

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра бізнес - адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

**Кваліфікаційна робота
бакалавра**

на тему: «Організація збуту імпортової енергетичної сировини на українському
ринку в умовах воєнного часу»

Виконав: студент 4 курсу, групи 6.0730-зед-_____
спеціальності 073 менеджмент освітньої програми
менеджмент міжнародного бізнесу

Дмитрикова Д.С.

Керівник : проф. кафедри бізнес-адміністрування і
менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, д.е.н.
проф.

Маркова С.В.

Рецензент : зав. кафедри бізнес-адміністрування і
менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,
доктор наук з держ упр., професор

Бікулов Д.Т.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет менеджменту

Кафедра бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 073 Менеджмент

Освітня програма Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

Д.Т. Бікулов

« ____ » _____ 2024 року

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА**

Дмитрикова Дар'я Сергіївна

1. Тема роботи «Організація збуту імпортової енергетичної сировини на українському ринку в умовах воєнного часу»

керівник роботи: Бікулов Дамір Тагірович зав. кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, д.держ.упр., проф

затверджені наказом ЗНУ від 27.12.2023 року № 2226-с

2. Строк подання студентом роботи 01.06.2024 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 ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТОМ ПІДПРИЄМСТВА

2. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМПОРТНИХ ПАРТІЙ ТОВАРУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) __

5 таблиць

5 рисунків

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Маркова С.В.		
2	Маркова С.В.		

7. Дата видачі завдання 01.10.2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи у наукового керівника.	01.10.2023	
2.	Затвердження змісту роботи.	02.10.2023	
3.	Огляд літератури за темою кваліфікаційної роботи.	03.10.23-13.11.23	
4.	Розробка чернетки I розділу кваліфікаційної роботи.	14.11.23-23.12.23	
5.	Написання I розділу кваліфікаційної роботи.	24.12.23-31.01.24	
6.	Збір розрахунково-аналітичного матеріалу за темою.	01.02.24-21.02.24	
7.	Розробка чернетки II розділу кваліфікаційної роботи.	22.02.24-20.03.24	
8.	Написання II розділу кваліфікаційної роботи.	21.03.24-29.04.24	
9.	Оформлення кваліфікаційної роботи згідно вимог.	30.04.24-08.05.24	
10.	Попередній захист кваліфікаційної роботи.	09.05.2024	
11.	Проходження нормоконтролю.	10.05.24-31.05.24	
12.	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру.	01.06.2024	
13.	Захист кваліфікаційної роботи.	червень 2024	

Студент

(підпис)

Д.С. Дмитрикова

(ініціали та прізвище)

Керівник роботи

(підпис)

С.В. Маркова

(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

(підпис)

Т. М. Магомедова

(ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційної роботи бакалавра: «Організація збуту імпортової енергетичної сировини на українському ринку в умовах воєнного часу» 52 с., 5 рис., 4 табл., 22 джерела інформації.

Робота виконана на актуальну тему управління імпортом енергетичної сировини торговельного підприємства, описує низку основних проблем формування та розподілу імпортованих партій продукції енергетичної сировини, що має велике значення для конкуренції, відновлення та розвитку обсягів роздрібних продаж сучасної мікроекономіки у період воєнного часу.

Метою роботи є організація сталої системи ефективного управління імпортом торговельного підприємства.

Для досягнення поставленої мети дослідження необхідно вирішити низку наукових завдань в даній роботі:

- узагальнити понятійний апарат формування імпортованих партій продукції, сформулювати правильну методику рішення проблеми управління товарним асортиментом роздрібно-ритейлора;
- проаналізувати сучасний стан підприємства, стан енергетичної галузі та сформулювати його проблеми у взаємовідносинах з партнерами з ЄС, митницею, що виникли під час воєнного стану;
- знайти шлях до рішення проблем паливного ритейлу та імпорту енергетичної сировини із кризової ситуації методами сучасного менеджменту.

У роботі описуються понятійно-категоріальний апарат торговельної діяльності, імпорту, що використовується в описі проблематики організації розподільчої логістики підприємства, методи та прийоми менеджменту, які передбачають відновлення поставок найбільш ефективним способом.

ІМПОРТ, НАФТОПРОДУКТИ, УПРАВЛІННЯ, ПОТОКИ ТОВАРІВ, ПРИБУТОК, РИЗИКИ, ВОЄННИЙ ЧАС, ТОРГІВЛЯ, ЗАПАСИ, ОРГАНІЗАЦІЯ, ФУНКЦІЯ

ABSTRACT

Bachelor's thesis: "Management of import of energy raw materials of Ukrainian retailer" 52 pages, 3 figures, 6 tables, 30 sources.

The work is performed on a topical topic, describes the main problems of the management of a modern enterprise in the field of mechanical engineering, which is of great importance for the recovery and development of the modern economy, especially in the wartime and, possibly and certainly in the postwar period.

The purpose of the work is to describe the financial sphere of the enterprise, to find problems and ways of solving them using modern financial management methods.

To achieve the goal of the research, it is necessary to solve a number of tasks:

- generalize the conceptual apparatus, form the correct methodology for solving the problem;
- analyze the enterprise. industry and formulate its problems;
- to find a way to solve such problems and a way out of a problematic situation.

The first chapter describes the conceptual and categorical apparatus used in the description of the issues of the thesis, methods and techniques of management, which provide for solving the problem in an effective way.

The second chapter describes the object of research - the relevant enterprise and the machine-building industry, the open market, which is the environment for the functioning of this business, the field of activity that represents the researcher's interest, the identified problem and the way to solve it by management methods.

The work uses general scientific and special research methods, the topic is revealed consistently and logically, according to the plan.

MANAGEMENT, BUSINESS, FUEL, GOODS FLOW, PROFIT, RISK
WARTIME, PRODUCTION, ENERGY, LOGISTICS, TIME, PRINCIPLES

ЗМІСТ

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА.....	2
РЕФЕРАТ.....	5
ABSTRACT.....	6
ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМАТИКИ ДОСЛІДЖЕННЯ	10
1.1 Понятійно-категоріальний апарат сфери дослідження.....	10
1.2 Загальний опис сфери дослідження.....	15
1.3 Методи дослідження та способи досягнення мети.....	17
РОЗДІЛ 2 СПЕЦИФІКА ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ГОЛОВНИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	19
2.1 Організаційно-економічна характеристика об'єкта дослідження.....	19
2.2 Аналіз сфери зовнішньоекономічної діяльності об'єкта.....	24
2.3 Виявлення слабких місць та проблем.....	32
2.4 Шляхи вдосконалення діяльності об'єкта	35
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	38
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ.....	40

ВСТУП

Дипломна кваліфікаційна робота бакалавра на тему: «Організація збуту імпоротної енергетичної сировини на українському ринку в умовах воєнного часу» є цілісним науковим дослідженням проблеми імпоротної енергетичної сировини, матеріально-технічного забезпечення підприємства паливного ритейлу товарами та матеріалами в специфічних умовах війни.

Актуальність теми зумовлена великим значенням та високою питомою вагою паливного сегмента української економіки, її важливості для трансфертного ціноутворення та формування нормальної вартості товарів та послуг на українському ринку предметів споживання.

Мета роботи - розробити ефективний механізм постачання імпоротної сировини з ринку ЄС для роздрібного продажу в системі АЗС міста Запоріжжя.

Ефективність та прибутковість роботи підприємства-імпортера нафтопродуктів багато в чому залежить від якості управлінської діяльності, що забезпечує реальну економічну самостійність та конкурентоспроможність. Посилення рівня конкуренції, зміна векторів споживчої поведінки учасників роздрібного паливного ринку, постійне зростання оптових цін на основні компоненти та вартість ресурсів – це ключові причини, які спонукають підприємство зосередити увагу саме на розробці нових концепцій та сучасних підходів до управління торгівлею, як виробничим процесом та, як наслідок, його головною складовою – валовими витратами. Витрати підприємства є найважливішим базовим показником економічної ефективності бізнесу, що відображає всі сторони господарської діяльності та акумулює результати використання всіх управлінських ресурсів. У період відсутності сталого дефіциту товарів і відносної стабілізації ринкових відносин на перший план виходять проблеми управління внутрішніми енергетичними ресурсами підприємства та оптимізації рівня митних витрат. Управління імпортом є важливим видом зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів підприємництва,

оскільки фінансовий результат діяльності будь-якого підприємства багато в чому залежить від якості аналізу та управління експортними поставками.

Для досягнення поставленої мети дослідження було виконано низку заходів, які забезпечують всі види транспорту та організація внутрішніх резервів – накопичення товару на складах підприємства. Було проаналізовано український ринок продукції та динаміку цін на ньому, що доводить доцільність створення резервів продукції масового споживання.

В роботі аналізується також світовий та європейський ринок нафтопродуктів, як середовище для існування та життєдіяльності фірми.

Український ринок енергетичного ритейлу побудований на корпоративних основах та виконує важливу роль в регіональній економіці України, забезпечують населення та підприємства необхідними енергетичними ресурсами та соціальними благами.

Основні оператори місцевого ринку WOG, ОККО займають провідне положення, контролюючи приблизно 60% загального ринку палива та супутніх товарів масового споживання, включаючи алкоголь та продукти харчування.

Проблемі управління імпортними енергетичними поставками, як однієї з найбільш складних та важливих в українській економіці, остільки енергоспоживання - важливий показник економічної ефективності виробництва, що охоплює всі сторони господарської діяльності фірми, присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених таких, як Бутинець Ф., Великий Ю., Гордієнко В., Данилюк М., Дорндбуш Р., Друрі К., Козаченко Г., Лінсей Д., Цал-Цалко Ю. та ін.

Водночас проблема системного розрахунку енергетичного ціноутворення та комплексного підходу до розподілу партій товару за видами залишається недостатньо дослідженою, тому виникає потреба нового дослідження та впровадження у практик нового підходу до організації розподілу, при якому взаємозв'язки всіх елементів, що утворюють виробничо-збутовий процес, досліджуються його комплексно у вигляді цілісної системи.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНИМИ ПОСТАВКАМИ

1.1. Зміст та складові енергетичного ринку регіону

Кожне підприємство є споживачем великої кількості ресурсів, які в процесі виробництва або розподілу перетворюються у предмет праці. З економічної точки зору ресурси, що є предметом закупівель є оборотними засобами та повністю використовуються протягом виробничого циклу.

Іншим варіантом закупівель є закупівлі обладнання – основних фондів, що є реалізацією інвестицій, тобто перетворенням капіталу у засоби виробництва – обладнання.

Також, підприємство здійснює закупівлі запасних частин, будівельних матеріалів для ремонтів в межах адміністративно-господарчої діяльності.

Закупівлі відбуваються у сфері забезпечення життєдіяльності організації: паливо, технологічна енергія, малоцінні матеріали.

Закупівлі відбуваються в сфері послуг, тобто підприємство може здійснювати аутсорсинг – централізовану закупівлю послуг з інших джерел, або закупівлю послуг у монополіста.

Торгівельні підприємства здійснюють закупівлю при формуванні асортимента товарів, який реалізується тертім особам.

За підходом до організації процесу закупівель використовуються централізована, формалізована (тендери) та ситуативна схеми закупівель.

За джерелом закупівель та його резидентністю розрізняють внутрішні закупівлі, які здійснюються у резидентів, які знаходяться на території країни та імпорتنі, які здійснюються у підприємств, які знаходяться поза територією країни.

Предметом закупівель є те, що закупляється, тобто матеріали та ресурси, які передаються покупцеві за кошти або в процесі товарообміну.

Суб'єкт закупівель – підприємства, які здійснюють закупівлі, є сторонами угоди купівлі-продажу.

