector.

The work examines the essence and peculiarities of the import of goods in the dental sector, summarizes the factors influencing the import of dental goods and the development of the world market of dental materials and equipment, and defines the methods of analyzing the company's imports.

The financial and economic activity and peculiarities of the organization of the import of Dental top service are characterized and analyzed, the factors affecting the import of the enterprise are investigated, the main indicators of the import of Dental top service are analyzed.

Ways to improve the import of Dental top service dental products by reducing the transport costs of the enterprise are substantiated.

Keywords: import, market of dental materials, market of dental equipment, import costs, terms of supply, foreign trade, foreign economic activity.

ЗМІСТ

Вступ	4
Розділ 1. РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ІМПОРТУ ТОВАРІВ СТОМАТОЛОГІЧНОГО СЕКТОРУ	7
1.1. Поняття та особливості імпорту товарів	7
1.2. Характеристика та чинники розвитку світового ринку стоматологічних товарів	12
1.3. Методи оцінки товарного імпорту підприємства	20
Висновки до розділу 1	27
Розділ 2. АНАЛІЗ ІМПОРТУ ТОВАРІВ СТОМАТОЛОГІЧНОГО СЕКТОРУ DENTAL TOP SERVICE	28
2.1. Організаційно-економічна характеристика Dental top service на ізраїльському ринку імпортованих стоматологічних товарів	28
2.2. Аналіз показників імпорту стоматологічного обладнання та матеріалів Dental top service	34
2.3. SWOT-аналіз чинників впливу на імпорт стоматологічного обладнання та матеріалів Dental top service	47
Висновки до розділу 2	51
Розділ 3. ЗАХОДИ З УДОСКОНАЛЕННЯ ІМПОРТУ ТОВАРІВ СТОМАТОЛОГІЧНОГО СЕКТОРУ DENTAL TOP SERVICE	53
3.1. Впровадження заходів з удосконалення імпорту «Dental top service» за рахунок зниження витрат на транспорт	53
3.2. Аналіз ефективності заходів з удосконалення імпорту «Dental top service» за рахунок зниження витрат на транспорт	58
Висновки до розділу 3	64
Висновки	66
Список літературних джерел	70

ВСТУП

Актуальність дослідження. Економічні та торговельні місії Ізраїлю знаходяться в авангарді зусиль ізраїльського уряду щодо успішної інтеграції країни на зовнішні ринки. Уряд постійно працює над забезпеченням розвитку експорту Ізраїлю, просуває положення укладених угод про вільну торгівлю, підтримує та розвиває міжурядові відносини і вирішує питання регуляторних бар'єрів, які впливають на ізраїльську промисловість, пропонує програми підтримки, спрямовані на допомогу компаніям у їхній міжнародній діяльності. З цією ж метою створено географічні відділи, які керують мережею професійних комерційних аташе по всьому світу: Європа, Америка, Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Китай, Індія, Африка та Близький Схід.

Підприємства та організації Ізраїлю активно задіяні до імпортової діяльності, вони дедалі більше визнають стратегічну важливість закупівель з-за кордону, щоб отримати продукти, сировину та послуги за нижчою ціною, кращої якості та ще більшої різноманітності, що допоможе покращити ефективність їхнього бізнесу. Фактично, сьогодні більше компаній стурбовані ефективним впровадженням процесу імпорту, проте імпорт — це серйозне, складне завдання в динамічно мінливому, дуже невизначеному та складному міжнародному бізнес-середовищі. Вищевикладене актуально і для товарів стоматологічного сектору. Імпорт стоматологічних матеріалів та обладнання має для Ізраїлю особливу цінність як для країни з розвиненим стоматологічним туризмом.

Між тим, академічні дослідження імпортової діяльності фірм залишаються відносно позаду розвитку практики в цій галузі. Це дивно, тому що імпортер зазвичай є основною рушійною силою процесу інтернаціоналізації іноземного виробника через пошук замовлень, спільне створення нових продуктів/послуг, а також пропозиції ідей для розширення бізнесу, імпортер виконує важливі завдання, виконує певні функції, такі як управління запасами, складування та розподіл, які є життєво важливими для успіху.

Серед дослідників питань та проблем здійснення імпорту на рівні підприємства слід відзначити таких закордонних та українських авторів як Х. Кастіледжо [1], А. Еспозіто [2], Д. Говіна [3], А. Білдже [4], Е.О. Ковтун [5], І.М. Манаєнко [6]. Існуюча література стосується різноманітних тем імпортних стратегій, стратегічної імпортової діяльності багатонаціональних підприємств, імпорту малих та середніх підприємств, зовнішній торгівлі суб'єктів господарчої діяльності. Між тим майже не існує досліджень, присвячених імпорту товарів стоматологічного сектору на рівні окремого підприємства. Вищевикладене обумовило вибір теми кваліфікаційної роботи, її мету та завдання.

Метою роботи є дослідження імпорту товарів стоматологічного сектору Dental top service та визначення напрямів його удосконалення.

Поставлена мета обумовила формулювання **завдань кваліфікаційної роботи**:

- дослідити поняття та особливості імпорту товарів;
- узагальнити тенденції та чинники розвитку світового ринку стоматологічних товарів;
- узагальнити методи оцінки товарного імпорту підприємства;
- надати організаційно-економічну характеристику Dental top service на ізраїльському ринку імпортних стоматологічних товарів;
- проаналізувати показники імпорту стоматологічного обладнання та матеріалів Dental top service;
- здійснити SWOT-аналіз чинників впливу на імпорт стоматологічного обладнання та матеріалів Dental top service;
- розробити заходи з удосконалення імпорту «Dental top service» за рахунок зниження витрат;
- проаналізувати ефективність заходів з удосконалення імпорту «Dental top service» за рахунок зниження витрат.

Об'єктом дослідження виступає імпорт товарів стоматологічного сектору.

Предмет дослідження - науково-теоретичні положення та практичні рішення удосконалення імпорту товарів стоматологічного сектору.

У роботі знайшли застосування такі **методи дослідження** як аналіз і синтез, узагальнення – для дослідження теоретичних засад імпорту товарів стоматологічного сектору; графічний метод, SWOT-аналіз, методи статистики для представлення даних стосовно структури та динаміки імпорту.

Інформаційна база кваліфікаційної роботи складається з праць українських і зарубіжних авторів з питань імпорту та зовнішньої торгівлі підприємств, офіційних даних та звітності Dental top service.

Публікації та апробація результатів дослідження. За результатами виконання кваліфікаційної роботи бакалавра опубліковано тези:

Levandovska V., Development factors of the world market for dental goods. Збірник наукових робіт за підсумками студентської дистанційної науково-практичної конференції «Минуле, Сучасне, Майбутнє», Одеса: ОНЕУ, 2023.

Левандовська В.С., Уханова І.О. Сучасні тенденції регіонального розрізу світового ринку стоматологічних товарів. Збірка наукових робіт кафедри МЕВ Одеського національного економічного університету «World economy and International economic relation» Одеса. 2023 (у друці).

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (41 найменування). Загальний обсяг роботи становить 74 сторінки. Основний зміст викладено на 70 сторінках. Робота містить 23 таблиці, 33 рисунки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ІМПОРТУ ТОВАРІВ СТОМАТОЛОГІЧНОГО СЕКТОРУ

1.1. Поняття та особливості імпорту товарів

Зовнішньоторговельна діяльність підприємств - це сфера господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою та науково-технічною кооперацією, експортом та імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок. Вона є наслідком розвитку зовнішньоекономічних зв'язків як сукупності напрямків, форм, методів та засобів торговельно-економічного, науково-технічного співробітництва, а також валютно-фінансових та кредитних відносин держави із зарубіжними країнами з метою раціонального використання переваг міжнародного поділу праці та міжнародних економічних відносин для вирішення народно-господарських та зовнішньополітичних завдань.

Зовнішньоторговельна діяльність – діяльність із здійснення угод у сфері зовнішньої торгівлі товарами, послугами, інформацією та інтелектуальною власністю.

Особливостями ЗЕД є такі (Рис. 1.1):

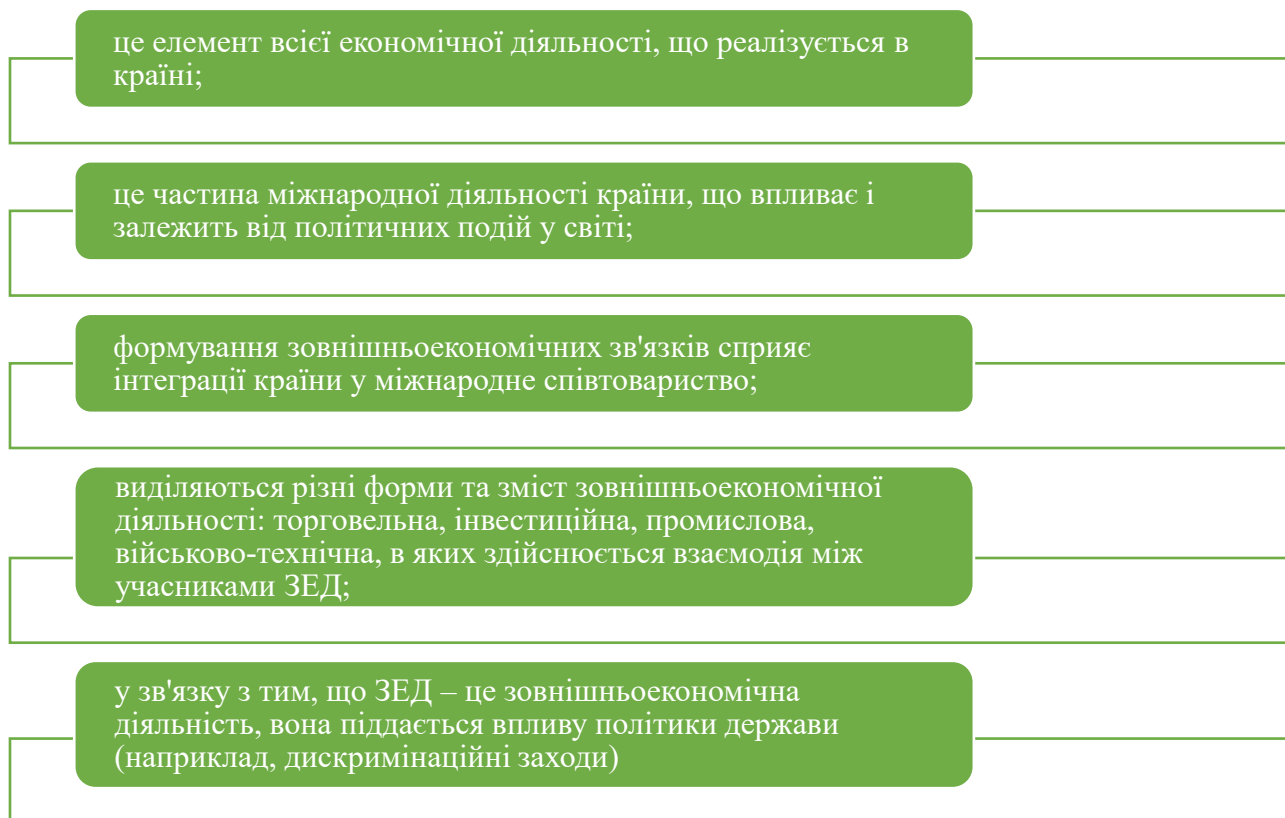


Рис. Особливості зовнішньоекономічної діяльності

Джерело: складено за [7].

За напрямом торгівлі зовнішньоекономічні операції можуть бути поділені на експорт, імпорт, реекспорт та реімпорт.

Згідно з метою кваліфікаційної роботи детальніше дослідимо саме поняття та особливості імпорту.

Імпорт – ввезення з-за кордону товарів, технологій та капіталів для реалізації та застосування на внутрішньому ринку країни-імпортера; відшкодування від іноземних партнерів послуг виробничого чи споживчого призначення. Будучи результатом міжнародного поділу праці, імпорт сприяє економії часу, повнішому задоволенню потреб національної економіки та населення [1].

Імпортні операції - це операції, що здійснюють ввезення на внутрішній ринок товару, закупленого в іншій країні. Імпортер повинен (Рис. 1.2):

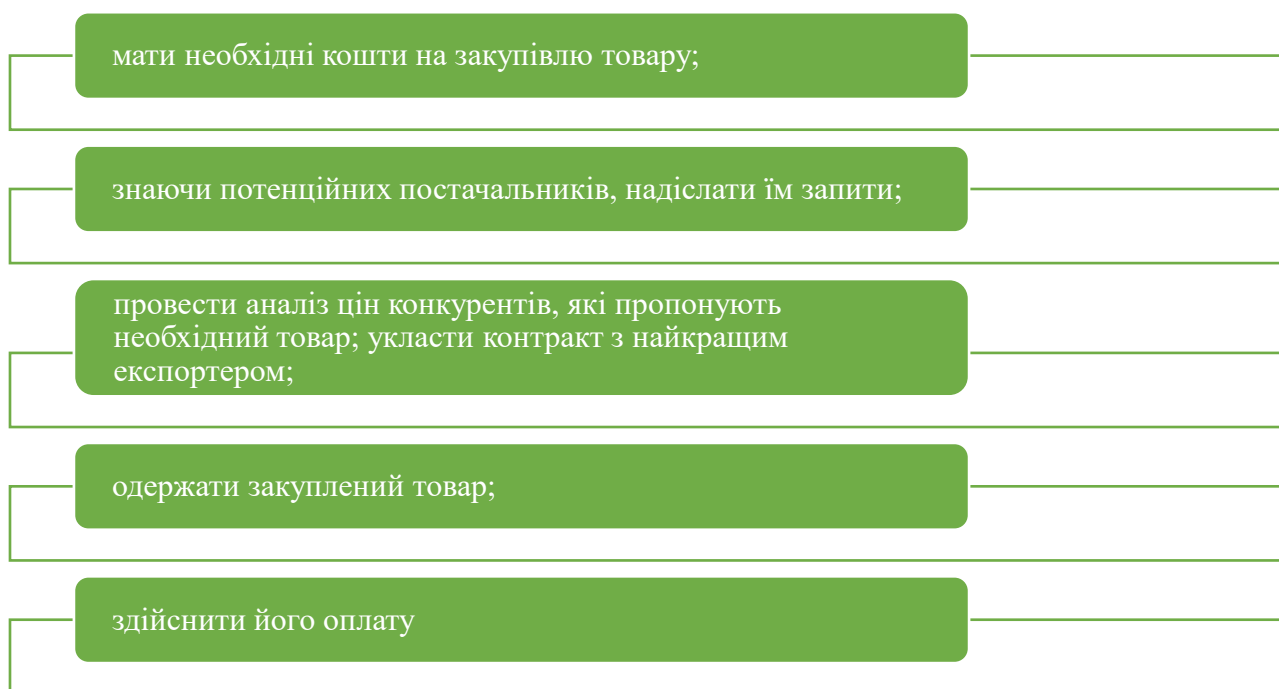


Рис.1.2. Обов'язки імпортера при здійсненні зовнішньоекономічних операцій
Джерело: складено за [2; 3].

Мотивами імпортової діяльності є (Рис. 1.3):

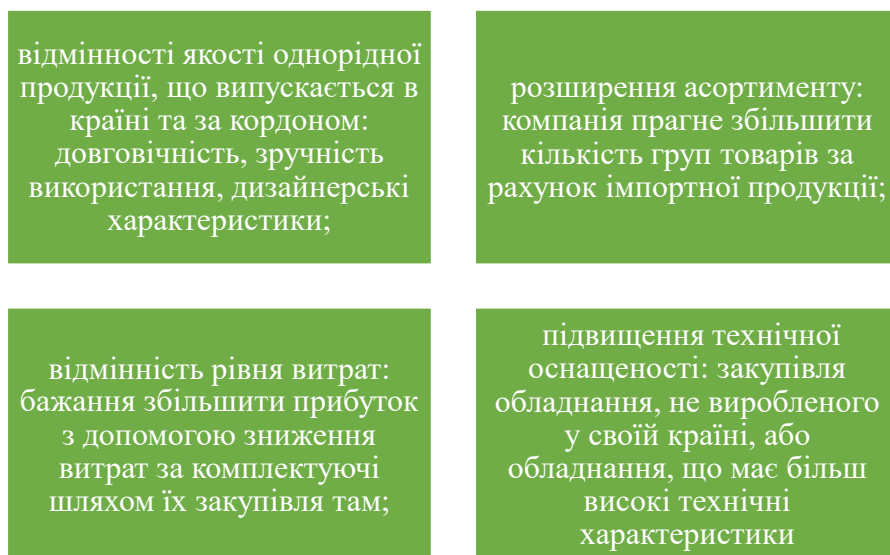


Рис.1.3. Мотиви здійснення імпорту підприємства

Джерело: складено за [2; 3]

Таким чином, структура імпорту залежить від якості продукції в різних країнах, асортименту, рівня розвитку технічних засобів та обладнання. Крім

того, незважаючи на однорідність продукції, її якість може залежати від країни-виробника. Загалом якість, витрати та культура виробництва у кожній країні різні. Звідси виникають відмінності як і асортимент однорідної продукції.

Різниця витрат також зумовлена низкою внутрішніх фактів: рівень розвитку цієї галузі всередині країни, рівень інновацій, внутрішня політика тощо. В умовах зростання ролі коопераційного, виробничого та науково-технічного співробітництва збільшується імпорт товарів (сировини, напівфабрикатів, вузлів та деталей) для переробки в цій країні та подальшого вивезення за кордон, а також імпорту товарів вітчизняного походження, що пройшли переробку за кордоном. Нарешті, об'єктом імпорту є товари, що тимчасово ввозяться (на виставки, ярмарки, аукціони).

Основні форми імпортової діяльності:

1. Імпорт для використання, або підвищення виробництва.
2. Імпорт для перепродажу та отримання прибутку за рахунок різниці у вартості закупівлі та вартості продажу. Така мета може бути реалізована, якщо імпортовані товари перевершують за якістю чи ціною вітчизняні аналоги.

Основні форми організації імпортових операцій охарактеризовані в таблиці.

Таблиця 1.1

Характеристика основних форм організації імпортових операцій

Визначення	
Прямий імпорт, який передбачає постачання товарів, виробляється безпосередньо іноземному покупцю чи закупівлі в нього відповідних товарів.	Непрямий імпорт, що передбачає продаж та купівлю товарів через посередників.
Застосування	
Прямий метод імпортових операцій застосовується: - при продажах та закупівлях промислової сировини на основі довгострокових контрактів; - при імпорті дорогого та великогабаритного обладнання; - при експорті стандартного обладнання через закордонні філії; - при закупівлі с/г товарів у фермерів; - при великих державних продажах та закупівлях.	Непрямий метод застосовується: - при збуті стандартного промислового обладнання; - при збуті споживчих товарів; - при реалізації другорядної продукції; - застосовується на окремих важкодоступних та малознайомих ринках; - при просуванні нових товарів; - за відсутності власної збутової мережі; - за умови, якщо торгівля монополізована великими торговельно-посередницькими фірмами.

Переваги	
Прямий метод має такі переваги: - тісні безпосередні контакти з контрагентами; - покращуються знання кон'юнктури ринку; - швидка адаптація своїх виробничих потужностей до потреб споживача.	Переваги непрямого методу полягають у наступному: - великий досвід посередника в операціях купівлі-продажу; - немає необхідності виробнику створювати власні торгові структури; - посередник часто має власну мережу обслуговування; - налагоджені торгові зв'язки, знання ринку та його кон'юнктури.
Недоліки	
Недоліки прямого методу: - необхідність створення на суб'єкті-виробнику власних служб маркетингу та збуту; - можливі економічні втрати через некомпетентність продавця-виробника.	Недоліки непрямого методу: можливі економічні втрати при невдалому виборі торгово-посередницьких компаній.

