

**Вищий навчальний заклад
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»**

Факультет економіки та інформаційних технологій

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)
спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»

на тему
«МИТНО-ТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА (на прикладі ТОВ «Укрспецексім»)»

Здобувача вищої освіти заочної форми
навчання

_____ Загребельна Крістіна Михайлівна
(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові)

Науковий керівник

доктор економічних наук, професор
(вчений ступінь, наукове звання (доцент, професор))

_____ Паризький Ігор Володимирович
(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові)

**Завідувач кафедри міжнародних
економічних відносин**

кандидат економічних наук, доцент
(вчений ступінь (к.е.н., д.е.н.), наукове звання)

_____ Костюк Валентин Романович
(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові)

Київ – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. З'ЯСУВАННЯ МИТНО-ТОВАРНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ ПРИ ПОСТАВКАХ В УКРАЇНУ ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТВАРИННИЦЬКИХ	6
1.1. Огляд нормативної, регулюючої бази імпорتنих операцій та огляд ринку продажу імпортного товару.....	6
1.2. Економічна ефективність імпорту.....	20
1.3. Визначення аспектів проблеми, що мало досліджені та які висвітлюються в даній роботі.....	24
Висновки до розділу 1.....	30
РОЗДІЛ 2. ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ НЕДОЛІКІВ ТА ПЕРЕВАГ ОБ'ЄКТНОГО ПОСТАЧАННЯ УКРАЇНУ	32
2.1. Обґрунтування обраних методів дослідження.....	32
2.2. SWOT та PEST аналіз імпорتنих поставок в Україну.....	39
2.3. Обґрунтування оцінки імпорتنих поставок.....	50
Висновки до розділу 2.....	54
РОЗДІЛ 3. ВСТАНОВЛЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ ТА МОЖЛИВИХ ІННОВАЦІЙ ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ТВАРИННИЦЬКОГО РИНКУ	55
3.1. Аналіз та узагальнення результатів дослідження.....	55
3.2. Встановлення перспектив та інновацій при імпорту обладнання.....	57
3.3. Подання практичних рекомендацій по застосування отриманих результатів підприємством.....	61
Висновки до розділу 3.....	63
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	70
ДОДАТОК	

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Доцільність роботи щодо митно-товарного регулювання актуальна як ніколи саме в теперішній час. Останнє десятиріччя Україна багато чого змінила в цьому напрямку. Бюджет країни та наповнення валютного резерву є залежним від сільгоспвиробників, які значним чином наповнюють їх, а подекуди є бюджетотворюючим осередком для певних міст та районів.

Для подальшого розуміння самого дослідження в даній роботі, хочу зробити загальний огляд галузі, яка буде висвітлена в даній роботі. Галузь дослідження в даній роботі-це сільське господарство України, а саме галузь тваринництва. Сільськогосподарські комплекси та холдинги активно розвиваються останні 20 років. Розвиваються всі напрямки-як рослинництво, тваринництво, так і галузь консалтингу та підтримку с/г виробників (імпорт запасних частин, обладнання для ремонту, тощо).

Не дивлячись на те, що свинарство в Україні – традиційна галузь, виробництво свинини відображає основні тенденції галузі в світі:

- скорочення поголів'я та обсягів виробництва свинини;
- вплив АЧС (африканської чуми свиней) на внутрішній ринок та експортно-імпортні операції;
- конкуренція з продукцією птахівництва.

Зараз вітчизняне свинарство забезпечує більше ніж 12 тис. робочих місць (це становить 2,4% зайнятих у сільському господарстві), та понад 2 млрд грн податкових нарахувань, майже 11% валової продукції тваринництва, динаміка розвитку галузі впродовж останніх п'яти років є абсолютно негативною.

Аналіз останніх публікацій і досліджень. У своїх працях українські вчені досліджували загальні проблеми щодо системи митно-тарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Серед них можна виділити В.М. Суторміна, В.М. Федосова, В.л. Андрущенко, В.С. Будкіна, І.В.