На підприємстві існує персонал, який здійснює закупівлі. Цей персонал об'єднаний у підрозділ, який виконує весь обсяг робіт. Роботи зі здійснення закупівель являють собою: планування, підготовку закупівель, прийом-передачу предмету закупівель та спрямування його до виробництва або розподілу (рис.1.1.):

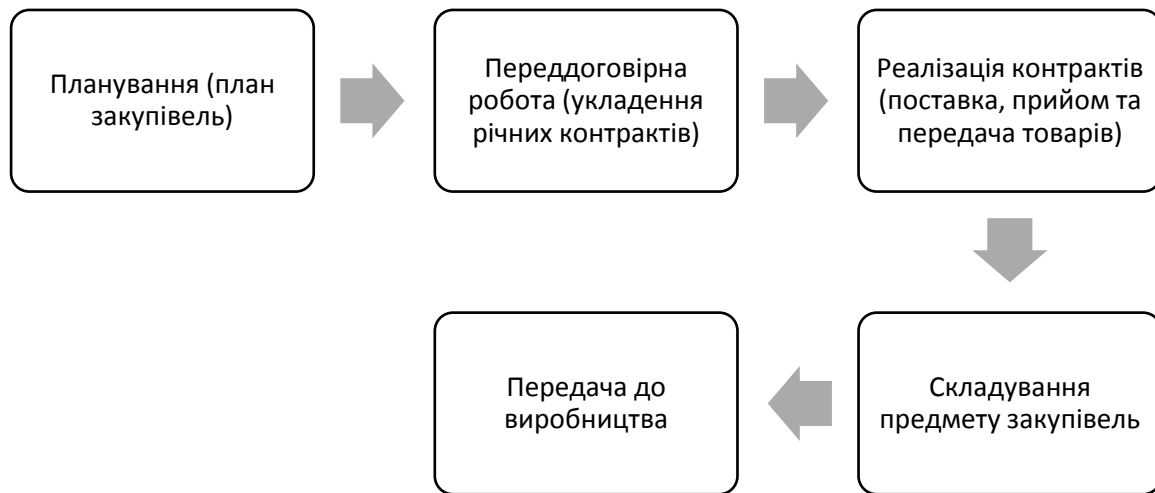


Рис 1.1 Процес закупівель на підприємстві

На виробничому підприємстві закупівлі здійснюються систематизовано, за однією або декількома схемами, кожна з яких відображає сутність процесу закупівель та їх мету.

Закупівлі відображають характер та зміст виробничого процесу. На багатьох підприємствах, особливо матеріалоемних важливою характеристикою є матеріальний баланс, тобто відображення кількості основного компонента у сировині та готовій продукції.

У табл.1.1 відображені основні види закупівель, які здійснюються підприємством.

Основні види предмету закупівель на підприємстві

Вид ресурсів	Мета закупівель	Схема закупівель
Сировина та матеріали	Забезпечення виробничого процесу	Централізована
Споживчі товари (в торгівлі)	Забезпечення розподілу	Централізована
Малоцінні предмети	Забезпечення життєдіяльності	Децентралізована
Енергія (побутова)	Забезпечення життєдіяльності	Централізована
Енергія (технологічна)	Забезпечення виробництва	Централізована
Послуги	Забезпечення життєдіяльності, адміністрування	Змішана
Основні фонди	Інвестування	Централізована

Основна мета закупівель полягає у задоволенні потреб виробництва у сировині, матеріалах, напівфабрикатах з максимально можливою ефективністю.

Базовими завданнями закупівель є:

1. Встановлення оптимальних термінів заготівлі сировини і комплектуючих виробів.
2. Забезпечення точного співвідношення між кількістю поставок готової продукції та потребами в них.
3. Дотримання вимог виробництва до якості сировини та комплектуючих.

Закупівлі мають займатися організацією пошуку та закупівлею необхідних матеріалів відповідної якості та за мінімальними цінами. У підвищенні ефективності закупівель істотну роль відіграє аналіз можливих витрат. Хоча ступінь впливу постачальницьких витрат на рівень загальних виробничих витрат досить значний, у працемістких та капіталомістких галузях на відміну від інших, особливо матеріаломістких галузей, розрахунок витрат на придбання сировини та матеріалів визначає подальшу стратегію підприємства.

На оптимізацію заготівельного ланцюжка впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори. До зовнішніх слід віднести стосунки підприємців з

кредиторами і постачальниками. Внутрішні фактори пов'язані з різним розумінням оптимальної діяльності ланок ланцюжка, необхідністю пошуку економічних компромісів між різними підрозділами фірм (рис 1.2):

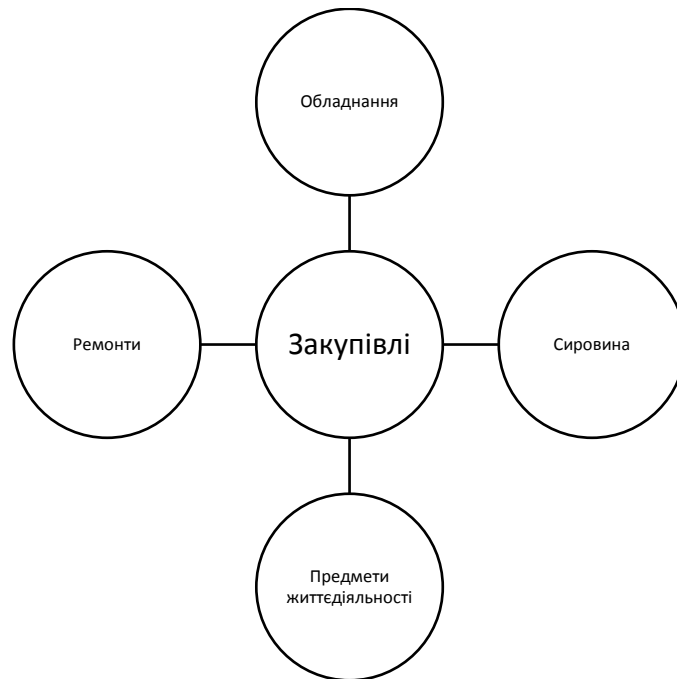


Рис 1.2 Предмети закупівель на підприємстві

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

Цю інформацію отримують з даних, котрі створюють внутрішні і зовнішні інформаційні потоки. Внутрішні інформаційні потоки пов'язані з процесами збереження виробничих запасів, виробництвом продукції, з процесами розподілу готової продукції, а також фінансами та розрахунками.

Для зовнішньої інформації необхідні дані про потреби у сировині та матеріалах, закупівельні ціни, відстань перевезень, транспортні тарифи та ін.

На основі цих даних в заготівельній діяльності приймаються рішення з оптимізації управління матеріальним потоковим процесом, котрий переміщається від виробника до споживача.

Виходячи з процесів заготівель, ефективність підприємства визначається функціонуванням виробництва, орієнтованого на ринок кінцевої продукції, а також посередників, котрі здійснюють закупівлю матеріально-технічних ресурсів. При закупівлі і забезпеченні підприємства необхідно враховувати, що матеріально-технічні ресурси потребують таких кінцевих товарів, котрі стають більш вартісними, більш складними і різноманітними. Важливо й те, що замовлення цього виробництва щодо закупівель та забезпечення виявляються все більш дрібними, короткотерміновими і специфічними залежно від потреб кінцевих споживачів. Це спонукає зробити систему забезпечення і закупівлі центром переорієнтації в здійсненні закупівельно-забезпечувального процесу.

З переходом на ринкові умови господарювання системний підхід ефективно використовується у процесі закупівлі.

Ринок закупівлі можна поділити на два сегменти:

- ринок покупців продукції промислового (виробничо-технічного) призначення для споживання;
- ринок проміжних продавців як покупців цих товарів.

Більшу частину ринку взагалі займає ринок засобів виробництва, тобто більшість вантажопотоків у складі матеріально-технічних ресурсів працюють на ринок підприємств (виробляючих і споживаючих засоби виробництва та послуги), що ускладнює використання системного підходу. Особливості заготівель та підрозділу, що займається закупівлею засобів виробництва порівняно із закупівлею споживчих товарів у тому, що вона придбаває засоби виробництва та послуги з метою виробничого споживання задоволення потреб своїх внутрішніх підрозділів. Рішення про закупівлю приймаються усіма ланками підприємства. При цьому може існувати декілька попередніх узгоджених пропозицій, і лише потім укладається угода (рис 1.3):

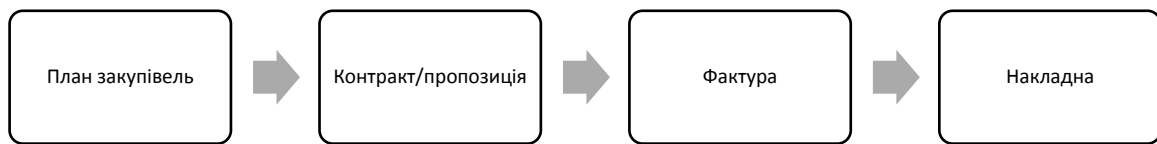


Рис 1.3 Документи закупівель

Мотивація закупівлі пов'язана з виробничими потребами, котрі визначають споживача за якостями закупівельних товарів. Важливе значення має економічний фактор, тобто ціна, а також організація доставки товару за місцями призначення (виробничого споживання).

Вплив на ефективність закупівлі і доставки придбаних товарів до місць їх виробничого споживання можна простежити завдяки результатам роботи підприємства.

Ефективність застосування певної схеми закупівель визначають завдяки принципово новим стратегіям досягнення кінцевого прибутку підприємства, а, виходячи з цього, і відповідною стратегією закупівлі і забезпечення, теж орієнтованою на мінімальний розподіл праці та розмір партії постачань і доставки комплектуючих деталей виробів фірми; а також новим структуруванням не тільки виробництва, а й закупівлі та забезпечення шляхом урахування принципів стратегій виробництва на підприємствах майбутнього.

При організації закупівлі потрібно визначити потреби у кількості та якості товару, тобто розробити його специфікацію, виходячи з ескізів та креслень, торговельних стандартів, торговельних марок, хімічних формул, детального опису, вихідних продуктів та способу отримання, галузевих стандартів, робочих характеристик.

Рационального обсягу закупівель можна досягти тільки за умови інтеграції виробництва, закупівель і збуту, оскільки закупівля тісно пов'язана із задоволенням потреб споживачів. Для досліджень обирають безпосередні

ринки, тобто ті, що забезпечують у цей час потреби у сировині та матеріалах; опосередковані ринки, тобто ринки, що використовуються постачальниками; ринки замінювачів та нові ринки (рис 1.3):

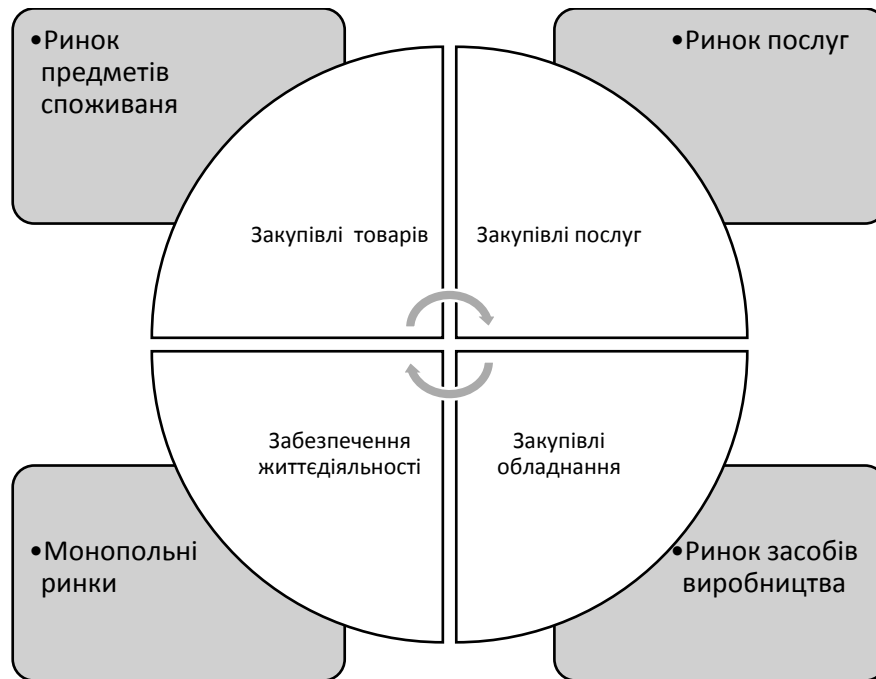


Рис 1.3 Співвідношення закупівель та ринків

Результати досліджень визначають структуру ринку, його організацію (балансування попиту та пропозиції). Інструментом дослідження ринку закупівлі товарів виробничого призначення є запити потенційних споживачів. Досліджуючи ринок і обравши будь-яких конкретних постачальників, функція заготівельної логістики полягає у визначенні потреб у сировині та матеріалах, їх конкретних поставках. Потреба може визначатися шляхом виявлення матеріалів і послуг за їх якістю, кількістю в основному двома методами: шляхом визначення потреб на основі замовлень і планомірного визначення потреб на основі витрат чи минулого досвіду.