Джерело: складено за [4; 5]

Обидві названі форми можуть мати ефективне застосування в залежно від правильного вибору ситуації та виду продукції. Сучасна тенденція при концентрації та централізації капіталу характерно збільшенням прямого методу.

Крім зазначених вище ознак, імпорتنі операції можуть класифікуватися за такими принципами (Рис. 1.4):

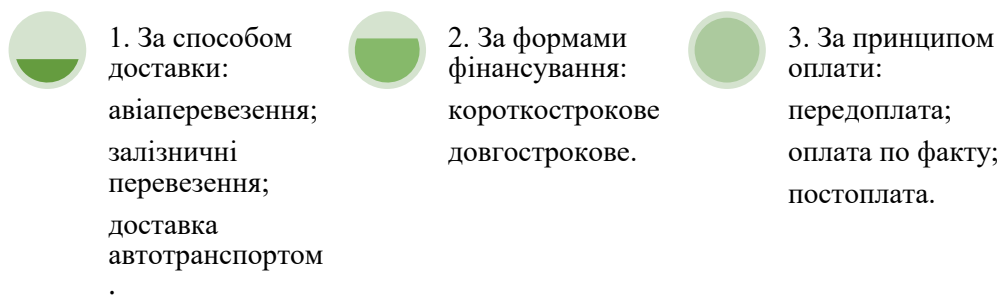


Рис.1.4. Класифікація імпорتنих операцій підприємства

Джерело: складено за [6]

Імпортна діяльність у сучасних умовах регулюється на світовому та національному рівнях. Міжнародне регулювання здійснюється в рамках СОТ, а також різними інтеграційними об'єднаннями. Імпорт також регулюється

національним законодавством, політико-правовими обмеженнями, митними тарифами, системою ліцензування та іншими нетарифними заходами зовнішньоекономічного регулювання.

Таким чином, інтернаціоналізація шляхом імпорту надає багатьом компаніям корисний стратегічний варіант для виявлення та використання можливостей для продуктів, частин або сировини, наявних в інших країнах, які можуть мати багатообіцяючий потенціал продажів на внутрішньому ринку [8]. Це особливо критично для малих та середніх підприємств, оскільки таким чином вони можуть (1) доповнити свої обмежені внутрішні ресурси, знання та навички ресурсами іноземних постачальників [9]; (2) отримати доступ до ширшого спектру та кращої якості технологічних ресурсів, які можуть підвищити рівень інноваційності та продуктивності [1]; (3) розширити широту та глибину товарів, що пропонуються своїм клієнтам, за межі існуючих вітчизняних продуктів і брендів [10]; і (4) зміцнити свою мережеву позицію та довіру на внутрішньому ринку через ділові зв'язки з постачальниками з-за кордону [11].

1.2. Характеристика та чинники розвитку світового ринку стоматологічних товарів

Ринок стоматологічного обладнання та витратних матеріалів складається з продажу обладнання для стоматологічної радіології, стоматологічних хірургічних навігаційних систем, обладнання CAD/CAM, стоматологічних крісел та інших стоматологічних пристроїв, які використовуються для лікування стоматологічних захворювань. Цінності на цьому ринку є цінностями «заводських воріт», тобто вартістю товарів, які продаються виробниками або розробниками товарів іншим суб'єктам (включно з виробниками, оптовиками, дистриб'юторами та роздрібними торговцями), або безпосередньо кінцевим споживачам. Вартість товарів на цьому ринку включає супутні послуги, які продають творці товарів [12].

Глобальний ринок стоматологічного обладнання та витратних матеріалів сегментований (Рис. 1.5):

1) За типом:	• терапевтичне стоматологічне обладнання, загальні стоматологічні пристрої та обладнання, стоматологічні діагностичні пристрої та обладнання, стоматологічні хірургічні пристрої та обладнання
2) Кінцевим користувачем:	• лікарні та клініки, діагностичні лабораторії, інші кінцеві користувачі
3) За видами витратків:	• державні, приватні
4) За продуктом:	• інструменти/обладнання, одноразові матеріали

Рис. 1.5. Сегменти глобального ринку стоматологічного обладнання та витратних матеріалів

Джерело: складено за [13]

У професійний маркет входять наступні продукти [13]:

- Стоматологічні меблі та обладнання — меблі для стоматологічних кабінетів; системи препарування порожнин і установки повітряної абразії; стоматологічні лазери; CAD/CAM системи; управління практикою та рішення робочого процесу; пристрої візуалізації/рентгенівські випромінювання та відповідне обладнання; лабораторне обладнання та інше стоматологічне обладнання, включаючи стоматологічні інструменти та інструменти; стерилізатори та автоклави; і змішувачі та змішувачі.
- Матеріали та приладдя – загальні стоматологічні вироби — ватяні губки, рулони та насадки; одноразові наконечники та чохли; нагрудники для пацієнтів та інші паперові вироби для операторів; візуалізаційні матеріали, рентгенівські плівки; кріплення та цифрове приладдя.
- Матеріали та приладдя – профілактичні стоматологічні – фтор і супутні матеріали; тимчасові герметики та пломби; полоскання порожнини рота; чистячі засоби та матеріали; розкриваючі агенти.

- Матеріали та приладдя—стоматологічне лікування — пломбувальні матеріали; пломбувальні матеріали та аксесуари, ендодонтичні матеріали та приладдя; оздоблювальні матеріали та приладдя; і фармацевтичні препарати та анестетики.
- Матеріали та витратні матеріали реконструктивно-косметичні — імплантація зубів; коронкові матеріали та приладдя; відбиткові матеріали та приладдя; регенерація тканин і кісток; відбілюючі матеріали; інші косметичні засоби.

Сегмент споживчого стоматологічного ринку включає два напрямки продукції [13]:

- Щоденна профілактика та лікування — зубні щітки, зубні пасти, ополіскувачі, зубні нитки, інші засоби.
- Косметичні продукти — відбілюючі продукти, такі як відбілюючі смужки, лотки та гелі.

Якщо розглядати сегмент стоматологічного обладнання, воно використовується для огляду, лікування, маніпуляцій і відновлення будь-яких захворювань порожнини рота. Інструменти включають стоматологічні лазери, стоматологічні наконечники, стоматологічні дзеркала, ретрактори тощо. Це інструменти, які використовують стоматологи для лікування пацієнтів із захворюваннями зубів, такими як карієс, проблеми з яснами, чутливі зуби, пародонтологія тощо. Експерти прогнозують, що даний сегмент ринку буде зростати протягом наступних років, причому швидкими темпами.

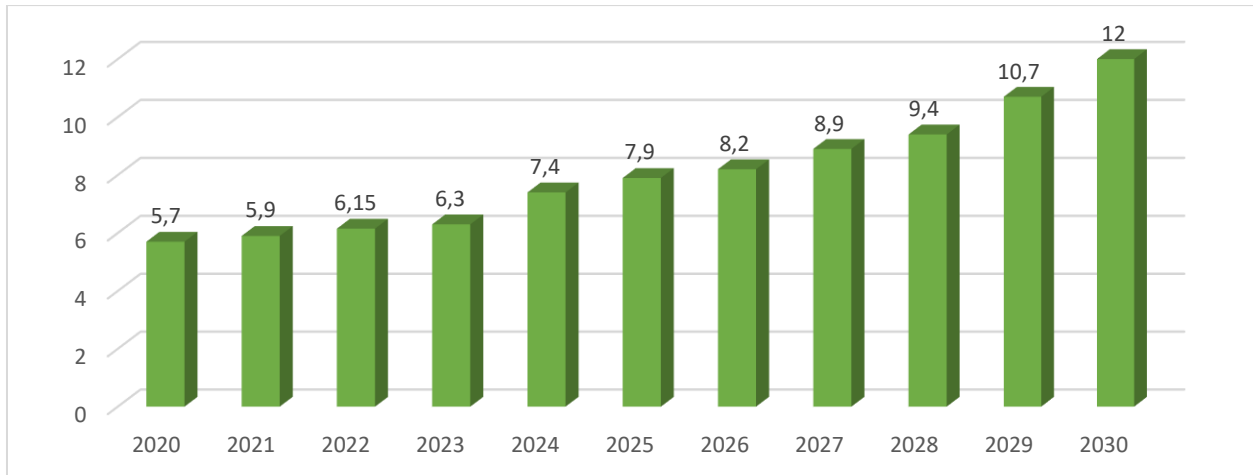


Рис.1.6. Глобальний маркет стоматологічного обладнання, 2020-2030, млрд.дол
Джерело: складено за [14]

Галузеві звіти та статистика за обсягом продажів, за продуктами та кінцевими користувачами у 2021 році демонструє, що світовий ринок стоматологічного обладнання матиме стабільне зростання на рівні 7,7%, оцінене у 6,13 мільярда доларів США, який, як очікується, зросте до 11,96 мільярда доларів США до 2030 року (за даними Strategic Market Research) [14].

У 2022 році Азіатсько-Тихоокеанський регіон був найбільшим регіоном на світовому ринку стоматологічного обладнання та витратних матеріалів. Західна Європа була другим за величиною регіоном на світовому ринку стоматологічного обладнання та витратних матеріалів. Африка. був найменшим регіоном на світовому ринку стоматологічного обладнання та витратних матеріалів. Регіони, охоплені у звіті про ринок стоматологічного обладнання та матеріалів: Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Західна Європа, Східна Європа, Північна Америка, Південна Америка, Близький Схід і Африка [14].

Країни, охоплені ринком стоматологічного обладнання та матеріалів: Аргентина, Австралія, Австрія, Бельгія, Бразилія, Канада, Чилі, Китай, Колумбія, Чеська Республіка, Данія, Єгипет, Фінляндія, Франція, Німеччина, Гонконг, Індія, Індонезія, Ірландія, Ізраїль, Італія, Японія, Малайзія, Мексика, Нідерланди, Нова Зеландія, Нігерія, Норвегія, Перу, Філіппіни, Польща, Португалія, Румунія,

Росія, Саудівська Аравія, Сінгапур, Південна Африка., Південна Корея, Іспанія, Швеція, Швейцарія, Таїланд, Туреччина, ОАЕ, Великобританія, США, Венесуела та В'єтнам. Основні регіони, де сконцентровані виробники та споживачі стоматологічної продукції, можна також подивитись на карті (Рис.1.7)



Рис.1.7. Основні регіони світового ринку стоматологічних товарів та продукції
Джерело: [14]

Згідно з регіонами, Північна Америка займала найбільшу частку ринку стоматологічного обладнання у 38,2% у 2020 році зі стабільним CAGR у прогнозований період. Найвищий відсоток у регіоні Північної Америки можна насамперед пояснити зростанням геріатричної популяції, добре налагодженою політикою відшкодування, потужною медичною інфраструктурою, ключовими гравцями галузі та прогресом у профілактичному та реставраційному лікуванні зубів. За даними Американської стоматологічної асоціації, 85% людей у США вважають здоров'я порожнини рота важливим аспектом загального догляду. З іншого боку, у 2020 році Європа вважалася ринком, який найшвидше розвивається. Згідно зі звітами ВООЗ, у Європі до 12 років карієсом уражено в середньому 0,5–3,5 зуба, а майже 100% дорослих людей перенесли ту саму хворобу. Карієс зубів і важкі захворювання пародонту є основними причинами втрати природних зубів. Крім того, близько 30% європейців у віці 65–74 років не мають природних зубів, що знижує якість їхнього життя [13; 14].

Основні компанії на ринку стоматологічного обладнання та витратних матеріалів включають Dentsply Sirona, Danaher, Carestream Health, 3М, Straumann.

Зосередження на прогресі в технологіях і стоматологічних матеріалах є значним рушієм зростання індустрії стоматологічного обладнання. Прогрес у стоматологічних матеріалах і технологіях уможливив відтворення властивостей природних зубів. Однією з таких процедур є косметичне освітлення зубів, яке є найбільш бажаною косметичною стоматологічною процедурою в офісі. Наприклад, згідно з дослідженнями, у 2021 році цифрове планування імплантатів, антибактеріальне покриття та хірургія імплантації з комп'ютерним керуванням вважаються основними технологічними інноваціями лазерної імплантації зубів.

Динаміка зростання ринку стоматологічних матеріалів продемонстрована на рис.1.7.

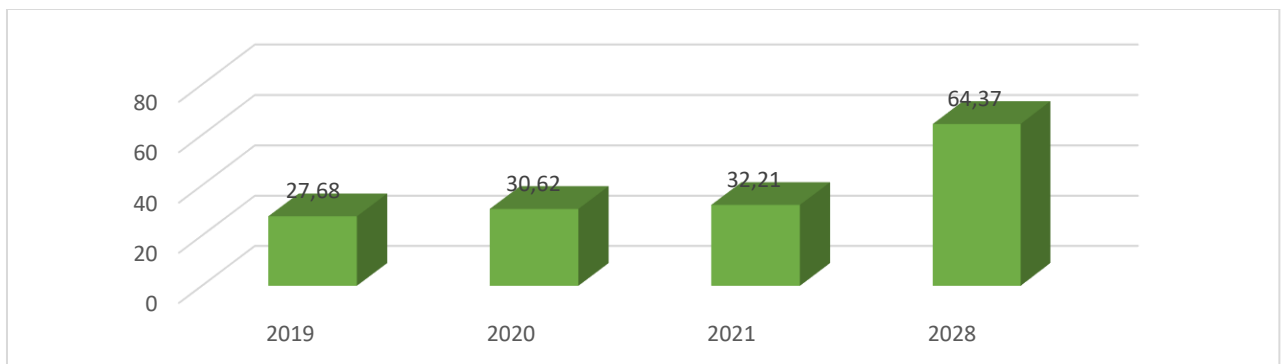


Рис.1.7. Ринок стоматологічних матеріалів, 2019-2028, млрд.дол США

Джерело: [14]

Виходячи з типу продукту, сегмент стоматологічних систем і деталей займав найбільшу частку – майже 39,9% усього ринку в 2020 році. Такі життєво важливі фактори, як збільшення розробки нових пристроїв із досягненнями в технологіях та серйозні інвестиції в дослідження та розробки, підживлюють загальне зростання цього сегмента. За даними Кінцевих користувачів, у 2020 році лікарні та клініки були найшвидше зростаючим сегментом ринку. За даними

Індійської стоматологічної фундації, 180 000 стоматологів обслуговують понад 1 мільярд населення, близько 297 стоматологічних шкіл і 90% лікарі-практики, які працюють у лікарнях і клініках великих міст. Це пов'язано з покращеним доступом до сучасного та цифрово-модифікованого обладнання та збільшенням кількості клінік і лікарень із стоматологічними відділеннями, які сприяють загальному зростанню цього сегменту [14].



Рис.1.8. Аналіз світового ринку споживачів стоматологічних товарів за сегментами, %

Джерело: [14; 15]

Таким чином, можна узагальнити основні тенденції розвитку світового ринку стоматологічних товарів наступним чином (Табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Основні характеристики ринку стоматологічних товарів та тенденції його розвитку

Атрибут	Подробиці
Прогнозний період	2021-2030 роки
Вартість ринку в 2021 році	6,13 мільярда доларів США
Прогноз доходів у 2030 році	11,96 мільярда доларів США
Темп зростання	7,7%
Базовий рік для оцінки	2021 рік
Історичні дані	2017 - 2020 роки
одиниця	Мільярд доларів США, CAGR (2021-2030)
Сегментація	За продуктом, за обробкою, за кінцевим користувачем і за регіоном.

За продуктом	Обладнання для обробки зубів (панорамне, датчик, камера), лазери, діодні лазери, стоматологічні крісла, CAD/CAM, наконечники, стоматологічні установки, ливарні машини
Кінцевим користувачем	Лікарні та клініки та стоматологічні академічні та науково-дослідні інститути
За регіонами	Північна Америка, Європа, Азіатсько-Тихоокеанський регіон і LAMEA
Сфера дії країни	США, Канада, Франція, Німеччина, Велика Британія, Китай, Японія, Індія, Південна Корея, Мексика, Бразилія, ОАЕ тощо.
Профілі юзабіліті компаній	DENTSPLY Sirona, Planmeca Group, Envista Holdings, A-dec Inc., J. MORITA CORP., GC Corporation, Midmark Corporation, b&d dental equipment liquidators, Straumann Holdings AG, 3M Company, BIOLASE, Inc., 3Shape A/S, BEGO GmbH & Co. Kg, Ultradent Products, Inc., Nakanishi Inc.

Джерело: складено за [14; 15; 16]

Окрім того, вне залежності від конкретного ринку існують різні внутрішні та зовнішні чинники, які стимулюють або перешкоджають підприємствам займатися імпортом. Що стосується стимулювання імпорту, внутрішні фактори включають, наприклад, бажання зменшити витрати на придбання, щоб запропонувати кращі ціни, потреба мати товари кращої якості та більшого асортименту, а також зменшення залежності від вітчизняних постачальників, тоді як деякі зовнішні стимулюючі фактори факторами є володіння ексклюзивною інформацією про прибуткове іноземне джерело, сприятливі курси іноземної валюти щодо певних країн і проблемний/перерваний потік продукції з внутрішніх джерел [17]. Що стосується імпортних бар'єрів, деякі загальні внутрішні чинники – це нестача оборотного капіталу для фінансування імпорту, обмежена інформація для ідентифікації/аналізу іноземних джерел постачання та неадекватний та/або ненавчений імпортний персонал, тоді як деякі зовнішні імпортні бар'єри включають високі тарифні/нетарифні бар'єри. , несприятливі курси іноземної валюти та невідповідні транспортні/інфраструктурні засоби [18].

Процес інтернаціоналізації імпорту підприємств може сприятися або гальмуватися різними управлінськими, організаційними та екологічними факторами. Наприклад, дослідження показали, що на управлінському рівні

менеджери з міжнародним бізнес-досвідом, знайомими з іноземною культурою та схильними до ризику сприяють імпорту у своїх фірмах [1]. На організаційному рівні виявилось, що підприємства, розташовані в міських районах, розташовані в географічно зосереджених галузях і займаються інноваційним розвитком, більш схильні до імпорту [19]. На рівні навколишнього середовища дослідження показали, що фінансова лібералізація внутрішньої країни в поєднанні з посиленням контролю над корупцією активізує імпорتنу діяльність завдяки нижчим витратам на отримання фінансування та меншій тяганині [20].

1.3. Методи оцінки товарного імпорту підприємства

В економічній літературі на даний момент доволі повно розроблено макроекономічний аспект оцінки ефективності імпортової діяльності. Більшість авторів схилилося до думки, що критерієм ефективності зовнішньої торгівлі слід вважати співвідношення народногосподарських витрат за виробництво експортної продукції з економією від імпорту. Однак, зазначений критерій не застосовується в умовах мікроекономічного аналізу ефективності імпортних угод. Фірма-імпортер не прийматиме економію народногосподарських витрат до уваги за наявності попиту на імпортний товар та можливості отримати солідний дохід від угоди з імпорту.

З лібералізацією зовнішньоекономічної діяльності виникла об'єктивна необхідність розробки прикладної методики визначення ефективності зовнішньоекономічних угод на всіх рівнях управління, тому для визначення показників імпорту підприємства, його доцільності та ефективності активно використовується фінансовий аналіз.

