**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ**

Кафедра бізнес - адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

**Кваліфікаційна робота магістра**

на тему: «Управління імпортною діяльністю підприємства в умовах

індустрії 4.0 »

Виконав : студент 2 курсу, групи 8.0730-зед-з

спеціальності 073 Менеджмент

освітньо-професійної програми

Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

Овчаренко С.О.

Керівник : доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, кандидат філософських наук, доцент

Сухарева К.В.

Рецензент : завідувач кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, доктор наук з державного управління, професор

Бікулов Д. Т.

Запоріжжя – 2021

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет менеджменту

Кафедра бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр

Спеціальність 073 Менеджмент

Освітньо-професійної програми Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Д.Т. Бікулов

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 року

З А В Д А Н Н Я  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Овчаренко Сергій Олександрович

1. Тема роботи «Управління імпортною діяльністю підприємства в умовах

індустрії 4.0»

керівник роботи: Сухарева К. В., доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, кандидат філософських наук, доцент

затверджені наказом ЗНУ від 13.05.2021 року № 696-с

2. Строк подання студентом роботи 22.11.2021 р.

3. Вихідні дані до роботи навчальні посібники, монографії, періодичні та аналітичні вітчизняні та зарубіжні матеріали, фінансова звітність підприємства, інтернет ресурси

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0

2. АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ПСП «ЛЕНДФОРТ АЗОВ» В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0

3. ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ПСП «ЛЕНДФОРТ АЗОВ» В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслень) 12 таблиць 3 рисунки

6. Консультанти розділів роботи

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | Прізвище, ініціали та посада  консультанта | Підпис, дата | |
| завдання видав | завдання  прийняв |
| 1 | Сухарева К.В. |  |  |
| 2 | Сухарева К.В. |  |  |
| 3 | Сухарева К.В. |  |  |

7. Дата видачі завдання 20.05.2021 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання  етапів роботи | Примітка |
| 1. | Затвердження теми кваліфікаційної роботи у наукового керівника. | 20.05.2021 |  |
| 2. | Затвердження змісту роботи. | 30.05.2021 |  |
| 3. | Огляд літератури за темою кваліфікаційної роботи. | 31.05.21-16.06.21 |  |
| 4. | Розробка чернетки І розділу кваліфікаційної роботи. | 17.06.21-23.06.21 |  |
| 5. | Написання І розділу кваліфікаційної роботи. | 24.06.21-27.06.21 |  |
| 6. | Збір розрахунково-аналітичного матеріалу за темою. | 28.06.21-25.07.21 |  |
| 7. | Розробка чернетки ІІ розділу кваліфікаційної роботи. | 26.07.21-29.08.21 |  |
| 8. | Написання ІІ розділу кваліфікаційної роботи. | 30.08.21-06.09.21 |  |
| 9. | Розробка чернетки ІІІ розділу кваліфікаційної роботи. | 07.09.21-14.09.21 |  |
| 10. | Написання ІІІ розділу кваліфікаційної роботи. | 15.09.21-29.10.21 |  |
| 11. | Оформлення кваліфікаційної роботи згідно вимог. | 30.10.21-01.11.21 |  |
| 12. | Попередній захист кваліфікаційної роботи. | 01.11.2021 |  |
| 13. | Проходження нормоконтролю. | 09.11.21-22.11.21 |  |
| 14. | Подання кваліфікаційної роботи на кафедру. | 22.11.2021 |  |
| 15. | Захист кваліфікаційної роботи. | грудень 2021 |  |

Студент С.О. Овчаренко

( підпис ) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи К.В. Сухарева

(підпис ) (ініціали та прізвище)

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер С. В. Маркова

(підпис ) (ініціали та прізвище)

Реферат

Кваліфікаційна робота магістра на тему: «Управління імпортною діяльністю підприємства в умовах індустрії 4.0 » містить 68 сторінок, 12 таблиць, 3 рисунки. Перелік посилань нараховує 52 найменування.

Істотною ознакою сучасного стану розвитку ринкового середовища є швидке і невпинне зростання конкуренції, яка існує за певні товарні лінії подібних товарів і продуктів-замінників. Враховуючи масштаби впливу конкуренції на деякі підприємства, які виробляють товари та розповсюджують ці товари та послуги, все більшого значення набуває зовнішньоекономічна діяльність компаній, що суттєво позитивно впливає на зменшення тиску мікроекономічних факторів на зовнішньоекономічну діяльність. Одним з найбільш популярних і високорентабельних видів зовнішньоекономічної діяльності підприємств сьогодні є імпортна діяльність, яка разом з експортною займає найбільшу частку всієї зовнішньоекономічної діяльності учасників ринкової економіки та допомагає компаніям вирішувати низку важливих питань, пов’язаних з ринковою економікою.

Мета роботи полягає у з’ясуванні особливостей системи управління імпортною діяльностю підприємства та визначення потенціалу для її покращення та розвитку.

Об’єктом кваліфікаційної роботи є система управління імпортною діяльністю підприємства в умовах індустрії 4.0.

Предметом дослідження є інструменти управління імпортною діяльністю підприємства в умовах індустрії 4.0. у сучасних умовах ринкового становища України.

Методи дослідження. У процесі дослідження шляхів вдосконалення системи управління імпортною діяльністю підприємства в умовах індустрії 4.0. застосовувалися: методи економічного і статистичного аналізу, групування, метод порівняння, метод експертних оцінок.

Результати дослідження було прийнято до розгляду ПСП «Лендфорт Азов» для забезпечення вдосконалення системи управління імпортною діяльностю підприємства в умовах індустрії 4.0.

ІМПОРТ, ЕКСПОРТ, УПРАВЛІННЯ, ІМПОРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ, СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКЕ ПІДПРИЄМСТВО, ПРОДУКЦІЯ

Abstract

Qualifying work of the master on the topic: "Managing enterprise’s import activities in industry 4.0" contains 68 pages, 12 tables, 3 figures. The list of links includes 52 items.

An essential feature of the current state of development of the market environment is the rapid and relentless growth of competition that exists for certain product lines of similar products and substitute products. Given the extent of the impact of competition on some enterprises that produce goods and distribute these goods and services, the foreign economic activity of companies is becoming increasingly important, which has a significant positive effect on reducing the pressure of microeconomic factors on foreign economic activity. One of the most popular and highly profitable foreign economic activities of enterprises today is import, which together with export occupies the largest share of all foreign economic activity of market economy participants and helps companies solve a number of important issues related to the market economy.

The purpose of the work is to clarify the features of the management system of import activities of the enterprise and determine the potential for its improvement and development.

The object of qualification work is the management system of import activities of the enterprise in the conditions of industry 4.0.

The subject of the study are the tools for managing the import activities of the enterprise in the conditions of industry 4.0. in the current market situation in Ukraine.

Research methods. In the process of researching ways to improve the management system of import activities of the enterprise in the conditions of industry 4.0. applied: methods of economic and statistical analysis, grouping, method of comparison, method of expert evaluation.

The results of the study were accepted for consideration by PSP "Land Azov" to ensure the improvement of the management system of import activities of the enterprise in the conditions of Industry 4.0.

IMPORT, EXPORT, MANAGEMENT, IMPORT ACTIVITY, AGRICULTURAL ENTERPRISE, PRODUCTS

ЗМІСТ

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА …........................2

РЕФЕРАТ.................................................................................................................4

ABSTRACT………………………………………………………………………..5

ВСТУП………………………………………………………………………..........7

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0……………...10

1.1 Концептуальні засади управління імпортною діяльностю ………………..10

1.2 Теоретичні засади становлення та розвитоку індустрії-4.0 .……………....19

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ПСП «ЛЕНДФОРТ АЗОВ» В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0.. 29

2.1 Огляд можливостей переходу сільськогосподарських підприємств України на індустрію-4.0 ….……………….…..............................................................…29

2.2 Організаційно-економічна характеристика підприємства ПСП «Лендфорт Азов»…..................................................................................................................36

2.3 Аналіз управління імпортною діяльністю підприємства ПСП «Лендфорт Азов» ………………………….………….……………………….…….……..…45

РОЗДІЛ 3 ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ПСП «ЛЕНДФОРТ АЗОВ» В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0...50

3.1 Підвищення ефективності управління імпортною діяльністю ПСП «Лендфорт Азов» за допомогою вдосконалення імпортної стратегії підприємства.……………………...…………………………………………......50

3.2 Впровадження цирових технологій індустрії 4.0 в діяльність сільськогосподарського підприємства ПСП «Лендфорт Азов»……………….55

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ......................................................................59

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ..........................................................................................63

ВСТУП

Актуальність кваліфікаційної роботи. Зовнішня торгівля у формі імпортних операцій стає все більш важливим чинником розвитку національної економіки та економічної стабілізації країни. Зараз у промислово розвинених країнах практично немає аграрноїгалузі, яка б не займалася імпортом. Розвиток імпортного бізнесу відіграє особливу роль в сучасних умовах, коли відбувається процес інтеграції економіки у світове господарство.

Імпорт має значний вплив не тільки на економіку в цілому, а й на становище бізнесу імпортерів. Активний розвиток імпортної діяльності сільськогосподарських підприємств вимагає необхідності вивчення шляхів підвищення її ефективності та вдосконалення, особливо в умовах, коли економіка країни має такі негативні характеристики, як переважання сировини в структурі експорту; домінування в структурі імпорту продуктів харчування, обладнання та іншої готової продукції; залежність частки доходів бюджету від митних платежів; залежність від коливань ринку на світових ринках. Негативні характеристики, притаманні стану вітчизняної економіки, знижують ефективність імпортної діяльності підприємств і викликають необхідність пошуку шляхів її покращення.

Для багатьох компаній в умовах зростаючої конкуренції з боку імпортної продукції, в тому числі на внутрішньому ринку, здійснення імпортної діяльності є єдиним способом утримати свої позиції. А рентабельність імпортної діяльності підприємства залежить від того, наскільки підприємство зможе протистояти негативному впливу факторів при здійсненні своїх зовнішньоторговельних операцій в непередбачуваних ринкових умовах. У цьому контексті аналіз імпортної діяльності та визначення резервів її збільшення є актуальною проблемою дослідження.

Мета та завдання кваліфікаційної роботи. Метою роботи є аналіз поточного стану імпортної діяльності компанії та визначення потенціалу для покращення.

Для цього були поставлені та вирішені такі завдання:

- врахувати характер, вид та організацію імпортної діяльності підприємства;

- узагальнити фактори впливу на імпортну діяльність компанії;

- узагальнити методологічні підходи до оцінки та аналізу імпортної діяльності підприємства;

- проаналізувати основні напрямки імпортного діяльності ПСП «Лендфорт Азов»;

- проаналізувати стан та показники імпортної діяльності ПСП «Лендфорт Азов»;

- аналіз факторів, що впливають на здійснення імпортної діяльності ПСП «Лендфорт Азов»;

- створити перспективні напрямки для розвитку імпортної діяльності ПСП «Лендфорт Азов» та оцінити запропоновані заходи.

Предметом дослідження є управління імпортною діяльністю ПСП «Лендфорт Азов».

Дослідження зосереджено на теоретико-методологічних засадах, а також на практичних напрямках удосконалення імпортної діяльності ПСП «Лендфорт Азов».

Методи дослідження. Теоретико-методологічною основою дослідження є фундаментальні положення загальної економічної теорії, наукові роботи вітчизняних і зарубіжних вчених і спеціалістів щодо планування та організації зовнішньоекономічної діяльності підприємств та контролю їх експортно-імпортної діяльності. У кваліфікаційній роботі були використані такі методи дослідження, як табличні та графічні методи, порівняння, узагальнення, методи математичної статистики та економічного аналізу, метод кореляційної регресії.

Дослідницька інформаційна база. Для створення роботи використано такі джерела інформації, як підручники, підручники, монографії та публікації в журналах. Інформаційно-довідковими є нормативно-правові акти України, матеріали наукових конференцій, доповіді іноземних компаній, аналітичні та статистичні матеріали діяльності ПСП «Лендфорт Азов», електронні ресурси.

Практична важливість отриманих результатів полягає в тому, що їх впровадження створює ефективну стратегію управління імпортною діяльністю ПСП «Лендфорт Азов».

Структура роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку посилань (52 найменування). Загальний обсяг роботи становить 68 сторінок. Робота містить 12 таблиць, 3 рисунки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0

* 1. Концептуальні засади управління імпортною діяльностю

З розвитком глобалізації та поглибленням міжнародних відносин все більше уваги приділяється зовнішньоекономічним процесам. Поняття зовнішньої торгівлі складне і включає безліч складових, воно вимагає трудомісткої економічної та комерційної діяльності. Швидше, розвиток компанії визначається ступенем її інтеграції в міжнародні процеси, тому виникає потреба в об'єктивному її вивченні та дослідженні.

У сучасних економічних умовах кількість компаній, які укладають контракти з іноземними компаніями, неухильно збільшується. З міркувань ефективності ці компанії постійно збирають дані про своїх партнерів, оптимізують витрати різними методами та постійно шукають найкращі пропозиції. Підвищення ефективності зовнішньої торгівлі за рахунок імпортно-експортної діяльності є одним із пріоритетних напрямків розвитку багатьох компаній. Характер і форма діяльності компанії на світовій арені залежать від системи управління зовнішньою торгівлею. Відсутність комплексного підходу до вирішення проблеми значно знижує шанси на розвиток конкурентоспроможності бізнесу [1].