1.2. Зарубіжний досвід організації закупівель

В західних країнах продукція виробничого призначення, що закупляється фірмами, класифікується за видами заготовленого товару та за способами його закупівлі. Товари, потреба в яких виникає непередбачено, і які не вимагають

тривалого зберігання, купуються, як правило, в терміни, що близькі до термінів їх споживання. Матеріали разового і постійного споживання, що потрібні у певний момент, купуються на умовах договірної постачання, що визначають точний час підвозу. У такий спосіб обсяг запасів матеріалів на фірмі скорочується, а пов'язані з цим витрати зменшуються. Регулярні поставки таких партій матеріалів, що доставляються споживачеві через певні інтервали часу відповідно до графіку потреб в них виробництва в той чи інший період, сприяють різкому зменшенню виробничих запасів (рис 1.4):

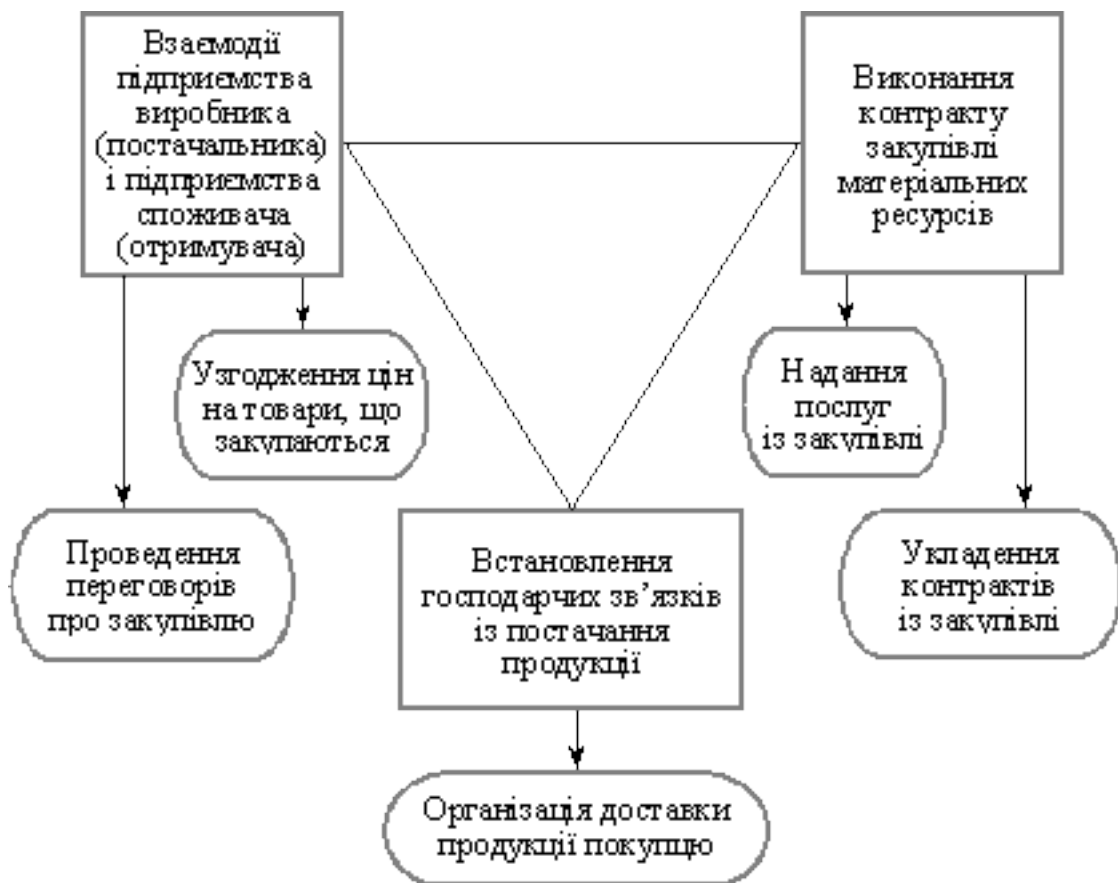


Рис 1.4 Процес закупівлі матеріальних ресурсів у постачальника

Важливою функцією заготівель є аналіз ціни товарів, що закупляються. Для цього використовують різні види розрахунків: простий метод калькуляції (де показник загальних витрат ділиться на показник обсягу виробленої продукції); калькуляція за еквівалентними показниками (де витрати поділяються на окремі статті та враховуються усереднено); постійна калькуляція (де точний облік витрат по кожній операції здійснюється на базі

АСУ). Аналіз цін враховує також і додаткові роботи та послуги (проведення консультацій, підготовку документації, пакування, митні податки, транспортування тощо).

Ціни аналізуються на етапі від виникнення продукту до його доставки споживачеві на основі корисності продукту за умов тенденції її підвищення, розробки нового продукту, первинними витратами на одиницю продукції тощо.

В процесі організації заготівель досліджуються і транспортні витрати. При цьому приймається до уваги не тільки дальність перевезень, а й вид транспорту, швидкість доставки, партійність вантажів, спосіб їх пакування.

Значні витрати виникають на зберігання, основним завданням у цьому разі є забезпечення ефективного виконання виробничих задач за рахунок зведення до мінімуму обсягу запасів.

Організуюючи процес закупівель, використовують планування придбання сировини та матеріалів, а також послуг для задоволення потреб фірми. При плануванні враховується ряд факторів, а саме: темпи інфляції і можливість девальвації валют ряду країн, що призводить до зростання цін, зростання концентрації капіталів на ринку постачань, технологічний розвиток виробництва, поява нових матеріалів тощо. Планування зв'язків з ринком поставок має таке саме важливе значення для успішного функціонування, що і планування ринку збуту. З цією метою розробляють план чи стратегію закупівель. Для цього аналізують важливість передбачуваної закупівлі (з точки зору її потенційного впливу на характеристики продукції, що виробляється, скорочення виробничих витрат, прибутку) й особливостей ринку поставок.

На основі аналізу створюється набір варіантів поведінки фірми стосовно постачальників у конкретних ринкових зонах.

Закупівлі будучи першою виробничою підсистемою, здійснює рух сировини, матеріалів, комплектуючих і запасних частин з ринку закупівель до складів підприємства (рис.1.5):



Рис 1.2 Види операційної діяльності підприємства

Для її ефективного функціонування необхідно скласти план закупівель, який забезпечував би узгодженість дій усіх відділів і відповідальних осіб підприємства у вирішенні таких завдань:

- визначення потреби, розрахунок кількості матеріалів, що замовляються;
- узгодження ціни і підписання договору;
- визначення методу закупівель;
- встановлення нагляду за кількістю, якістю та термінами поставок;
- організація розміщення товарів на складі.

Якісне планування та інформаційне обслуговування заготівель в управлінні вирішує також завдання урівноваження протиріччя між необхідністю безперервного забезпечення виробництва і мінімізацією складських запасів.

В процесі планування закупівель необхідно визначити :

- 1) матеріали, що потрібні;
- 2) кількість матеріалів, що буде потрібна для виробництва продукту;
- 3) час, коли виникне потреба в продукті;
- 4) можливості постачальників, що пропонують продукцію до продажу;
- 5) площі складських приміщень;

б) витрати на закупівлі;

7) можливості організації виробництва деяких деталей на своєму підприємстві.

Існує багато методик визначення кількості матеріалів, що необхідна для виробництва продукції, та періодичності її одержання від постачальників. Усі методики вимагають інформації про те, як використовувалися аналогічні матеріали в минулому.

Потребу в матеріалах можна розрахувати, розглядаючи певну програму виробництва кінцевого продукту, тобто, виходячи із залежного попиту. Вихідною точкою при цьому є передбачуваний чи відомий попит на кінцеву продукцію. Слід також знати час поставок матеріалів та час виробництва їх на власному підприємстві. Виходячи з часу поставок кінцевого продукту споживачеві, визначають потребу у матеріалах на складах та вироблюваних самостійно. На основі даних розрахунку визначають час виконання замовлення. Це час з моменту подачі замовлення до моменту поставок продукту.

Перевага методу планування потреби в матеріалах полягає в тому, що закупівлі і виробництво плануються, виходячи з потреби у кінцевому продукті. Якщо попит споживача коливається, слід користуватися методом згладжування таких коливань. Застосування такого методу доцільне у разі регулярних повторювань (наприклад, сезонних) коливань попиту на кінцевий продукт. Згладжування досягається порівнянням фактичного споживання у попередньому періоді та прогнозними значеннями, розрахованими для цього ж періоду.

В закупівлях використовуються й інші методи визначення потреби в матеріалах (детермінований, схоластичний, евристичний (рис 1.6):

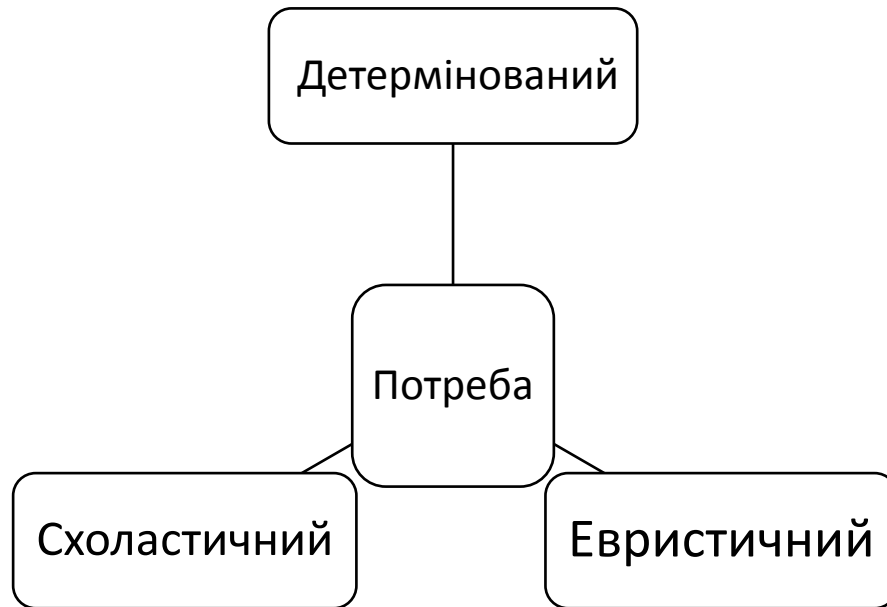


Рис 1.6 Визначення потреби у матеріалах

Детермінований спосіб використовується тоді, коли відомий певний період виконання замовлення та потреба в матеріалах за кількістю та терміном. Схоластичний передбачає використання як основи розрахунку математико-статистичні методи, що визначають очікувану потребу. Завдяки третьому методу потреба визначається на основі досвіду робітників.

Вибір методу залежить від профілю фірми, можливостей замовника, типу виробу, наявності та виду складів, системи контролю за станом запасів. На цей процес також впливає складність кінцевого продукту, склад комплектуючих та матеріалів.

Існують оптові та регулярні закупівлі дрібними партіями, закупівлі за необхідності та інші комбінації перерахованих методів.