Аналіз імпортних операцій проводиться з такими цілями, а основні напрямки такого аналізу включають (Рис. 1.9):

Цілі аналізу імпорту підприємства	Основні напрямки аналізу імпортних операцій
☐ оцінити рівень ефективності імпортних операцій ☐ виявити фактори, що впливають на ефективність імпортних операцій та оцінити рівень їх впливу; ☐ спрогнозувати подальший розвиток імпортних операцій	☐ аналіз структури та динаміки імпортних операцій; ☐ аналіз витрат за організацію імпортних операцій; ☐ доходи від організації імпортних операцій; ☐ факторний аналіз ефективності імпортних операцій. ☐ оцінка впливу імпортової діяльності на показники діяльності підприємства

Рис. 1.9. Цілі та основні напрямки аналізу імпортних операцій підприємства
Джерело: складено за [21]

На наш погляд, аналіз імпортової діяльності підприємства має включати такі етапи:

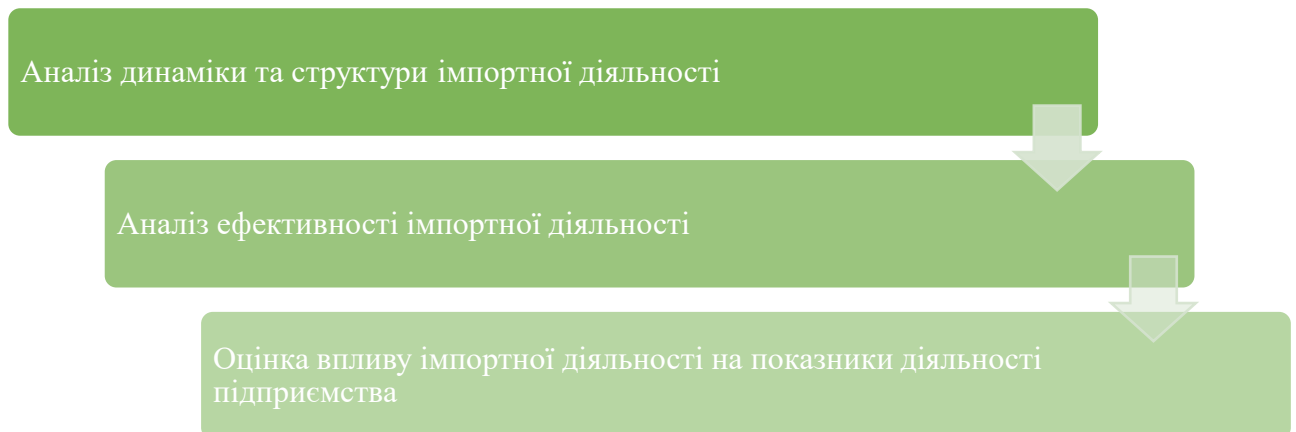


Рис.1.10. Етапи аналізу імпортової діяльності підприємства
Джерело: складено за [21]

Динаміка імпортової діяльності оцінюється за показниками темпів зростання та розраховується за формулами [21; 22]:

а) Метод ланцюгового індексу.

$$I = V_t / V_p * 100 - 100 \quad (1.1)$$

Де І - індекс зростання у %, Вт - виручка поточного періоду (загальна по імпорту та по кожному товару в тому числі); Вп – виторг попереднього періоду.

Порівнюємо динаміку виручки з імпорту. Даний показник використовується для подальших розрахунків.

б) За базовим індексом. І тут, за основу береться початковий рік досліджуваного періоду. Структура імпорту розраховується за кожним періодом, з метою виявлення та подальшої оцінки тенденцій її змін. Для розрахунку структури імпорту використовуємо формулу [21; 22]:

$$C_i = D_i / D \quad (1.2)$$

де D_i – елемент імпорту, D – весь імпорт у цілому

Аналіз ефективності імпортової діяльності розраховується шляхом оцінки економічної ефективності та шляхом розрахунку інтегрального показника.

Імпорт продукції може здійснюватися для перепродажу та для власного споживання. Тому методика не може бути однозначною. При аналізі імпорту для споживання необхідно враховувати таке: витрати на імпорт, що впливають собівартість, отже і прибутковість імпорту. Тому для аналізу необхідно виявити частку витрат на придбання імпортних товарів у загальній собівартості продукції, зіставити динаміку загальної собівартості та витрат на імпорт.

З метою подальшого аналізу розраховуються коефіцієнти, що визначають частку витрат на імпорт та прибутку у загальній собівартості виробленої продукції.

Частка витрат на імпорт у собівартості [21; 22]:

$$D_z = Z_{im} / C_{ob} \quad (1.3)$$

де Z_{im} - витрати на імпорт, C_{ob} - загальна собівартість.

Цей показник є основою розрахунку інших показників. Отриманий результат порівнюють із доходом від імпортних операцій та оцінюють рівень його ефективності.

Структура імпорту за статтями витрат за імпорт. Розрахунок часток структури [21; 22].

$$De = Ei/I \quad (1.4)$$

де De – частка конкретної статті імпорту, Ei – елемент імпорту, I – вся вартість імпорту загалом.

На структуру імпорту впливають всі складові витрат імпорту. Якщо компанії зросли витрати на імпорт, слід проаналізувати структуру в динаміці і виявити які статті витрат збільшилися. Після цього можна визначити можливість їхнього зниження.

Економічна ефективність імпорту розраховується з використанням декількох підходів. Так, за першим з них ефективність імпорту визначається як [21; 22]:

$$Ei = Zi_o / B_k \quad (1.5)$$

де Ei - ефективність імпортних операцій, Zi_o - повні витрати на здійснення імпортних операцій; B_k - вартість імпортних товарів за контрактом. На основі цих показників можна зробити такі висновки. Чим більший показник Ei наближений до 1, тим імпорт відповідних товарів ефективніший. За підсумками цього показника підприємство може вибрати найкращий товар з урахуванням як його ціни, а й майбутніх експлуатаційних витрат.

За другим підходом ефективність імпорту можна визначити як [21; 22]:

$$Ei = B / Zi \quad (1.6)$$

де Ei – економічна ефективність, B – виторг, Zi – витрати на імпорт.

Показник Ei повинен бути більше 1, він показує кількість імпортової продукції, що випускається на гривню (грошову одиницю) витрат з його придбання для підприємства.

Чистий прибуток на грошову одиницю імпортного обороту [21; 22]:

$$ЧП = ОЧП / ПП \quad (1.7)$$

де $ОЧП$ – обсяг чистого прибутку підприємства; $ПП$ – імпорт підприємства у звітному році.

Цей показник дозволить співвіднести витрати на імпорт з обсягом прибутку та виявити, яку роль імпорт відіграє у прибутку.

Рентабельність імпорту до витрат на імпорт обчислюється як [21; 22] :

$$P_{iz} = \Pi_i / Z_i \quad (1.8)$$

де Π – імпорт підприємства у звітному році; Z – витрати на імпорт у звітному році.

Рентабельність імпорту показує, наскільки цей процес вигідний компанії і є однією з основ вирішення питань щодо вдосконалення імпорту.

Собівартість продукції одна із важливих оціночних показників. Динаміка собівартість розраховується за такою формулою [21; 22]:

$$I_{zp} = C_t / C_p * 100 - 100 \quad (1.9)$$

де I_{zp} – індекс зростання; C_t – собівартість імпорту поточного періоду; C_p – собівартість імпорту попередньому періоді.

Дані показники розраховуються за 3-5 років за кожною статтею витрат: усі витрати, крім імпорту, витрати на імпортні операції. Здійснюється порівняння даних показників між собою, робляться висновки.

Динаміка імпортних цін може бути обчислена наступним чином [21; 22]:

$$I_c = C_t / C_p * 100 - 100 \quad (1.10)$$

де I_c – індекс зростання, C_t – вартість поточного періоду, C_p – вартість попереднього періоду.

На основі цього аналізу можна буде порівняти зростання вартості сировини всередині країни, а також порівнювати із внутрішніми показниками: зростання виручки, зростання прибутку.

Факторний аналіз необхідний оцінки впливу різних чинників на імпортну діяльність та її ефективність. Як фактори можуть виступати: інфляція; курс долара; вплив обсягу імпорту на прибуток компанії; вплив обсягу імпорту на транспортні витрати.

Методи розрахунку впливу факторів наведено у таблиці 1.3. Факторний аналіз буде представлений у двох видах:

1) відображення на графіках залежності прибутку від певного фактора (інфляції, курсу долара, обсягу закупівлі та ін.) – тут по осі Х відкладатиметься значення прибутку, а по осі Y – значення фактора, що впливає.

2) розрахунок рентабельності. Тут можливий розрахунок двома способами: розрахунок прибутку залежно від зміни даних показників або як інтегральний показник, за який пропонується брати рентабельність. Тут формула виглядатиме наступним чином.

$$P = \frac{B - (B_3 + (V * L + T_3 + T))}{B_3 + (V * L + T_3 + T)} \quad (1.11)$$

де V – обсяг закупівлі імпорту в од.; K – курс долара; T₃ – транспортні витрати; ТП – мита; B₃ - внутрішні витрати всі за винятком витрат на імпорتنі операції

Показники з цієї формули змінюються по черзі: наприклад, при зміні курсу долара можна побачити значення рентабельності, її зміну; при зміні обсягу закупівлі змінюються транспортні витрати тощо. Потім можна зробити факторний аналіз, який дозволяє виявити рівень впливу різних чинників ефективності імпортової діяльності.

У таблиці 1.3 наведено формули для розрахунку даних, які розташовуватимуться на графіках.

Таблиця 1.3

Алгоритм аналізу імпортової діяльності підприємства

Вид фактору	Формули для розрахунку	Характеристика
Аналіз динаміки та структури імпортової діяльності		
Метод ланцюгового індексу	$I = V_t / V_p * 100 - 100$, де I - індекс зростання у %, V _t - виручка поточного періоду (загальна по імпорту та по кожному товару в тому числі); V _p – виторг попереднього періоду.	Дає змогу порівняти динаміку індексу по імпорту підприємства.
Базовий індекс	$D_i / D * 100$, де D _i = елемент імпорту, D – імпорт в цілому	Структура імпорту розраховується за кожним періодом, з метою виявлення та подальшої оцінки тенденцій її змін.
Частка витрат на імпорт у собівартості	$D_z = Z_{im} / C_{ob}$, де Z _{im} - витрати на імпорт, C _{ob} - загальна собівартість.	Отриманий результат порівнюють із доходом від імпортних операцій та оцінюють рівень його ефективності.

Структура імпорту за статтями витрат за імпорт	$De = Ei/I$, де De – частка конкретної статті імпорту, Ei – елемент імпорту, I – вся вартість імпорту загалом.	На структуру імпорту впливають всі складові витрат імпорту.
Аналіз ефективності імпортової діяльності		
Економічна ефективність імпорту	$Ei = Zi/Vk$, де Ei - ефективність імпортних операцій, Zi - повні витрати на здійснення імпортних операцій; Vk - вартість імпортних товарів за контрактом. $Ei = V/Zi$, де Ei – економічна ефективність, V – виторг, Zi – витрати на імпорт.	Чим більший показник Ei наближений до 1, тим імпорт відповідних товарів ефективніший. Показник Ei повинен бути більше 1, він показує кількість імпортової продукції, що випускається на гривню (грошову одиницю) витрат з його придбання для підприємства.
Чистий прибуток на грошову одиницю імпортного обороту	$ЧП = ОЧП/П$, де $ОЧП$ – обсяг чистого прибутку підприємства; $П$ – імпорт підприємства у звітному році.	
Рентабельність імпорту до витрат на імпорт	$Ri = Pi/Zi$, де Pi – імпорт підприємства у звітному році; Zi - витрати на імпорт у звітному році.	Рентабельність імпорту показує, наскільки цей процес вигідний компанії.
Динаміка собівартості	$Iz = St/Sp * 100 - 100$, де Iz – індекс зростання; St - собівартість імпорту поточного періоду; Sp – собівартість імпорту попередньому періоді.	Дані показники розраховуються за 3-5 років за кожною статтею витрат: усі витрати, крім імпорту, витрати на імпортні операції. Здійснюється порівняння даних показників між собою.
Динаміка імпортних цін	$Ic = Ct/Cp * 100 - 100$, де Ic - індекс зростання, Ct - вартість поточного періоду, Cp - вартість попереднього періоду.	Дозволяє виявити зміну імпортних операцій.
Факторний аналіз		
Розрахунок інтегрального показника	$P = \frac{V - (Vz + (V * L + Tz + T))}{Vz + (V * L + Tz + T)}$, де V – обсяг закупівлі імпорту в од.; K – курс долара; Tz – транспортні витрати; TP – мита; Vz - внутрішні витрати всі за винятком витрат на імпортні операції	Факторний аналіз необхідний оцінки впливу різних чинників на імпорту діяльність та її ефективність. Як фактори можуть виступати: інфляція; курс долара; вплив обсягу імпорту на прибуток компанії; вплив обсягу імпорту на транспортні витрати.

Джерело: складено за [21; 22]

Висновки за Розділом 1

Отже, імпорتنі операції – це операції, здійснюють ввезення внутрішній ринок товару, закупленого в іншій країні. Якщо взяти до уваги основні критерії ефективності комерційних угод та специфіку змісту та виконання імпортного контракту, то найбільш загальними факторами його ефективності можна вважати такі: ступінь ефективності ринку збуту фірми-імпортера; суттєві умови договору купівлі-продажу імпортного товару; обмежують чинники, що визначають бюджет договору.

Галузеві звіти та статистика демонструють, що світовий ринок стоматологічного обладнання матиме стабільне зростання на рівні 7,7%, оцінене у 6,13 мільярда доларів США, який, як очікується, зросте до 11,96 мільярда доларів США до 2030 року. У 2022 році Азіатсько-Тихоокеанський регіон був найбільшим регіоном на світовому ринку стоматологічного обладнання та витратних матеріалів.

Основні напрями аналізу імпортних операцій включають: аналіз витрат за організацію імпортних операцій; прибутки від організації імпортних операцій; аналіз структури та динаміки імпортних операцій; фактори, що впливають на ефективність імпортних операцій. Аналіз ефективності імпортної діяльності розраховуємо шляхом оцінки економічної ефективності та шляхом розрахунку інтегрального показника. Факторний аналіз необхідний для оцінки впливу різних чинників на імпортну діяльність та її ефективність.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІМПОРТУ ТОВАРІВ СТОМАТОЛОГІЧНОГО СЕКТОРУ DENTAL TOP SERVICE

2.1. Організаційно-економічна характеристика Dental top service на ізраїльському ринку імпортованих стоматологічних товарів

Компанія «Dental top service» займається постачанням матеріалів, інструментів для повного оснащення стоматологічних центрів, клінік та кабінетів. Вона доставляє продукцію у найшвидші терміни безпосередньо до медичного закладу.

Широкий перелік стоматологічної продукції, яку постачає компанія за допомогою імпорту, включає [23]:

стоматологічне обладнання (дезінфекція, компресори, вакуумні помпи, парадонтологія, хірургія, стоматологічні установки тощо);
наконечники, мікромотори;
стоматологічні матеріали (інструменти, лотки, аксесуари для кабінету тощо);
технічне обладнання (бормашини, термоінжектори, термопласти, воскотопки, артикулятори тощо);
зуботехнічні матеріали;
меблі для кабінету;
все для гігієни.

Рис. 2.1. Перелік імпорту стоматологічної продукції «Dental top service»

Джерело: [23]

Компанія «Dental top service», займається продажем безпечних зуботехнічних та стоматологічних матеріалів високої якості та завжди готова запропонувати своїм клієнтам найкращі товари. Постачальники компанії —

виробники зі світовим ім'ям, які багато років працюють над створенням та удосконаленням власної продукції і досягли лідируючих позицій у своїй справі. У каталозі компанії завжди представлені: актуальні новинки та інноваційні винаходи; продукти, які заслуговують на довіру фахівців; бюджетні та дорогі матеріали та моделі обладнання.

Організаційна структура управління «Dental top service» являє собою відображення існуючої на підприємстві системи підпорядкованості, делегування обов'язків і відповідальності, розподілу зон відповідальності, порядку комунікацій і передачі інформації, системи прийняття рішень. Не будучи визначальним фактором системи управління, організаційна структура разом з тим робить значний вплив на успішність функціонування цієї системи, відбиваючись на швидкості прийняття рішень, відповідальності співробітників, підзвітності співробітників, можливості контролю їх діяльності.

Організаційна структура підприємства внаслідок середньої чисельності персоналу досить проста. Підприємство «Dental top service» має лінійну організаційну структуру.

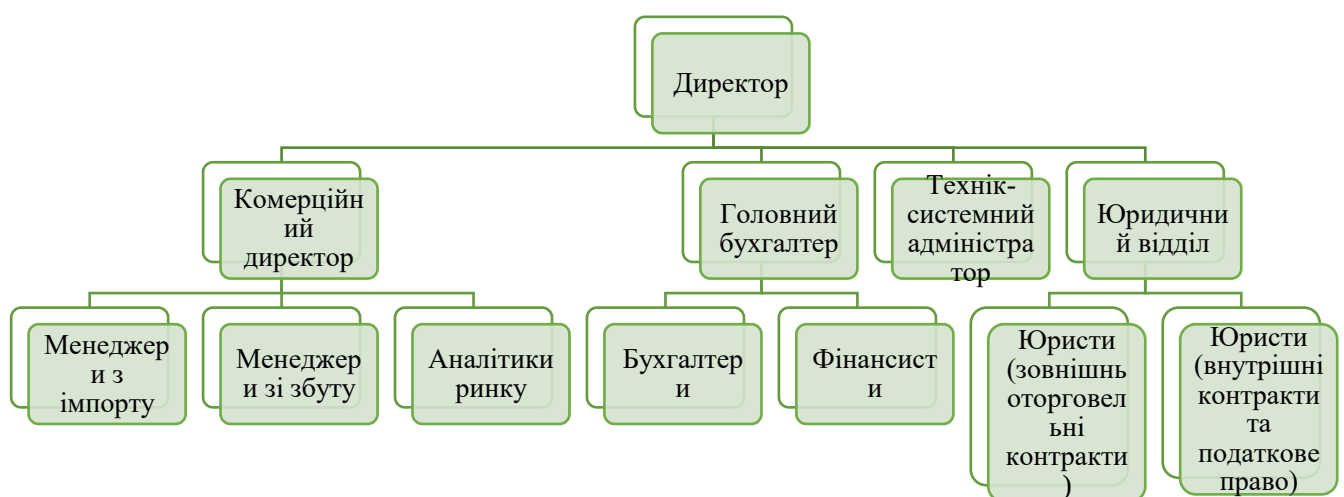


Рис 2.2. Організаційна структура підприємства «Dental top service»

Джерело: [23]

При аналізі оргструктури «Dental top service» був прийнятий до уваги той факт, що ефективні структури управління повинні задовольняти наступним критеріям:

1. У підрозділи або людини може бути тільки один безпосередній начальник;
2. У прямому підпорядкуванні має знаходитися не більше 10-12 людей - принцип норми керованості;
3. Кожен співробітник повинен мати певні функціональні обов'язки;
4. При делегуванні обов'язків, необхідно забезпечувати підрозділ достатніми ресурсами і повноваженнями;
5. Об'єднання працівників у підрозділи має здійснюватися на основі принципу угруповання (єдність виконуваної функції, єдність бізнес-процесу, єдність клієнта та ін);
6. Кожна функція повинна виконуватися повністю в рамках одного підрозділу.

На підприємстві повністю виконується наступні функції: кадрова робота; залучення клієнтів, фінансове планування, система контролю виконання посадових обов'язків, рішення приймаються системно, своєчасно.

Таким чином, існуюча організаційна структура управління дозволяє ефективно управляти підприємством.

Головною метою проведення «Dental top service» імпорتنих операції є ефективність їх здійснення. Нерідко неправильно спланована або необґрунтована стратегія імпорту завдає значних збитків, або ж недоотримання прибутку підприємством. Оцінка розвитку імпортої діяльності підприємств здійснюється шляхом аналізу показників ефективності імпорту організації, виявлення перспектив для їх розвитку. Головним напрямком зовнішньоекономічної діяльності «Dental top service» є імпорт.