Зовнішньоекономічна діяльність охоплює ряд операцій, які є засобом торгівлі, економіки, управління та іншої діяльності у світовому господарстві. Міжнародна торгівля є основою зовнішньої торгівлі, тому найважливішою частиною всього бізнесу є зовнішня торгівля. Такими правочинами є узгоджені та юридично оформлені угоди, які передбачають підготовку, укладення та виконання договору, з використанням певних форм і методів комерційної роботи на зовнішньому ринку. Вони пропонують обмін продуктами в матеріальній формі.

Розглянемо підходи до визначення поняття «імпорт» відповідно до Закону України «Про зовнішню торгівлю», Митного кодексу України та праць видатних учених.

Згідно з першим джерелом імпорт – це придбання (придбання) товарів суб’єктів господарювання України у іноземних суб’єктів господарювання з ввезенням їх на територію України, у тому числі придбання товарів, призначених для споживання установами та організаціями України за кордоном [2].

Відповідно до Митного кодексу України імпортом (випуском у вільний обіг) є митний режим, за яким іноземні товари випускаються для вільного обігу на митній території після сплати всіх митних платежів, встановлених законодавством України для ввезення цих товарів і виконання всіх необхідних митних формальностей [3].

Під імпортом, на думку В.Є. Навицького, розуміється ввезення в країну товарів у рамках належно оформленої операції купівлі з іншої країни для реалізації та споживання продукції на території країни-імпортера [4].

А. Г. Савченко вважає, що імпорт - це сукупність товарів і послуг, які договірна країна закуповує за домовленістю у країн, які виступають іноземними партнерами [5].

Підсумовуючи, можна констатувати, що імпортний бізнес – це безліч взаємопов’язаних операцій, результатом яких є придбання товарів або послуг з обов’язковим перевезенням через митний кордон країни з метою переходу права власності до імпортера.

У ринкових умовах існують аспекти, які спонукають суб'єктів господарської діяльності до участі в імпортній діяльності:

- отримати доступ до кращих і дешевших товарів і сировини;

- посилення конкуренції на внутрішньому ринку, стимулювання оптимізація виробництва в компаніях;

- імпорт дефіцитних товарів, які не виробляються на території країни-імпортера;

- за рахунок імпорту наукомістких товарів розвиваються новітні технології;

- співпраця та налагодження виробничих зв'язків з іноземними партнерами.

Імпортні операції – це комерційна діяльність, пов’язана з купівлею та ввезенням в країну товарів, робіт, технологій та капіталу іноземного походження для продажу на внутрішньому ринку, перепродажу чи реімпорту.

Такі операції включають в себе наступне:

- придбання матеріально-товарних послуг та оплата готівкою;

- отримання послуг або імпорт товарно-матеріальних цінностей;

- придбання на умовах комерційної позики запасів у іноземних постачальників;

- отримання товарно-матеріальних цінностей та послуг в якості безкоштовного супроводу;

- імпорт товарів за рахунок централізованих імпортних закупівель.

Реімпорт - це митна процедура, згідно з якою товари походженням з України, вивезені з митної території України відповідно до митної процедури експорту, ввозяться на митну територію України для вільного обігу на цій території не пізніше, ніж у законних межах період.

Існує багато факторів, які необхідно враховувати при здійсненні будь-якого імпортного бізнесу. Підприємство повинно враховувати аналіз загального стану ринкової системи, напрямів і тенденцій розвитку. Основними цілями цього аналізу є:

- характеристика зовнішнього ринку;

- пошук потенційних ринкових можливостей;

- детальне вивчення продажів;

- вивчення розподілу часток ринку між різними компаніями;

- вивчення цінової політики на світовій арені;

- дослідження товарної продукції конкурентів.

Після аналізу імпортного менеджменту підприємство має надати рекомендації щодо підвищення ефективності імпортної діяльності з урахуванням напрямків розвитку, можливостей та ресурсного потенціалу підприємства. При аналізі існуючої імпортної стратегії компанії необхідно оцінити її ефективність та можливості з урахуванням конкурентоспроможності та прибутковості підприємства. Багато стратегічних рішень керівників організації лежать в основі міжнародної діяльності іноземного бізнес-підрозділу [7].

Організація та технологія міжнародної торгівлі залежить від мети бізнесу (сировина, товари, обладнання, готова продукція), виду торгівлі (пряма, через посередників) та форми і виду бізнесу (експорт, імпорт, переробка). З відкриттям кордонів компанії відчувають потребу в товарах і комплектуючих за кордону, щоб бути конкурентоспроможними на ринку. Це можна зробити шляхом здійснення імпортної діяльності підприємства.

Основним завданням імпорту є зниження собівартості виробництва за рахунок закупівлі та використання дешевшої імпортної сировини і, як наслідок, збільшення прибутку та підвищення ефективності виробництва. Підприємство, яке бажає розширити свої інтереси та займатися зовнішньоекономічною діяльністю, завжди намагається розглянути оптимальну систему та вибрати той вид імпорту, який враховує матеріальні вигоди та економію праці, тому доцільно було б розглянути основні види імпорту.

Загалом більшість імпортних операцій поділяються на дві основні групи:

- імпорт промислових і споживчих товарів;

- імпорт сировини.

Інші види імпорту включені в таблицю. 1.1.

Таблиця 1.1 - Види імпорту

|  |  |
| --- | --- |
| За характером імпортних операцій | |
| Прямий | Покупець купує товар безпосередньо в іноземного виробника або дистриб`ютора (нерезидента); |
| Непрямий | Отримання товарів і послуг у компаніїпосередника; |
| За типом продукції | |
| Видимий | Конкретні товари, сировина, отримані для внутрішнього споживання, перепродажу або  переробки; |
| Невидимий | Обмін послугами, до яких відноситься транспортні, страхові, туристичні та інші; |
| За державними вимогами і обмеженнями | |
| Ліцензований | Вимагає спеціальних дозволів від контролюючих органів; |
| Неліцензований | Відсутність обмежень на ввезення товарів на територію країни |

Кожна компанія, що займається зовнішньоекономічною діяльністю, повинна вибрати найбільш підходящий спосіб здійснення імпортної діяльності. Тому далі будемо аналізувати переваги прямого та непрямого імпорту.

Прямий імпорт має різні переваги, тобто:

- більш тісний контакт з контрагентом;

- угода між виробником і продавцем знижує витрати виробництва;

- знижує ризик і залежність проектів від можливої ​​нечесності та некомпетентності посередників;

- дає можливість виробнику бути стабільним на зовнішніх ринках, враховувати його зміни та вчасно реагувати.

До переваг непрямого імпорту можна віднести наступне:

- імпортери вирішують самостійно питання, пов'язані із закупівлями, документами, транспортом та інші питання;

- імпортер отримує від посередника готову продукцію в кількості та за ціною, зазначеними в контракті;

- компанії-посередники достатньо допомагають потенційним покупцям

швидко вибрати продукт, який допоможе вирішити проблему;

- компанія-посередник в країні спілкується з банками та страховими компаніями, що значно полегшує організацію експорту та економить час [8].

Також можно виділити наступні види імпортної діяльності компанії:

1. За призначенням: одноцільові та багатоцільові. Перший виконує конкретну мету, наприклад, закуповує сировину, якої не має країна-імпортер. Багатоцільові імпортні операції передбачають досягнення кількох цілей: підвищення конкурентоспроможності, задоволення нових потреб клієнтів, зниження вартості виробленої продукції тощо.

2. За об`єктом імпорту: імпорт послуг, товарів, робіт, робочої сили, ресурсів тощо.

3. За витратами на доставку: безкоштовно (з цими умовами доставки всі витрати несе продавець), частково оплачуються (витрати несуть обидві сторони зовнішньої торгівлі), повністю платні (усі витрати бере на себе імпортер).

4. За пріоритетністю імпортної діяльності: первинні (підприємство отримує більшу частину прибутку від імпорту), вторинні (підприємство отримує відносно невелику частку прибутку від здійснення імпортної діяльності).

5. За регулярністю здійснення: регулярні (процеси імпорту здійснюються через регулярні проміжки часу), нерегулярні (процеси імпорту виконується через нестабільні інтервали).

6. З кінцевою метою імпорту: для споживання в країні імпортера, перепродажу в іншій країні, реімпорту (повернення раніше імпортованих товарів до країни-експортера).

7. За кількістю процесів імпорту: одноразовий (складається з одного процесу імпорту), багаторазовий (підприємство здійснює декілька процесів імпорту за рахунок безперервного імпорту).

8. За масштабністю: імпорт дрібних вантажів (загальні витрати не обкладаються митом) і великих вантажів.

Розуміння цілей імпортної діяльності є дуже важливим для підприємства, так як правильно і логічно організований процес є головним чинником зменшення витрат на імпорт та економії часу.

Підготовка та виконання імпортної угоди є основою для здійснення імпортної діяльності підприємства. Цей процес досить виснажливий, трудомісткий і має кілька етапів (рис. 1.1). Обмін продуктами на міжнародному рівні відбувається після ретельної підготовки шляхом здійснення торгових операцій, прийомів і низки заходів щодо підготовки, укладання та виконання контракту. Підготовча робота включає знання якості та ціни товару, а також умов доставки покупцеві.

виконання (розрив) контракту

укладення та підписання контракту

переговори

пошук партнерів

Рисунок 1.1 - Процес укладання імпортної угоди

Кожен із цих етапів має своє змістовне та організаційне оформлення.

Пошук партнерів передбачає встановлення контакту з потенційним експортером. Ви повинні надіслати запит; оголошувати тендери із запрошенням виробників товарів, у яких зацікавлені покупці; надіслати експортеру беззаперечний акцепт пропозиції. Найпоширенішою формою виконання першого етапу імпортної угоди є розміщення замовлення. Замовлення — це комерційний документ, в якому покупець детально вказує всі умови виготовлення товару, а також важливі дані для укладення зовнішньоекономічного договору.

До основних способів укладання угод можна віднести підписання договору, акцепт покупцем твердої пропозиції, акцепт продавцем зустрічної пропозиції, підтвердження замовлення покупцем. Договір купівлі-продажу товарів, який укладається, охоплює зміст угод, порядок їх виконання та відповідальність кожної зі сторін. До основних елементів договору належать: преамбула, предмет договору, ціна, обсяги поставки, умови та способи оплати, якість товару, порядок поставки та приймання товару, гарантії, санкції, арбітраж, форс-мажор, умови транспортування [10].

Техніки виконання імпортних операцій зазвичай включають:

1) Контроль за своєчасністю, якістю виробленого товару та його доставки за кордону. При досить складних імпортних операціях, таких як, наприклад, закупівля машин та обладнання, функція контролю може мати додаткові етапи (виїзд спеціалістів для контролю виготовлення та приймання обладнання, його введення в експлуатацію тощо);

2) Організація перевезення товарів через митний кордон. Цей етап характеризується використанням міжнародних правил Інкотермс 2010 та Інкотермс 2020. Це юридично визнані правила для міжнародних контрактів і перевезень. Інкотермс охоплює права та обов'язки сторін за договором купівлі-продажу, включаючи поставку товарів. Сторони розподіляють відповідальність за транспортування відповідно до обраних умов поставки.

3) Розрахунки за товар відповідно до обраної форми оплати товарів.

4) Організація роботи з претензіями, якщо такі є: пред'явлення претензій продавцю встрок, визначений договором, контроль за вирішенням претензій.

5) Проведення загального аналізу проведеної імпортної операції, розробка планів майбутнього підвищення ефективності таких операцій.

Світовий досвід свідчить про об'єктивну необхідність державного регулювання зовнішньої торгівлі в промислово розвинених країнах. Для цього регулювання встановлені класичні інструменти зовнішньоторговельної політики: збори і тарифи, а також методи нетарифного регулювання. Для ввезення товарів на територію України підприємство має зареєструватися в митних органах та відкрити валютний рахунок у банку. Крім того, товари, що перетинають митний кордон, повинні відповідати технічним, фармакологічним, санітарним та фітосанітарним, ветеринарним та екологічним властивостям відповідно до чинних стандартів і вимог [11].

Імпортна діяльність регулюється національним законодавством, політико-правовими обмеженнями, митними тарифами, системами ліцензування та іншими нетарифними методами регулювання зовнішньої торгівлі.

Сьогодні Україна активно розвиває політику захисту вітчизняних виробників з метою зменшення частки імпорту товарів. Тому необхідно ввести різноманітні обмеження у вигляді короткострокових обмежень, тарифних бар’єрів та антидемпінгових мит.

Короткострокове обмеження імпорту - обмеження імпорту на термін не більше 180 днів [5].

Митний бар'єр - обмеження імпорту, при якому існують перешкоди ввезення імпортних товарів за рахунок завищення ввізного мита.

Демпінг - продаж компанією товарів або послуг за цінами, нижчими за порівнянну ціну аналогічних товарів, що завдає шкоди вітчизняному виробнику. Щоб уникнути такої загрози, країна повинна мати антидемпінгову політику.

Антидемпінгове мито – це додаткове імпортне мито, яке стягується з товарів, що ввозяться в країну за цінами, нижчими за світові або за внутрішніми цінами.

Для підвищення ефективності та підвищення конкурентоспроможності підприємства важливо розуміти процес та особливості імпортної діяльності та структуру світового ринку.

1.2 Теоретичні засади становлення та розвитоку індустрії-4.0

Дослідження та перевірка принципів четвертої промислової революції передбачає виявлення припущень та основних факторів їх розвитку, особливостей структурних змін, що сприяють зміні спеціалізації країн, а також оптимізацію виробничого процесу (результат концепції «Індустрія 4.0»).

Серед багатьох різноманітних і цікавих викликів, з якими стикається сучасне суспільство, важливим і вражаючим є поява нової технологічної революції, яка спричинить радикальні зміни в житті людини і яка не має аналогів за масштабами та складністю в попередньому людському досвіді. Четверта промислова революція створює світ, у якому віртуальні та фізичні виробничі системи ефективно взаємодіють одна з одною у глобальному масштабі [19].