Найбільш часто використовується закупівля товарної партії, тобто поставка великою партією за один раз (оптові закупівлі). Для них характерна простота оформлення документів, гарантія поставки всією партією, значні торговельні знижки. Однак вони вимагають наявності великих складських приміщень та уповільнюють обіг капіталу.

За умов регулярних закупівель дрібними партіями покупці замовляють необхідну кількість товарів, що постачаються окремими партіями упродовж певного періоду. Такі види закупівель прискорюють оборотність капіталу, забезпечують економію складських приміщень, скорочуються витрати на документування поставки. Недоліком є ймовірність появи надлишкової кількості, а також необхідність сплати всієї кількості, що визначена в замовленні.

Закупівлі дешевих та швидко використовуваних товарів можуть здійснюватись щодобово чи щомісячно, що прискорює оборотність капіталу, зниження витрат на складування та зберігання, своєчасність поставок.

Товар одержується за необхідності, коли кількість товару, що поставляється, не встановлюється, а визначається приблизно, що викликає необхідність для постачальників постійно зв'язуватись з покупцями. В цьому разі оплачується тільки фактично поставлена кількість товару. Після закінчення строку контракту замовник не зобов'язаний приймати та сплачувати товари, що ще тільки мали бути поставлені. За таким методом закупівель тверді зобов'язання щодо купівлі певної кількості товару відсутні, мінімізується також робота з оформлення документів.

При плануванні закупівель після визначення потреби та розрахунку кількості часто виникає необхідність прийняти рішення про те, здійснювати закупівлю тих чи інших матеріалів, комплектуючих, деталей чи виробляти своїми силами. Для цього природно необхідним є зіставлення витрат на закупівлю та власне виробництво.

В цілому витрати на закупівлю визначаються ціною постачальника. Необхідно також враховувати витрати на замовлення, транспортування, пакування, складування, обробку, персонал тощо. Витрати на виробництво складаються з вартості сировини, енергії, робочої сили, зберігання та накладних витрат.

Організація закупівель є одним з ключових питань, які має вирішити підприємства в раках впровадження ефективної системи управління якістю.

РОЗДІЛ 2

ВИБІР ПОСТАЧАЛЬНИКА В ПРОЦЕСІ ІМПОРТНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

2.1. Процедури вибору постачальника

Вибір постачальника є одним з найбільш складних етапів закупівель на підприємстві.

Рішення щодо постачальника приймається через порівняння витрат на власне виробництво кожного матеріалу (деталі, виробу) з витратами на закупівлю (табл.2.1):

Таблиця 2.1

Вибір постачальника при закупівлях

Характер закупівель	Критерій прийняття рішення	Важливість (критична)
Сировина та матеріали	Відповідність стандарту та ціна	Визначає конкурентоспроможність (+)
Обладнання	Ціна та мета інвестора	Визначає потенціал підприємства
Матеріально-технічне забезпечення	Ціна та кількість (норма)	Впливає на якість діяльності підприємства
Енергія	Кількість	Впливає на прибуток
Послуги	Співвідношення власних можливостей та сторонніх фірм	Якість продукту

При виборі постачальника слід мати на увазі, що перш за все потрібно скласти специфікацію на постачальника, тобто визначити, якими можуть бути витрати при закупівлі, якість товару, що постачається, порядок постачань, обсяги виробництва постачальника, місце його знаходження. По-друге, виходячи з вимог до постачальника, варто вилучити тих, хто не задовольняє одному чи кільком вказаним критеріям, врешті, щоб у переліку залишилася обмежена кількість постачальників.

Необхідно, щоб рівень оцінки постачальників відповідав важливості рішення. При цьому використовують відомості про їх діяльність з ділової преси, а також з бесід з підлеглими, з котрими вдається поспілкуватися, з контактів з клієнтами, котрих постачальники забезпечують. Важливо обрати найбільш

суттєвий показник для оцінювання. Це може бути ціна, якість, витрати на доставку тощо.

Аналітичну роботу змінюють переговори з постачальниками. У взаємовідносинах з ними можливий неформальний обмін думками та інформацією, що додає впевненості в подоланні труднощів. Тому переговори розглядаються як ключовий процес при організації закупівлі, хоча фірми, котрі ведуть переговори, не зобов'язані укладати угоду. При проведенні переговорів бажано дотримуватись таких правил:

- переговори мають поліпшувати взаємовідносини між сторонами;
- створювати умови для отримання певних результатів.

Вибір постачальника може здійснюватись через конкурсні торги чи письмові переговори між постачальниками та споживачами. Поширеною формою пошуку потенційних постачальників є конкурсні торги (тендери). Вони проводяться у разі, коли передбачається налагодження довгострокових зв'язків між постачальником та споживачем, і вигідні обом сторонам угоди. Постачальник одержує чітку уяву про умови роботи зі споживачем. Споживач, у свою чергу, з одного боку, вирішує проблему одержання пропозиції, що відповідає його вимогам, а з другого, — вибір найкращого постачальника.

Організація конкурсних торгів є складною та багатоплановою роботою. Потрібно провести відповідну рекламну кампанію, розробити тендерну документацію, оцінити пропозиції: тендерні пропозиції оцінюються у суворій відповідності з критеріями, що наведені у тендерній документації. Тендерний комітет звітує про оцінку пропозицій, обґрунтовуючи причини відхилення чи прийняття пропозицій. Переможцем конкурсних торгів визнається учасник, що подав найбільш вигідну, що відповідає кваліфікаційним вимогам, тендерну пропозицію.

Іншим варіантом процедури одержання пропозиції від потенційних постачальників можуть бути письмові пропозиції на постачання товарів. Ініціативу може взяти на себе і споживач. Якщо ініціатором є постачальник, він розсилає потенційним покупцям своєї продукції пропозиції на постачання

товару. На відміну від конкурсних торгів, де форми пропозицій суворо визначені, пропозиції постачальника можуть мати різні форму та зміст. Вони включають найменування товару, відомості про його кількість та якість, ціну та термін постачання, вид товару та вид пакування, порядок приймання та здавання. Пропозиції, чи інакше оферти, можуть бути твердими та вільними.

Тверді оферти надсилаються тільки одному покупцю із зазначенням терміну дії оферти, упродовж якого продавець не може змінити своїх умов. Відсутність відповіді протягом цього терміну означає відмову покупця від постачання і звільнює продавця від запропонованої пропозиції. Якщо покупець приймає пропозицію, він надсилає продавцю у межах терміну дії оферти підтвердження прийняття пропозиції. Продавець може одержати і контрмови покупця. Якщо контрагенти не досягають згоди упродовж терміну дії пропозиції, переговори продовжуються без урахування обов'язків продавця, що були їм взяті за умов твердої оферти.

Вільна оферта не передбачає жодних обов'язків продавця стосовно покупця. Її можна надсилати необмеженій кількості потенційних споживачів. За умов вільної оферти ініціатором переговорів виступає покупець. Він розсилає потенційним постачальникам комерційний лист чи запит, головною метою якого є одержання пропозиції (оферти). Запит містить усі необхідні реквізити (найменування товару, належна якість, умови та терміни поставки, платежу тощо), крім ціни, що з'являється у відповіді-пропозиції. Якщо покупець звертається до своїх постійних контрагентів, то замість запиту він може надіслати замовлення. Оцінка пропозиції здійснюється у різний спосіб. Це може бути суворо регламентований процес чи більш вільна процедура. Основним критерієм для відбору пропозицій може бути вища якість та мінімальна ціна. Вартість придбання, окрім ціни продукції чи послуг, включає також іншу вартість, що не має грошового виразу, тобто таку, як зміну іміджу організації, соціальну значущість діяльності фірми, перспективи зростання та розвитку виробництва тощо.

2.2. Поняття про імпорتنі закупівлі та їх значення

Поняття “імпорт” означає ввезення товару в країну, митний режим за яким товар підлягає митним процедурам, тобто митному оформленню у відповідному режимі.

Імпорт товару в оптимальних обсягах сприяє економії робочого часу та зростанню продуктивності праці, зниженню виробничих витрат, більш повному задоволенню потреб населення. В основі любого імпорту лежить міжнародний поділ праці, рівень розвитку продуктивних сил, наявність та використання трудових, матеріальних, природних ресурсів.

Склад товарної структури імпорту в Україну, обсяги імпорту окремих товарів за 2018-2021 рр., співвідношення цих обсягів, питома вага окремих видів товарів в загальному обсязі імпорту наступна.

Провідне місце в імпортних операціях займають мінеральні продукти (30-47% від загального обсягу імпорту), машинне обладнання, машини та механізми (відповідно 14-18%), транспортні засоби та шляхове обладнання (4-11%), недорогоцінні метали та вироби з них (5-7%), продукція хімічної промисловості (6-9%), полімерні матеріали, пластмаси та каучук (4,5-5,6%). За період, що розглядається, обсяг імпорту окремих товарів в Україну збільшився в 2-10 разів.

Серед них кількість транспортних засобів та шляхового обладнання - в 10 разів, обсяги продукції тваринного походження (в 6 разів) та харчових продуктів - в 3,8 рази, обсяги продукції хімічної промисловості - в 4,3 рази, полімерних матеріалів, пластмас та каучуку - в 4 рази, недорогоцінних металів - в 4,9 рази, виробів із каменів, гіпсу, цементу, скла - в 5 разів тощо.

Імпорт - митний режим, відповідно до якого товари ввозяться на митну територію України для вільного обігу без обмеження строку їхнього перебування на цій території і можуть використовуватись без будь-яких митних обмежень. Імпорт товарів регулюється національним законодавством, політико-правовими обмеженнями, митним тарифом, системою ліцензування та іншими

нетарифними мірами зовнішньоекономічного регулювання.

Ввіз товарів на митну територію України в режимі імпорту передбачає:

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

Підприємство-імпортер має необхідність у оформленні додаткових документів в режимі “імпорт”, які інтегруються у загальну систему документообігу підприємства.

Документи необхідні для оформлення товарів і транспортних засобів у митний режим імпорту:

1. Платіжне доручення про оплату митних платежів
розрахунковий рахунок № 37349210000026,

Банк отримувача УДК в області МФО 820019

Одержувач - регіональна митниця. ЕДРПОУ 00137331

Призначення платежу - Митні платежі згідно тарифів. Без ПДВ.

2. Платіжне доручення що підтверджує оплату за послуги митного терміналу або інше.

3. Контракт, специфікація, додаткова угода (що стосується конкретної угоди)

4. Оригінали інвойсу (рахунок-фактура)

5. Сертифікат походження (СТ-1, якщо товар походить з країн СНД, форма А та інші.)

6. Картка обліку суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності (де зазначено, в якому вантажно-митному відділі акредитоване підприємство)

7. Довідка про декларування валютних цінностей.

8. Книжка МДП (Tir Carnet) – документи перевізника.

9. Транспортна накладна CMR (AWB, Ж/Д накладна, коносамент)

10. Експортна декларація країни відправлення (у перевізника).

11. Дозвільні документи (сертифікат якості, санітарно-епідеміологічний висновок, реєстрація МОЗ, Держстандарт і т.д.) - якщо це необхідно.

12. Документи які підтверджують вартість і код товару (прайси, каталоги, технічний опис, попередні висновки про вартість і класифікацію товарів та інші.)

13. Платіжне доручення за карантинний огляд, завірене в Держжарантині (обов'язково на специфічну дерев'яну тару).

14. Договір на декларування товарів при залученні до митного оформлення брокерських організацій.

Підприємство здійснює імпорتنі закупівлі у деяких випадках, коли в цьому є об'єктивна доцільність:

1. Підприємство є офіційним або ексклюзивним імпортером, тобто на основі угоди має можливість закупівель товару на виключно вигідних умовах.

2. Підприємство не має інших джерел закупівель товару, окрім тих, що розташовані за межами країни.

3. Імпорتنий предмет закупівель є дешевшим незважаючи на транспортні та мінні витрати аніж куплений на вітчизняному ринку.

4. Імпорتنий предмет закупівель є значно вищим за якістю.

5. Існує сегмент ринку в якому споживачами приймається тільки імпорتنий продукт.