Для здійснення імпорту компанія має здійснити такі кроки (Рис. 2.3):

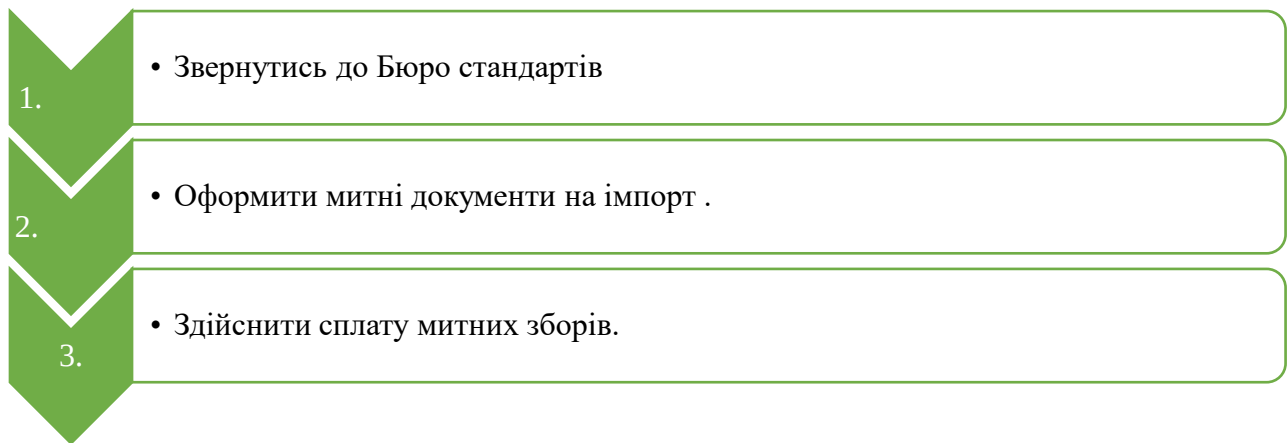


Рис.2.3. Кроки здійснення імпорту «Dental top service»

Джерело: складено за [23]

Розглянемо перераховані кроки детальніше.

1. Звернутись до Бюро стандартів — це національний орган із стандартизації, завданням якого є підтримання якості та безпеки продуктів, призначених для споживання в країні. Це стосується як продукції внутрішнього виробництва, так і імпорту. Хоча сертифікація є здебільшого добровільною, такі категорії продукції як стоматологічні товари потребують обов'язкової сертифікації. Вони мають бути призначені для внутрішнього споживання.

2. Оформити митні документи на імпорт з Китаю або США (основні напрямки імпорту підприємства): Коносамент/авіавантажна накладна, Комерційний рахунок-фактура разом зі списком упаковки, Рахунок-проформа, Замовлення на придбання, Акредитив, Страхове свідоцтво, Сертифікат країни походження.

3. Здійснити сплату митних зборів: Середній час доставки з Китаю становить 20 днів морем. Для морських перевезень імпортне мито розраховується на основі вартості товару CIF (вартість, страхування, фрахт) і складається з Базового мита — ставка залежить від продукту.

Важливі етапи звичайної імпортової транзакції «Dental top service» викладені на рис. 2.4:

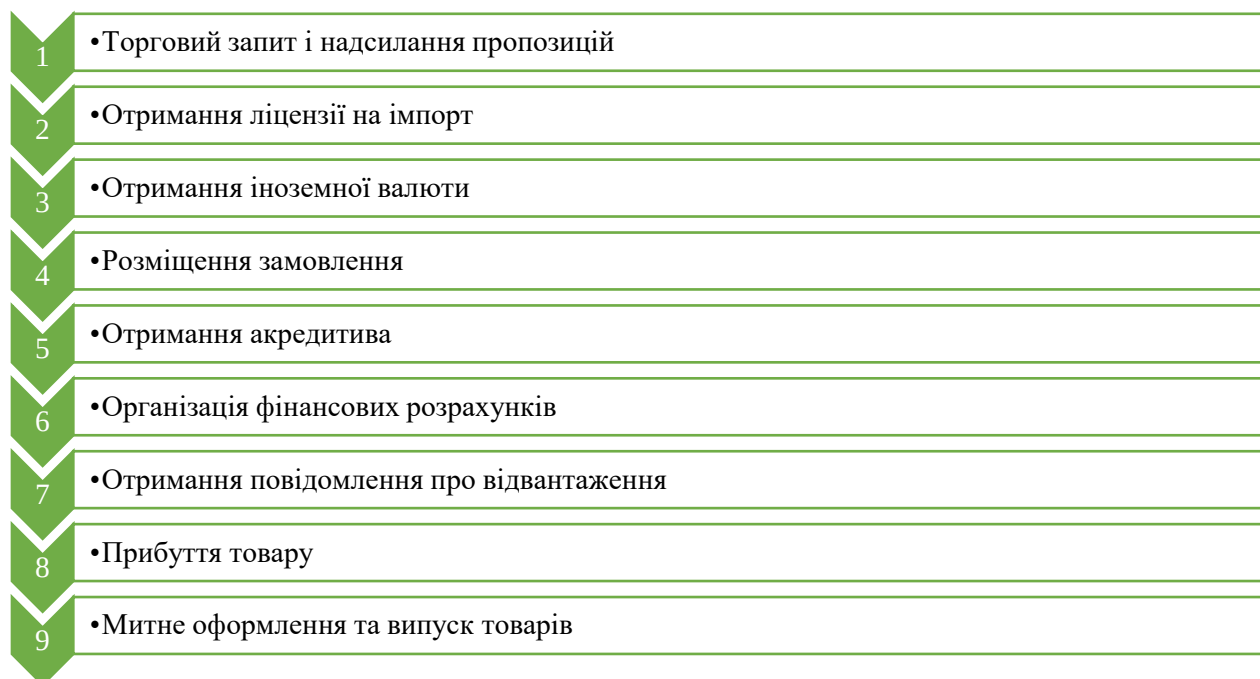


Рис.2.4. Етапи імпортої операції «Dental top service»

Джерело: складено за [23]

Розглянемо викладені етапи імпортої операції «Dental top service» більш детально.

- (1) Торговий запит і надсилання пропозицій – на цьому етапі покупець, який бажає придбати товари з інших країн, надсилає запит щодо ціни, бажаної якості, термінів і умов експорту товару. Експортер надсилає відповідь на запит у формі «Цінова пропозиція». Котирування також відоме як «рахунок-проформа», який містить інформацію про ціну продажу, кількість, якість, спосіб доставки тощо.
- (2) Отримання ліцензії на імпорт - імпорт стоматологічних товарів можливий лише за ліцензією, імпортер зобов'язаний отримати імпортну ліцензію.
- (3) Отримання іноземної валюти - закордонний постачальник просить оплату в іноземній валюті. Платіж вимагає обміну валюти на іноземну.
- (4) Розміщення замовлення - після отримання «Цінової пропозиції», якщо потенційний покупець вважає, що інформація йому підходить, він розміщує «Замовлення» для імпорту товарів.

- (5) Отримання акредитива - імпортер повинен отримати кредитну квитанцію від відповідного банку та надіслати її іноземному постачальнику.
- (6) Організація фінансів - імпортер здійснює фінансові розрахунки заздалегідь, щоб виплатити винагороду експортеру, коли вантаж прибуде до місця призначення.
- (7) Отримання повідомлення про відвантаження - після зберігання вантажу на судні іноземний постачальник надсилає імпортеру повідомлення про відвантаження. Повідомлення про відвантаження включає дані про відвантаження продуктів, такі як: Номер накладної, Назва судна з датою, Порт або пункт призначення експорту, Класифікація товарів і кількість, Дата виходу судна
- (8) Прибуття товару - закордонний постачальник відправляє товар відповідно до контракту.
- (9) Митне оформлення та випуск товарів - імпортерні товари повинні пройти митне оформлення після того, як вони перетнуть кордон. Коли судно прибуває в порт, імпортер повинен отримати від відповідної судноплавної компанії замовлення на доставку/підтвердження для доставки на звороті накладної.

Партнерські відносини між «Dental top service» та її постачальниками є довгостроковими та постійними, імпортерні закупівлі – стабільними (Табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Характеристика постачальників «Dental top service»

Країна	Назва компанії	Предмет імпорту
ЄС	Dentsply Sirona	Технології для створення та дизайну зубних реставрацій, особливо зубних протезів, включаючи коронки, вкладки коронок, вініри
ЄС	Straumann AG	Обладнання для обробки зубів (панорамне, датчик, камера), лазери, діодні лазери.
ЄС	Align Technologies	Стоматологічні крісла, CAD/CAM, наконечники, стоматологічні установки, ливарні машини

Китай	Midmark	Стоматологічні витратні матеріали
Китай	Biolase, Convergent Dental, Ivoclar Vivadent	Стоматологічні лазери, технології для усунення карієсу і підготовки емалі до встановлення пломби

Джерело: складено за [23]

Базовими умовами поставки імпорту, які використовує «Dental top service» та іноземні підприємства в основному є ДАТ з використанням судна та автомобільного транспорту. Повна собівартість продукції «Dental top service» формується з купівельної імпортової вартості, транспортних витрат, витрат на збут і витрат на оплату праці, інших витрат.

2.2. Аналіз показників імпорту стоматологічного обладнання та матеріалів Dental top service

Спочатку проводимо горизонтальний аналіз імпортних операцій. Дані для розрахунків у таблиці отримано з документації підприємства. Зазначимо, що аналіз буде проведено для основних статей імпорту підприємства, обсяг яких становить близько 80% всіх імпортованих товарів. Для аналізу категорії стоматологічне обладнання підприємством було надано інформацію за укрупненою товарною групою, без поділення на окремі імпортні категорії.

Таблиця 2.2

Динаміка показників імпорту «Dental top service» 2019-2021, тис. шекелей

	2019	2020	Індекс зростання	2021	Індекс зростання
Стоматологічні матеріали	7900	4690	-40,63	4800	2,35
В т.ч.:	670	460	-31,34	400	-13,04
Витратні матеріали для виготовлення пломб					
Витратні матеріали для зубної реставрації	4580	2450	-46,51	2700	10,20
Витратні матеріали для виготовлення коронок	2650	1780	-32,83	1700	-4,49
Обладнання (стоматологічні крісла,	6830	4760	-30,31	4500	-5,46

обладнання для обробки зубів, стоматологічні лазери)					
Разом	14730	9450	-35,85	9300	-1,59

Довідково: біржовий курс валют становить: 100 USD (долар США) = 366,66 ILS (ізраїльський новий шекель)

Джерело: авторська розробка за [24]

Загальну суму імпорту отримано шляхом складання вартості сировини та обладнання. Іншими словами ця сума називається контрактною вартістю товару.

Розрахуємо дані:

2019 рік: $7900 + 6830 = 14730$ тис. шекелей

2020 рік: $4690 + 4760 = 9450$ тис. шекелей

2021 рік: $4800 + 4500 = 9300$ тис. шекелей

Представимо дані за допомогою діаграми.

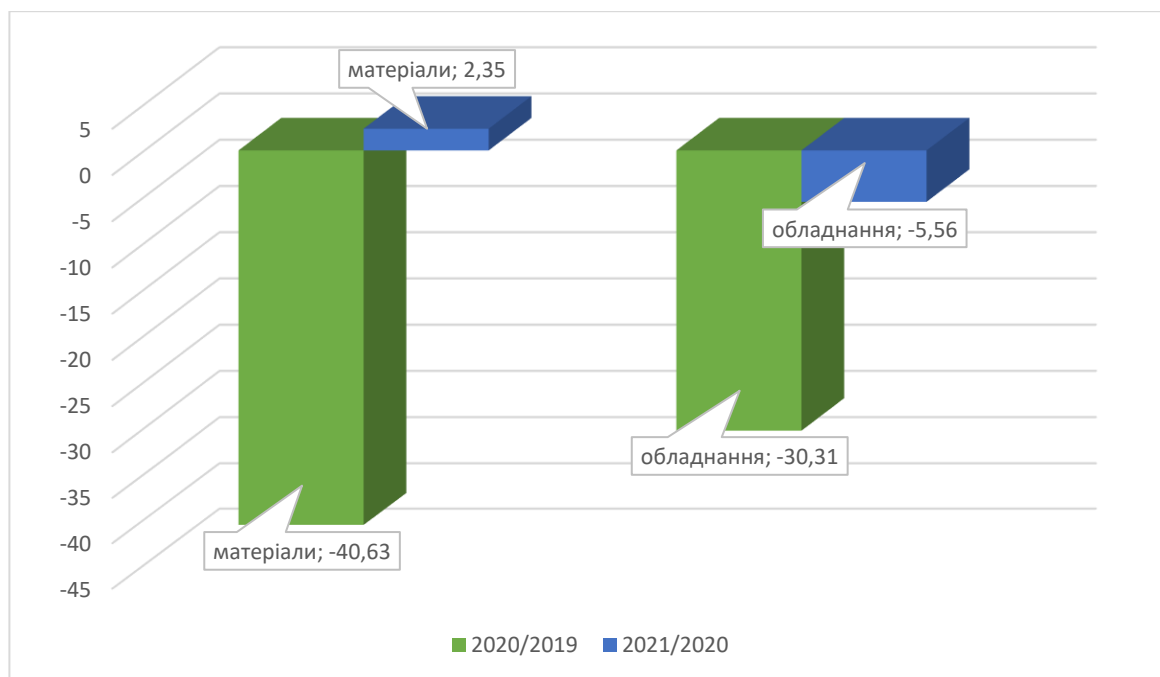


Рис. 2.5. Динаміка показників імпорту (індексів зростання) «Dental top service» 2019-2021

Джерело: авторська розробка

Зазначається негативна динаміка імпорту матеріалів в 2020 році порівняно з 2019 – падіння становило понад 40%. Також у 2020 році відбулося зниження постачання обладнання на 30,31%. У 2021 році зростання поставок сировини становив 2,35%. Щодо постачання обладнання, то виявлено подальше зниження. Пояснити цю тенденцію можна проявом негативних наслідків пандемії. В країні було введено «герметичний» карантин, згідно з яким припинено роботу приватного та державного секторів (за винятком критичної інфраструктури). Окрім того, протягом першого року пандемії були суттєві проблеми з логістикою, особливо з портів Китаю.

Витрати здійснення імпорتنих операцій включають такі витрати:

- а) контрактна вартість товару;
- б) транспортні витрати (транспортні витрати, оплата вантажно-розвантажувальних робіт, витрати на страхування, оплата складських та експедиторських витрат та ін);
- в) мита та збори.

Далі представлені основні витрати.

Таблиця 2.3

Витрати імпорتنі операції «Dental top service» 2019-2021, тис. шекелей

Стаття витрат	2019	2020	2021
Контрактна вартість товарів	14730	9450	9300
Транспортні витрати	2946	2173,5	2511
Мита та збори	8838	6142,5	6231
Разом витрати на імпорتنі операції	26514	17766	18042

Джерело: авторська розробка за [24]

Витрати на імпорتنі операції є сумою витрат: контрактна вартість товару, транспортні витрати, мита та платежі (Рис. 2.6).

2019 рік: $14730 + 2946 + 8838 = 26514$ тис. шекелей

2020 рік: $9450 + 2173,5 + 6142,5 = 17766$ тис. шекелей

2021 рік: $9300 + 2511 + 6231 = 18042$ тис. шекелей

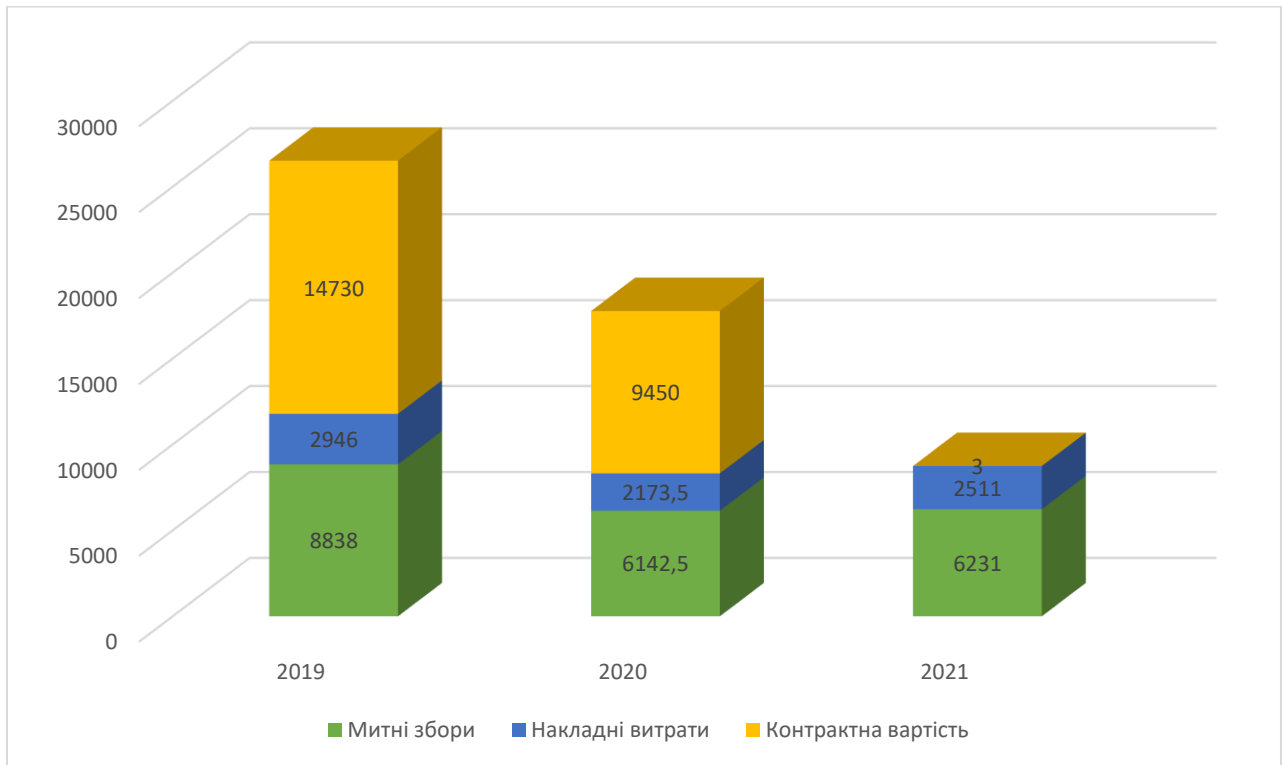


Рис.2.6. Динаміка витрат за здійснення імпорتنих операцій «Dental top service» 2019-2021, тис. шекелей

Джерело: авторська розробка

Зазначається зниження обсягу витрат за імпорт.

Динаміка імпоротної діяльності оцінюється за показниками темпів зростання. Надалі для розрахунків використано формули, наведені у п 1.3. першого розділу кваліфікаційної роботи.

а) Розраховуємо показники імпорту методом ланцюгового індексу. Отримані результати розрахунків до таблиці.

Таблиця 2.4

Розрахунок імпорту «Dental top service» 2019-2021 методом ланцюгового індексу

	виручка з імпорту 2019	виручка з імпорту 2020	ланцюговий індекс, %	виручка з імпорту 2021	ланцюговий індекс, %
Стоматологічні матеріали	9 062	5814	-36	5720	-1,8

Стоматологічне обладнання	8 364	5366	-34	5280	-2,2
Разом	17426	11180	-35	11000	-2,0

Джерело: авторська розробка за [24]

Розрахунок проводиться наступним чином:

2020 до 2019 року

Матеріали: $5814 / 9062 * 100 - 100 = -36$

Обладнання: $5366 / 8364 * 100 - 100 = -34$

2021 до 2020 року

Матеріали: $5366 / 8364 * 100 - 100 = -1,8$

Обладнання: $5280 / 5366 * 100 - 100 = -2,2$

Результати розрахунків поміщені в таблицю 8 та розміщені на графіку 2.7.