Світова економіка досягла свого апогею в 1990-х роках з розвитком глобалізаційних процесів, на тлі яких швидко сформувалися елементи нової економіки, заснованої на інформаційних технологіях і знаннях. Хоча термін «нова економіка» в основному асоціювався з надзвичайним розповсюдженням персональних комп’ютерів та міжнародного зв’язку (Інтернет, мобільний зв’язок), його значення було набагато ширшим і означало радикальні зміни способу роботи та життя, зміну споживчих уподобань та способів їх задоволення, тобто проявляється характер структурних змін [20].

Період з 2001 по 2007 рр. показав декілька важливих тенденцій. По-перше, це ознаменувало зрушення в економічній політиці провідного американського штату від високих технологій до зростання нерухомості на основі відповідного неконтрольованого розширення іпотечного кредитування. По-друге, він відзначив неухильне зростання економічної ролі країн, що розвиваються, і особливо їх лідерів – Китаю, Індії, Бразилії, що певним чином стимулювало попит і відповідне зростання цін на енергоносії та метали. Отже, ці тенденції посилили наростання протиріч у світовій економіці, що призвело до глобальної кризи 2008-2009 рр. [20].

Світова криза 2008-2009 років виявила фундаментальні вади глобального фінансового капіталізму та його здатність легко трансформуватися з фактора економічного зростання в фактор руйнування. Але головним її наслідком стало те, що криза виявила неспроможність світової економіки розвинутися в старій структурі [21].

Аналізуючи зміни у світовій економіці, виділено три групи структурних змін у сфері виробництва, експорту та попиту.

Макроструктурні зміни у виробництві характеризуються просуванням третинного сектору — сфери послуг — що сприяє формуванню постіндустріальної економіки. Ця тенденція в основному зумовлена ​​зміною структури попиту, оскільки підвищення добробуту неминуче призводить до прискореного зростання сфери послуг. На тлі прискореного розвитку сфери послуг у світі зменшилася частка промислового та аграрного секторів.

Структурні зміни в міжнародній торгівлі:

1) відношення експорту/імпорту до зростання ВВП: коли після Другої світової війни зростання експорту перевищував зростання світового ВВП у середньому в 1,5 рази, а в 1990-х роках – більш ніж вдвічі зростання експорту лише зараз темп зростання світового ВВП на 0,6, що свідчить про зниження ролі експорту у забезпеченні зростання світової економіки [22, с. 18];

2) перевищує зростання торгівлі послугами;

3) зміни в структурі світової торгівлі товарами: зростання світового експорту сільськогосподарської продукції, збільшення експорту готової продукції, скорочення експортних поставок палива та мінеральної продукції;

4) зміни в структурі світової торгівлі послугами: високі темпи зростання експорту туристичних і комерційних послуг, стрімке зростання ринку ІТ-послуг, розширення телекомунікаційних послуг; зменшення частки транспортних послуг;

5) впровадження нових форм комерції на основі використання цифрових технологій, які сприяють включенню малого та середнього бізнесу у світову торгівлю, прискорюють закупівлю передових комплектуючих з будь-якої точки світу та підвищують їх конкурентоспроможність [20].

Таблиця 1.2 - Характеристика факторів сучасних структурних змін у світовому господарстві та Україні

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Фактор | Світ | Україна |
| Наука | 1. Збільшення витрат на дослідження та розробки.  2. Збільшення кількості співробітників наукового напрямку та зосередження на діяльності в сферах, які будуть розвиватися більш динамічно в майбутньому. | 1. Зменшення витрат на НДДКР у відсотках від ВВП.  2. Скорочення загальної чисельності наукових кадрів у сферах, найбільш перспективних для розвитку нових технологій майбутнього та здатних до глобальної наукової конкуренції. |
| Освіта | 1. Зростання частки природничих, математичних, статистичних та інформатичних наук.  2. Уповільнення процесу підготовки фахівців за програмами інформаційно-комунікаційних технологій.  3. Провідне місце в структурі підготовки вищих спеціалістів займають спеціальності, пов'язані з медициною та соціальними програмами. | 1. Зменшення частки кваліфікованих працівників природничо-математичних і статистичних дисциплін, що негативно впливає на перспективи високотехнологічного розвитку країни в майбутньому.  2. Збільшити обсяги аутсорсингових контрактів, що призведе до підвищення рівня підготовки відповідних спеціалістів за програмами ІКТ.  3. Зменшення ролі медичних спеціальностей та соціальних програм та збільшення кількості випускників економіки, державного управління та бізнесу. |
| Інновації | 1. Зростання частки інноваційних фірм у їх загальній кількості.  2. Збільшити обсяги патентів окремих країн на свої технологічні рішення у пріоритетних технологічних сферах майбутнього.  3. Закріпити світове лідерство у пріоритетних сферах для Сполучених Штатів, Європейського Союзу, Японії, Південної Кореї та Китаю; відсутність єдиного технологічного гегемона. | 1. Також спостерігається відставання від частки інноваційних компаній у галузях, які розглядаються як конкурентні переваги України на світовому ринку.  2. Висока інноваційна сила в галузі транспортного машинобудування та у виробництві ліків, лікарських хімікатів та лікарських рослин.  3. Низький ступінь патентоспроможності, особливо в пріоритетних технологічних сферах.  4. Застаріла інфраструктура житлово-комунального господарства та доріг; значні результати у розвитку інформаційно-комунікаційних інфраструктур.  5. Низький рівень ІТ-безпеки, що перешкоджає поширенню електронної комерції та електронного банкінгу. |

Макроструктурні зміни суспільного попиту мають значний вплив на розвиток економічної структури і включають зміни кінцевого споживання домогосподарствами, урядом, валових заощаджень, частки експорту та імпорту товарів і послуг у ВВП. Сучасний розвиток попиту характеризується такими характеристиками: стабільний рівень витрат на кінцеве споживання приватних домогосподарств та сектору державного управління у відношенні до ВВП; обернена залежність від частки витрат на кінцеве споживання приватних домогосподарств і держави; незначні зміни частки валових інвестицій у ВВП; зростання частки експорту та імпорту послуг і товарів у ВВП.

До факторів сучасних структурних змін у світовій економіці належать наука, освіта та інновації, характеристика яких наведена в таблиці. 1.2.

У великих країнах світу, які визначають напрямок розвитку світової економіки в цілому, посилюється вплив науки, освіти та інноваційних процесів на економічний розвиток. Україна виходить із більшості процесів структурних змін, що визначається ослабленням її наукового, освітнього та інноваційного потенціалу.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій, поширення інноваційних методів і способів організації виробництва та автоматизації бізнес-процесів є центральними елементами концепції Індустрії 4.0.

Термін «Індустрія 4.0» був введений в науковий обіг у 2011 році з ініціативи німецьких підприємців, вчених і політиків щодо утвердження Німеччини як глобального місця промислового розвитку. Цифра «4» позначає четверту фазу індустріалізації, або четверту промислову революцію [26, с. 11].

Ще однією віхою в історії концепції «Індустрія 4.0» став Всесвітній економічний форум 2016 року в Давосі. Засновник і президент форуму Клаус Мартін Шваб назвав зміни в економіці четвертою промисловою революцією (Індустрія 4.0) і охарактеризував їх так: «Перша промислова революція почалася в другій половині XVIII століття коли з’явилась можливість за допомогою води та пари перейти від ручної праці до машинної. Друга характеризувалася розвитком масового конвеєрного виробництва, яке було пов’язано з розвитком електроенергетики. Ми живемо в епоху третьої промислової (або цифрової) революції, яка почалася в другій половині минулого століття з розвитком цифрових комп’ютерів і розвитком інформаційних технологій. Сьогодні вона поступово трансформується в четверту промислову революцію, яка характеризується злиттям технологій і розмиванням кордонів між фізичним, цифровим і біологічним світом» [19].

Індустрія 4.0 відрізняється від попередніх революцій низкою обов’язкових характеристик і функцій.

1. Цифровізація та вертикальна інтеграція ланцюга створення вартості. Індустрія 4.0 охоплює оцифровку та інтеграцію вертикальних процесів у всій організації, від розробки продукту через закупівлю та виробництво до логістики та послуг. Усі дані про операційні процеси, їх ефективність та оперативне планування доступні в режимі реального часу в єдиній інформаційній кімнаті, оптимізованій для різних платформ [27].

2. Цифровізація та горизонтальна інтеграція кількох ланцюжків вартості. Горизонтальна інтеграція виходить за межі діяльності окремої компанії і включає постачальників, споживачів і всіх ключових партнерів у ланцюжку створення вартості. Використовуються інтегровані інструменти планування, які враховують вхідні параметри (перенесення термінів поставки, зміна обсягів продукції), що дає можливість адаптувати плани [28].

3. Цифровізація продукції та послуг. Цифровізація продуктів передбачає інтеграцію існуючих продуктів з інтелектуальними датчиками або носіями, які сумісні з інструментами аналізу даних. Завдяки впровадженню нових аналітичних методів компанії мають можливість отримувати дані про використання продуктів, щоб удосконалити ці продукти відповідно до потреб кінцевих споживачів.

4. Цифрові бізнес-моделі та доступ клієнтів. Лідери галузі також розширюють свої пропозиції послуг, надаючи революційні цифрові рішення, такі як вбудовані послуги, що керуються даними, та інтегровані платформи [28].

5. Нові цифрові бізнес-моделі часто мають на меті генерувати додаткові продажі за допомогою цифрових рішень, оптимізувати взаємодію з клієнтами та покращити доступ клієнтів. Цифрові товари та послуги часто розроблені для обслуговування клієнтів, пропонуючи їм рішення, інтегровані в цифрову екосистему [29].

6. Розроблена технологічна платформа. Компанії використовують високотехнологічні машини та пристрої, ІТ-рішення та кіберфізичні системи, які забезпечують оцифровку та інтеграцію. Без передових технологій реалізувати всі перераховані вище характеристики проблематично з практичної точки зору [30].

Реалізація концепції «Індустрія 4.0» відбувається за допомогою дев’яти ключових технологій, перелік яких наведено на рис.1.2.

Big Data – це серія технологій, що дозволяють обробляти та формувати велику кількість інформації у вигляді баз даних. Термін «Big Data» включає роботу з великими обсягами інформації та різноманітним складом, який часто оновлюється та знаходить у різних джерелах з метою підвищення ефективності, створення нових продуктів та підвищення конкурентоспроможності [31].

Хмарні технології - концепція «хмарних обчислень», за допомогою якої програми запускаються та генерують результати стандартного веб-браузера на локальному ПК з усіма додатками та відповідними даними, необхідними для роботи на віддаленому сервері в Інтернеті [32]. Передбачається, що створення новітніх технологій зберігання та передачі інформації в майбутньому дозволить практично миттєво отримати доступ до інформації, її швидку обробку.

Індустрія

-

4.0

Доповнена

реальність

Big Data

та

хмарні

технології

Автономні

роботи та

штучний

інтелект

Моделювання

Горизонтальна

та вертикальна

інтеграція

Промисловий

інтернет речей

Кібербезпека

Альтернативні

джерела

енергії

Адитивне

виробництво

Рисунок 1.2 - Технологій концепції Індустрія-4.0

Автономні установки - автономні технічні комплекси, засновані на впровадженні кібер-фізичних систем, які зможуть виконувати технологічні завдання автономно без участі людини. Сучасні заводи налаштовані та спроектовані таким чином, що вони взаємодіють між собою та з працівниками, самостійно навчаються та оптимізують свою роботу [32].

Штучний інтелект - це наука і технологія, що використовуються для створення інтелектуальних машин, особливо інтелектуальних комп'ютерних програм. Штучний інтелект відноситься до завдання використання комп’ютерів для розуміння людського інтелекту, але воно не обов’язково обмежується біологічно вірогідними методами.

Моделювання - імітація всього циклу операційних і виробничих процесів. Модель отримує дані в режимі реального часу, щоб створити віртуальну копію реального виробництва з машинами, продуктами та працівниками. Це дозволяє операторам тестувати та оптимізувати налаштування пристрою для наступного продукту на лінії за допомогою віртуальної моделі, перш ніж вносити зміни безпосередньо у фізичне виробництво [31].

Горизонтальна і вертикальна інтеграція структурних виробничих підрозділів передбачає об’єднання підрозділів всередині компанії або поєднання ланок ланцюга «споживач-виробник-постачальник» в єдиному універсальному інформаційному просторі з метою автоматизації та отримання необхідної інформації.

Промисловий Інтернет речей – це технічний засіб об’єднання всіх компонентів виробництва в режимі реального часу в єдину мережу обміну інформацією. Промисловий Інтернет речей передбачає оснащення виробничих підприємств інтегрованими датчиками, які дають змогу передавати великі обсяги даних між машинами та центральними органами управління, щоб децентралізувати системи аналізу та прийняття рішень та забезпечити роботу в режимі онлайн [34].

Кібербезпека включає заходи щодо захисту зберігання та обробки інформації, мереж, цих операцій і передачі. Вхід інших технологій захищений компанією від встановлення шкідливого програмного забезпечення та можливої ​​кібератаки. [32]

Адитивне виробництво (3D друк) охоплює виробництво прототипів нової моделі та індивідуальне виготовлення компонентів.

Доповнена реальність (AR) - технологія аксесуарів і реалізації в реальному житті в тривимірній області віртуального досвіду віртуальної інформації, оцінюються елементи реального життя. Крім доповненої реальності, об’єкти включають спеціальне програмне забезпечення та гаджети, такі як доповнена реальність («розумні окуляри»), планшети, смартфони та інші пристрої в режимі реального часу у всіх можливих вимірах [35].