Обсяги імпорту в Україну зростають, що має дві причини, які пов'язані як зі зростанням обсягів виробництва, так і обсягів споживання. Предметами імпорту є високотехнологічні продукти так і сировина та матеріали, які не видобуваються в Україні.

Умовами для здійснення імпорتنих операцій для підприємства є наступне:

- акредитація у відповідному митному відділі (за місцем реєстрації підприємства);

- наявність ліцензії на вид діяльності та на імпорт (якщо це необхідне);

- наявність двох осіб, які уповноважені на роботу з митницею;

- наявність валютного рахунку та реєстраційного казанчейського рахунку для сплати митних платежів.

На різних етапах розвитку держави, залежно від цілого ряду причин (економічних, політичних), домінує та чи інша функція, яку виконує митний орган. Так, у тих країнах, що тільки почали формувати свою економічну систему і які мають великий дефіцит платіжного балансу і бюджету та значну валютну заборгованість, домінує, насамперед, фіскальна функція. У країнах, де існують проблеми з урівноваженням торговельного балансу або загроза конкуренції імпортованих товарів, домінує функція регулятора торговельної політики. У державах, де доступ до національного ринку лібералізований, суттєвим є безпосереднє виконання митницею функцій митного контролю та правової функції (наприклад, у багатьох країнах останнім часом пріоритет надається боротьбі з контрабандою зброї, наркотиків, охороні інтелектуальної власності).

Найбільшою мірою впливає на діяльність підприємства-імпортера один із найбільш поширених регуляторів зовнішньоекономічної діяльності є митний тариф. Він містить деталізований перелік товарів, що оподатковуються імпортом, експортом і транзитом митом із зазначенням способу нарахування, ставки мита, а також коефіцієнтів надбавок і знижок та переліку товарів, заборонених до ввезення, вивезення і транзиту відповідно до товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності. Митний тариф також розглядають як конкретну ставку мита, яка застосовується при ввезенні певного товару на митну територію країни чи вивезенні його поза її межі.

У цьому розумінні він повністю збігається з поняттям мита при переміщенні товарів через митний кордон країни і може трактуватися як вид митного платежу, що стягується з товарів та предметів, які переміщуються через митний кордон держави.

Засосування мита надає переваги вітчизняним підприємствам. Які здійснюють виробництво відповідних продуктів-субститутів та виконує фіскальну функцію, наповнюючи Державний бюджет.

У більш широкому розумінні дефініція «митний тариф» характеризується вченими як особливий інструмент торговельної політики і державного регулювання внутрішнього ринку країни при його взаємодії зі світовим ринком, тобто це не конкретна ставка щодо визначеної групи товарів, а засіб регулювання зовнішньої торгівлі, який за термінологією визначається як «тарифне» регулювання. Тому інколи поняття «мити» і «митний тариф» розглядаються як еквівалентні.

Незважаючи на те, що мито за характером дії є економічним механізмом, його застосування може мати як економічний, так і політичний характер. Введення мита може бути засобом економічного тиску на відповідні держави або створення режиму найбільшого сприяння з політичних мотивів. Тому, з точки зору мотивації, доцільно визначити економічний і торговельно-політичний механізм дії митного тарифу.

Економічний механізм дії митного тарифу пов'язаний передусім з тим, що, впливаючи на ціну товару та відмежовуючи національний ринок від світового, підвищуючи рівень цін на товари, мито активно впливає на конкурентоспроможність товару, що, у свою чергу, позначається і на рівні накопичення капіталу, темпах розвитку, нормах прибутку в окремих галузях економіки, нівелюючи різницю, що склалася в міжнародних і національних умовах виробництва.

Тому дія мита в економічному механізмі полягає у:

- створенні вартісного бар'єра, який підвищує ціну товару, незалежно від застосованого експортного, імпортного чи транзитного мита;
- збільшенні внутрішньої зайнятості. Сукупні витрати у відкритій економіці складаються з витрат споживачів, капіталовкладень, державних витрат, чистого експорту (під ним мають на увазі різницю між експортом та імпортом). Збільшення сукупних витрат унаслідок скорочення імпорту стимулює внутрішньоекономічний розвиток, оскільки збільшуються доходи і зайнятість;
- стимулюванні державою розвитку окремих галузей економіки чи підприємств. Це передусім захист новостворених галузей, тимчасовий захист державою

молодих національних підприємств від жорсткої конкуренції іноземних корпорацій, що дає змогу галузям, які утворюються, зміцнити і стати ефективними виробниками;

- надходженні коштів до Державного бюджету країни;
- захисту від демпінгу. Митні тарифи необхідні для захисту вітчизняних фірм від іноземних конкурентів, які реалізують свою продукцію за цінами, нижчими за собівартість.

Торговельно-політичний механізм дії мита:

- захищати галузі від конкуренції іноземних товарів (це не тільки економічно слабкі галузі та підприємства, а, насамперед, захист саме найбільш розвинених, монополізованих галузей. Метою такої політики є створення національним виробникам умов для отримання на внутрішньому ринку монополно високого прибутку як одного із важелів успішного виходу на зовнішній ринок);
- забезпечувати обороноздатність країни (військово-політичний аспект). З

Захисне мито потрібне для збереження і посилення ролі галузей, що спеціалізуються на виробництві стратегічних товарів і матеріалів, необхідних для їх обробки;

- диверсифікувати заради стабільності. Доходи високоспеціалізованих економік перебувають у прямій залежності від міжнародних ринків. Захист за допомогою митного тарифу потрібен для стимулювання промислової диверсифікації, що зменшує залежність країни від світових процесів;
- бути інструментом тиску на конкурентів з метою отримання певних поступок.

Отже, використання митного тарифу зумовлює одночасну дію як фіскальної, так і захисної функції. Тобто країна, застосовуючи митний тариф (особливо це стосується імпортного мита), розв'язує як проблему акумуляції доходів, так і проблему захисту національного ринку. Спостерігається певна закономірність: низькі ставки використовуються для отримання фіскального ефекту, а високі – для ефекту захисту.

Враховуючи специфіку, яка залежить від політики окремих країн,

виокремлюють:

– тарифи промислово розвинених держав, рівень яких, як правило, помірний з огляду на певний економічний розвиток країни. Так, середньоарифметичний імпорتنний тариф в економічно розвинених країнах на промислові вироби складає 6,3%, у тому числі у США – 4,6%, ЄС – 5,7%, Канаді – 9%, Японії – тільки 3,9%. Водночас слід зазначити, що навіть незначний рівень митних ставок є досить суттєвою перешкодою для виходу імпорتنних товарів на ці ринки збуту. Так, за оцінками експертів, зниження торговельно-митних бар'єрів на ринках економічно розвинених країн хоча б наполовину принесло б країнам периферійної зони додатково від 110 до 140 млрд. дол. США на рік;

– тарифи країн, що розвиваються, в яких рівень мита зазвичай досить високий через значні національні витрати на виробництво товарів та бажання захистити свій ринок від конкуренції іноземних товарів. Відповідно до розмірів митних ставок, ці країни можна поділити на три групи: для першої характерні ставки, які не перевищують 50% мита для більшості товарів (Ангола, Нігерія, Болівія, Чилі, Сінгапур, Філіппіни, Тонга); до другої групи належать країни з більш високими ставками мита – 50–100% (Алжир, Лівія, Танзанія, Аргентина, Бразилія, Мексика, Іран, Індонезія, а також Південна Корея); у третій групі ставки митного тарифу перевищують 100% (Єгипет, Ботсвана, Марокко, Колумбія, Пакистан, Індія, Сирія, Таїланд, Туреччина) [19].

Механізм застосування митного тарифу складається з декількох елементів: товарна класифікація об'єкта оподаткування, методи оцінки вартості оподатковуваних товарів, методи визначення країни походження товарів, процедура застосування митних ставок. Тому ефективне застосування митного тарифу для досягнення певних цілей (протекціоністських чи фіскальних) можливе за умови маніпуляції всіма елементами митного тарифу і не обмежується простою зміною рівнів митних ставок.

В цілому витрати при проведенні імпорتنних закупівель зростають за рахунок митних накладень, які залежать від коду товару за УКТ ЗЕД, митної вартості, яка встановлюється нормами про трансфертне ціноутворення та

митного тарифу, який встановлюється в залежності від товару, який є предметом торгівельної угоди.

Витрати на імпортований товар складаються з наступних позицій:

- митна вартість, тобто ціна товару за контрактом, яка відображається у рахунку-фактурі;
- мито, тобто грошова сума, яка сплачується в залежності від встановленої вартості, яка визначається для кожного товару окремо в залежності від економічних та політичних факторів;
- акцизний збір, якщо товар відноситься до переліку товарів, які потрапляють під обов'язкову сплату акцизного збору.

Сума, яка утворюється в результаті складання всіх зазначених складових являє собою об'єкт оподаткування податком на додану вартість. Товари з деяких країн не оподатковуються митом у зв'язку з відповідними торговельно-економічними угодами.

Основними проблемами імпортованих закупівель полягають у непередбачуваності деяких видатків на протязі року, особливо тих, що визначаються валютними курсами, ринковою кон'юнктурою та, відповідно митною вартістю.

2.3. Організаційно-економічна характеристика ТОВ СП "Юкойл"

Товариство з обмеженою відповідальністю "Спільне підприємство "Юкойл" є підприємством за участю іноземного капіталу (одним з учасників – засновників підприємства є німецьке підприємство LUBRIZOL AG.

Підприємство засноване у 2002 році у м.Київ. Має 24 регіональних представництва – філії, кожна з яких має власний баланс, майно та персонал.

Підприємство виробляє широкий спектр технічних мастил, олив та охолоджуючих рідин під торговельною маркою YUKO.

На ТОВ "Юкойл" працює близько 140 осіб. В тому числі в центральному апараті 366 (у 2020 році) та решта – в регіональних представництвах.

Очолює підприємство Рада директорів, які підзвітні власникам. Рада директорів складається з керівників, які очолюють відповідні функціональні напрямки діяльності.

Генеральний директор є ключовим менеджером, який представляє підприємство перед третіми особами, визначає стратегію та оперативну діяльність підприємства, координує діяльність лінійних підрозділів та лінійних керівників.

Перший заступник директора – технічний директор є керівником виробництва, організує виробничий процес та керівництво закупівлями.

Директор з маркетингу та збуту – здійснює керівництво продажами та торговельною мережею.

Адміністративний директор є керівником з кадрових, організаційних та загальних питань. Відповідає за функціонування інформаційних мереж.

Фінансовий директор – організує рух коштів, забезпечує бухгалтерську та податкову звітність. Контролює витрати та прибуток.

Організаційна структура підприємства є лінійно-функціональною (рис.2.1):

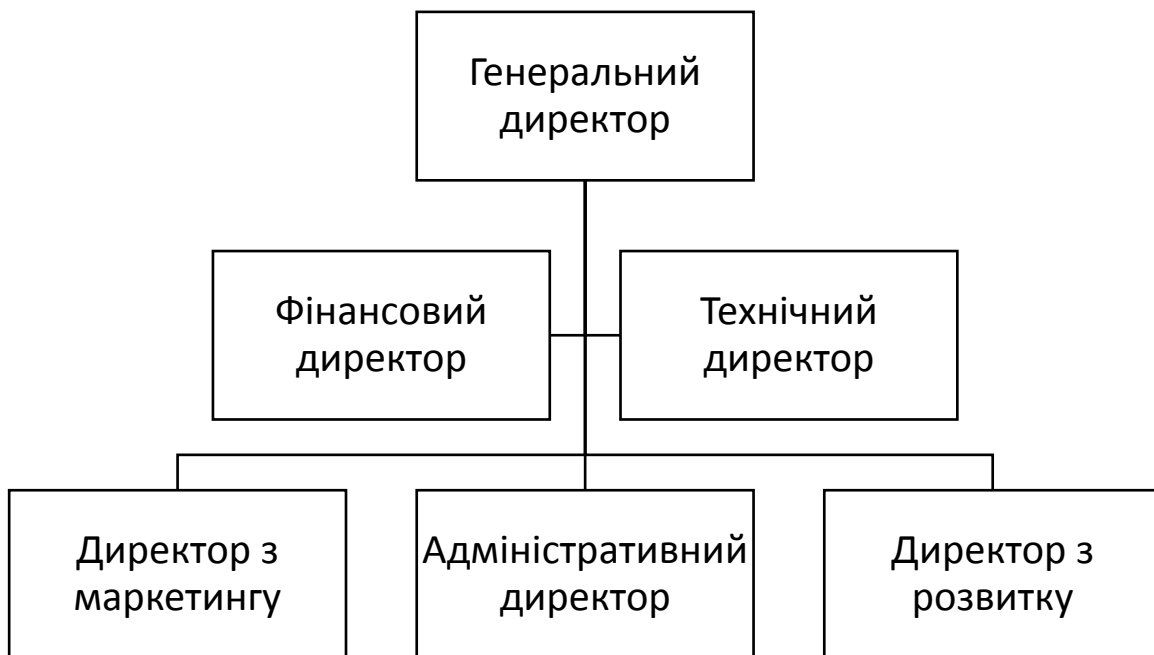


Рис 2.2 Структура менеджменту підприємства

1. Підготовка сировини – аналіз, температурна стабілізація, механічне очищення, контроль та інше, в залежності від сировини.