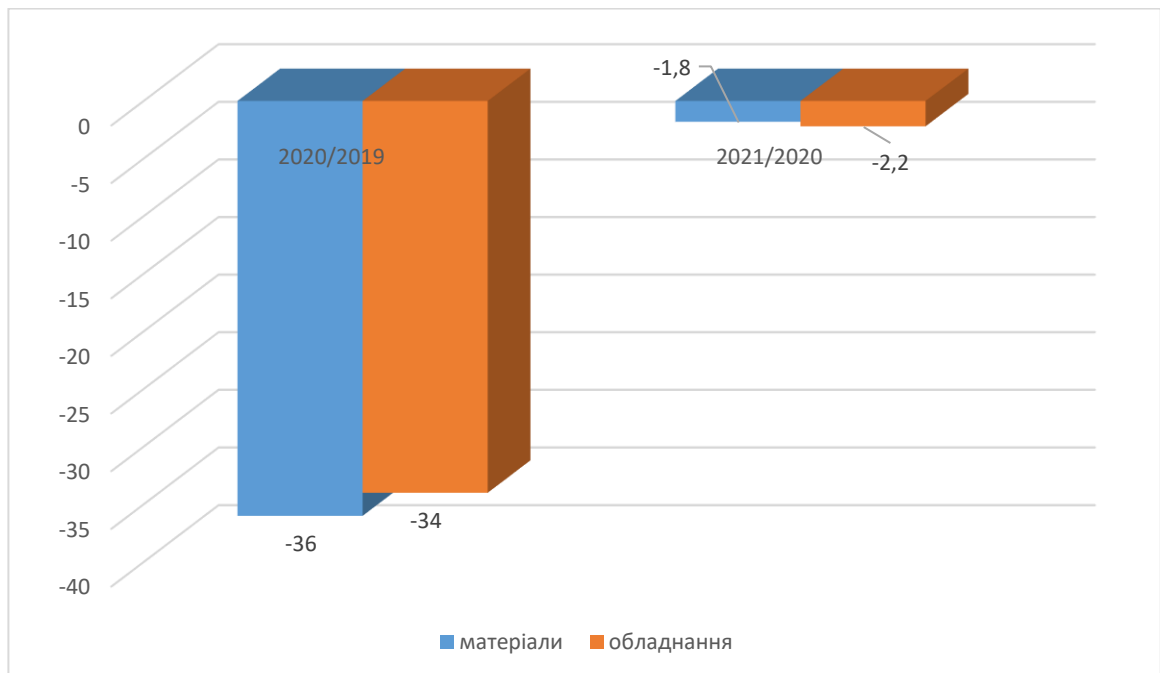


Рис. 2.7. Розрахунок імпорту «Dental top service» 2019-2021 методом ланцюгового індексу

Джерело: авторська розробка

Відзначається негативна динаміка цього показника у 2020 та у 2021 роках.

б) Розраховуємо показники імпорту методом за базовим індексом. Отримані результати наведемо у таблиці.

Таблиця 2.5

Структура показників імпорту «Dental top service» 2019-2021

	2019	Частка, %	2020	Частка, %	2021	Частка, %
Стоматологічні матеріали	7900	53,63	4690	49,63	4800	51,61
В т.ч.:	670	4,55	460	4,87	400	4,30
Витратні матеріали для виготовлення пломб						
Витратні матеріали для зубної реставрації	4580	31,09	2450	25,93	2700	29,03
Витратні матеріали для виготовлення коронок	2650	17,99	1780	18,84	1700	18,28
Обладнання (стоматологічні крісла, обладнання для обробки зубів, стоматологічні лазери)	6830	46,37	4760	50,37	4500	48,39
Разом	14730	100	9450	100,00	9300	100,00

Джерело: авторська розробка

Отримані дані надаємо наочно за допомогою діаграм (Рис. 2.8).



Рис. 2.8. Структура імпорту «Dental top service» у 2019 році, у %

Джерело: авторська розробка

У 2019 році майже 54% імпорту становлять стоматологічні матеріали.



Рис. 2.9. Структура імпорту «Dental top service» у 2020 році, у %

Джерело: авторська розробка

Можна зробити висновок, що у 2020 році структура імпорту змінилася. Частки стоматологічних матеріалів та обладнання зрівнялися (різниця становить соті долі відсотків). Це зумовлено скороченням обсягів поставок імпортних товарів через пандемію, підприємство скоротило імпортні закупівлі товарів взагалі, особливо – стоматологічних матеріалів. Однак постачання обладнання знижено було меншою мірою через виконання довгострокових договорів.



Рис. 2.10. Структура імпорту «Dental top service» у 2021 році, у %

Джерело: авторська розробка

У 2021 році обсяги постачання матеріалів збільшилися незначно, їх частка також зросла, оскільки деякі довгострокові договори щодо постачання обладнання закінчили дію. Загалом зміни структури імпорту за аналізований період несуттєві.

Далі розраховуємо структуру імпорту за статтями витрат за імпорт. У зв'язку з цим необхідно розглянути структуру імпортованих витрат у кожному періоді. Результати надані у таблиці та на рисунках .

Таблиця 2.6

Витрати імпортовані операції «Dental top service» 2019-2021

Стаття витрат	2019	Частка, %	2020	Частка, %	2021	Частка, %
Контрактна вартість товарів	14730	56	9450	53	9300	52
Транспортні витрати	2946	11	2173,5	12	2511	14
Мита та збори	8838	33	6142,5	35	6231	34
Разом витрати на імпортовані операції	265514	100	17766	100	18042	100

Джерело: авторська розробка

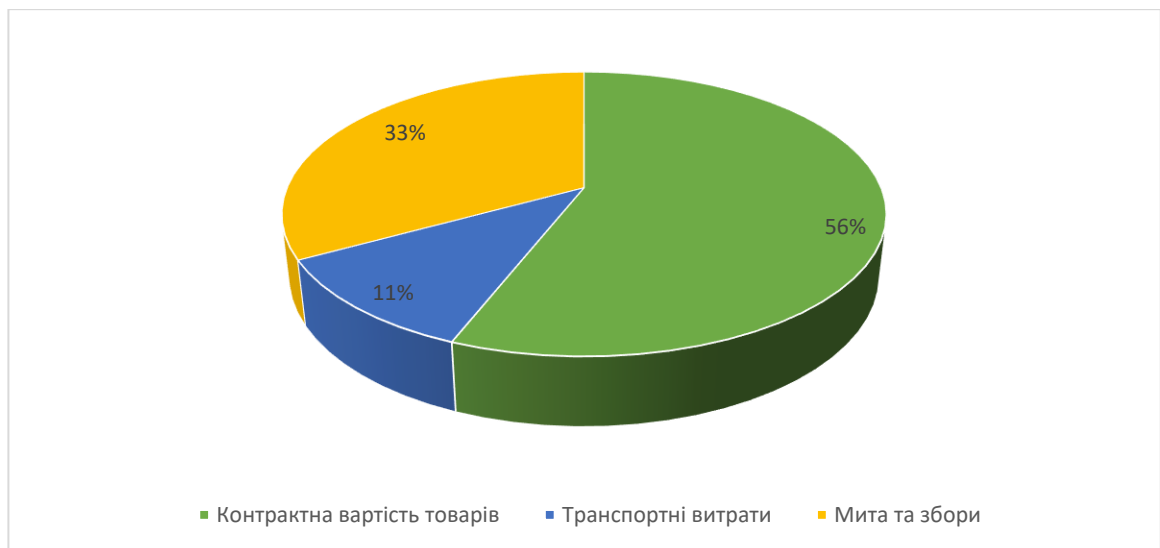


Рис.2.11. Витрати імпортовані операції «Dental top service» 2019, %

Джерело: авторська розробка

Можна зазначити, що у 2019 році найбільше (33%) у витратах на імпорт становить вартість товарів.

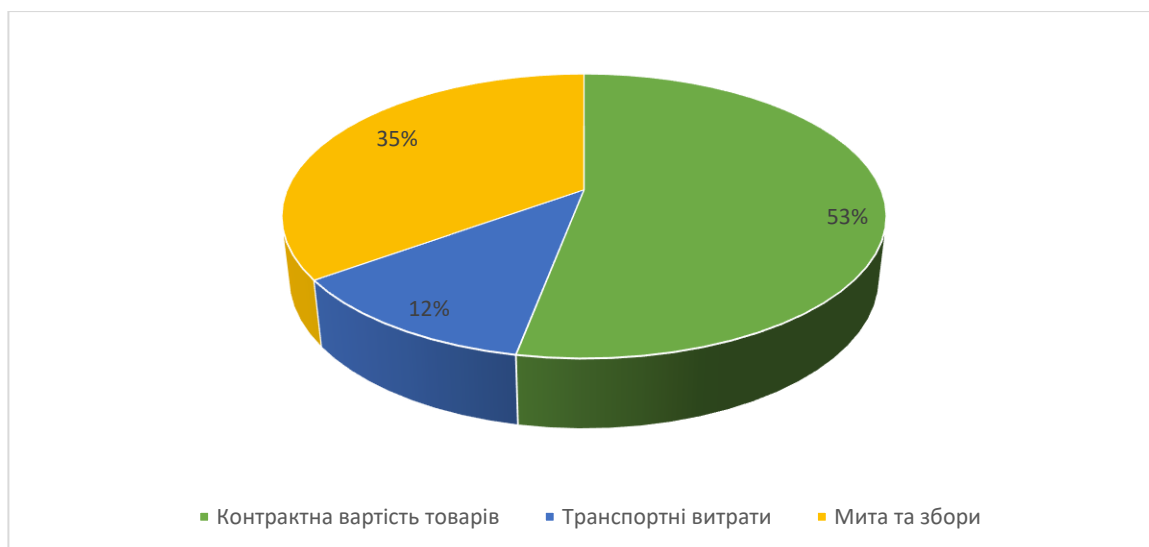


Рис.2.12. Витрати імпортні операції «Dental top service» 2020, %

Джерело: авторська розробка

Структура витрат на імпорт у 2020 році демонструє, що частка вартості товарів знизилася до 53%. При цьому частка мита збільшилася до 35%, це пов'язано із правилами розмитнення певних категорій товарів медичного сектору.

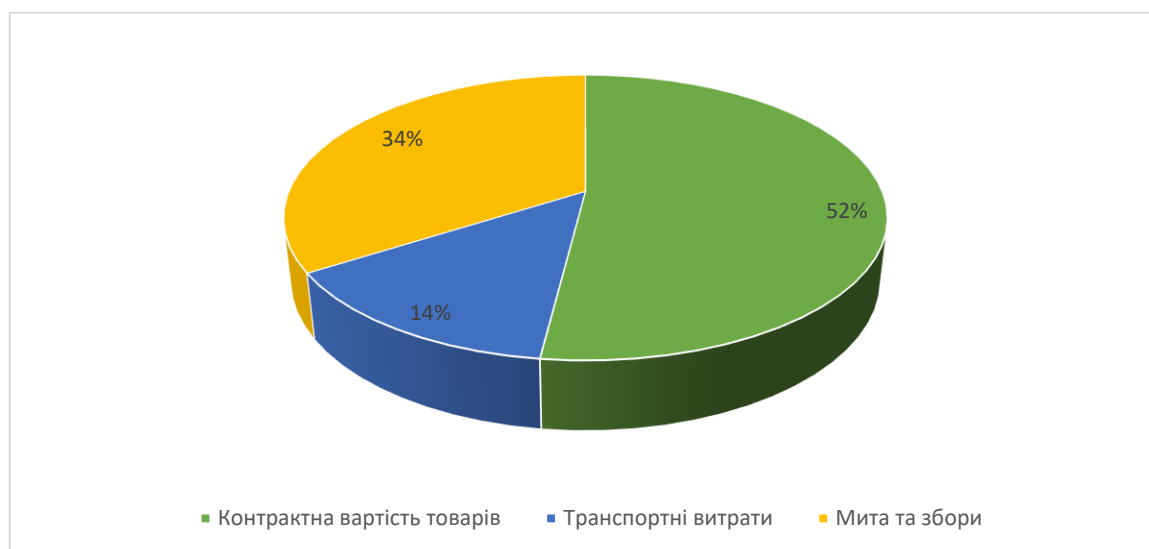


Рис.2.13. Витрати імпортні операції «Dental top service» 2021, %

Джерело: авторська розробка

У 2021 році відбулося подальше зниження частки вартості товарів у загальній системі імпортних витрат до 52%. Зросла частка накладних видатків до

14%, що пов'язане із поступовим зростанням вартості транспортно-експедиторського обслуговування.

Далі розраховуємо економічну ефективність імпорту «Dental top service».

Таблиця 2.7

Розрахунок ефективності імпорту «Dental top service» 2019-2021

Стаття витрат	2019	2020	2021
Вартість імпортованих товарів за контрактом	14730	9450	9300
Загальні витрати на імпортовані операції, з урахуванням контрактної вартості	26514	17766	18042
Ефективність	1,8	1,88	1,94

Джерело: авторська розробка

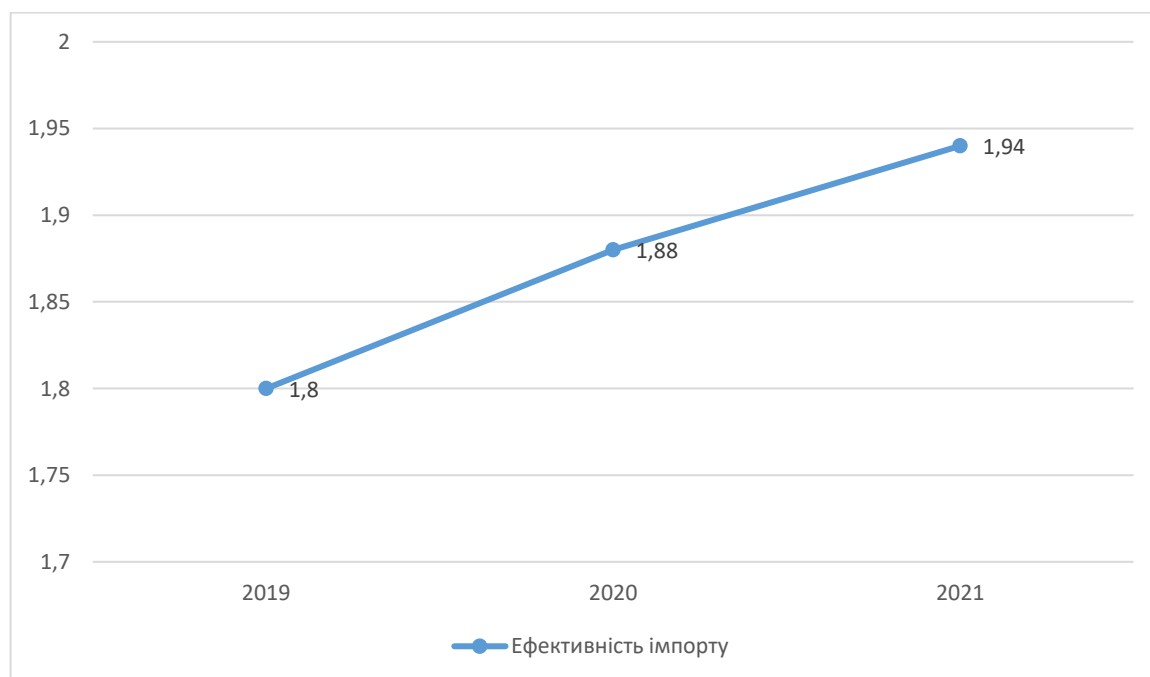


Рис.2.14. Ефективність імпорту «Dental top service» 2019-2021

Джерело: авторська розробка

Зазначається збільшення ефективності імпорту. В 2019 році ефективність імпорту становила 1,8, а 2021 року вона зросла до 1,94.

Наступним кроком розрахуємо показник рентабельності імпорту «Dental top service».

Таблиця 2.8

Рентабельність імпорту «Dental top service», 2019-2021

	2019	2020	2021
Витрати імпортні операції, тис. крб.	26514	17766	18042
Вартість реалізації, тис. руб.	31816,8	20786	20748
Прибуток від імпортних товарів, тис. крб.	5302,8	3 020	2 706
Рентабельність імпорту, %	17	15	13

Джерело: авторська розробка

Представимо отриманий результат на графіку.

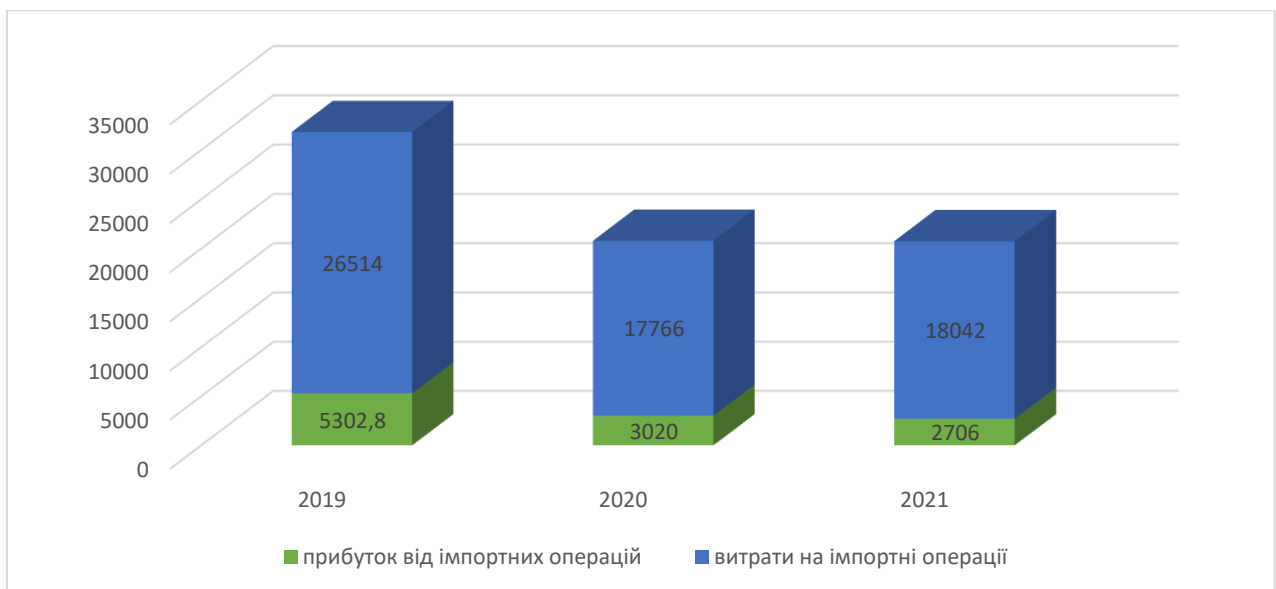


Рис. 2.15. Динаміка прибутку та витрат за імпортними товарами «Dental top service», в тис. шекелей.

Джерело: авторська розробка

Відзначено зниження виручки щодо імпортного товару. У цьому графіку видно, частка прибутку у виручці падає, що відбивається на рентабельності імпорту.