Бураковського, А.С. Філіпенка, О.Г. Білоруса, Д.Г. Лук'яненко, О.М. Гончаренка, О.Д. Василика, О.П. Гребельника, О.Б. Єгорова, В.М. Опаріна та В.Р. Сіденка.

Останні з стратегій, що були розроблені для галузі на період 2020-2025 має на меті не лише спинити скорочення та збільшити обсяги виробництва свинини в країні, а й спрямувати розвиток галузі відповідно до глобальних трендів і викликів, орієнтуючись при цьому на споживача та задоволення його потреб.

Метою та завданням дослідження є:

- 1) з'ясування митно-тарифного регулювання імпорتنих операцій при поставках в Україну обладнання для сільськогосподарських тваринницьких комплексів;
- 2) визначення основних недоліків та переваг об'єктного постачання в Україну;
- 3) встановлення перспектив та можливих інновацій для суб'єктів господарювання, які здійснюють імпортно-експортні операції саме в сфері сільського господарства, а саме тваринництва.

В кваліфікаційній роботі проведено огляд та проаналізовано митно-тарифне регулювання імпорту обладнання для тваринницьких комплексів на прикладі української компанії, що займається імпортом та експортом наступних товарів: обладнання для будівництва та облаштування свинокомплексів, ветеринарного обладнання та спеціальних кормових добавок. Щоб розуміти доцільність дослідження, необхідно зробити вступний екскурс в галузь, а саме такої галузі як свинарство.

Об'єктом дослідження будуть операції, пов'язані з імпортом обладнання для тваринницьких ферм України підприємством ТОВ «Укрспецексім», яке розташоване в м. Біла Церква Київської області. Дане підприємство займається проектуванням, будівництвом та обладнанням ферм. На сільськогосподарському ринку підприємство входить в ТОП-5 України як постачальник різного виду обладнання для тваринницьких ферм.

А саме:

- системи вентиляції та каналізації тваринницьких приміщень;
- системи кормороздачі;
- автоматика та комп'ютерне управління ферм різного рівня складності;
- станки та щільові підлоги для тварин;
- системи поїння;
- інше негабаритне обладнання.

Предметом роботи є використання та подальший обіг імпортованих товарів; буде встановлено та запропоновано рішення щодо подальшої роботи підприємства з імпортними операціями.

Методи дослідження. Зазвичай в основі стратегій крупних аграрних компаній-виробників – SWOT та PEST аналіз галузі (компанії) та обговорення проблематики, основних бар'єрів та пріоритетів у розвитку свинарства зі стейкхолдерами. Кінцевою метою розроблених стратегій підприємств-це реалізувати та досягти того, щоб вітчизняне свинарство перетворилося на захищену, конкурентоспроможну, експорт орієнтовану, відповідальну та націлену на споживача галузь, що створює продукти з високою доданою вартістю.

Наукова новизна одержаних результатів. Було визначено основні недоліки та переваги постачання обладнання в Україну. Також обґрунтувала обрану методику дослідження, було проведено SWOT та PEST аналізи галузі та компанії в цілому. Імпортні поставки оцінені та обґрунтовані.

Практичне значення одержаних результатів. Встановлено перспективи та можливості інновацій для суб'єктів господарювання, які займаються імпортом обладнання в Україну. Було узагальнено результати дослідження, встановлення перспективи. Також подані практичні рекомендації по застосуванню отриманих результатів підприємством.

Структура кваліфікаційної роботи. Обсяг роботи становить 82 сторінок друкованого тексту, складається зі вступу, трьох розділів,

висновків, списку використаних джерел – 40. Робота містить 9 таблиць, 12 рисунків.

РОЗДІЛ 1.