2. Виготовлення напівфабрикатів, тобто змішування та гомогенізація субстанцій, які входять до складу продукту.

3. Додавання основного компоненту, в залежності від продукту, який планується виготовити та його стандартного складу.

4. Розлив та упаковка в тару (від 370 грамів до 200 літрів).

Основними видами продукції СП «Юкойл» є оливи та мастила, які використовуються у різних двигунах внутрішнього згорання (табл. 2.1):

Таблиця 2.1 - Продукція СП «Юкойл»

№	Найменування продукції	Кількість у ящ./уп	Строк реалізації, діб	Ціна (грн/од виміру)		Темп приросту (%)
				2020	2021	
Моторні оливи						
1.	Бензиновий двигун	5 л	190	55,5	49,0	13,3
2.	Дизель	5 л	190	54,1	49,0	10,4
3.	Спецзамовлення	5 л	190	60,4	54,4	11,0
Трансмісійні, гідравлічні, індустріальні оливи						
4.	Трансмісійні	5 кг	240	562	4,90	14,7
5.	Для автоматичної трансмісії	5 кг	240	5,62	4,90	14,7
6.	Спецзамовлення	25 л	240	18,8	16,7	12,6
7.	Для вітчизняної техніки	25 л.	240	14,0	12,8	9,4
8.	Для імпортової техніки	25 л.	240	15,5	13,6	13,9
9.	Індустріальні	4 кг	240	56,7	48,9	16,0
10.	ІПП	5 л	240	56,2	48,8	15,2
11.	Прокатний стан	5 л	240	44,9	41,2	9,0
12.	Направляючих ковазаня	5 л	240	56,2	50,5	11,3
13.	Турбінні	5 л	240	51,1	49,8	2,6
14.	Компресорні	5 л	240	56,2	49,0	14,7
15.	Для холодильних машин	5 л	180	56,2	49,0	14,7
Мастильно охолоджувальні рідини						
16.	Оливні МОР	4,5 кг	90	54,6	49,7	9,8
17.	Водозмішуючі МОР	4,5 кг	90	53,1	48,8	8,8
18.	Спецзамовлення	4,5 кг	60	49,8	45,8	8,7
19.	Трансмісійні	5 кг	90	56,7	52,1	8,8
20.	Ковазаня	4 кг	360	66,4	60,6	9,6
21.	Гідравлічні	4 кг	360	74,4	68,5	8,6
Мастила						
22.	Кільцеві мастила	3 кг	120	111,4	108,2	3,0
23.	Літєві мастила	2,5 кг	120	101,4	96,6	4,9
24.	Вакумні	3 кг	120	86,3	80,9	6,7
25.	Спецзамовлення	5 л	90	99,0	90,00	10,0

Як видно з таблиці 2.1, вартість продукції у 2013 році у середньому збільшилась на 10,6%, що обумовлено збільшенням цін на нафтові субстанції. Взагалі, основним ризиком у діяльності підприємства є нестабільність цін на сировину та нестабільність валютних курсів. Тому існує ризик нестабільного збільшення цін на одночасному значному збільшенні собівартості з одного боку та встановленні цін на рівні ринкових (аби не втрати покупців) з іншого.

Сезонні зміни мало впливають на попит клієнтів на продукцію «Юкойл». У зимовий період незначно підвищується обсяг споживання за рахунок планової заміни охолоджуючих та мастильних речовин, а у літній період – у зв'язку з про підвищенням цін на нафтопродукти попит на продукцію знижується.

На сьогоднішній день у Запорізькому регіоні та в Україні в цілому дуже сильна конкуренція операторів у галузі обслуговування автотранспортних засобів. Через специфіку продукції вона має обмежений термін зберігання, тому лідерами у галузі є ті підприємства, які раніше розпочали впровадження нових технологій, що збільшують термін придатності товару.

«Юкойл» займає третє місце серед українських виробників охолоджуючих речовин (рисунок 2.1), але в перспективі планує розширити свою присутність на ринку сервісних речовин шляхом збільшення асортименту продукції для різного типу двигунів.

Основними конкурентами підприємства в сегменті охолоджуючих речовин на національному ринку є:

- «АЗМОЛ» (Україна);
- ПАТ «Укртатнафта» (Україна, Кременчук);
- ТМ «Вог» (Україна, Київ);
- ТМ «Ексон Мобайл» (Україна - Британія);
- ТОВ «Шелл Україна» (Україна - США);
- ТОВ «Лукойл-Україна» (Україна, Київ);
- ПАТ «УкрНафта» (Україна, Київ);
- ТОВ «ТНК ВР» (Україна, Київ);

- ВАТ «Сентоза Ойл» (Україна, Київ).

СП «Юкойл» займає 19,8% українського ринку серед виробників енергетичних мастил, які є основною продукцією підприємства. Доля ринку, яку займає підприємство та його конкуренти, наведені на рисунку 2.1:

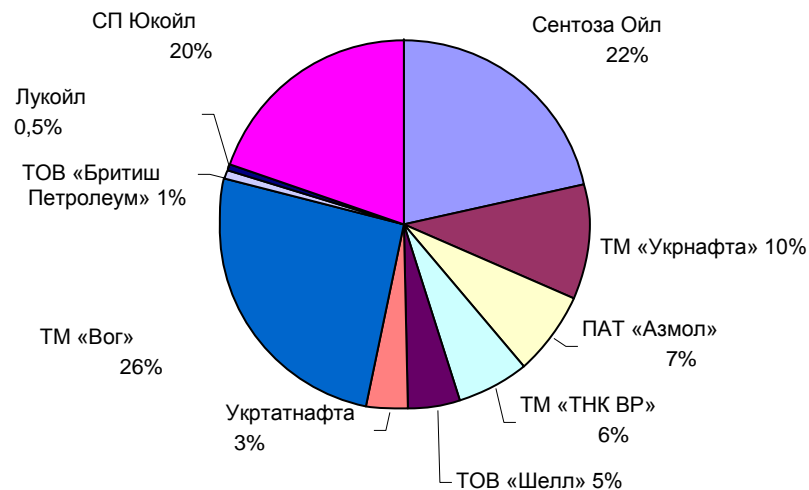


Рисунок 2.1 Доля ринку виробників мастил України

У Запорізькому регіоні у підприємства існує лише один конкурент – ПАТ «АЗМОЛ», який практично повторює асортимент підприємства. АЗМОЛ випускає оливи, охолоджуючу рідину та присадки. Продукція підприємства є достатньо високої якості та має попит серед населення не лише Запорізької області, але й України в цілому.

Основними ринками збуту СП «Юкойл» є не лише Запоріжжя та Запорізька область, але й інша територія України. Продукція підприємства існує у багатьох спеціалізованих та універсальних торгових точках. До каналів збуту відносяться оптові покупці сервісні станції, (приватні підприємці), супермаркети та гіпермаркети. Основними клієнтами підприємства (VIP-клієнтами) є мережі АЗС, супермаркетів «Метро», «Амстор», «Вог», «Виннер

Форд», «Ашан» по всіх регіонах України. Іншу групу клієнтів являють великі промислові підприємства, які здійснюють закупівлі мастил для забезпечення функціонування обладнання.

Для таких VIP-клієнтів існує система додаткових знижок (3, 5, 10 та 15%), що значно впливають на ціну самої продукції у цих роздрібних точках. На розмір знижки впливає товарообіг продукції у супермаркеті за один день.

Сегмент підприємства – промислові клієнти у 2013 році складають 29% від загального обсягу ринку. Серед таких клієнтів ВАТ «Запоріжсталь», ПАТ «Запоріжтрансформатор», ПАТ «Азовсталь», Запорізька атомна станція, Південноукраїнська атомна станція та інші.

Індустріальні оливи та охолоджувальні рідини виробництва «Юкойл» можуть використовуватись практично в усіх технологічних процесах механічного характеру.

Загалом, кожного року показники збуту підприємства зростали. Якщо підприємство (Запорізьке ТОВ «СП Юкойл») розпочало діяльність у 2002 році з обсягів реалізації 12 млн. грн., то обсяг реалізації у 2013 році складав 69 млн. грн.

Економічні показники діяльності СП «Юкойл» наведені у таблиці 2.2:

Таблиця 2.2

Основні показники фінансово-господарської діяльності СП «Юкойл»

Показники	Абсолютні величини, тис.грн		Питома вага статей у загальній сумі доходу, %		Зміни		
	2020 р.	2021 р.	2020 р.	2021 р.	Відхилення, тис.грн	Темпи росту, %	Темпи приросту, %
1	2	3	4	5	6	7	8
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	69554	46877	100	100	22677	148,4	48,4
Податок на додану вартість	(11592)	(7813)	16,7	16,7	3779	148,3	48,3

Продовження табл. 2.2

1	2	3	4	5	6	7	8
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	57132	39064	82,1	83,3	18068	146,3	46,3
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	(49028)	(33430)	70,5	71,3	15598	146,7	46,7
Валовий прибуток	8104	5634	11,7	12,0	2470	143,8	43,8
Інші операційні доходи	533	337	0,76	0,72	196	158,2	58,2
Адміністративні витрати	(2819)	(2558)	4,1	5,5	261	110,2	10,2
Витрати на збут	(3941)	(3191)	5,7	6,8	750	123,5	23,5
Інші операційні витрати	(605)	(363)	0,9	0,7	242	166,7	66,7
Фінансові результати від операційної діяльності:							
Прибуток	1272	0	1,8	0	1272	-	-
Збиток	(0)	(141)	0	0,3	-141	0	0
Інші фінансові доходи	1149	5	1,65	0,01	1144	-	-
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:							
прибуток	432	0	0,6	0	432	-	-
збиток	(0)	(978)	0	2,1	-978	0	0
Податок на прибуток від звичайної діяльності	(329)	(0)	0,5	0	329	-	-
Фінансові результати від звичайної діяльності:							
- прибуток	103	0	0,1	0	103	-	-
- збиток	(0)	(978)	0	2,1	-978	0	0
Чистий:							
- прибуток	103	0	0,1	0	103	-	-
- збиток	(0)	(978)	0	2,1	-978	0	0

Проаналізувавши результати фінансово-господарської діяльності СП «Юкойл», можна зробити висновки, що дохід від реалізації продукції у 2013 році склав 69554 тис. грн, що на 22677 тис. грн більше ніж у попередньому. Дохід від реалізації продукції збільшився на 48,4 %, що є досить істотним показником, який характеризує більш ефективне управління підприємством, ніж у попередньому році. З цього показника також витікає чистий дохід від

реалізації продукції, який збільшився на 46,3% у порівнянні з попереднім роком.