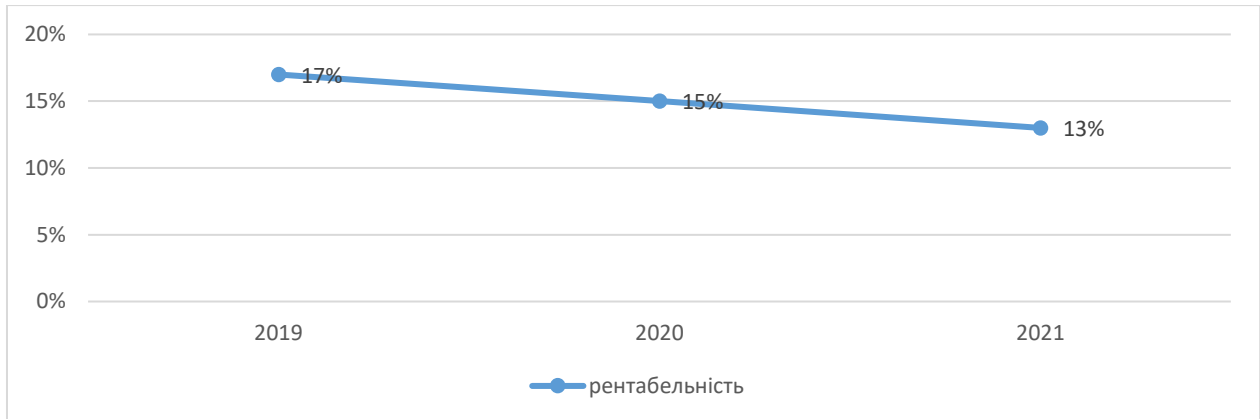


Рис. 2.16. Рентабельність імпорту «Dental top service», 2019-2021, %

Джерело: авторська розробка

У разі подальшого зниження рентабельності імпорту товарів для компанії стане збитковим. У зв'язку з цим необхідно передбачити низку заходів щодо підвищення ефективності імпортних операцій. Для цього потрібно розуміти, які фактори мають максимальний вплив.

Для розрахунків впливу факторів необхідно виділити фактори, які можуть впливати на ефективність імпортних операцій. Серед них можна назвати такі:

- вплив фактора інфляції
- вплив фактора курсу долара
- вплив фактора обсягу закупівлі.

Дані впливу різних чинників отримані від аналітика «Dental top service».

Таблиця 2.9

Вплив фактору інфляції на рентабельність

Показник	Індекс зростання 2021 до 2019, %
Індекс зростання цін	116
Індекс зростання рентабельності	98

Джерело:

Таким чином, при індексі зростання цін на 16, падіння рентабельності становить 2%.

Таблиця 2.10

Вплив фактора курсу долара на рентабельність

Показник	Індекс зростання 2021 до 2019, %
Індекс зростання долара	122,67
Індекс зростання рентабельності	95,1

Джерело: авторська розробка

Таким чином, при індексі зростання цін при зростанні курсу долара на 22,67%, рентабельність знижується на 4,9%.

Таблиця 2.11

Вплив фактора транспортні витрати на рентабельність

Показник	Індекс зростання 2021 до 2019, %
Індекс зростання транспортних витрат	107,23
Індекс зростання рентабельності	97,23

Джерело: авторська розробка

Таким чином, якщо індекс зростання транспортних витрат становить +7,23% індекс зростання рентабельності впав на 2,77%.

Таблиця 2.12

Вплив фактора обсягу поставок на рентабельність

Показник	Індекс зростання 2021 до 2019, %
Індекс зростання обсягу поставок	128,36
Індекс зростання рентабельності	105,71

Джерело: авторська розробка

Таким чином, якщо індекс зростання обсягу поставок становить 28,36%, індекс зростання рентабельності підвищився на 5,71%.

Отже, максимальний вплив прибуток має курс долара. Далі слідує фактор транспортних витрат та інфляції. Фактор обсягу закупівлі має негативний вплив – це означає, що зі збільшенням обсягу закупівлі відбувається зниження витрат.

2.3. SWOT-аналіз чинників впливу на імпорт стоматологічного обладнання та матеріалів Dental top service

Спочатку проаналізуємо, які чинники здійснюють вплив на розвиток ринку стоматологічних товарів. Відповідно до FDI, Всесвітньої стоматологічної федерації Згідно з даними, майже 3,5 мільярда людей у всьому світі страждають від захворювань ротової порожнини, а понад 530 мільйонів дітей страждають від карієсу. Розвиток медичного туризму, у тому числі до Ізраїлю, збільшення популяції людей похилого віку з інфекціями ротової порожнини, зростання попиту на косметичну промисловість і сплеск випадків карієсу разом з іншими пародонтальними захворюваннями в поєднанні з різноманітною державною політикою щодо догляду за ротовою порожниною є основними рушійними факторами для промисловості, що виробляє товари стоматологічної сфери, а також для розвитку імпорту такої продукції [13].

Основні чинники ринку - зростання поширеності стоматологічних захворювань, прогрес у технології та зростання попиту в косметичній промисловості. Збільшення поширеності стоматологічних захворювань через куріння, старіння та погану гігієну порожнини рота створює значний тягар для зростання кількості стоматологічних захворювань у багатьох країнах. Згідно з оновленими даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ) за березень 2020 року, майже 3,5 мільярда людей у всьому світі страждають від захворювань порожнини рота та важких захворювань ясен, що призводить до втрати зубів. Це одне з найпоширеніших захворювань, яким страждає майже 10% усього населення планети. Очікується, що це збільшить потреби в стоматологічній допомозі та прискорить зростання ринку в прогнозований період [14].

Зростання стоматологічної обізнаності серед людей щодо здоров'я порожнини рота, урядові ініціативи, такі як політика відшкодування та страхові плани, також є значним рушієм цього ринку. Наприклад, згідно з даними

Канадської стоматологічної асоціації за 2020 рік, близько 85,7% канадців відвідують стоматолога, а 68% мають стоматологічну страховку для покриття своїх витрат. В Ізраїлі цей показник складає 67,4 та 42% відповідно.

Стоматологічна промисловість постійно впроваджує передові технології для виготовлення зубних протезів. Цифрові зубні протези стосуються робочого процесу, пов'язаного з виготовленням зубних протезів, які є протезами, призначеними для заміни втрачених зубів. У цьому процесі використовуються модулі програмного забезпечення, такі як автоматизоване проектування та автоматизоване виробництво (CAD/CAM), а також матеріали для створення точно підігнаних зубних протезів за короткий час. Включення цієї концепції дозволяє зубним технікам виготовляти протези, використовуючи диски з матеріалом, що прискорює проектування та краще підходить. Компанії, які пропонують цифрові протези, включають AvaDent, DENTCA, Dentsply Sirona, Amann Girrbach. Завдяки високій точності при реставрації зубів і цифровій ортодонтії він дозволяє проводити менш тривалі процедури лікування. Вони в основному використовуються для розробки фрезерованих зубних коронок, зубних протезів, зубних мостів і виготовлених абатментів у процедурах реставрації зубів за допомогою персоналізованих брекетів і знімних брекетів для ортодонтичного лікування [14; 15].

Очікується, що зі збільшенням кількості стоматологічного обладнання для візуалізації та стоматологічного радіологічного обладнання промисловість стоматологічного обладнання зростатиме в геометричній прогресії.

Також слід нагадати про зростання стоматологічного туризму. Наприклад, країни з економікою, що розвивається, такі як Індія, Китай, Латинська Америка та Близький Схід, у тому числі і Ізраїль можуть отримати вигоду від стоматологічного туризму через високу вартість лікування в таких регіонах, як Північна Америка та Європа. Згідно зі звітом сайту Fox News, понад 400 000 американців вирішили виїхати за кордон, щоб отримати лікування зубів.

Це доводить, що лікування зубів стало широко популярним у розвинених країнах [14].

Аналіз конкурентного ландшафту надає інформацію про ключових конкурентів, які переважають у глобальному середовищі. Порівняння здійснюється на основі швидкого впровадження передових технологій, географічного розширення, стратегічної співпраці та партнерства. Серед основних виробників стоматологічної продукції та товарів можна назвати DENTSPLY Sirona, Група Planmeca, Envista Holdings, A-dec Inc., J. MORITA CORP., GC, Midmark, Straumann Holdings AG, BIOLASE, Inc., BEGO GmbH & Co. Kg, Ultradent Products, Inc., Nakanishi Inc [15].

Доволі значною тенденцією на ринку виробників стоматологічних товарів є співробітництво між виробниками. Так, Western Dental & Orthodontics співпрацювала з Straumann Group у травні 2021 року, щоб розширити доступ до зубних імплантатів; Straumann надаватиме високоякісні зубні імплантати, коронки та абатменти під брендом Neodent для 333 Western Dental та дочірніх офісів. У травні 2021 року провідна стоматологічна організація North American Dental Group (NADG) і головний світовий виробник стоматологічних виробів і технологій Dentsply Sirona оголосили, що вони продовжать своє партнерство згідно з новою угодою, яка дозволить NADG -додатковий доступ стоматологів до рішень для сканування та візуалізації, що покращує можливості лікування пацієнтів. У січні 2021 року компанія DENTSPLY Sirona Inc. (США) придбала компанію Byte (Індія) за 1,04 мільярда доларів США, щоб зміцнити категорію прозорих елайнерів DENTSPLY Sirona та її зв'язки з професійними стоматологами. Це придбання надає Byte неперевершені ресурси та можливості науково-дослідних розробок, які дозволять їм охопити додаткових клієнтів. Це покращує можливість пропонувати пацієнтам доступну допомогу та підвищує обізнаність про загальні переваги догляду за порожниною рота. У квітні 2020 року група Planmeca випустила Planmeca ProScanner 2.0, планшетний сканер, який використовується для швидкої та надійної внутрішньоротової візуалізації.

Він використовується за допомогою внутрішньоротових камер, він довговічний, не вимагає обслуговування та підтримує повсякденні завдання в стоматологічній клініці. Сканер використовує технологію RFID для швидкого сканування та ідентифікації [15; 16].

Чинником, що обмежує зростання ринку є висока вартість стоматологічного обладнання. Лазерне лікування стоматологічних захворювань коштує значно дорожче стандартного лікування зубів. Воно коливається від 6700 до 78 000 доларів США залежно від таких факторів, як довжини хвилі, специфікації, системи доставки та додаткові елементи, які обмежують зростання ринку.

Проведений аналіз імпортової діяльності підприємства «Dental top service», а також тенденцій ринку стоматологічних товарів надав можливість виконати та побудувати SWOT – аналіз, який передбачає аналіз сильних і слабких сторін діяльності «Dental top service», а також потенційних можливостей та загроз, які чекають на ринку. Це дозволить оцінити внутрішні сили та слабкості підприємства «Dental top service» із зовнішніми можливостями.

SWOT–аналіз «Dental top service» зображено на рис. 2.17.

Зовнішнє середовище			
Внутрішнє середовище		Можливості 1. Вихід на нові сегменти ринку 2. Впровадження маркетингових заходів	Загрози 1. Велика кількість товарів конкурентів 2. Зростання інфляції, транспортних витрат
	Сильні сторони 1. Великий асортимент товарів 2. Висока якість продукції 3. Наявність досвіду роботи 4. Висококваліфікований персонал 5. Можливість надання додаткових знижок при збільшенні обсягів закупівель 6. Унікальність вибору і асортименту: від найдешевшого до найдорожчого товару	– Підвищення зацікавленості споживачів шляхом підвищення якості, асортименту продукції; – Збільшення кількості клієнтів за рахунок впровадження нових маркетингових стратегій; – Підвищення ефективності діяльності за рахунок зниження транспортних витрат	Зменшення ефективності імпорту компанії за рахунок політики держави, інфляції і зростання податків; Швидкі темпи змін на ринку; Загрози конкурентів

	Слабкі сторони 1. Затрати на логістику 2. Багато конкурентів на ринку	- Зменшення логістичних витрат у структурі видатків на імпорт через збільшення обсягу закупівлі. - Недоопрацьована рекламна політика створює труднощі при збільшенні асортименту.	Неучасть персоналу в прийнятті рішень може привести до зниження їх ефективності.
--	---	--	--

Рис. 2.17. SWOT–аналіз «Dental top service»

Джерело: авторська розробка

Поле на перетині сильних сторін і можливостей дає змогу оцінити, які з сильних сторін необхідно використати, для того, щоб отримати віддачу від можливостей у зовнішньому середовищі. Поле на перетині можливостей і слабких сторін показує, за рахунок яких можливостей зовнішнього середовища компанія зможе подолати наявні слабкості. Поле на перетині сильних сторін і загроз показує, які сили слід використати компанії щоб усунути загрози. Поле на перетині слабких сторін і загроз дає змогу оцінити, від яких слабкостей необхідно позбутися, для того щоб спробувати позбутися загрози. Тобто, в результаті аналізу було оцінено внутрішнє та зовнішнє середовище.

Висновки до розділу 2

Таким чином, у другому розділі було проведено аналіз імпортої діяльності підприємства «Dental top service», яке займається продажем безпечних зуботехнічних та стоматологічних матеріалів та обладнання високої якості. Базовими умовами поставки імпорту, які використовує «Dental top service» та іноземні підприємства в основному є DAT з використанням судна та автомобільного транспорту.

Зазначається негативна динаміка імпорту матеріалів в 2020 році порівняно з 2019 – падіння становило понад 40%. Також у 2020 році відбулося зниження постачання обладнання на 30,31%. Загалом зміни структури імпорту за аналізований період несуттєві. У 2021 році відбулося подальше зниження частки

вартості товарів у загальній системі імпорتنих витрат до 52%. Зросла частка накладних видатків до 14%, що пов'язане із поступовим зростанням вартості транспортно-експедиторського обслуговування. Зазначається збільшення ефективності імпорту. В 2019 році ефективність імпорту становила 1,8, а 2021 року вона зросла до 1,94. Між тим, у разі подальшого зниження рентабельності імпорту товарів для компанії стане збитковим.

Проведений аналіз імпортої діяльності підприємства «Dental top service», а також тенденцій ринку стоматологічних товарів надав можливість виконати та побудувати SWOT-аналіз, який демонструє, що підприємство може продемонструвати зниження ефективності імпорту через підвищення витрат, інфляції, курсу долара.

РОЗДІЛ 3. ЗАХОДИ З УДОСКОНАЛЕННЯ ІМПОРТУ ТОВАРІВ СТОМАТОЛОГІЧНОГО СЕКТОРУ DENTAL TOP SERVICE

3.1. Впровадження заходів з удосконалення імпорту «Dental top service» за рахунок зниження витрат на транспорт

У другому розділі було виявлено зниження рентабельності імпорту, що означає збільшення витрат на імпорт порівняно з прибутком від імпортних операцій. У цьому виявлено зниження обсягу витрат за імпорт. Аналіз структури та динаміки витрат на імпорт показав зростання накладних витрат, куди входять витрати на транспорт. Звідси можна дійти невтішного висновку необхідність зниження частки витрат за транспорт у структурі витрат на імпортні операції. Слід зазначити, що розрахунок інтегрального показника показав пряму залежність між обсягом імпортних матеріалів, що привозиться, і рентабельністю підприємства. Отже, з урахуванням проведеного аналізу можна дійти невтішного висновку необхідність перегляду логістичної схеми поставки [25].

Найбільш доцільним варіантом вирішення проблеми вважаємо збільшення обсягів сировини в кожній поставці та скорочення кількості поставок на рік [26].

Для складання нового графіка постачання розглянемо графік постачання у 2021 році. До графіку ввійшли не всі поставки, підприємство надало дані щодо імпорту 10% стоматологічних матеріалів з Китаю від одного виробника за обраною ним самим номенклатурою (ватяні губки, рулони та насадки; одноразові наконечники та чохла; фтор і супутні матеріали; тимчасові герметики та пломби; полоскання порожнини рота; розкриваючі агенти; пломбувальні матеріали; ендодонтичні матеріали та приладдя).

Таблиця 3.1

Графік імпорتنих поставок стоматологічних матеріалів Dental top service
у 2021 році

Термін поставки	Вага вантажу, т.	Контрактна вартість вантажу, тис. шекелей	Транспортні витрати, тис. шекелей
27.01.2021	0,96	79,7	16,4
17.02.2021	0,7	58,9	12,7
1.03.2021	0,91	75,3	16,4
26.03.2021	0,94	42,4	16,7
15.04.2021	0,99	54,1	16,2
7.05.2021	0,68	65,9	16,9
24.05.2021	0,97	59,7	15,8
19.06.2021	0,7	58,9	13,1
11.07.2021	0,93	55,3	16,2
29.07.2021	0,99	54,1	15,4
16.08.2021	0,97	52,0	15,6
19.09.2021	0,99	69,3	16,1
22.10.2021	0,99	64,1	15,3
08.11.2021	0,68	45,0	16,8
02.12.2021	0,93	47,3	15,1
23.12.2021	0,69	48,0	16,4
Разом	13,89	930,0	251,1

Джерело: складено за [24]

Як видно з таблиці, вантаж поставлявся частіше ніж 1 раз на місяць. За рік пройшло 16 поставань. При цьому для перевезення використовують лише частку в орендованому контейнері із 20 тон. Необхідно переглянути систему поставання. З метою її оптимізації можна розглянути укрупнення поставання до одного контейнеру (складські приміщення підприємства мають можливість прийняти більше вантажу, однак одночасно необхідно буде оптимізувати роботу з відвантаження замовникам, щоб не накопичувати залишки складських запасів). У такому разі річна вага 13,89 тони буде перерозподілена на 7 поставок. Тоді графік поставок буде виглядати приблизно в такий спосіб.

Таблиця 3.2

Пропонований графік поставок

Термін поставки	Вага вантажу, т	Контрактна вартість вантажу, тис.шекелей	Транспортні витрати, тис. шекелей
23.01.2023	2,0	132,8	18,3
21.03.2023	2,0	132,9	18,3
19.05.2023	2,0	132,8	18,3
11.07.2023	2,0	132,9	18,3
4.09.2023	2,0	132,8	18,3
14.10.2023	2,0	132,9	18,3
15.12.2023	2,0	132,9	18,3
Разом	14,00	930,0	128,1

Джерело: авторська розробка

Ця система постачання вимагає чіткого складання замовлення. І тому необхідно забезпечити виробництво відповідним програмним забезпеченням. Головною метою встановлення програмного забезпечення є ефективне управління запасами при зниженні кількості поставок та збереження їх обсягу за тоннажем. Будь-який товарний потік рухається поетапно. Спочатку торгове підприємство працює з постачальником, у якого виготовляється замовлення товару [27].

Це одна з основних ланок ланцюга, що забезпечує своєчасність та безперервність поставок. Вибір постачальника здійснюється за цілим набором критеріїв, основним з яких є прийнятне співвідношення ціни та якості товарів. При вдалому виборі постачальника можна гарантувати, що він зробить чи надасть необхідну кількість товару у потрібний час [28]. При розрахунку обсягу замовлення можна користуватися різними методиками, найбільш популярними є замовлення через рівні проміжки часу або досягнення мінімального запасу. Для точного визначення обсягу закупівель використовується АВС-аналіз [29]. АВС аналіз - метод вивчення асортименту. В його основі лежить закон Парето - 20% товарів дають 80% ефективності, а решта 80% товарів - лише 20%. За допомогою

даного аналізу можна визначити внесок кожного товару в прибуток, розподілити товари за категоріями для ефективного керування [30].

Виділяють три категорії товарів: Категорія А - пріоритетні товари. 20% товарів, які приносять 80% прибутку. Товари групи А забезпечують основний товарообіг компанії. Тому необхідно забезпечити їх постійну наявність. Загальноприйнята практика - створення для товарів групи А надлишкового запасу. Категорія В - звичайні товари. Товари групи В забезпечують основний товарообіг компанії та складають 30% асортименту і 15% продажів. Тому потрібно забезпечити їх постійну наявність та достатній запас на складі або в торговій мережі. Категорія С - товари, які гірше продаються та складають близько 50% від загального асортименту й приносять ~5% прибутку [31; 32].