Загалом розвиток четвертої промислової революції почався відносно недавно, але завдяки своїм ключовим характеристикам вона зуміла стимулювати не тільки макроструктурні зміни у виробництві, торгівлі та попиті, а й стала основною причиною розвитку концепції Індустрії 4.0.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ПСП «ЛЕНДФОРТ АЗОВ» В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0

2.1. Огляд можливостей переходу сільськогосподарських підприємств України на Індустрію-4.0

Світове визнання переваг концепції «Індустрія 4.0» дає змогу проаналізувати досвід вітчизняних компаній із впровадження у свою діяльність технологій Індустрії 4.0, а також визначити можливості економічного переходу до цих технологій.

В Україні технології Індустрії 4.0 поступово проникають у різні галузі економіки, але значно меншою мірою, ніж в інших високорозвинених країнах. Аналіз взаємозв’язку між експортом та імпортом ІТ-продуктів показує, що існує значна кореляція між експортом та імпортом для країн, які є лідерами зовнішньої торгівлі інформаційно-комунікаційними технологіями, і Україна також відповідає світовій тенденції [9].

Українські компанії, які хочуть підвищити ефективність власної діяльності та наблизитися до міжнародних стандартів, впроваджують інноваційні рішення, розумні пристрої та автоматизують окремі процеси для оптимізації виробництва.

У 2019 році Forbes представив оцінку інноваційних компаній в Україні на основі експертного опитування Києво-Могилянської бізнес-школи, інвестиційної компанії SP Advisors, IBI-Rating, юридичної фірми Integrites та представника великої четвірки. - KPMG (табл. 2.3). Експерти оцінювали компанії за 100-бальною шкалою, за ступенем унікальності їх продуктів і бізнес-процесів і ступенем впровадження інноваційних технологій.

До 20 найбільших інноваційних компаній увійшли компанії, діяльність яких відповідає основним галузям економіки: машинобудування, сільське господарство, альтернативна енергетика, інформаційні технології, фармацевтика. Ці компанії мають високий рівень розробки та впровадження інноваційних рішень і технологій.

Таблиця 2.3 - Рейтинг інноваційних компаній України за 2019 рік [90]

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Назва компанії | Вид діяльності | Індекс інноваційності |
| 1. | ПриватБанк | Фінанси | 79,2 |
| 2. | «Южмаш» | Машинобудування | 64,6 |
| 3. | «Нова Пошта» | Вантажні перевезення | 60,4 |
| 4. | «Фармак» | Фармацевтика | 60,4 |
| 5. | «Турбоатом» | Машинобудування | 58,3 |
| 6. | Grammarly | Технології | 56,3 |
| 7. | «Нефтегаздобіча» | ТЕК | 54,2 |
| 8. | МХП | АПК | 54,2 |
| 9. | «Укроборонпром» | ОПК | 52,1 |
| 10. | Розетка» | e-commerce | 52,1 |
| 11. | Сільпо» | Рітейл | 52,1 |
| 12. | «ВіндПауер» | Відновлювальна енергетика | 50 |
| 13. | «Дарниця» | Фармацевтика | 47,9 |
| 14. | Petcube | Технології | 45,8 |
| 15. | «Нібулон» | АПК | 43,8 |
| 16. | Drone.ua | Технології | 41,7 |
| 17. | «Еко-Оптіма» | Альтернативна енергетика | 41,7 |
| 18. | «Сварог Вест Груп» | АПК | 41,7 |
| 19. | AgriLab | АПК | 40,4 |
| 20. | «Кернел» | АПК | 33,3 |

В Україні є не лише компанії, які використовують у своїй діяльності результати Індустрії 4.0, а й компанії, які розробляють та виробляють програмне забезпечення, пристрої та елементи, пов’язані з Індустрією 4.0, на замовлення українських та іноземних компаній. До списку провідних розробників інноваційних технологій в Україні входять:

1) IT-Enterprise – розробник сучасних цифрових та хмарних рішень для корпоративного управління, постачальник технології Індустрія 4.0. Клієнтами компанії є багатопрофільні холдинги та їх офіси в різних містах і країнах, вузькоспеціалізовані виробничі компанії;

2) Soft-Elegance - розробник програмного забезпечення для клієнта з інноваційними технологіями (великі дані, наука про дані, штучний інтелект, машинне навчання) для нафтової, газової, енергетичної та ІТ-безпеки; компанія виконує проекти для глобальних і національних компаній;

3) Business Logic - розробник ІТ-рішень для аналізу виробничих, логістичних та операційних даних компанії; компанія працює з іноземними та національними компаніями в аграрному та портовому секторі;

4) «ІндаСофт-Україна» займається промисловою автоматизацією, створенням автоматизованих систем управління бізнесом (СУБ), систем телемеханіки, систем управління процесами; з компанією співпрацює близько 50 компаній, як в України та за кордоном;

5) ТОВ «ВГ Техінсервіс» спеціалізується на розробці та впровадженні комплексних рішень у сфері автоматизації виробничих процесів, а також будівель та інфраструктури;

6) Новатек-Електро займається розробкою та виробництвом пристроїв автоматики та захисту;

7) Leantegra - розробник програмного забезпечення, технологій у сфері Інтернету речей; замовниками продукції є вітчизняні та іноземні компанії (Китай, США).

Технології, розроблені цими ІТ-компаніями, активно інтегруються в інші галузі економіки, зокрема їх застосування характерно для АПК. Інноваційні розробки на основі послуг ІТ-спеціалістів здатні підвищити ефективність сільгоспвиробників та забезпечити їм лідерство в галузі.

Останніми роками спостерігається тенденція до покращення доступу аграрних компаній до передових технологій. Невеликі аграрні компанії, наприклад, активно використовують у своєму бізнесі квадрокоптери, роботизовані процеси, різні сенсори та датчики, хоча раніше такими технологіями могли користуватися лише великі аграрні компанії. За підрахунками InVenture, лише 10% фермерських господарств в Україні використовують інноваційні технології у своїй діяльності і 20-30% території мають концепцію точного землеробства.

«Кернел», провідний український виробник і постачальник сільськогосподарської продукції, активно використовує ІТ-розробки з 2015 року і досяг значних успіхів у виробничих і фінансових показниках. Тому для досягнення економічних цілей компанія застосовує вищезгадану концепцію точного землеробства та впроваджує:

1) Метеорологічний моніторинг: мережа з 31 метеостанції дозволяє здійснювати моніторинг температури повітря і ґрунту, кількості опадів, запасів виробничої вологи та попередньої реакції на несприятливі погодні умови;

2) супутниковий моніторинг онлайн;

3) використовує безпілотні літальні апарати, квадрокоптери, які дають змогу виявляти проблемні ділянки розвитку рослин, внесення добрив, оцінювати якість польових робіт та прогнозувати врожайність;

4) система відбору проб ґрунту GPS;

5) Картування врожайності: системи картографування врожайності John Deere, Challenger і CLAAS дозволяють визначати площу полів на основі продуктивності сільськогосподарських культур і неоднорідності полів, щоб забезпечити коригування врожайності безпосередньо на полі;

6) Контроль експлуатаційних витрат і ресурсів: системи автопілотів, дисплеїв і модемів Trimble, Raven, John Deere дозволяють передавати дані про якість роботи в режимі онлайн [9].

За період лослідження компанія зафіксувала зростання продажів на користь сільськогосподарського виробництва. Тому після першого впровадження ІТ-розробок у діяльність компанії виручка в 2017 році зросла втричі (з 55 млн доларів до 171 млн доларів). У наступні роки обсяги продажів компанії в аграрному секторі стрімко зростали і в 2020 році досягли 470 мільйонів доларів США, що майже втричі більше, ніж у 2017 році.

У 2016 році компанія розпочала проект DigitalAgriBusiness (Інтегрована система управління інноваціями для сільськогосподарського виробництва), яка збирає та обробляє дані з полів, машин, безпілотних літальних апаратів для забезпечення рішень для ефективного планування та управління змінами. Проект реалізується українською компанією «Елекс» спільно з іноземними партнерами з Австрії, Англії, Німеччини, Іспанії та США [92]. Після реалізації проекту в 2020 році показник EBITDA компанії збільшився на 49,13% порівняно з 2017 роком.

Загалом, «Кернел» зосереджується на інноваціях у таких галузях, як великі дані, машинне навчання, аналітика в реальному часі, а також робототехніка, RFID, NFC – дистанційне керування та моніторинг усіх онлайн-операцій [9].

Результати Індустрії 4.0 активно впроваджує одна з найбільших агрокомпаній України «Укрлендфармінг». Компанія має власну телеметричну систему «Свій-чужий», яка дозволяє фіксувати дані з усіх пристроїв із GPS-трекерами, відображенням руху, швидкості, витрати палива та навантаження двигуна. Ця система не лише гарантує упорядкування врожаю, а й запобігає крадіжкам та порушенням правил роботи на полях. Економічний ефект від впровадження системи становить близько 100 млн грн (0,3 т/га врожайності), а врожайність виявлених крадіжок коливається від 5 до 10 млн грн на рік [93].

Окрім системи «Свій-чужий», компанія використовує дистанційну фотофіксацію за допомогою квадрокоптерів або супутників, що дозволяє швидко оцінити якість ґрунту на заданій ділянці та отримати консультацію щодо внесення добрив чи обробки від шкідників. Ukrlandfarming також використовує технології для контролю глибини оранки, збереження врожаю на елеваторі, завантаження його на поїзд або відправлення в порт [94].

Агрохолдинг «Миронівський хлібопродукт», який володіє одним із найбільших земельних банків України, також робить ставку на інноваційні розробки та активно використовує їх у своєму бізнесі. Компанія успішно керує системами управління фермами, системами точного землеробства, системами дистанційного зондування, системами моніторингу транспортних засобів GPS, управлінням сільськогосподарським виробництвом, автоматизацією виробничих процесів, створенням баз даних, структуруванням та аналізом інформації, супутниковим моніторингом, використанням безпілотних літальних апаратів, інформаційними системами (для автоматизованого обліку земельного банку).

Також компанія використовує сонячну енергію для забезпечення освітленням, опаленням та гарячою водою. У майбутньому планується встановлення сонячних батарей на курниках. На Миронівському заводі з виробництва зерна та комбікормів також є ТЕС, яка працює на біопаливі: стручках соняшнику з олійних заводів, які дають змогу забезпечувати процеси парової техніки та потреби бізнесу без використання газу. У 2017 році Миронівський хлібопродукт разом із Radar Tech та Agrohub започаткував програму MHP Accelerator, яка спрямована на пошук, розвиток та інтеграцію інноваційних проектів в аграрному секторі [19].

Компанія «Сварог Вест Груп» показує значні результати у впровадженні елементів Індустрії 4.0 у свою діяльність. До складу компанії входять три компанії, які розробляють та впроваджують інноваційні рішення. У 2016 році компанія та її американські партнери створили платформу Live AG, основним продуктом якої є технологія точного землеробства: систему «Агро», за допомогою якої можна керувати онлайн-агробізнесом. Система дозволяє збирати дані за допомогою датчиків і трекерів, встановлених на пристроях, і безпосередньо передавати інформацію власнику.

Корпорація також володіє A3 Tech, виробником інноваційної сільськогосподарської техніки. У 2016 році група заснувала дослідницьку фірму Genetic Plant Cells, яка стимулює гени рослин для розвитку органів-цільових, тобто компанія «навчилася» підвищувати врожайність зернових на 30% [19].

Окрім використання українськими агрокомпаніями у своїй діяльності закордонних інновацій, українські компанії та науковці активно розробляють та впроваджують перспективні рішення для аграрного сектору на основі елементів Індустрії 4.0 (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 - Інноваційні проекти в аграрному секторі України

|  |  |
| --- | --- |
| Назва проекту | Характеристика |
| Bitrek | Компанія НВП «Дискові системи» виробник обладнання для GPS моніторингу та контролю транспортування, яке запобігає крадіжці зерна. |
| Skok Agro | Виробництво приладів для вимірювання вологості ґрунту та температури повітря, швидкості та напрямку вітру. Зібрані дані оцифруються та відображаються в режимі реального часу в електронному кабінеті агронома. Основні споживачі: Кернел, Укрпромінвест-Агро, а також імпортери: Австралія, Канада, Нідерланди, Молдова, Німеччина, Польща. |
| AgriEye | Супутникова платформа, БПЛА, генерує та аналізує дані, зібрані з полів, і надає агрономам поради щодо наступних кроків. |
| Kray Technologies | Агродрони для пестицидів і добрив. Компанія виконує замовлення для фермерів у США та Канаді. |
| SoilLines | Аналізатор ґрунту, який надає інформацію про хімічний склад ґрунту та допомагає визначити, якими елементами необхідно удобрювати. |
| Drone.ua | Виробництво безпілотних літальних апаратів для агромоніторингу, створення польових карт, карт підстилки, диференціальних карт внесення добрив. |
| GlobalGIS | Компанія розробляє та впроваджує геоінформаційні системи та технології, дані дистанційного зондування. Основники клієнтами компанії є МХП, «Індустріальна молочна компанія», «Баришівська зернова компанія», «Зелена долина», «Кусто Агро». |
| AgriLab | Агроконсалтингова компанія AgriLab, яка розробляє комплексні рішення для підвищення ефективності сільськогосподарських підприємств (технологічні навички та діагностика території, розробка технологічних карт, модернізація сільськогосподарської техніки, системи контролю якості дистанційних процесів. |

Вітчизняні технології розробників цікавлять як національних, так і зарубіжних партнерів, оскільки вони не тільки знижують витрати, ефективно використовують ресурси, підвищують прибуток, автоматизують і контролюють виробничі процеси в компаніях, але й дешевші за світові аналоги.