Собівартість реалізованої продукції також збільшилась у 2023 році на 46,7%. Це було зумовлено збільшення цін на сировину (в основному нафта сира та пековий концентрат), паливо та інші складові собівартості продукції. Собівартість у 2023 році займала 70,5% у загальній сумі доходу (у 2020 – 71,3%).

Адміністративні витрати також впливають на загальну суму доходу підприємства, і склали у 2023 році 4,1%. Але їх частка значно зменшилась, тому що у попередньому році адміністративні витрати склали 5,5% від загальної суми доходу. Вони зменшились на 10%.

У 2021 році чистий прибуток підприємства склав 103 тис. грн, у порівнянні із попереднім роком, що був для підприємства збитковим (збиток 978 тис. грн). Це говорить про те, що підприємство почало працювати більш ефективно у порівнянні з попереднім роком.

Проаналізуємо динаміку фінансово-господарської діяльності за 2008-2013 роки за основними показниками:

Збільшення попиту на продукцію зумовлений більш активною маркетинговою та збутовою політикою підприємства.

Як вже зазначалось раніше, собівартість продукції із року в рік значно зростає через постійне збільшення вартості сировини, палива та інших витрат, що входять до собівартості. Також рівень собівартості визначається збільшенням виробничих потужностей – із року в рік підприємство виготовляє все більше й більше одиниць продукції для того, щоб задовольнити зростаючі потреби споживачів, що обумовлені збільшенням інтересу до продукції підприємства.

Проаналізувавши динаміку чистого прибутку (збитку) підприємства можна зробити висновок, що у 2019-2020 роках діяльність СП «Юкойл» була відносно збитковою, що зумовлено великими обсягами капітальних інвестицій, що були зроблені в той період.

Збитковість діяльності була викликана кризовими явищами на споживчому ринку, значним подорожчанням нафтопродуктів, та збільшення питомої ваги витрат на обслуговування кредиту в структурі витрат. Також у ці роки підприємство переживало кризу через значне зменшення попиту на продукцію.

Вихід на рівень стабільної прибутковості здійснено на основі переходу до використання кредитних ліній збільшення споживчого попиту. Окремим явищем, що сприяло розвитку підприємства стала структурна криза на підприємстві АЗМОЛ, на якому відбувалась зміна менеджменту, що негативно вплинуло на його діяльність.

Підприємство має лінійно-дивізійну організаційну структуру, яка відповідає принципам організації роботи ТОВ.

Керівництво поточною діяльністю Товариства здійснює Правління, як виконавчий орган. Правління утворене у складі 5 чоловік на чолі з головою правління. Кожен з учасників є засновником підприємства, який має відповідний пай у його капіталі. Статутний капітал підприємства складає 500 тис. грн. Вартість основних фондів за даними балансу складає 112589 тис. грн. Співвідношення активної та пасивної частини основних фондів складає 47/53 відсотки. Сума оборотних коштів, що знаходиться у розпорядженні підприємства складає близько 35 млн. грн. Середньорічний показник дебіторсько-кредиторської заборгованості складає 124 тис. грн. та 56 тис. грн. відповідно.

Підприємство використовує два типи кредитів. Перший представляє собою кредитну лінію від Приватбанку, що дозволяє використовувати нічні гроші та овердрафти на здійснення торговельних операцій. Відсоткова ставка складає близько 34,5% річних, залучення коштів відбувається під закупівлю сировини, кредити погашаються за рахунок коштів, що надходять від продаж.

Щоденний виторг у 2023 році складав 16234 грн проти 13499 грн у 2020 році. Основна питома вага в обсязі реалізації належить фірмовій мережі торговельних точок, кількість яких у 2023 році склала 24 у Запорізькій області

та 6 регіонах України. Вони забезпечили реалізацію 33% продукції та найвищу торгівельну націнку на товар – до 17,6% від заводської ціни.

Сутність технології виробництва на підприємстві полягає у тому, що:

- сировиною є напівфабрикати – субстанції, які виготовлені світовими виробниками нафтопродуктів та є сумішшю масел або інертних речовин, що мають низьку агресивність та спроможність зменшувати коефіцієнт тертя.

- за хімічною природою сировина є сумішшю рідких сполук вуглецю та водню або кремнію, водню та кисню у різних пропорціях;

- обладнання представляє собою реактори в яких відбувається сепаратне центрифугування на великий (3400 обертів на хвилину) швидкості, холодильну установку де відбувається низькотемпературний крекінг (фракційне розділення при температурі до – 68 градусів) та агрегат для високотемпературного впливу (до 279 градусів) та збагачення суміші киснем або змішування з ефірами.

- упаковка здійснюється у тару 3, 5 та 25 кг.

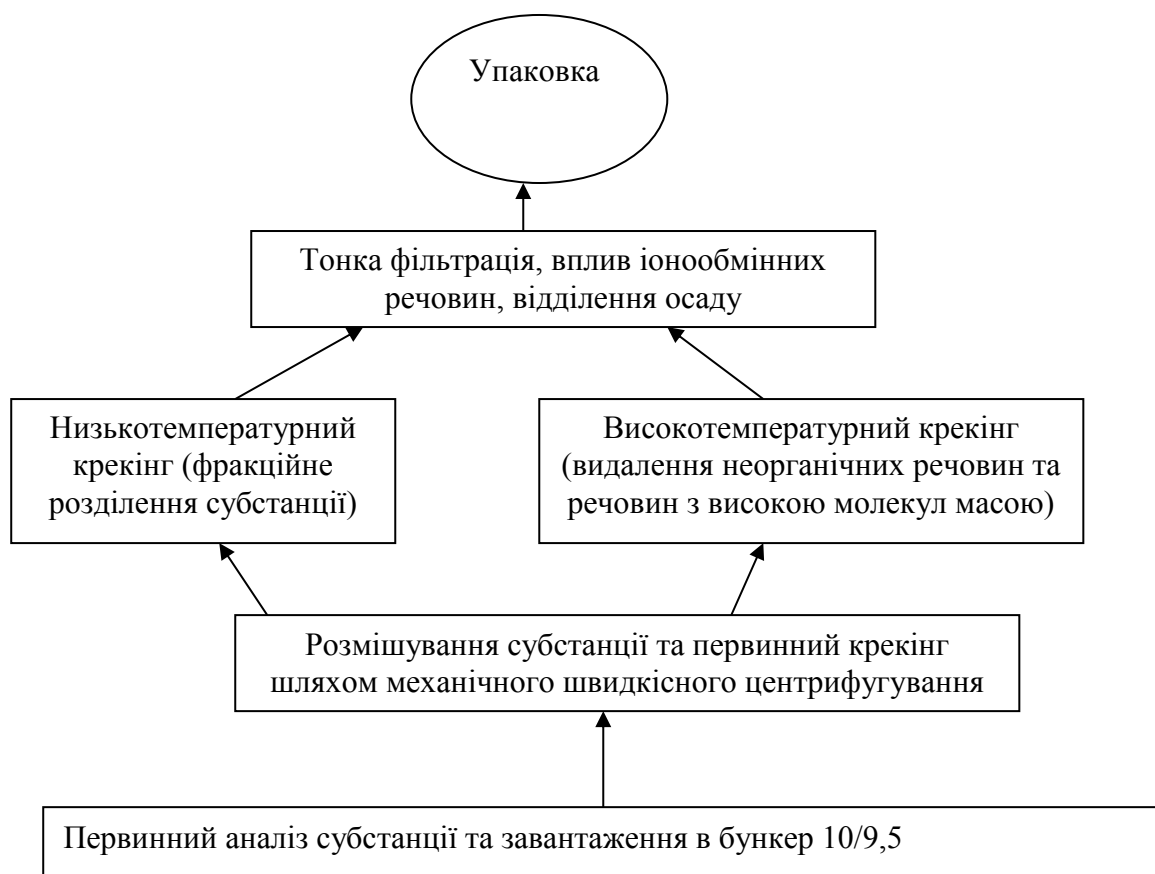


Рис 2.4 Схема виробництва на підприємстві

Технологічна лінія представляє собою сукупність механізмів та агрегатів, які здійснюють фракційний розподіл субстанції, що має природне або синтетичне походження та пройшла попередню підготовку.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Дипломна робота “ Організація збуту імпортової енергетичної сировини на українському ринку в умовах воєнного часу ” є цілісним науковим дослідженням на тему, актуальність якої зумовлена тим, що в умовах гострої конкуренції на ринку споживачів відбувається її інший прояв, як змагальність за ресурси, які можуть бути більш дешевими або обмеженими, а також ресурсами загального споживання, вартість яких швидко зростає.

Мета роботи – дослідити систему управління збутом на підприємстві “Юкойл” та визначити рекомендації з її удосконалення.

Для досягнення поставленої мети були поставлені наступні завдання:

- провести теоретичний аналіз різних аспектів імпортних закупівель та закупівель з імпортом – окремо;
- проаналізувати діяльність ТОВ “СП Юкойл”;
- виявити недоліки та рекомендації для підприємства.

Об’єкт дослідження – ТОВ “СП Юкойл”, виробник мастил та оливо, охолоджуючих рідин для машин та різних технологій.

Предмет дослідження – імпортна складова збуту на підприємстві.

В першому розділі проведено теоретичний аналіз понять та категорій, які входять в діяльність з управління за на підприємстві. Зокрема визначені поняття “збут”, “централізована система”, “децентралізовані закупівлі”. Класифіковані групи закупівель за джерелом, предметом тощо.

Проаналізований імпорт, як вид діяльності підприємства, митний режим та митна операція.

В другому розділі проведено аналіз діяльності ТОВ СП “Юкойл”. Надано організаційно-економічну характеристику цьому підприємству та запорізькому представництву. Визначена кількість робітників (1040 осіб в мережі та 366 в центральному офісі, 64 в Запорізькому представництві), принципи менеджменту та сутність адміністративної структури підприємства (лінійно-функціональна та матрична організаційна структура). Проаналізована номенклатура продукції

підприємства – моторні та індустріальні оливи, охолоджувальна рідина тощо. Встановлений рух сировини, джерела постачання та доставки. Встановлено, що імпорتنі поставки здійснюються переважно з Німеччини та Туреччини (65% від загального обсягу закупівель).

Проаналізована виробнича структура підприємства та зміст технології виробництва продукції, що полягає в накопиченні запасів сировини на складі сировини, спрямування у виробничий процес за допомогою внутрішнього трубопроводу, проведення одноманітних операцій та на останніх двох етапах – додавання основного компонента та упаковка у відповідну тару.

Визначена номенклатура закупівель та тривалість обороту за кожною позицією (видом сировини), тривалість операцій руху документів за імпортними угодами, основні проблеми підприємства, встановлені недоліки в організації імпорتنих закупівель, надані рекомендації щодо їх подолання. Зокрема, виявлено недоліки, які полягають у організаційному (відсутність системи закупівель та конкурсу пропозицій серед постачальників); інфраструктурному (недосконалість внутрішнього трубопроводу для транспортування сировини на дві технологічні лінії); валютному (валютними ризиками) та комерційному (пошук альтернативних пропозицій) тощо.

Підприємству рекомендовано використовувати переважно короткотермінові валютні угоди та акредитив (оплату проти документів).

В роботі використовувались спеціальні та загальнонаукові методи дослідження: монографічний, порівняльний, абстрактно-логічний та інші.