Так, наприклад, українські розробники програмного забезпечення Торгсофт (Харків) пропонують серед можливостей програм для аналітики ABC і XYZ аналіз [33]. Він дозволить проаналізувати асортимент та визначити на підставі обсягу й рівномірності продажів, які товари повинні бути в достатній кількості, а які, навпаки, можна виводити з асортименту. У програмі Торгсофт для ABC-аналізу зазначено оптимальне процентне співвідношення категорій 80-95-100. При необхідності можна вказати інше співвідношення. Після необхідних налаштувань тиснути кнопку Перегляд. З'явиться таблиця товарів, розділена за категоріями. Наведемо приклад робочого вікна софту від Торгсофт.

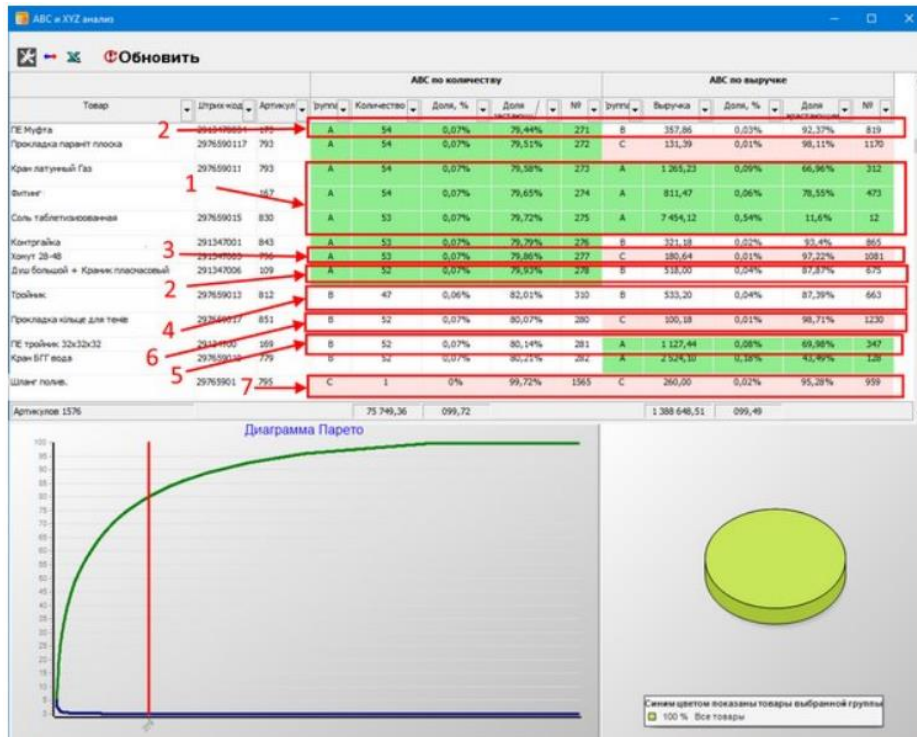


Рис. 3.1. Вікно ПО Торгсофт для ABC і XYZ аналізу

Джерело: [33]

Як приклад, розглянемо результати аналізу товарів за кількістю продажів та прибутком.

Категорія AA (1) - найцінніший товар. Це означає, що ці товари добре продаються та приносять прибуток. Контролюйте їх наявність в магазині. Робота з постачальниками таких товарів повинна бути добре налагоджена. Розгляньте створення спеціальних умов для таких постачальників: надання додаткового місця на полицях, наявність надлишкового запасу таких товарів тощо. Якщо товару не буде в достатній кількості - це значно зобразиться на прибутку [34].

Категорія AB (2) - товари добре продаються, але при цьому приносять помірний прибуток. Підтримуйте стабільну наявність таких товарів [35].

Категорія AC (3) - високі продажі, але низький прибуток. Товар популярний та привертає покупців. Такий товар повинен бути в наявності не дивлячись на невисоку маржу [36].

Категорія СА - низькі продажі та високий прибуток. Можливо, унікальний товар або товар з великою націнкою. Для збільшення продажів такого товару застосовуйте маркетингові стратегії [37].

Категорія ВВ (4) - товар привабливий для певної аудиторії, але не надто популярний і приносить середній дохід. Контролюйте наявність необхідної кількості такого товару, без надмірних запасів.

Категорія ВА (5) - у товару середні продажі, але високий виторг. Для товарів такої категорії проводьте промо-акції, які збільшать продажі [38].

Категорія ВС і СВ (6) - середні продажі та низький прибуток. Збільшити продаж такого товару можна за допомогою допродаж, мотивації продавців рекомендувати цей товар, збільшення привабливості товару (оформлення, підсвічування, красива викладка, яскраві цінники) [39].

Категорія СС (7) - всі показники низькі. Цей товар вимагає пильної уваги та детального аналізу причин слабких показників. Після аналізу та вжитих заходів, але при відсутності позитивної тенденції варто вивести низькоефективний товар з асортименту [40].

Крім цього, у програмі можна задати параметр "Точка замовлення, днів", що показує на скільки днів має зберігатися товару на складі. Якщо в момент замовлення залишки більші від цього числа, то замовлення зроблено не буде, якщо менше – сформується. Таким чином, запаси по товару не опустяться нижче за мінімальний поріг, що якраз і вирішить проблему з недостатністю запасів.

3.2. Аналіз ефективності заходів з удосконалення імпорту «Dental top service» за рахунок зниження витрат на транспорт

Розрахунок ефективності зробимо з використанням показників, що розраховуються у другому розділі.

Таблиця 3.3

Витрати імпорتنі операції «Dental top service» 2019-2021

Стаття витрат	2019	2020	2021	Прогноз
Контрактна вартість товарів	14730	9450	9300	9300
Транспортні витрати	2946	2173,5	2511	1281
Мита та збори	8838	6142,5	6231	6231
Разом витрати на імпорتنі операції	265514	17766	18042	16812

Джерело: авторська розробка

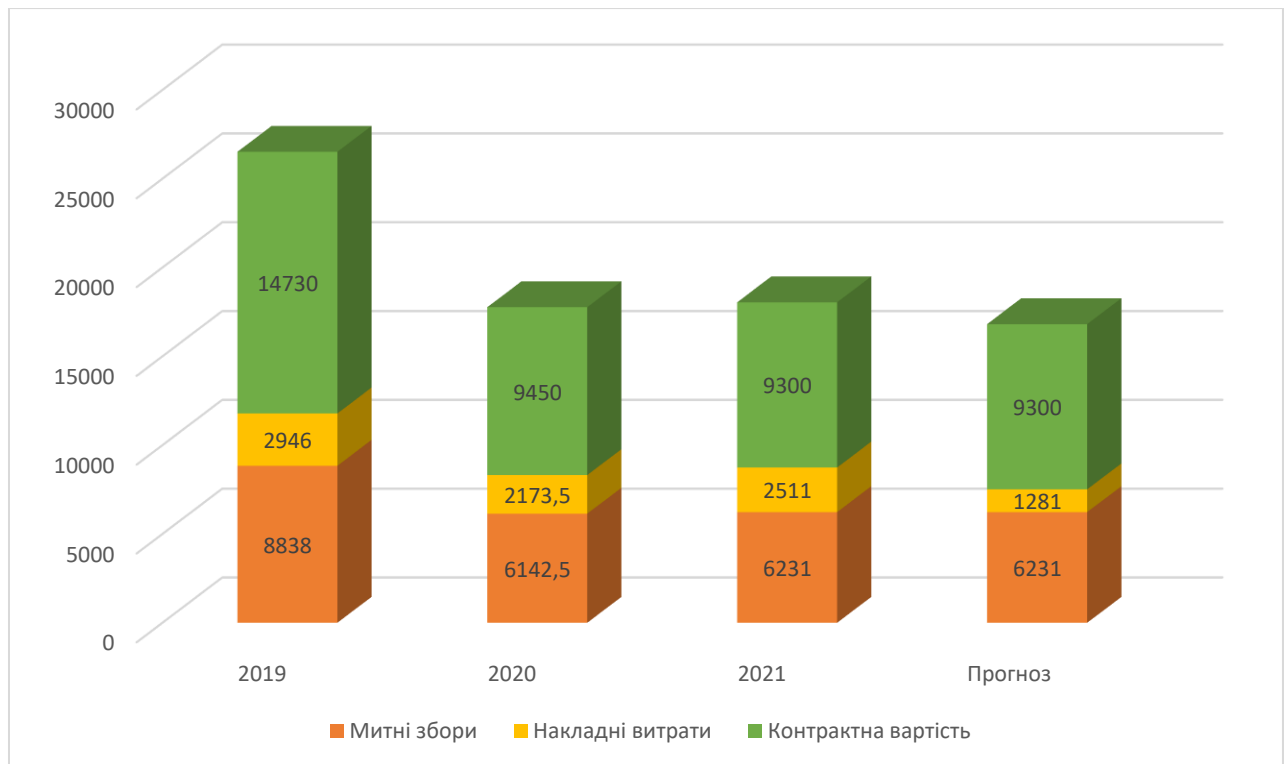


Рис.3.2. Динаміка витрат за здійснення імпортних операцій «Dental top service» 2019-2021 та прогностичні показники, тис. шекелей

Джерело: авторська розробка

Очікується зниження витрат на імпортні операції за рахунок скорочення транспортних витрат.

У зв'язку з цим слід розглянути структуру імпортних витрат у кожному періоді.

Таблиця 3.4

Витрати імпорتنі операції «Dental top service» 2019-2021 та прогноз

Стаття витрат	2019	Частка, %	2020	Частка, %	2021	Частка, %	Прогноз	Частка, %
Контрактна вартість товарів	14730	56	9450	53	9300	52	9300	55,32
Транспортні витрати	2946	11	2173,5	12	2511	14	1281	7,62
Мита та збори	8838	33	6142,5	35	6231	34	6231	37,06
Разом витрати на імпорتنі операції	265514	100	17766	100	18042	100	16812	100

Джерело: авторська розробка

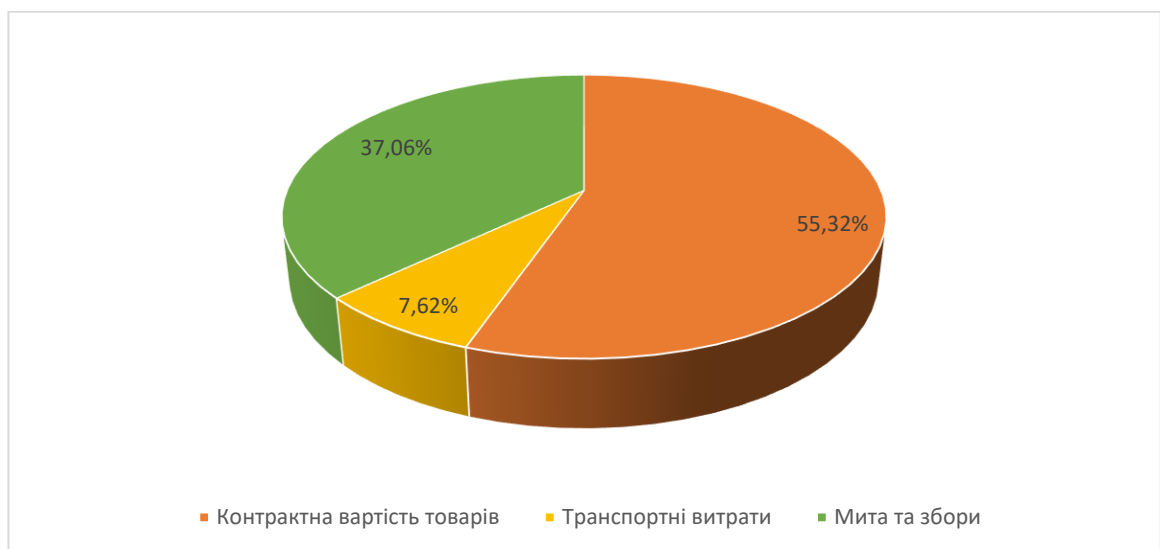


Рис.3.3. Витрати імпорتنі операції «Dental top service» прогноз, %

Джерело: авторська розробка

Частка транспортних витрат скорочується у прогностичному періоді до 7,62% проти 14% у 2015 році.

Розрахуємо чистий прибуток на грошову одиницю імпортного обороту.

Таблиця 3.5

Розрахунок ефективності імпорту «Dental top service» з прогнозом

Стаття витрат	2019	2020	2021	Прогноз
Обсяг чистого прибутку, тис. шекелей	267953	175200	186900	186900
Загальні витрати на імпортні операції, тис. шекелей	26514	17766	18042	16812
Ефективність, %	10,11	9,86	10,36	11,12

Джерело: авторська розробка

Зазначаємо збільшення ефективності у прогнозному періоді до 11,12 проти 10,36 у 2021 році.

Надалі розрахуємо ефективність імпорту.

Таблиця 3.6

Рентабельність імпорту «Dental top service», з прогнозом

	2019	2020	2021	Прогноз
Витрати імпортні операції, тис. крб.	26514	17766	18042	16812
Вартість реалізації, тис. руб.	31816,8	20786	20748	20 748
Прибуток від імпортних товарів, тис. крб.	5302,8	3 020	2 706	2 706
Рентабельність імпорту, %	17	15	13	16,1

Джерело: авторська розробка

Представимо отриманий результат на графіку.

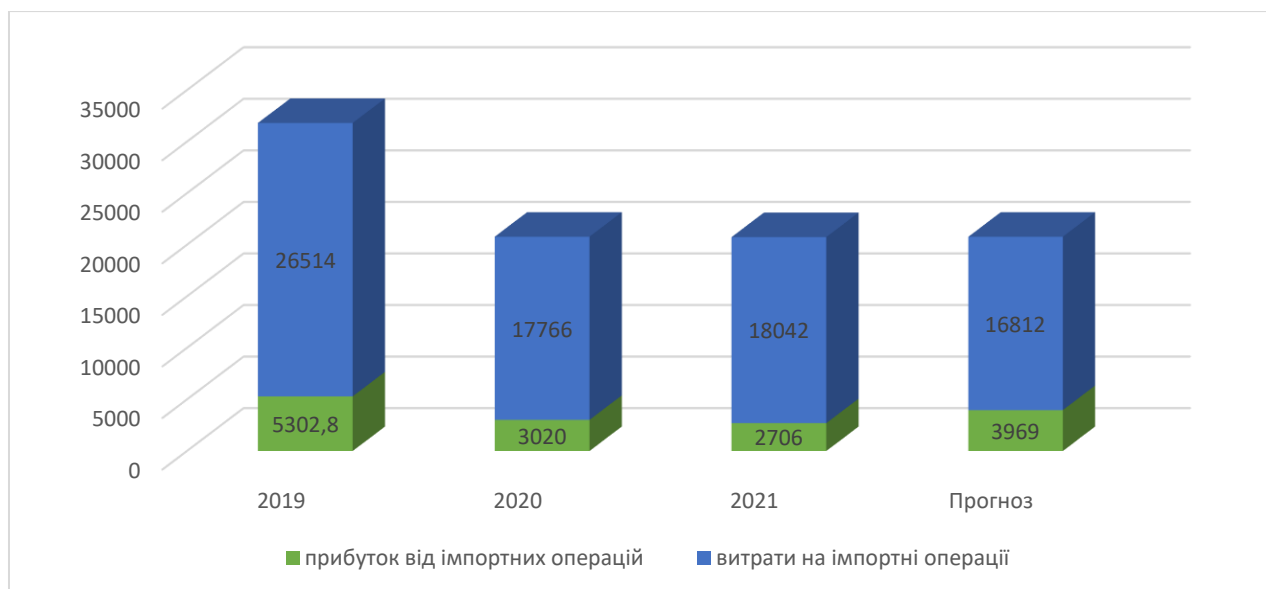


Рис. 3.4. Динаміка прибутку та витрат за імпортними товарами «Dental top service» з прогнозом, в тис. шекелей.

Джерело: авторська розробка

У прогностному періоді очікується зміна структури виручки з імпорту за рахунок збільшення частки прибутку з 2706 до 3936 тис. шекелей

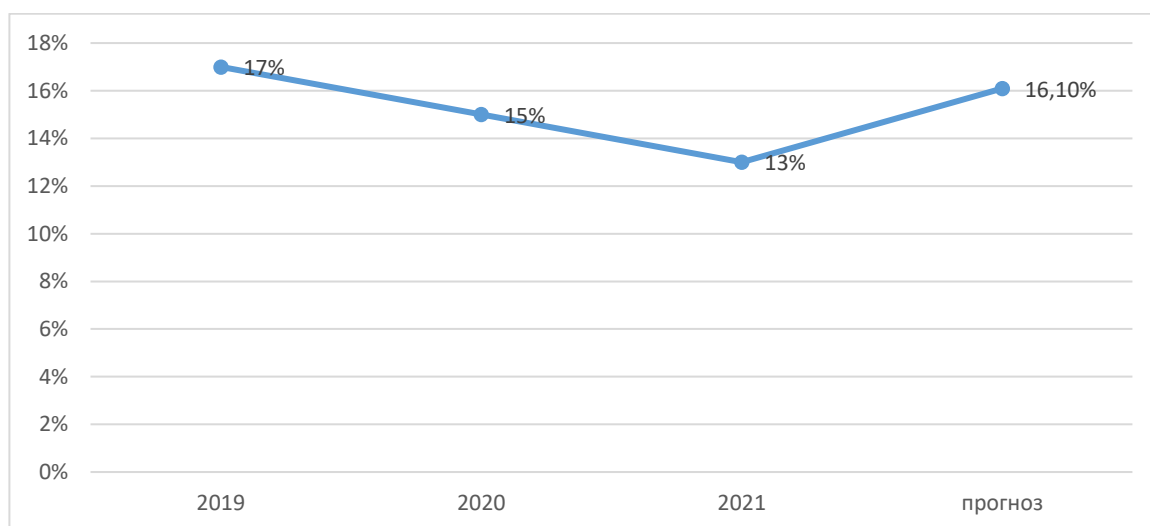


Рис. 3.5. Рентабельність імпорту «Dental top service» з прогнозом, %

Джерело: авторська розробка

За рахунок зростання частки прибутку у виручці за імпортом товаром буде збільшено рентабельність до 16,1%.

Необхідно розглянути структуру витрат та їх динаміку.

Таблиця 3.7

Витрати на імпортні операції підприємства «Dental top service» з прогнозом

Стаття витрат	2019	2020	Індекс приросту, %	2021	Індекс приросту, %	Прогноз	Індекс приросту, у %
Контрактна вартість товарів	14730	9450	-35,84	9300	-1,6	9300	0
Транспортні витрати	2946	2173,5	-26,22	2511	16,21	1281	-48,98
Мита та збори	8838	6142,5	-30,5	6231	1,12	6231	0
Разом витрати на імпортні операції	265514	17766	-32,99	18042	1,82	16812	-6,82

Джерело: авторська розробка

Дані витрат на імпортні операції підприємства «Dental top service» з прогнозом подаємо графічно.