2.2. Організаційно-економічна характеристика підприємства ПСП «Лендфорт Азов»

Дослідження організаційно-економічного стану приватного сільськогосподарського підприємства «Лендфорт Азов» (далі ПСП «Лендфорт Азов»), як типового сільськогосподарське підприємства Запорізької області.

Таблиця 2.5 − Загальні відомості про ПСП «Лендфорт Азов»

|  |  |
| --- | --- |
| Юридичний статус | Приватне сільськогосподарське підприємство «Лендфорт Азов» |
| Місце реєстрації | Україна, 71162, Запорізька обл., Бердянський р-н, село Новопетрівка, вулиця Центральна, будинок 40. |
| Код ЄДРПОУ | 25223209 |
| Сайт | https://landfort.ua/farms/landfort-azov |
| Адреса електронної пошти: | [azov@landfort.ua](mailto:azov@landfort.ua) |
| Дата реєстрації | 05.01.1998р. |
| Керівник | Очаков Ігор Олександрович |
| Співробітництво | Приєдналось до холдингу LANDFORT в 2018 році |
| Діяльність підприємства | Основний:  01.11 Вирощування зернових та технічних культур.  01.41 Розведення молочних порід худоби.  01.42 Розведення інших порід великої рогатої худоби та буйволів.  01.61 Допоміжні види діяльності у галузі вирощування сільськогосподарських культур. |
| Одиниць техніки | 25 одиниц |
| Кількість земель | 8994 га |
| Кількість співробітників | 393 особи |

Досліджуване підприємство засноване у 1998 році на колективній формі власності, зокрема, шляхом об’єднання земельних та майнових паїв громадян. ПСП «Лендфорт Азов» – гордість LANDFORT. Сільгосппідприємство приєдналось до холдингу LANDFORT в 2018 році, та вже сьогодні показує одні з кращих виробничих результатів. Господарство знаходиться в зоні ризикового землеробства, проте, завдяки плідній праці співробітників, показує високу ефективність виробництва.

Метою діяльності товариства є здійснення господарської діяльності з вирощування, переробки та реалізації сільськогосподарської продукції, спрямованої на отримання прибутку, а також на задоволення соціально-економічних інтересів учасників господарства.

Структура управління сільськогосподарським підприємством організована за лінійно-функціональним принципом, тобто в процесі управління дотримуються лінійної підпорядкованості, а управління виробничими підрозділами здійснюється на функціональній основі. Така організація управління бізнесом дозволяє максимально ефективно управляти виробничою системою.

Рельєф території товариства переважно рівнинний. Підприємство має 8994 га обробних земель, з яких 100% ріллі. Якісна оцінка сільськогосподарських угідь 65 балів (у балах за агрохімічними показниками), середній розмір полів 70-90 га; вміст гумусу – 45; товщина гумусового шару - 33-37 см. РН ґрунту нейтральний, слабокислий – 5,9; жодне з полів за період діяльності компанії не вапнувалось і не гіпсувалось, і на той час таких робіт не потребує. Найпоширеніші ґрунти - чорнозем типовий малогумусний, твердий суглинок; вміст мікроелементів у ґрунті середній. Характеристики ґрунтових умов свідчать про сприятливі умови для ефективного вирощування сільськогосподарської продукції.

Сільськогосподарське природокористування основано на використанні земельного фонду, насамперед сільськогосподарських угідь, структура яких впливає на спеціалізацію сільськогосподарського виробництва підприємства. Отже, проаналізуємо динаміку розміру та ефективності використання сільськогосподарських угідь ПСП «Лендфорт Азов» в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6 - Аналіз складу та забезпеченість земельними угіддями ПСП «Лендфорт Азов»

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показник |  |  | Роки |  |  | 2020 у % до 2016 р. |
| 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Площа сільськогосподарських угідь, га | 8473 | 8400 | 8407 | 8750 | 8994 | 106,1 |
| Розораності земель, % | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | - |
| Освоєння земель для сільськогосподарського виробництва, % | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | - |
| Припадає на 1 робітника сільськогосподарських угідь, га | 23 | 22 | 21 | 23 | 20 | 86,9 |

При аналізі динаміки використання земель ПСП «Ландфорт Азов» слід зазначити, що у 2020 році порівняно з 2016 роком приріст сільськогосподарських площ значно зміниться на 6,1% або 521 га. за рахунок пайових внесків малих фермерських господарств. Обсяг розораності становив 100%, як і ступінь освоєння ґрунту для сільськогосподарського виробництва.

Поліпшення фінансово-економічного становища сільськогосподарського виробництва неможливе без підготовки, ефективного та раціонального використання робочої сили. Для ефективного функціонування окремої компанії та економіки регіону в цілому необхідно приділяти велику увагу людському фактору. Зокрема, оцінити безпеку та ефективність використання трудових ресурсів, звертаючи особливу увагу на методи стимулювання та визначення найефективніших форм мотивації праці для підвищення інтересу працівників до підприємства (табл. 2.7).

Таблиця 2.7 - Аналіз забезпеченості та ефективності використання трудових ресурсів ПСП «Ландфорт Азов»

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показники |  |  | Роки |  |  | відхилення  2020 р. до 2016 р. | |
| 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | +,- | % |
| Чисельність працівників, осіб. | 370 | 384 | 362 | 363 | 393 | 23 | 106,2 |
| Чисельність працюючих, зайнятих у сільськогосподарському виробництві, осіб. | 345 | 358 | 338 | 339 | 360 | 15 | 104,3 |
| з них зайняті:  у рослинництві  у тваринництві | 161  184 | 147  211 | 131  207 | 133  206 | 165  195 | 4  11 | 102,5  106,0 |
| Виробництво валової продукції у постійних цінах 2020 р. на 1 працівника, тис. грн. | 1990,8 | 1870,6 | 2100,6 | 2490,5 | 3230,3 | 1230,5 | 161,8 |
| Прибуток на 1 працівника, тис. грн. | 170,5 | 60,4 | 280,5 | 240,2 | 340,4 | 160,9 | 196,6 |
| Витрати на оплату праці, тис. грн. | 7452,0 | 9025,0 | 7457,0 | 12921,0 | 16316,0 | 8864,0 | 218,9 |
| Середньомісячна заробітна плата 1 працівника, грн. | 4304,2 | 5650,5 | 6373,6 | 7095,6 | 8618,4 | 4314,2 | 200,2 |

Середньорічна чисельність працівників ПСП «Ландфорт Азов» у 2020 році зросла на 6,2% або на 23 працівники порівняно з 2016 роком. Зокрема, за рахунок збільшення чисельності безпосередньо зайнятих у сільськогосподарському виробництві на 15 осіб, кількість працівників працівників у сільськогосподарському виробництві збільшилося на 4 особи, у тваринництві – на 11 осіб. Збільшення чисельності працівників, зайнятих у сільськогосподарському виробництві, збільшило навантаження на одного робітника як на сільськогосподарських угіддях, так і на ріллі. Ефективність використання трудових ресурсів досліджуваного підприємства за 2016-2020 роки в цілому зросла, за рахунок збільшення валової продукції на одного працівника на 61,8%, при цьому заробіток на одного працівника зріс зі 170,5 тис. грн. у 2016 році до 340,4 тис. грн. У 2020 році фонд заробітної плати ПСП «Ландфорт Азов» збільшився більш ніж вдвічі, або на 8 864 тис. грн., що збільшило середньомісячну заробітну плату працівника на 4 314,2 грн. Або у 2 рази.

Спеціалізація та розміщення тісно пов’язані. Спеціалізація — це якісна локалізація, характерна для сільського господарства, вона трактується як виробнича зона, розгалужена структура окремого підприємства, району, області, регіони, вказує на його провідні галузі. Локалізація сільського господарства відображає кількісну сторону спеціалізації і показує, скільки і якої товарної продукції виробляють окремі суб'єкти сільськогосподарського виробництва. Вибір спеціалізації компанії має базуватися на дослідженні ринку та аналізі дистанції ринку з урахуванням якості дороги та вартості палива на доставку. Виробникам сировини корисно розвивати ті галузі, продукція яких є сировиною для місцевих переробних підприємств.

Розберемо напрямок виробництва та ступінь спеціалізації ПСП «Ландфорт Азов» у таблиці 2.3 за відповідною формулою:

 2.1

де:

*ПВі* – питома вага *і* – го виду товарної продукції в загальному її об’ємі;

*і* – порядковий номер окремих видів продукції за їх питомою вагою у ранжированому ряді.

При цьому показник структури товарної продукції та ступеня спеціалізації визначає виробництво провідної галузі, а коефіцієнт концентрації сировини галузей вказує на ступінь спеціалізації сільськогосподарських підприємств на основі всіх сировинних галузей. Отже, коефіцієнт спеціалізації ПСП «Ландфорт Азов» становить 0,22, що свідчить про середній ступінь спеціалізації. Перше місце за часткою товарної продукції в середньому за 2016-2020 роки займає виробництво молока 34,4%, друге – соняшник 27,4%, третє – кукурудза 14,0%, четверте – пшениця 8,4%.

Таблиця 2.8 – Сільськогосподарська спеціалізація ПСП «Ландфорт Азов»

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Назва продукції | Вартість товарної продукції, тис. грн. | | | | | Питома  вага (*ПВі*) | Порядковий номер (*і*) |
| 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Рослинництво всього: | 13747,6 | 14975,4 | 27198,0 | 37173,1 | 38153,3 | 56,3 | - |
| гречка | 74,1 | 50,3 | - | - | - | 0,1 | 12 |
| соя | - | - | - | 250,0 | - | 0,5 | 10 |
| горох | 494,2 | - | 744,0 | 4048,9 | - | 3,8 | 7 |
| ячмінь | 624,1 | 780,4 | 2867,0 | 678,3 | 4229,7 | 3,9 | 6 |
| пшениця | 4019,9 | 4956,2 | 5527,0 | 3584,5 | 1602,5 | 8,4 | 4 |
| кукурудза на зерно | 1076,1 | 1975,3 | 8724,0 | 11868,0 | 8923,3 | 14,0 | 3 |
| соняшник | 7411,5 | 7123,8 | 9224,0 | 16667,4 | 23397,8 | 27,4 | 2 |
| Тваринництво всього: | 12901,0 | 14973,4 | 18892,0 | 23703,2 | 31508,5 | 43,7 | - |
| м’ясо птиці | 84,5 | 94,6 | - | 51,4 | 355,4 | 0,3 | 11 |
| яйця курячі | 206,2 | 248,6 | 597,0 | 875,4 | 891,6 | 1,2 | 9 |
| м’ясо свиней | 702,2 | 343,0 | 1593,0 | 1800,5 | 1749,2 | 2,7 | 8 |
| м’ясо великої рогатої худоби | 1407,1 | 3151,3 | 2166,0 | 1863,4 | 2750,5 | 4,9 | 5 |
| молоко | 10262,6 | 10985,9 | 14425,0 | 18790,3 | 25761,8 | 34,4 | 1 |
| Разом по господарству: | 26648,6 | 29948,8 | 46090,0 | 60876,3 | 69661,8 | 100,0 | - |

Важливою частиною потенціалу аграрного господарства є його основні та оборотні засоби. Основні засоби підприємства є частиною його матеріальноо-технічної бази, зростання та вдосконалення якої є основною передумовою збільшення обсягів продажів, прибутку та вдосконалення його технічної оснащеності. При цьому важливу роль у підвищенні ефективності використання основних засобів відіграють оборотні кошти. Раціональне співвідношення основних фондів і оборотних фондів в оптимальних розмірах забезпечує підвищення ефективності ведення діяльності підприємства в галузі сільського господарства (табл. 2.9).

Таблиця 2.9 – Аналіз основних і оборотних засобів ПСП «Ландфорт Азов»

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показники | Роки | | | | | відхилення  2020 р. до 2016 р. | |
| 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | +,- | % |
| Основні засобів на кінець року, тис. грн. | 10581 | 11668 | 17098 | 26151 | 41869 | 31288,0 | 395,7 |
| у т. ч.: споруди, будинки та передавальні пристрої | 2244,0 | 2244,0 | 2234,0 | 2234,0 | 8324,0 | 6080,0 | 370,9 |
| транспортні засоби | 600,0 | 700,0 | 1190,0 | 1890,0 | 1229,0 | 629,0 | 204,8 |
| прилади, інвентар та інструменти | 470,0 | 499,0 | 545,0 | 595,0 | 594,0 | 124,0 | 126,4 |
| обладнання та машини | 7250,0 | 8208,0 | 13112 | 21415 | 31705 | 24455,0 | 437,3 |
| інші основні засоби | 17,0 | 17,0 | 17,0 | 17,0 | 17,0 | 0,0 | 100,0 |
| Оборотні засоби на кінець року, тис. грн | 17524 | 19527 | 29076 | 28043 | 44092 | 26568,0 | 251,6 |
| у т. ч.: запаси виробничі | 7654,0 | 9126,0 | 13434 | 14136 | 8469,0 | 815,0 | 110,6 |
| тварини | 4840,0 | 5000,0 | 6218,0 | 6134,0 | 6617,0 | 1777,0 | 136,7 |
| заборгованість дебіторська | 1773,0 | 1693,0 | 4690,0 | 3321,0 | 5503,0 | 3730,0 | 310,4 |
| продукція готова | 19,0 | 26,0 | 48,0 | 38,0 | 17996 | 17977,0 | 94715,8 |
| незавершене виробництво | 2600,0 | 2834,0 | 3096,0 | 2815,0 | 2722,0 | 122,0 | 104,7 |
| грошові кошти | 325,0 | 632,0 | 802,0 | 1225,0 | 1537,0 | 1212,0 | 472,9 |
| товари | 23,0 | 28,0 | 64,0 | - | - | - | - |
| інші оборотні активи | 290,0 | 188,0 | 724,0 | 374,0 | 29,0 | -261,0 | 10,0 |

Аналізуючи дані таблиці 2.9, можна побачити позитивну тенденцію щодо збільшення пропозиції основних та оборотних засобів ПСП «Ландфорт Азов». Безумовно позитивними змінами є збільшення наявності матеріальних цінностей у 2020 році порівняно з 2016 роком на 295,7%, між машинами та обладнанням на 337,3%, будівлями, спорудами та транспортними засобами на 270,9%, транспортними засобами на 104,8%, інструментами, пристроями, інвентарю 26,4%. Вартість оборотних коштів за досліджуваний період також зросла з 17524 тис. грн. у 2016 році до 44 092 тис. грн. у 2020 році та збільшення готової продукції на 17977 тис. грн., кредитів на 3730 тис. грн., собівартості худоби на 1777,0 тис. грн., готівки на 1212 тис. грн., виробничих запасів на 815,0 тис. грн. і незавершеного виробництва на122,0 тис. грн.