Інформаційною базою для проведення дослідження були теоретичні матеріали, нормативно-правова база українського законодавства, статистичні данні та публічна звітність підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дідківська Л.І. Державне регулювання економіки : навч. посіб. / Л.І. Дідківська, Л.С. Головка. – К. : Знання, 2006. – 213 с.
2. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. / М.І. Дідківський. – К. : Знання, 2006. – 462 с.
3. Дмитриченко М.Ф. Транспортні технології в системах логістики : підруч. / [Дмитриченко М.Ф., Левковець П.Р., Ткаченко А.М. та ін.]. – К. : ІНФОРМАВТОДОР, 2007. – 676 с.
4. Долгальова О.В. Теоретико-методологічні засади механізмів державного управління сталим розвитком підприємств малого бізнесу в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Долгальова Олена В'ячеславівна ; Донец. держ. ун-т упр. – Донецьк, 2007. – 40 с.
5. Доротич С.І. Механізми державного управління процесами адаптації митної системи України до європейських вимог : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр. : 25.00.02 «Механізми державного управління» / Доротич Сергій Іванович ; Івано-Франків. нац. техн. ун-т нафти і газу. – Івано-Франківськ, 2011. – 20 с.
6. Дорофієнко В.В. Теоретико-методичні основи регіонального управління науково-технічним потенціалом в умовах ринку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора екон. наук : спец. 08.02.02 «Економіка та управління науково-технічним прогресом» / Дорофієнко В'ячеслав Володимирович ; Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 1996. – 40 с.
7. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: навч. посіб. [Електронний ресурс] / Г.М. Дроздова. – К. : ЦНЛ, 2004. – 172 с. – Режим доступу: <http://library.biz.ua/15/index.html>.

8. Єдинак Т.С. Механізм державного регулювання операцій з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічній діяльності: методи та інструменти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Єдинак Тетяна Сергіївна ; Гуманітарний ун-т «Запорізький інститут державного та муніципального управління». – Запоріжжя, 2007. – 20 с.

9. Завадський Й.С. Словник економічних термінів: менеджмент, маркетинг, підприємництво : навч.-метод. посіб. / Й.С. Завадський, Г.В. Осовська, О.О. Юшкевич. – Житомир : ЖІТІ, 1999. – 444 с.

10. Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава: програма економічних реформ на 2010 – 2014 роки [Електронний ресурс] / Комітет з економічних реформ при Президентові України. – 66 с. - Режим доступу : http://www.president.gov.ua/docs/Programa_reform_FINAL_1.pdf.

11. Зовнішньоекономічна діяльність : навч. посіб. / за ред. д.е.н., проф. І.І. Дахна. – К. : ЦНЛ, 2006. – 360 с.

12. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : навч. посіб. / за ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, І.Ю. Сіваченка. – [2-ге вид., перероб. та доп.]. – К. : ЦНЛ, 2006. – 792 с.

13. Іваницька О.М. Державне регулювання розвитку фінансової інфраструктури в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Іваницька Ольга Михайлівна ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – К., 2006. – 36 с.

14. Івашова Л.М. Роль митної служби України у забезпеченні економічної безпеки країни в умовах глобалізації / Л.М. Івашова // Наукові праці Чорноморського державного університету ім. Петра Могили. Сер.: Державне управління. – Вип. 174. – Т. 186. – 2012. – С. 84–88.

15. Ілляшенко В.А. Державне регулювання продовольчого забезпечення регіону : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Ілляшенко Вікторія Анатоліївна ; Класичний приватний університет. – Запоріжжя, 2008. – 40 с.

16. Камлик М. І. Напрями протидії корупції в Україні [Електронний ресурс]. – 2005. – Режим доступу : <http://www.akmf.org/wbook/print/563.htm>

17. Карамішев Д.В. Державне регулювання інноваційних процесів у системі охорони здоров'я : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Карамішев Дмитро Васильович ; Донец. держ. ун-т упр. – Донецьк, 2007. – 36 с.

18. Кириченко О.М. Дослідження проблемних питань зовнішньоторговельних відносин та можливі напрями їх вирішення / О.М. Кириченко // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. праць / за ред. І.Г. Манцурова. – Вип. 3 (142). – К., 2013. – С. 145–149.

19. Ковбасюк Ю.В. Економічна політика співпраці України з міжнародними фінансовими організаціями : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Ковбасюк Юрій Васильович ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – К., 2005. – 32 с.

20. Козик В. В. Зовнішньоекономічні операції і контракти : [навч. посіб.] / Козик В. В., Панкова Л. А. та ін. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.

21. Економіка України за січень 2010 року // Урядовий кур'єр. – 2010. – № 39 «Європейський вибір. Концептуальні засади стратегії економічного та соціального розвитку України на 2002–2011 роки» : Послання Президента України до Верховної Ради України від 30 квітня 2002 р. // Урядовий кур'єр. – 2002. – 4 черв. – С. 10.

22. Норт Д. Институциональные изменения: рамки анализа / Дуглас Норт // Вопросы экономики. – 1997. – № 3. – С. 6–17.

23. Конституція України: прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 року // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 141. – (Зі змін. та допов.).

24. Корецький М.Х. Формування та розвиток системи державного регулювання аграрного сектора економіки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Корецький Микола Христофорович ; Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України. – К., 2003. – 35 с.

25. Коршунова Г.С. Механізм державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності: методологічний аспект : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.01 «Економічна теорія та історія економічної думки» / Коршунова Ганна Степанівна ; Донец. нац. ун-т. – Донецьк, 2009. – 20 с.

26. Кравченко А.В. Внешнеэкономические отношения как составная часть национального хозяйства и форма взаимосвязи с геоэкономикой [Электронный ресурс] / А.В. Кравченко // Ключевые инструменты организации человеческого общежития: экономика и право : матер. Междунар. науч.-практ. конф. – Одесса : Издательский дом «In Press», 2011. – Режим доступа: <http://gisap.eu/ru/node/1168>.

27. Лавренчук А.О. Становлення та розвиток регіональних механізмів інтеграції України до Європейського Союзу : дис. ... канд. наук з держ. Управління : 25.00.02 «Механізми державного управління» / Лавренчук Андрій Олександрович ; Національна академія держ. управління при Президентіві України. – К., 2004. – 202 с.

28. Латинін М.А. Державне регулювання розвитку аграрного сектора економіки України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора наук з

держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Латинін Микола Анатолійович ; Донец. держ. ун-т упр. – Донецьк, 2007. – 36 с.

29. Линдерт П.Х. Экономика мирохозяйственных связей : монография / П.Х. Линдерт ; пер. с англ. О.В. Богачевой, О.В. Ивановой, А.А. Конопляник [и др.] ; под. общ. ред. О.В. Ивановой. – М. : Прогресс, 1992. – 520 с.

30. Липовська Н.А. Управління інституціональним розвитком державної митної служби України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора наук з держ. упр. : спец. 25.00.03 «Державна служба» / Липовська Наталія Анатоліївна ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – К., 2007. – 36 с.

31. Лобас В.М. Теоретичні основи і розвиток державного соціально-орієнтованого управління : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Лобас Віталій Михайлович ; Донец. держ. ун-т упр. – Донецьк, 2004. – 36 с.

32. Лозинська Т.М. Державне управління розвитком продовольчого ринку України в умовах глобалізації економіки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Лозинська Тамара Миколаївна ; Донец. держ. ун-т упр. – Донецьк, 2008. – 36 с.

33. Мартиненко В.Ф. Формування системи державного управління інвестиційним процесом в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Мартиненко Володимир Федорович ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – К., 2006. – 36 с.

34. Марущак В.П. Планування в системі державного регулювання ринкової економіки: організаційно-правові засади : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Марущак Володимир Петрович ; Донец. держ. ун-т упр. – Донецьк, 2009. – 34 с.

35. Машков А.О. Аналіз чинників у системі реалізації державної політики у сфері зовнішньоекономічної діяльності / А.О. Машков // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 3. – С. 131–134.

36. Мировая экономика. Внешнеэкономическая деятельность / [Борисова Л.М., Грошева Т.А., Ермушко Ж.А. и др.]. – Томск: Изд-во ТПУ, 2007. – 256 с.

37. Государственное регулирование рыночной экономики : учебн. [Электронный ресурс] / Под ред. В.И. Кушлина. – Режим доступа : <http://www.alleng.ru/d/econ/econ051.htm>.

38. Митний кодекс України : Кодекс України № 92-IV від 11 липня 2002 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=92-15>

39. Міжнародні економічні відносини : підруч. для вузів / за ред. В.Є. Рибалкіна. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 362 с.

40. Мойсейченко П.О. Розвиток стимулюючої функції державного управління зовнішньоекономічною діяльністю : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Мойсейченко Павло Олександрович ; Академія муніципального управління. – К., 2008. – 20 с.

41. Мордвінов О.Г. Державне управління аграрним природокористуванням України в умовах ринкової трансформації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора наук з держ. упр. : спец. 25.00.05 «Галузеве управління» / Мордвінов Олександр Григорович ; Укр. акад. держ. упр. при Президентові України. – К., 2001. – 32 с.

42. Мочерний С.В. Економічна теорія : навч. посіб. / С.В. Мочерний. – К. : Видавничий центр «Академія», 2003. – 656 с.

43. Надолішній П.І. Етнонаціональний аспект адміністративної реформи в Україні (теоретико-методологічний аналіз) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора наук з держ. упр. : спец. 25.00.01 «Теорія та історія державного

управління» / Надолішній Петро Іванович ; Укр. акад. держ. упр. при Президентові України. – К., 1999. – 36 с.

44. Новак В.О. Зовнішньоекономічна діяльність : підруч. / Новак В.О., Мостенська Т.Л., Гуріна Г.С., Ільєнко О.В. – К. : Кондор, 2012. – 552 с.

45. Огаренко В.М. Державне регулювання вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг : монографія / В.М. Огаренко. – К. : НАДУ, 2005. – 328 с.

46. Олин Б. Межрегиональная и международная торговля / Бертил Олин ; пер. с англ. – М. : Дело, 2004. – 416 с.

47. Онищенко О.А. Застосування загальних та спеціальних механізмів державного регулювання економіки у сфері зовнішньоекономічної діяльності України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Онищенко Оксана Анатоліївна ; Класичний приватний ун-т. – Запоріжжя, 2008. – 20 с.

48. Осауленко О.Г. Моделювання та управління сталим соціально-економічним розвитком : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Осауленко Олександр Григорович ; Укр. акад. держ. упр. при Президентові України. – К., 2002. – 36 с.

49. Пазуха М.Д. Зовнішньоекономічна діяльність : навч.-метод. посіб. / М.Д. Пазуха. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 230 с.

50. Питання Державної служби експортного контролю України: Указ Президента України від 17.04.2002 р. № 342 // Офіційний вісник України. – 2002. – № 16. – Ст. 858.

51. Післякризовий розвиток економіки України: засади стратегії модернізації : аналіт. доповідь / За ред. Я.А. Жаліло. – К. : НІСД, 2011. – 66 с.

52. Пісьмаченко Л. М. Митно-тарифне регулювання як засіб захисту економічних інтересів держави у сфері зовнішньої торгівлі / Л. М. Пісьмаченко // Економіка та держава. – 2007. – № 12. – С. 49–52.

53. Пісьмаченко Л. М. Напрями вдосконалення системи державного контролю економіки / Л. М. Пісьмаченко // Актуальні проблеми управління розвитком об'єктів і процесів ринкової економіки : матер. міжнар. наук.-прак. конф., Запоріжжя, 5–6 жовтня 2006 р. – Запоріжжя : ГУ «ЗІДМУ», 2006. – С. 64–67.

54. Пісьмаченко Л.М. Державна політика у сфері розвитку та використання експортного потенціалу України / Л.М. Пісьмаченко // Науковий вісник Академії муніципального управління. – Вип. 3 (9) «Державне управління та місцеве самоврядування». Сер.: Управління. – К. : Видавничо-поліграфічний центр Академії муніципального управління. – 2009. – С. 21–29.

55. Пісьмаченко Л.М. Державне управління зовнішньоторговельною діяльністю в умовах інтеграції України у світовий економічний простір: механізми регулювання та контролю : автореф. дис. доктора наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Пісьмаченко Людмила Миколаївна ; Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України. – К., 2008. – 36 с.

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

57. Пісьмаченко Л.М. Методологічні основи державного управління зовнішньоторговельними операціями / Л.М. Пісьмаченко // Вісник Академії митної служби України. Сер.: Державне управління. – 2009. – №1 (1). – С. 24–33.

58. Пісьмаченко Л.М. Реформування системи державного управління ЗЕД на засадах концепції контролінгу / Л.М. Пісьмаченко // Вісник АМСУ. Сер.: Державне управління. – 2010. – № 2 (3). – С. 91–101.