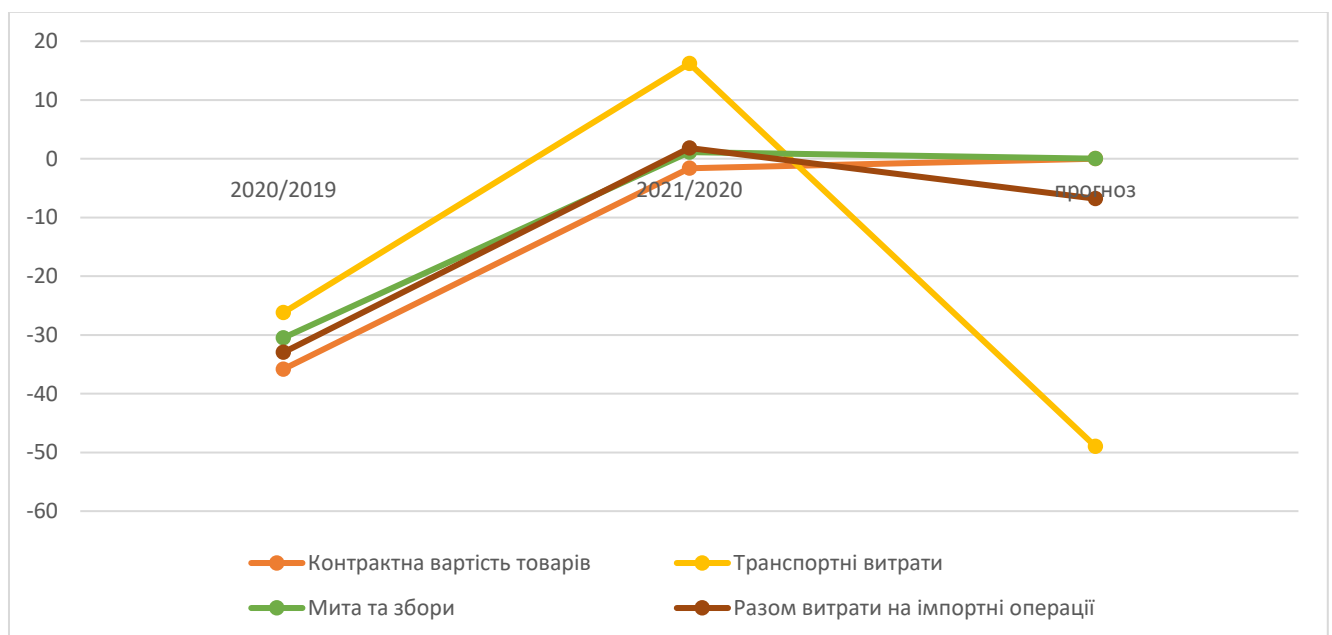


Рис. 3.6. Динаміка витрат на імпорт «Dental top service» з прогнозом

Джерело: авторська розробка

Таким чином, на тлі збереження виручки з імпорту очікуємо зниження індексу зростання транспортних витрат - він буде негативним. За рахунок цього скорочуватись будуть і загальні витрати [41].

Розглянемо зміну транспортних витрат, як чинника, який ми визначили як самий значущий для визначення рентабельності нашого підприємства. У прогнозі транспортні витрати складають 1281 тис. шекелей. Аналітиками компанії було здійснено прогноз, відповідно наших розрахунків.

Таблиця 3.8

Вплив фактора транспортні витрати на рентабельність, прогноз

Показник	Індекс зростання прогноз до 2019, %
Індекс зростання транспортних витрат	51
Індекс зростання рентабельності	109,82

Джерело: авторська розробка

Таким чином, якщо індекс зростання транспортних витрат становить -49% індекс зростання рентабельності збільшиться на 9,82%.

Висновки до розділу 3

Таким чином, у третій главі було розроблено проект підвищення ефективності імпортової діяльності. Найбільш доцільним варіантом вирішення проблеми вважаємо збільшення обсягів сировини в кожній поставці та скорочення кількості поставок на рік. Ця система постачання вимагає чіткого складання замовлення. І тому необхідно забезпечити виробництво відповідним програмним забезпеченням. Головною метою встановлення програмного забезпечення є ефективне управління запасами при зниженні кількості поставок та збереженні їх обсягу за тоннажем. У прогнозі очікується скорочення частки витрат за імпортні операції у загальній собівартості продукції з допомогою

транспортних витрат, зниження витрат за імпортні операції з допомогою скорочення транспортних витрат.

Частка транспортних витрат скорочується у прогностному періоді до 7,62% проти 14% у 2015 році. Зазначаємо збільшення ефективності у прогностному періоді до 11,12 проти 10,36 у 2015 році. За рахунок зростання частки прибутку у виручці за імпортним товаром буде збільшено рентабельність до 16,1%. У разі скорочення транспортних витрат очікується збільшення інтегрального показника рентабельності.

ВИСНОВКИ

Таким чином, після проведеного у кваліфікаційній роботі бакалавра дослідження можна дійти наступних висновків.

Отже, імпорتنі операції – це операції, здійснюють ввезення внутрішній ринок товару, закупленого в іншій країні. Якщо взяти до уваги основні критерії ефективності комерційних угод та специфіку змісту та виконання імпортного контракту, то найбільш загальними факторами його ефективності можна вважати такі: ступінь ефективності ринку збуту фірми-імпортера; суттєві умови договору купівлі-продажу імпортного товару; обмежують чинники, що визначають бюджет договору.

Галузеві звіти та статистика за обсягом продажів, за продуктами та кінцевими користувачами у 2021 році демонструє, що світовий ринок стоматологічного обладнання матиме стабільне зростання на рівні 7,7%, оцінене у 6,13 мільярда доларів США, який, як очікується, зросте до 11,96 мільярда доларів США до 2030 року. У 2022 році Азіатсько-Тихоокеанський регіон був найбільшим регіоном на світовому ринку стоматологічного обладнання та витратних матеріалів. Західна Європа була другим за величиною регіоном на світовому ринку стоматологічного обладнання та витратних матеріалів. Африка. був найменшим регіоном на світовому ринку стоматологічного обладнання та витратних матеріалів.

Аналіз імпортних операцій провадиться з такими цілями: оцінити рівень ефективності імпортних операцій, виявити фактори, що впливають на ефективність імпортних операцій та оцінити рівень їх впливу; спрогнозувати подальший розвиток імпортних операцій. Основні напрями аналізу імпортних операцій включають: аналіз витрат за організацію імпортних операцій; прибутки від організації імпортних операцій; аналіз структури та динаміки імпортних операцій; фактори, що впливають на ефективність імпортних операцій. Аналіз ефективності імпортної діяльності розраховуємо шляхом оцінки економічної ефективності та шляхом розрахунку інтегрального показника. Аналіз

ефективності у разі слід розглядати для перепродажу й у власного споживання. Факторний аналіз необхідний оцінки впливу різних чинників на імпорتنу діяльність та її ефективність. Як чинники розглядаємо інфляцію, курс долара, вплив обсягу імпорту з прибутку підприємства, вплив обсягу імпорту на транспортні витрати.

У другому розділі було проведено аналіз імпоротної діяльності підприємства «Dental top service», яке займається продажем безпечних зуботехнічних та стоматологічних матеріалів та обладнання високої якості та завжди готова запропонувати своїм клієнтам найкращі товари. Постачальники компанії — виробники зі світовим ім'ям, які багато років працюють над створенням та удосконаленням власної продукції і досягли лідируючих позицій у своїй справі. Базовими умовами поставки імпорту, які використовує «Dental top service» та іноземні підприємства в основному є DAT з використанням судна та автомобільного транспорту. Повна собівартість продукції «Dental top service» формується з купівельної імпоротної вартості, транспортних витрат, витрат на збут і витрат на оплату праці, інших витрат.

Зазначається негативна динаміка імпорту матеріалів в 2020 році порівняно з 2019 – падіння становило понад 40%. Також у 2020 році відбулося зниження постачання обладнання на 30,31%. Можна зробити висновок, що у 2020 році структура імпорту змінилася. Частки стоматологічних матеріалів та обладнання зрівнялися (різниця становить соті долі відсотків). Це зумовлено скороченням обсягів поставок імпорتنих товарів через пандемію, підприємство скоротило імпортні закупівлі товарів взагалі, особливо – стоматологічних матеріалів. Однак постачання обладнання знижено було меншою мірою через виконання довгострокових договорів. У 2021 році обсяги постачання матеріалів збільшилися незначно, їх частка також зросла, оскільки деякі довгострокові договори щодо постачання обладнання закінчили дію. Загалом зміни структури імпорту за аналізований період несуттєві. У 2021 році відбулося подальше зниження частки вартості товарів у загальній системі імпортних витрат до 52%.

Зросла частка накладних видатків до 14%, що пов'язане із поступовим зростанням вартості транспортно-експедиторського обслуговування. Зазначається збільшення ефективності імпорту. В 2019 році ефективність імпорту становила 1,8, а 2021 року вона зросла до 1,94. Між тим, у разі подальшого зниження рентабельності імпорт товарів для компанії стане збитковим. У зв'язку з цим необхідно передбачити низку заходів щодо підвищення ефективності імпортних операцій. Для цього потрібно розуміти, які фактори мають максимальний вплив. Максимальний вплив на прибуток має курс долара. Далі слідує фактор транспортних витрат та інфляції. Фактор обсягу закупівлі має негативний вплив – це означає, що зі збільшенням обсягу закупівлі відбувається зниження витрат.

Проведений аналіз імпортної діяльності підприємства «Dental top service», а також тенденцій ринку стоматологічних товарів надав можливість виконати та побудувати SWOT – аналіз, який демонструє, що підприємство може продемонструвати зниження ефективності імпорту через підвищення витрат, інфляції, курсу долара. Компанія може розширити закупівельний асортимент та вийти на нові ринки збуту продукції стоматологічного сектору. Крім того, вона працює з давніми покупцями своєї продукції на ринку Ізраїлю, не приділяючи уваги подальшому просуванню на ринку через активні маркетингові дії.

У третій главі було розроблено проект підвищення ефективності імпортної діяльності. У другому розділі було виявлено зниження рентабельності імпорту, що означає збільшення витрат на імпорт порівняно з прибутком від імпортних операцій. У цьому виявлено зниження обсягу витрат за імпорт. Аналіз структури та динаміки витрат на імпорт показав зростання накладних витрат, куди входять витрати на транспорт. Звідси можна дійти невтішного висновку необхідність зниження частки витрат за транспорт у структурі витрат на імпортні операції. Слід зазначити, що розрахунок рентабельності показав пряму залежність між обсягом імпортних матеріалів, що привозяться, і рентабельністю підприємства.

Отже, з урахуванням проведеного аналізу можна дійти невтішного висновку необхідність перегляду логістичної схеми поставки. Найбільш доцільним варіантом вирішення проблеми вважаємо збільшення обсягів сировини в кожній поставці та скорочення кількості поставок на рік. Ця система постачання вимагає чіткого складання замовлення. І тому необхідно забезпечити виробництво відповідним програмним забезпеченням. Головною метою встановлення програмного забезпечення є ефективне управління запасами при зниженні кількості поставок та збереженні їх обсягу за тоннажем. Так, наприклад, українські розробники програмного забезпечення Торгсофт пропонують серед можливостей програм для аналітики ABC і XYZ аналіз. Він дозволить проаналізувати асортимент та визначити на підставі обсягу й рівномірності продажів, які товари повинні бути в достатній кількості, а які, навпаки, можна виводити з асортименту. У програмі Торгсофт для ABC-аналізу зазначено оптимальне процентне співвідношення категорій 80-95-100.

У прогнозі очікується скорочення частки витрат за імпортні операції у загальній собівартості продукції з допомогою транспортних витрат, зниження витрат за імпортні операції з допомогою скорочення транспортних витрат.

Частка транспортних витрат скорочується у прогностному періоді до 7,62% проти 14% у 2015 році. Зазначаємо збільшення ефективності у прогностному періоді до 11,12 проти 10,36 у 2015 році. За рахунок зростання частки прибутку у виручці за імпортним товаром буде збільшено рентабельність до 16,1%. На тлі збереження виручки з імпорту очікуємо зниження індексу зростання транспортних витрат - він буде негативним. За рахунок цього негативними будуть загальні витрати. У разі скорочення транспортних витрат очікується збільшення інтегрального показника.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Castillejo Juan A. Máñez, Mínguez Bosque Consuelo, Rochina Barrachina María E., Sanchis Llopis Juan A. (2020), “Trading Activities, Productivity and Markups: Evidence for Spanish Manufacturing,” *World Economy*, 43 (3), 644–80.
2. Exposito Alfonso, Sanchis-Llopis Juan A. (2020), “The Effects of Innovation on the Decisions of Exporting and/or Importing in SMEs: Empirical Evidence in the Case of Spain,” *Small Business Economics*, 55 (3), 813–29.
3. Covin Jeffrey G., Miller Danny (2014), “International Entrepreneurial Orientation: Conceptual Considerations, Research Themes, Measurement Issues, and Future Research Directions,” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38 (1), 11–44.
4. Aykol Bilge, Palihawadana Dayananda, Leonidou Leonidas C. (2013), “Research on the Import Activities of Firms 1960–2010: Review, Assessment, and Future Directions,” *Management International Review*, 53 (2), 215–50.
5. Ковтун Е. О., Дронов Д. В. Шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємств. [Електронний ресурс]: http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/64169.doc.htm
6. Манаєнко І.М., Прсяник І.С. Особливості зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство/ Випуск № 18 /2018 Ужгород2018. – С.11-15.
7. Стефаненко М.М. Методологічні заходи організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Економіка фінанси, право. 2012. №8. [Електронний ресурс]: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Efp/2012_8/1.pdf
8. Grosse Robert, Fonseca Alejandro (2012), “Learning Through Imports in the Internationalization Process,” *Journal of International Management*, 18 (4), 366–78.
9. Gerschewski Stephan, Scott-Kennel Joanna, Rose Elizabeth L. (2020), “Ready to Export? The Role of Export Readiness for Superior Export Performance of Small and Medium Sized Enterprises,” *World Economy*, 43 (5), 1253–76.

10. Nucci Francesco, Pietrovito Filomena, Pozzolo Alberto Franco (2020), “Imports and Credit Rationing: A Firm-Level Investigation,” *World Economy*, 44 (11), 3141–67.
11. Mahamadou Zoubeyda (2021), “Internationalization Processes for Sub-Saharan Africa’s Small and Medium-Sized Enterprises: The Case of Ivory Coast,” *Thunderbird International Business Review*, 63 (4), 437–49..
12. Kassebaum N. and all. (2017). Oral Health Collaborators. Global, Regional, and National Prevalence, Incidence, and Disability-Adjusted Life Years for Oral Conditions for 195 Countries, 1990-2015: A Systematic Analysis for the Global Burden of Diseases, Injuries, and Risk Factors. *J Dent Res.* (4):380-387. Retrieved from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5912207>
13. Strategic market research (2022). Analytical report. Dental equipment market by types of products. Retrieved from: <https://www.strategicmarketresearch.com/market-report/dental-equipment-market>
14. The Business Research Company (2023). Therapeutic Dental Equipment Global Market Report 2023. Retrieved from: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/therapeutic-dental-equipment-global-market-report>
15. Londoño J.J., Ramos A.M., Correa S.A., Mesnard M. (2021). Review of expandable dental implants. *British Journal of Oral and Maxillofacial Surgery*. Volume 59, Issue 5. 2021. Pages 546-554.
16. Elani H., Starr J., Da Silva J., Gallucci G. (2018). Trends in Dental Implant Use in the U.S., 1999-2016, and Projections to 2026. *J Dent Res.* Dec. 97(13):1424-14.
17. Quintens Lieven, Matthyssens Paul, Faes Wouter (2005), “Purchasing Internationalisation on Both Sides of the Atlantic,” *Journal of Purchasing & Supply Management*, 11 (2/3), 57–71.

18. Cruz Marcio, Baghdadi Leila, Arouri Hassen (2021), “High Growth Firms and Trade Linkages: Imports Do Matter,” *Small Business Economics*, (September), <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00538-w>.
19. Halilem Norrin, Amara Nabil, Landry Réjean (2014), “Exploring the Relationships Between Innovation and Internationalization of Small and Medium Sized Enterprises: A Nonrecursive Structural Equation Model,” *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 31 (1), 18–34.
20. Ketkar Sonia (2014), “The Rules of Global Engagement for Developing Country Firms,” *Competitiveness Review*, 24 (2), 124–46.
21. Сухарський В. С. Зовнішньоекономічна діяльність: організація і управління: Монографія. Тернопіль: Видавництво Астон, 2007. – 496 с.
22. Хрупович С.Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник для студентів усіх форм навчання напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальності: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль, 2017. 137 с.
23. Внутрішня інформація та посадові інструкції Dental top service
24. Фінансова та бухгалтерська звітність Dental top service
25. Степаненко О. І. Зовнішньоекономічна діяльність: вибір контрагента та організація укладання угоди. *Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. №7*. Тернопіль: Підручники і посібники, 2003. С. 320–325.
26. Луценко В. О. Розробка заходів підвищення ефективності експортних операцій промислового підприємства. Автореф. [Електронний ресурс]: <http://www.uran.donetsk.ua/~masters/2002/fem/lutsenko/diss.htm>
27. Кононенко О.С., Дунська А.Р. Форми організаційного забезпечення експортної діяльності промислових підприємств України. Актуальні проблеми економіки і управління: 36. наук. праць. К.: НТУУ «КПІ», 2004. Вип. 8. Режим доступу до журн.: <http://probl-economy.kpi.ua/node/399>
28. Івахів Ю. Метод ABC-аналізу: доцільність застосування. *Економічний аналіз*. Вип. 3(19). 2008. С. 170–172.

29. Комарницький І.М. Теоретичні засади формування маркетингового менеджменту на підприємстві. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 3 Т. 2. С. 110-116.
30. Крещенко О.В. Методологічні та методичні засади ABC-підходу як універсального механізму аналізу товарних запасів. Бізнесінформ. 2012. № 12. С.253-258.
31. Manoj A. Activity-Based Cost Management Practices in India: An Empirical Study. Decision. 2005. January-June. Vol. 32, No. 1. P. 123-152.
32. Narcyz Roztocki. The Integrated Activity-Based Costing and Economic Value Added System as a Strategic Management Tool: A Field Study: Pacific Conference on Manufacturing Proceedings, Southfield-Detroit, MI, USA. 2000. September, 6-8. P. 84-89.
33. Торгсофт. [Електронний ресурс]: <https://torgsoft.ua/>
34. Mohammad Reza Motadel, Abbas Toloie Eshlagy, Sarvenaz Ghasemi. The Presentation of a Mathematical Model to Assess and Control the Inventory Control System through ABC Analysis Approach (A Case Study of Lino Meat Products Company). International Journal of Information, Security and Systems Management, 2012, Vol. 1, No. 1, pp. 1-13.
35. Yue, Jichang and Wu (2014). Application of ABC analysis in inventory management. Advanced Material Research, Vol. 1030-1032, pp. 2515-2518
36. Kumar P. and Mohd. Anas, (2013), "An ABC analysis for the multiple-products inventory management - A case study of scooters India limited", International Journal of Research in Engineering and Advanced Technology, Vol. 1(5), pp. 1-6
37. Saric T, Simunovic K, Pezer D and Simunovic G,. (2014). Inventory classification using multi-criteria ABC analysis, neural networks and cluster analysis. Technical Gazette, Vol. 21(5), pp. 1109-1115

38. Mitchell A. Millstein, Liu Yang and Haitao Li, (2014). Optimizing ABC inventory grouping decisions. *International Journal of Production Economics*, Vol. 148, pp. 71-80.
39. Smith, (2011). Inventory management and ABC analysis practices in competitive environments. *International Journal of Procurement Management*, Vol. 4(4), pp. 433-454
40. Rudolf Kampf et al, (2016). The application of ABC analysis to inventories in the automatic industry utilizing the cost saving effect”, *Journal of Marine Sciences*, Vol. 63(3), pp. 120-125
41. Ковтун Е. О., Дронов Д. В. Шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємств. [Електронний ресурс]: http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/64169.doc.htm