Таблиця 2.10 – Аналіз ефективності використання основних і оборотних засобів ПСП «Ландфорт Азов»

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показники | Роки | | | | | відхилення  2020 р. до 2016 р. | |
| 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | +,- | % |
| Фондомісткість, грн. | 0,34 | 0,34 | 0,30 | 0,37 | 0,52 | 0,2 | 153,0 |
| Фондозабезпеченість, тис. грн | 258,0 | 277,7 | 448,3 | 657,9 | 1053,3 | 795,3 | 408,2 |
| Норма прибутку, % | 16,3 | 6,0 | 16,4 | 11,9 | -4,1 | -20,4 | х |
| Фондоозброєність, тис. грн. | 39,3 | 41,1 | 65,3 | 99,5 | 173,0 | 133,8 | 440,7 |
| Фондорентабельність, % | 43,4 | 15,9 | 44,3 | 24,7 | -8,3 | -51,8 | х |
| Фондовіддача, грн. | 2,96 | 2,95 | 3,34 | 2,73 | 1,94 | -1,0 | 65,4 |

Ефективність використання основних засобів та оборотних коштів підприємства, що досліджується, демонструє негативну тенденцію. Зокрема, рентабельність інвестицій у 2020 році зменшилася на 34,6% порівняно з 2016 роком, прибуток – на 20,4%, а рентабельність інвестицій – на 51,8%.

Загальний результат діяльності підприємства оцінюється за ступенем ефективності його господарської діяльності: загального прибутку на одиницю ресурсу. Прибутковість підприємства залежить від того, якою мірою відбувається фінансова віддача ресурсів і рентабельність у процесі калькулювання собівартості. Щоб висловити думку про ефективність господарювання, прибуток необхідно порівняти з понесеними витратами або з товарами, які породжують бізнес (табл. 2.11).

Таблиця 2.11 - Динаміка показників ефективності сільськогосподарського виробництва ПСП «Ландфорт Азов»

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показники | Роки | | | | | відхилення  2020 р. до 2016 р. | |
| 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | +,- | % |
| Собівартість реалізованої продукції, тис. грн | 24903,8 | 28702,5 | 38098,0 | 54451,6 | 69301,5 | 44397,7 | 278,3 |
| у т. ч.: тваринництва | 14579,6 | 17462,7 | 21560,0 | 26538,6 | 36319,3 | 21739,7 | 249,1 |
| рослинництва | 10169,4 | 11016,4 | 16191,0 | 27301,0 | 31925,9 | 21756,5 | 313,9 |
| інша продукція, роботи та послуги | 154,8 | 223,4 | 347,0 | 612,0 | 1056,3 | 901,5 | 682,4 |
| Вартість валової продукції, тис. грн | 31337,6 | 34379,8 | 57022,3 | 71498,6 | 81037,4 | 49699,8 | 258,6 |
| у т. ч.: рослинництва | 17649,7 | 19045,2 | 36783,8 | 46195,0 | 46412,3 | 28762,6 | 263,0 |
| тваринництва | 13687,9 | 15334,7 | 20238,5 | 25303,7 | 34625,1 | 20937,2 | 253,0 |
| Валовий доход. всього, тис. грн | 26796,7 | 30164,1 | 46411,0 | 61380,3 | 74799,0 | 48002,3 | 279,1 |
| у т. ч.: рослинництва | 13747,6 | 14975,4 | 27198,0 | 37173,1 | 42481,0 | 28733,4 | 309,0 |
| тваринництва | 12901,0 | 14973,4 | 18892,0 | 23703,2 | 31928,5 | 19027,5 | 247,5 |
| інша продукція, роботи та послуги | 148,1 | 215,3 | 321,0 | 504,0 | 389,5 | 241,4 | 263,0 |
| Прибуток (збиток), всього, тис. грн | 1892,9 | 1461,6 | 8313,0 | 6928,7 | 5497,5 | 3604,6 | 290,4 |
| у т. ч.: рослинництва | 3578,2 | 3959,0 | 11007,0 | 9872,1 | 10555,1 | 6976,9 | 295,0 |
| тваринництва | -1678,6 | -2489,3 | -2668,0 | -2835,4 | -4390,8 | -2712,2 | х |
| інша продукція, роботи та послуги | -6,7 | -8,1 | -26,0 | -108,0 | -666,8 | -660,1 | х |
| Рівень рентабельності, % | 7,6 | 5,1 | 21,8 | 12,7 | 7,9 | 0,3 | х |
| у т. ч.: рослинництва | 35,2 | 35,9 | 68,0 | 36,2 | 33,1 | -2,1 | х |
| тваринництва | -11,5 | -14,3 | -12,4 | -10,7 | -12,1 | -0,6 | х |
| інша продукція, роботи та послуги | -4,3 | -3,6 | -7,5 | -17,6 | -63,1 | -58,8 | х |

Дані, наведені в таблиці 2.11, свідчать про підвищення ефективності виробництва на ПСП «Ландфорт Азов». Позитивна динаміка спостерігається при зростанні вартості валової продукції як у поточних цінах на 158,6%, так і в постійних цінах на 10,9%. Валовий дохід підприємства у 2020 році зріс на 48002,3 ​​тис.грн. або на 179,1% порівняно з 2016 роком, у тому числі сільськогосподарського виробництва на 28733,4 тис.грн. або 209,0%, у тваринництві на 19,027,5 тис.грн., або на 147,5%.

Прибуток зріс з 1892,9 тис. грн. у 2016 році до 5497,5 тис. грн. у 2020 році, тоді як рівень рентабельності зріс з 7,6% до 7,9%. Зокрема, прибутком підприємства було виробництво сільськогосподарської продукції, рівень рентабельності у 2020 році становив 33,1%, а продукція тваринництва була збитковою за весь період дослідження.

Тому ПСП «Ландфорт Азов» має вигідне географічне розташування, значний ресурсний потенціал для розвитку сільськогосподарського виробництва та тваринництва.

2.3 Аналіз управління імпортною діяльністю підприємства ПСП «Лендфорт Азов»

ПСП «Лендфорт Азов» вивчає кон'юнктуру ринку, постачальників і клієнтів, використовує набутий досвід, власну мережу збуту, статистику, маркетинг і консалтингову компанію та використовує зібрану інформацію для стратегічного планування, планування виробництва, експортної та імпортної діяльності.

Планування імпортної діяльності здійснюється в поєднанні з зусиллями відділів зовнішньої торгівлі, логістики, збуту та маркетингу, складського господарства. Планування імпортних закупівель здійснюється на один рік і за всіма номенклатурами придбаних складських позицій (добрива, сировина, матеріали та інші товари, номенклатура закуплених товарів включає такі групи: добрива, сировина, обладнання, допоміжні матеріали, запасні запчастини, інші товари для особистого користування підприємства (більше 30 позицій).

Предмет зовнішньоекономічної діяльності ПСП «Ландфорт Азов»:

- імпорт готової продукції (добрив) та матеріалів для їх виготовлення;

- виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарювання;

- розрахункові операції з іноземними суб’єктами господарювання тощо.

Фактично на міжнародному ринку здійснює закупівлю відділ зовнішньоекономічної діяльності. Цей відділ працює з 4 основними імпортними постачальниками добрив, а саме:

* «PotashCorp» (Канада)
* «Білоруськалій» (Білорусь);
* «Sinochem» (Китай) ;
* «Arab Fertilizer and Chemicals Company» (AFCCO) (Єгипет).

Рисунок 2.3. Структура розподілу іноземних та місцевих постачальників добрив на ПСП «Лендфорт Азов» за 2020 р.

Кожна компанія-постачальник дуже важлива для ПСП «Лендфорт Азов», оскільки кожна з них була ретельно проаналізована та досліджена фахівцями відділу зовнішньоекономічної діяльності компанії. Компанії тривалий час співпрацюють на довірчій та дружній основі. Розглянемо частку іноземних та місцевих постачальників добрив у структурі розподілу закупівель ПСП «Лендфорт Азов» на рис.2.3.

Розглянемо більш конкретно кожного постачальника для розуміння закупівельної імпортної політики ПСП «Лендфорт Азов».

«PotashCorp» – канадський постачальник добрив. До сильних сторін можна віднести такі фактори:

* швидкі терміни виробництва при умові регулярних закупівель;
* повний асортиментний діапазон;
* можливість виробництва по хімічному складу замовника;
* високий рівень якості.

Слабкою стороною постачальника «PotashCorp» можна вважати велику територіальну дистанцію від ПСП «Лендфорт Азов».

«Arab Fertilizer and Chemicals Company» – єгипетський постачальник, який являється стабільним партнером. Представництва даного підприємства знаходяться в таких країнах: Великобританія, Німеччина, Франція, Іспанія, Туреччина, США, Бразилія, Корея, Китай. «Arab Fertilizer and Chemicals Company» займає 3 місце по виробництву фосфорних добрив в світі – 5%, і одночасно займає 1 місце в Африці – 60%.

До переваг можна віднести такі фактори:

* можливість виробництва добрив по технічній специфікації замовника, що є досить незвичною практикою на сьогодні;
* виробництво азотних, фосфорних, калійних добрив;
* висока якість добрив.

Що стосується недоліків, то тут необхідно відзначити:

* довгий термін виготовлення;
* відносно висока ціна.

«Sinochem» – китайський виробник добрив. Виробник азотних, фосфорних, калійних добрив.

Даний постачальник відрізняється такими позитивними якостями:

* можливість фіксування ціни при розміщенні замовлення;
* досить гнучка цінова політика;
* відносно незначні терміни виробництва (6-8 робочих тижнів).

Але проблема складається в досить великій територіальній дистанції від ПСП «Лендфорт Азов».

«Білоруськалій» – білоруський постачальник. Являється одним з найпотужніших партнерів в області імпортної закупівлі добрив. 42 % від загального обсягу замовлення припадає саме на нього.

Що стосується його привабливих сторін, то є все необхідне : і необхідний асортимент, і всі технічні умови, а також низькі ціни. Але існує 2 важливі фактори, які заважають співпрацювати більш тісніше:

* відсутність високої якості;
* наявність доволі частих дефектів.

Досить складно визначити найбільш привабливого постачальника, оскільки кожен з них має свої переваги та недоліки. Для більш повного аналізу розглянемо закупівлю певного виду добрив (карбаміду) на ринках кожного з зарубіжних партнерів.

Для прикладу варто використати один із найбільш розповсюджених та широко вживаних видів добрив - карбамід.

Для більш точного розуміння розглянемо таблицю 2.12.

Приймаючи рішення про розміщення замовлення імпорту карбаміду були враховані усі фактори: ціна, якість, умови оплати, термін виготовлення, витрати на транспорт і таке інше.

Рішення щодо закупівлі на певному ринку приймається відділом зовнішньоекономічної діяльності. Зазвичай, рішення приймається виходячи з потреб. У разі негайного виконання замовлення обиратиють з трьох компаній («Sinochem», «Arab Fertilizer and Chemicals Company», «PotashCorp»), оскільки їх терміни виконання замовлення є найбільш швидкими, але варто звернути увагу на вартість.

Таблиця 2.12 - Аналіз умов імпртної закупівлі карбаміду ПСП «Лендфорт Азов»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | «Білоруськалій» | «Sinochem» | «Arab Fertilizer and Chemicals Company» | «PotashCorp» |
| Ціна, долл. США/т. | 1040 | 1000 | 980 | 1005 |
| Термін виготовлення | 30 дн. | 15-20дн. | 20 дн. | 20 дн. |
| Умови оплати | 90 дн. після дати коносаменту | 30 дн. від дати коносаменту | Передоплата 100% | 60 дн. від дати коносаменту |
| Якість (1-5) | 3 | 5 | 4 | 5 |
| Витрати на транспорт, долл. США/т. | 68 | 180 | 182 | 172 |
| Загальна ціна, долл. США/т. | 1108 | 1180 | 1162 | 1178 |

У разі досить нестабільного економічного положення обирають білоруського постачальника «Білоруськалій». Це пов’язано:

* досить низький рівень цін;
* можливість оплати замовлення – 90 днів від дати коносаменту.

Таким чином, кожна з пропозицій має свої переваги та недоліки. Рішення щодо розміщення імпортного замовлення карбаміду приймається в залежності від того, що стоїть в прерогативі у ПСП «Лендфорт Азов».

РОЗДІЛ 3

ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ПСП «ЛЕНДФОРТ АЗОВ» В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0

3.1 Підвищення ефективності управління імпортною діяльністю ПСП «Лендфорт Азов» за допомогою вдосконалення імпортної стратегії підприємства

Для того, щоб визначити розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства та покращити його фінансово-економічні показники, необхідно насамперед визначити види зовнішньоекономічної діяльності, а саме перелік зовнішньоекономічних операцій в Україні, умови та порядок здійснення зовнішньоекономічної діяльності, перелік товарів (послуг), заборонених до ввезення та вивезення, встановлюється законом.

Імпорт - придбання (у тому числі безготівкового розрахунку) українськими зовнішньоекономічними підприємствами іноземних суб'єктів господарювання товарів (будівельних робіт, послуг) з ввезенням на територію України таких товарів (будівельних робіт, послуг) або без нього, у тому числі придбання товарів для особистих цілей, а також споживання українськими установами та організаціями за її межами. Реімпорт - це митний режим, при якому товари походженням з України та вивезені з митної території України відповідно до митного режиму експорту вводяться для вільного обігу на митну територію України у визначений строк.

Управління імпортними операціями підприємства ПСП «Лендфорт Азов» здійснюється з урахуванням результатів аналізу ринкової ситуації та тенденцій, а також з урахуванням ймовірної реакції ринку на управлінські рішення [3].

За результатами аналізу управління імпортною діяльністю підприємства ПСП «Лендфорт Азов» необхідно сформувати рекомендації щодо вдосконалення імпортної діяльності на основі дослідження основних напрямків розвитку з урахуванням наявного ресурсного потенціалу підприємств.

В основі міжнародної діяльності у зовнішній торгівлі лежить велика кількість стратегічних рішень менеджерів різних рівнів підприємства ПСП «Лендфорт Азов». Ефективне управління імпортною діяльністю підприємства ПСП «Лендфорт Азов» передбачає організацію низки необхідних заходів, серед яких:

- забезпечення реалізації загальної стратегії таким чином, щоб стратегічні цілі компанії поступово досягалися на рівні поточної діяльності компанії;

- висвітлення всіх ключових аспектів, що стосуються здійснення зовнішньоекономічної діяльності компанії;

- орієнтація на успішне здійснення імпортної діяльності;

- забезпечення відповідність процесам, що відбуваються в компанії, її загальному стратегічному напряму розвитку, як зовні, так і всередині.

У процесі розробки імпортної стратегії ПСП «Лендфорт Азов» визначаються такі основні кроки:

- визначення місії та цілей компанії;

- оцінка зовнішніх і внутрішніх факторів за допомогою відповідних інструментів;

- оцінка потенціалу компанії;

- розробка та оцінка імпортних альтернатив;

- вибір стратегії імпорту;

- реалізація імпортної стратегії підприємства на зовнішньому ринку.

Управління імпортними операціями ПСП «Лендфорт Азов» включає розробку програм і бізнес-планів для контролю за їх виконанням, а також аналіз, облік та оцінку ефективності самої стратегії. Одним із завершальних етапів імпорту є стратегічний контроль. Він призначений для виявлення помилок, сильних і слабких сторін на різних етапах формування стратегії та координації діяльності таким чином, щоб була виправлена ​​ситуація, яка не відповідає стратегічним орієнтирам компанії. Тому необхідно дати зворотній зв’язок.

Процес проведення імпортних операцій компанії ПСП «Лендфорт Азов» при імпорті в Україну має бути оптимізований з метою покращення її позицій на зовнішньому та внутрішньому ринках.

За останні кілька десятиліть українська економіка зазнала значних змін у зв’язку з досягненням економічної самостійності та переходом до соціально орієнтованої ринкової економіки. Інтеграція України у світовий економічний простір та економічна незалежність компаній створюють сприятливі умови для ефективної зовнішньоекономічної діяльності, у тому числі імпортної. Це пов’язано з тим, що зростає вибір ділових партнерів і значно зріс асортимент продукції, необхідної для виробничого процесу. Крім того, сильна конкуренція між вітчизняними та іноземними постачальниками є стимулом для покращення економічних та техніко-технологічних властивостей.

Ефективна імпортна політика ПСП «Лендфорт Азов» також допомагає компанії модернізувати застаріле обладнання та впроваджувати нове та більш досконале обладнання. Ця важлива імпортна політика є невід’ємною частиною національної безпеки держави. Імпорт мало переваг як для приватних, так і для промислових споживачів, а також для країни в цілому.

До них належать: доступ до кращих і дешевших товарів і сировини; наповнення внутрішнього ринку товарами, які є дефіцитними або які навіть не виробляються на території країни-імпортера; посилення конкуренції та стимулювання за рахунок цієї оптимізації, збільшення виробництва на національній території; встановлення постійних виробничих відносин з іноземними партнерами для виробничої співпраці; розвиток нових технологій шляхом імпорту наукомістких товарів [2].

Імпортна політика держави, у свою чергу, має бути спрямована на регулювання імпорту з метою захисту внутрішнього ринку від надмірної іноземної конкуренції та задоволення його потреб іноземними товарами.

Управління імпортними операціями підприємства ПСП «Лендфорт Азов» здійснюється з урахуванням результатів аналізу ситуації та тенденцій ринку, а також з урахуванням ймовірної реакції ринку на управлінські рішення.

Основними завданнями вдосконалення управління імпортним бізнесом підприємства ПСП «Лендфорт Азов» є:

- вивчення особливостей зовнішнього ринку;

- аналіз потенційних ринкових можливостей;

- аналіз розподілу часток ринку між компаніями;

- аналіз специфіки збутової діяльності;

- дослідження конкуруючих продуктів;

- короткостроковий і довгостроковий прогноз;

- вивчення реакції конкурентів на зміну кон'юнктури ринку;

- формування цінової політики на зовнішніх ринках.

За результатами аналізу управління імпортною діяльністю підприємства необхідно сформувати рекомендації щодо вдосконалення імпортної діяльності на основі дослідження основних напрямків розвитку з урахуванням наявного ресурсного потенціалу підприємств.

Аналізуючи існуючу стратегію імпорту на підприємстві ПСП «Лендфорт Азов», необхідно оцінити її ефективність та доцільність з точки зору здатності створювати стійкі конкурентні переваги для підприємства та отримувати додатковий прибуток. В основі міжнародної діяльності з питань зовнішньої торгівлі лежать численні стратегічні рішення керівників різних рівнів.

Для успішної реалізації імпортної стратегії ПСП «Лендфорт Азов» необхідно:

- ефективно інформувати співробітників про стратегічний напрямок компанії, щоб забезпечити розуміння та підтримку в реалізації стратегії;

- своєчасне, систематичне, повне та раціональне забезпечення стратегії необхідними ресурсами в належній якості та кількості;

- формування стратегічного плану дій, що складається з конкретних цілей і завдань, вміння визначити досягнення кожної визначеної мети.

Процес реалізації стратегії базується на припущенні, що керівництво компанії ПСП «Лендфорт Азов» виконує покладені на нього функції на кожному рівні управління. При аналізі ефективності імпортної стратегії доцільно: оцінити імпортні витрати на реалізацію стратегії; розрахувати чистий дохід (виручку) від реалізації імпортної продукції; оцінити економічну ефективність основних показників зовнішньоекономічної діяльності підприємства; оцінити ефективність основних показників прибутковості підприємства; оцінити економічні результати діяльності; оцінка ступеня ризику при здійсненні імпортної діяльності.

Висновки. Тому, коли компанії виходять на зовнішній ринок та здійснюють імпортний бізнес, необхідно розвивати та впроваджувати такий імпортний бізнес, який дає їм змогу отримати вигоду від продажу товарів на внутрішньому ринку або задовольнити попит на товари/послуги. Питання підвищення ефективності імпортної діяльності підприємства слід розглядати разом із визначенням основних стратегічних орієнтирів підприємства та оцінкою його спроможності реалізувати обрану імпортну стратегію.

3.2. Впровадження цирових технологій індустрії 4.0 в діяльність сільськогосподарського підприємства ПСП «Лендфорт Азов»

Індустрія 4.0 — це оновлена ​​концепція «розумного виробництва», що ототожнюється з «четвертою промисловою революцією» та появою кібер-фізичних систем. Industry 4.0 - наступний рівень цифровізації галузей економіки, в якому технології та концепції, такі як Internet of Things - IoT (Інтернет речей), Big Data («великі дані» - великі обсяги інформації), Predictive Analytics – предиктивна аналітика (аналітика даних для створення прогнозів на майбутнє), хмарні та туманні обчислення, машинне навчання, машинна взаємодія, Artificial intelligence - AI (штучний інтелект), робототехніка, 3D-друк, Virtual reality , Augmented Reality , Mixed reality - VR / AR / MR (віртуальна, доповнена та змішана реальність).

Цифровими технологіями, які представляють інноваційні тенденції в сучасному соціально-економічному середовищі, можна назвати: Blockchain, BioTech, NanoTech, RetailTech, FinTech, LegalTech, InsurTech, GovTech, koboty, Big Data, Quantum Tech (квантові технології, квантове зв’язування тощо), біометричні технології, технології ідентифікації тощо.

Важливими для розвитку цифрової економіки є м’які цифрові інфраструктури, якими не варто нехтувати, зокрема інфраструктура ідентифікації та довіри, відкриті дані, інтероперабельність, онлайн-взаємодія суб’єктів господарювання, засоби існування (медицина, освіта, громадська безпека, транспорт тощо), географічна інформація та промислові цифрові інфраструктури.

Особливу увагу слід приділити широкосмуговому доступу до Інтернету в сільській місцевості, який долає цифровий розрив і додатково стимулює розвиток і добробут сільського населення. Цифровізація сіл також сприятиме розвитку сільського господарства, створенню робочих місць та зменшенню міграції відтоку сільського населення до міст [4].

Двигуном цифрової економіки є людський капітал, тобто знання, таланти, навички, здібності, досвід, інтелект людей. Уміння використовувати цифрові технології в роботі поступово стає необхідним для більшості спеціалізацій і професій, тобто послідовним або на різних платформах.

Впровадження концепції цифрових робочих місць включає: перетворення робочих місць державних службовців у цифрові робочі місця; підготувати законодавчі ініціативи для стимулювання використання цифрових робочих місць бізнесом та громадянами.

Важливими завданнями є офіційне визнання міжнародних стандартів, які є визнаною основою індустрії 4.0 (близько 100 стандартів), державна підтримка технічних комітетів, що працюють над стандартами індустрії 4.0, створення механізму сприяння реєстрації винаходів в Україні; Створення механізму державної підтримки патентування національних об'єктів інтелектуальної власності; можливість захисту патентних прав шляхом звернення до спеціалізованих судів; створення механізмів передачі технологій [4].

Розробка національної концепції електронного (цифрового) сільського господарства лежить насамперед у глобальній стратегії цифрового суспільства. Ось найважливіші напрями:

1. розвивати необхідний рівень національного інформаційно-комунікаційного середовища. Ця сфера вимагає аналізу національного ринку цифрових технологій та загального проникнення в інформаційну інфраструктуру та мережу;

2. розширення та підтримку інформаційно-комунікаційних технологій (цифрових) у сільському господарстві та найважливіших національних цільових принципів у сільському господарстві та розвитку електроного сільського господарства;

3. запровадження цифрових технологій у суміжні галузі з сільським господарством, використання високого потенціалу для впровадження цифровізації, що важливо для сільського господарства. Ці галузі — промисловість, транспорт, економіка, менеджмент, фінанси, банківська справа, страхування, вони можуть мати трансформуючий вплив на сільське господарство.

Перехід компанії ПСП «Лендфорт Азов» на електронну сільськогосподарську діяльність може уможливити використання сучасних цифрових технологій, таких як:

- комп’ютери, сервери, веб-сайти, що дозволяють передавати та отримувати інформацію про сільське господарство та ринки сільськогосподарської продукції, сировини тощо;

- різноманітні мобільні пристрої, які допомагають швидко знаходити інформацію, містять підказки, доступ до банківських операцій, інформації про продажі тощо;

- супутники дозволяють приймати оперативні метеорологічні дані, глобальне GPS-позиціонування, дистанційне зондування;

- телефони та засоби зв'язку є інтерактивною системою голосового реагування;

- телекомунікації дають змогу передавати та обмінюватися досвідом, порадами, спілкуванням, розбудовою спільноти та співробітництвом;

- сенсорні мережі допомагають отримувати інформацію в режимі реального часу, мають кращий обсяг або якість даних, підвищують якість прийняття рішень;

- хмарні технології зберігання даних та аналітика дозволяють функціонувати системам точного землеробства, знаходити ефективні ідеї;

- інтернет і широкосмуговий доступ – це обмін знаннями, електронна комерція, соціальні медіа та мережі, електронна спільнота, банківська справа, роздрібна торгівля, торгові платформи.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

У кваліфікаційній роботі магістра було проаналізовано концептуальні засади управління імпортною діяльностю підприємства в умавах індустрії 4.0, що дало змогу оцінити важливість цієї складової у зовнішньоекономічній діяльності підприємства та зробити наступні висновки:

1. Імпорт - (імпорт товарів) - це придбання (у тому числі без грошового розрахунку) суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України іноземними суб'єктами господарської діяльності товарів з ввезенням їх на територію України, у тому числі придбання товарів для власного споживання українськими установами та організаціями за кордоном.

2. Імпортні операції - комерційна діяльність, пов'язана із купівлею та ввезенням в Україну іноземних запасів для подальшої реалізації на внутрішньому ринку або для використання у виробничо-господарській діяльності.

3. Аналіз управління імпортною діяльностю компанії в основному визначається на основі аналізу прибутковості імпортного бізнесу шляхом порівняння доходів і витрат, запланованих заходів та їх виконання. Це також визначає ефективність імпортної діяльності, аналіз частки ринку, підвищення впізнаваності продукту та бренду компанії, збільшення кількості клієнтів та підрядників тощо.

4. Ефективність імпортної діяльності на рівні компанії в основному визначається аналізом рентабельності імпортних операцій шляхом порівняння доходів і витрат, цілей та їх виконання. Ефективність імпортної діяльності визначається також аналізом частки ринку, зростанням популярності бренду і компанії, збільшенням кількості їх покупців і підрядників тощо. Економічне обґрунтування рішень щодо управління імпортною діяльністю компаній може бути прийнято різними способами. У світовій практиці поширений факторний підхід, у центрі уваги якого є пошук факторів, що впливають на ефективність імпорту, і за допомогою математичного інструментарію встановлення зв’язку між виявленими факторами та результатом імпортної діяльності компанії.

5. Підвищення ефективності експортно-імпортних операцій є одним із пріоритетних напрямків розвитку організації. Основним завданням імпорту є зниження собівартості виробництва за рахунок закупівлі та використання дешевої імпортної сировини, збільшуючи тим самим прибуток та підвищення ефективності виробництва.

6. Розглянуто управління імпортною діяльностю та завдяки аналізу ефективності імпортного процесу показано, що логістика та зовнішньоекономічна діяльність тісно пов'язані та відіграють велику взаємодію. Підвищення продуктивності міжнародних логістичних ланцюгів призводить до зниження витрат на одиницю продукції та сприяє розвитку комерційних зв'язків із зарубіжними країнами.

7. Проаналізовано тенденції до покращення доступу сільськогосподарських компаній до передових технологій. Невеликі сільськогосподарські компанії, наприклад, активно використовують у своєму бізнесі квадрокоптери, роботизовані процеси, різні сенсори та датчики, хоча раніше такими технологіями могли користуватися лише великі аграрні компанії. За підрахунками InVenture, лише 10% фермерських господарств в Україні використовують інноваційні технології у своїй діяльності і 20-30% території мають концепцію точного землеробства.

8. Досліджено організаційно-економічний стан приватного сільськогосподарського підприємства «Лендфорт Азов», як типового сільськогосподарське підприємства Запорізької області. Ефективність використання основних засобів та оборотних коштів підприємства ПСП «Ландфорт Азов», демонструє негативну тенденцію. Зокрема, рентабельність інвестицій у 2020 році зменшилася на 34,6% порівняно з 2016 роком, прибуток – на 20,4%, а рентабельність інвестицій – на 51,8%.

9. Проаналізована середньорічна чисельність працівників ПСП «Ландфорт Азов» у 2020 році зросла на 6,2% або на 23 працівники порівняно з 2016 роком. Зокрема, за рахунок збільшення чисельності безпосередньо зайнятих у сільськогосподарському виробництві на 15 осіб, кількість працівників працівників у сільськогосподарському виробництві збільшилося на 4 особи, у тваринництві – на 11 осіб. Збільшення чисельності працівників, зайнятих у сільськогосподарському виробництві, збільшило навантаження на одного робітника як на сільськогосподарських угіддях, так і на ріллі. Ефективність використання трудових ресурсів досліджуваного підприємства за 2016-2020 роки в цілому зросла, за рахунок збільшення валової продукції на одного працівника на 61,8%, при цьому заробіток на одного працівника зріс зі 170,5 тис. грн. у 2016 році до 340,4 тис. грн. У 2020 році фонд заробітної плати ПСП «Ландфорт Азов» збільшився більш ніж вдвічі, або на 8 864 тис. грн., що збільшило середньомісячну заробітну плату працівника на 4 314,2 грн., або у 2 рази.

10. Для того, щоб оцінити ефективність управління імпортною діяльністю ПСП «Ландфорт Азов» було розглянуто ринок добрив, в якому воно функціонує. Розрахувавши показники закупівель імпортної продукцї, можна зробити висновок, що у підприємства ПСП «Ландфорт Азов» імпорт є ефективним.

11. Коли компанії виходять на зовнішній ринок та здійснюють імпортний бізнес, необхідно розвивати та впроваджувати таку імпортну діяльність, яка дає їм змогу отримати вигоду від продажу товарів на внутрішньому ринку або задовольнити попит на товари/послуги. Питання підвищення ефективності імпортної діяльності підприємства слід розглядати разом із визначенням основних стратегічних орієнтирів підприємства та оцінкою його спроможності реалізувати обрану імпортну стратегію.

12. Перехід компанії ПСП «Лендфорт Азов» на електронну сільськогосподарську діяльність може уможливити використання сучасних цифрових технологій, таких як:

- комп’ютери, сервери, веб-сайти, що дозволяють передавати та отримувати інформацію про сільське господарство та ринки сільськогосподарської продукції, сировини тощо;

- різноманітні мобільні пристрої, які допомагають швидко знаходити інформацію, містять підказки, доступ до банківських операцій, інформації про продажі тощо;

- супутники дозволяють приймати оперативні метеорологічні дані, глобальне GPS-позиціонування, дистанційне зондування;

- телефони та засоби зв'язку є інтерактивною системою голосового реагування;

- телекомунікації дають змогу передавати та обмінюватися досвідом, порадами, спілкуванням, розбудовою спільноти та співробітництвом;

- сенсорні мережі допомагають отримувати інформацію в режимі реального часу, мають кращий обсяг або якість даних, підвищують якість прийняття рішень;

- хмарні технології зберігання даних та аналітика дозволяють функціонувати системам точного землеробства, знаходити ефективні ідеї;

- інтернет і широкосмуговий доступ – це обмін знаннями, електронна комерція, соціальні медіа та мережі, електронна спільнота, банківська справа, роздрібна торгівля, торгові платформи.

За результатами проведеного дослідження можемо зробити висновок, шо заходи, які запропоновані в даній роботі, здатні підвищити ефективність здійснення управління імпортною діяльностю підприємства.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Андрійчук В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз. Київ : КНЕУ, 2015. 292с.

2. Андрійчук В. Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник. Київ : КНЕУ, 2013. 779 с.

3. Виссема Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство: учебник. Москва : Инфра, 2012. 347 с.

4. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. Київ : Лібра.2015. 712 с.

5. Горбонос Ф. В., Черевко Г. В., Павленчик Н. Ф., Павленчик А. О.

Економіка підприємств : підручник. Київ : Знання, 2010. 463 с.

6. Земляков І. С., Рижий І. Б., Савич В. І., Основи маркетингу : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ-ри, 2004. 352 с.

7. Котлер Ф. Основы маркетинга: Учебник. Москва : Вильямс, 2007. 697 с.

8. Наумова В. С. Оцінка ефективності стратегії міжнародного маркетингу підприємства: автореф. дис. канд. екон. Наук : 08.02.03. Київ, 2012. 20 с.

9. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг : навчальний посібник. 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.

10. Скоцик В. Є. Організаційні засади функціонування ринку сільськогосподарської техніки в Україні. Науковий вісник НУБ України. 2015. № 181. С. 207-209.

11. Врожайність зерна в Україні за 2020 рік. URL:https://www.ukrinform.ru/rubric-economy/2557120-ukrainskie-agrarii-sobrali-pocti- 47-millionov-tonn-zerna.html (дата звернення 01.11.2021)

12. Зв’язки з громадськістю. URL: https://www.business.qld.gov.au/running- business/marketing-sales/marketing-promotion/pr (дата звернення 27.10.2021)

13. Малярець Л. М. Аналіз ефективності експортно-імпортної діяльності підприємства для її стратегічного контролінгу. Б н с н м. 2020. № 1. С. 165-171. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\_2020\_1\_27. (дата звернення 27.10.2021)

14. Азарян О. М. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю

підприємств : монографія; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. І. Туган-Барановського. Донецьк : ДонНУЕТ, 2011., 218 с.

15. Артеменко Л. П. Конкурентоспроможніть підприємства та фактори її підвищення. Київ, 2018., 53 с.

16. Бай С. І. Розвиток організації : політика, потенціал, ефективність :

Монографія: Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2009., 280 с.

17. Вічевич, А.М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. рек. МОНУ Київ. : Видавничий дім "Професіонал", 2016. 357с.

18. Волкова, І.А. Облік зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник рекомендовано МОН України для студ. вищих навч. закладів. Киів. : Центр учбової літератури, 2011. 279с.

19. Жорник, В.М. Розвиток економіки і ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств України : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. рек. МОНУ. Одеса : Укрполіграф, 2015. 340с.

20. Мазуренко, В.І. Облік зовнішньоекономічної діяльності підприємств : навч. посібник для студ. економ. спец. затв. МОНМСУ. Київ. : ТОВ "ДКС центр", 2013. 296с.

21. Ганза, І.В. Потенціал підприємства: формування та використання : підручник затверджено МОН України. Киів. : Центр учбової літератури, 2013. 312с.

22. Головань, О.О. Менеджмент міжнародної конкурентоспроможності : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти магістр спеціальності «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 184с.

23. За ред. д.е.н., проф. І.І. Дахна Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навчальний посібник рекомендовано МОН України. – http://www.culonline.com.ua/index.php?newsid=421. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 265с.

24.За ред. І.І.Дахна Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. Киів : ЦНЛ, 2016 .186с.

25. За ред. С.О. Гуткевич Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : підруч. для студ. вищ. навч. закл. рек. МОНМСУ.Донецьк : Цифрова поліграфія, 2012. 280с.

26. За ред. Ю.Г. Козака, Т. Спорека Основи зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. рекомендовано МОН України. Київ : Катовіце : Центр учбової літератури ", 2016. 196с.

27. Зінь, Е.А. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. рек. МОНУ. Київ : Кондор 2014. 230с.

28. Andrew C. Gross, Jozsef Poor. The Global Management Consulting Sector. Business Economics. 2019. № 43. Р. 59–68. URL: https://econpapers.repec.org/article/palbuseco/v\_3a43\_3ay\_3a2019\_3 ai\_3a4\_3ap\_3a59-68.htm (дата звернення: 07.11.2021).

29. Гребельник, О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : підруч. для студ. вищ. навч. закл. затв. МОНУ Київ : Центр учбової літератури, 2018. 406с

30. Бахчеванова Н.В. Міжнародні економічні відносини : навч. посіб. Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2015. 403 с.

31. Бєлявцев М. І. Маркетингова політика розподілу : навч. посіб. Донецьк : Норд-Прес, 2011. 279 с.

32. Божко В. М. Маркетинговий потенціал : сутність, складові та взаємозв’язок з економічним потенціалом підприємства. Луцьк: Економічний форум. №1. 2017. С. 210−217.

33. Боярко І. М. Стратегічне фінансове управління підприємством : монографія. Суми : Університетська книга, 2019. 175 с.

34. Ветлужський В. О. Методичні рекомендації з оцінки інноваційного

потенціалу підприємства. Проблеми науки. Київ: Київ ЦНТЕІ, 2013. С. 32–39.

35. Вітлинський В. В., Маханець Л. Л. Ризикологія у зовнішньоекономічній діяльності. Київ: КНЕУ, 2018. 432 с.

36. Гвоздецька І. Тенденції зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств: маркетинговий аспект. Економіст. 2017. No 9 (371). С. 31–37.

37. Грифін Р. Основи менеджменту: підруч. Львів, БаК, 2014. 624 с.

38. Гузенко Г. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: сутність, економічний механізм її розбудови, особливості. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. No 3 (14). 2013.

39. Дахно І.І., Альбіщенко Н.В., Жебровський А.О. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. Цосібник. К: Центр учбової літератури, 2017. 328с.

40. Дерлоу Дес Ключові управлінські рішення. Технологія прийняття

рішень; [пер. з англ.]. Київ. : Наукова думка, 2013. 242 с.

41. Довбенко В. І. Потенціал і розвиток підприємства : навч. Посібн. Вид. 2-ге, [перероб. та доп.]. Львів : Вид-воНУ «Львівська політехніка», 2020. 232 с.

42. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посібник для студ. вузів. Київ, Центр навч. літ. 2014. 247 с.

43. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. Посіб. Шкурупій О. В. , Гончаренко В. В., Артеменко І. А. та ін.; За заг.ред. Шкурупій О. В. К: Центр учбової літератури, 2012. 248 с.

44. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: підручник для вузів. І.В. Багрова, Н.І Редіна, В.Є Власик, О.О. Гетьман; за ред. І.В. Багрової. К.:

ЦУЛ, 2012. 580 с.

45. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон. Навч. посібник. 6-те вид., перероб. та доп. / Заред. Ю. Г. Козака. К. : Центр учбової літератури. 2016. 290 с.

46. Карпов В.А. Планування та аналіз підприємницьких проектів. Одеса: ОНЕУ, 2014. 243 c.

47. Кредісов А.І. Менеджмент для керівників. К. Знання, 2015 р. 556 с.

48. Куртіна І. О. Організація ефективного просування та продажу продукції на підприємстві. *Молодий вчений*. 2014. №7(10). С.38–40.

49. Лаврів Л. А. Планування діяльності організації : навчальний Посібник. Тернопіль : Крок, 2013. 320 с

50. ПСП «Лендфорт Азов» Офіційний веб-сайт. URL: https://landfort.ua/farms/landfort-azov (дата звернення 26.09.2021 р.)

51. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 26.09.2021 р.)

52. Запорізька обласна державна адміністрація. Офіційний веб-сайт. URL: <https://www.zoda.gov.ua> (дата звернення 26.09.2021 р.)