З'ЯСУВАННЯ МИТНО-ТОВАРНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ ПРИ ПОСТАВКАХ В УКРАЇНУ ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТВАРИННИЦЬКИХ КОМПЛЕКСІВ

1.1 Огляд нормативної, регулюючої бази імпорتنих операцій та огляд ринку продажу імпортного товару

Динаміка розвитку вітчизняного ринку свинини протягом останніх п'яти років є повністю негативна. Загальне поголів'я свиней у країні стабільно скорочується: по факт на початок 2019-го було зафіксовано рекордний мінімум – близько 6 млн. гол., це є на 25% менше чи майже на 2 млн свиней, ніж 2014-го. Скорочення більшою мірою відбувається за рахунок присадибного свинарства (чисельність свиней, утримуваних населенням, скоротилася майже на третину з 2014-го чи 1,3 млн. гол. до 2,6 млн. гол. станом на початок 2019-го). Хоча у промисловому свинарстві також спостерігають негативні зміни. Згідно даних, оприлюднених у вільному доступі на сайті Держаної служби статистики у параграфі «Тваринництво», значно скорочується не лише поголів'я – на понад 10% порівняно з 2014-им (3,3 млн проти 3,8 млн гол на початку 2014-го.), з ринку щороку вибуває 200-500 свиного господарств: у 2019-му 1730 підприємств проти 3260 у 2014-му. Така тенденція певним чином впливає на кількість робочих місць та обсяги податкових відрахувань до бюджетів усіх рівнів [33].

Стабільно негативна динаміка у галузі знаходить відображення і у зміні обсягів виробництва свинини та рівня самозабезпечення свининою та м'ясопродуктами з неї. Наприклад, протягом 2015-2017 рр. внутрішнє виробництво перевищувало 735 тис. т свинини забійною масою та забезпечувало понад 90% ємності внутрішнього ринку, упродовж останніх двох років виробництво скоротилося до рівня 700 тис. т, а самозабезпечення продукцією свинарства, відповідно, - до 85%. І саме тому імпорт свинини та

продукції свинарства в 2018-му і 2019-му перевищував 100 тис. т, що еквівалентно річному споживанню цього виду м'яса понад 5 млн українців чи 1/8 населення країни.

Окрім значного послаблення рівня продовольчої безпеки, збільшення імпорту свинини має абсолютно негативний вплив на зовнішній торговий баланс країни. Таким чином, у 2018-му зовнішнє торгове сальдо по свинині, свинячому жиру та субпродуктах становило мінус 85 млн дол. США, а за 11 місяців 2019-го – мінус 78 млн дол. США.

Значним чином ситуацію у галузі дуже ускладнює поширення африканської чуми свиней (АЧС). Самий перший випадок цього захворювання в Україні зареєстрували 2012-го. На кінець 2019 року – 509 спалахів, через які умертвили понад 300 тис. свиней. Також в тому числі 85 спалахів (або 17%) зареєстровано на промислових підприємствах.

Таким чином, наш вітчизняний виробник свинини в умовах складної епізоотичної ситуації залишається абсолютно незахищеним, оскільки наразі відсутні механізми компенсації втрат через АЧС та програми страхування таких ризиків.

Одночасно, лише в Україні (на відміну від решти світу, що також бореться із цим захворюванням) більша частина витрат, пов'язаних із ліквідацією спалаху, лягає на прямі витрати виробника без будь-якого компенсування з боку держави. Українські податкові органи трактують чинне законодавство таким чином, що зобов'язують «постраждали» від хвороби підприємства сплатити ПДВ на знищене через АЧС поголів'я (у масштабах великого товарного виробництва такі витрати складають багато десятків мільйонів гривень).

Загалом, ці фактори створюють умови для неконтрольованого поширення ареалу вірусу, що істотно підвищує ризики ведення бізнесу. Ще один негативний наслідок АЧС – експорт вітчизняної свинини з 2016-го не перевищував 5 тис. т, скоротившись у понад десять разів (з 27,2 тис. т у 2015-му) [33]. Наразі, українська галузь свинарства опинилася в умовах майже

повної ізоляції від зовнішніх ринків свинини.

Динаміка свинопоголів'я в розрізі категорій господарств та питомої ваги промислового сектору; *без врахування АР Крим та тимчасово окупованих територій Луганської та Донецької обл.

Поголів'я свиней в Україні

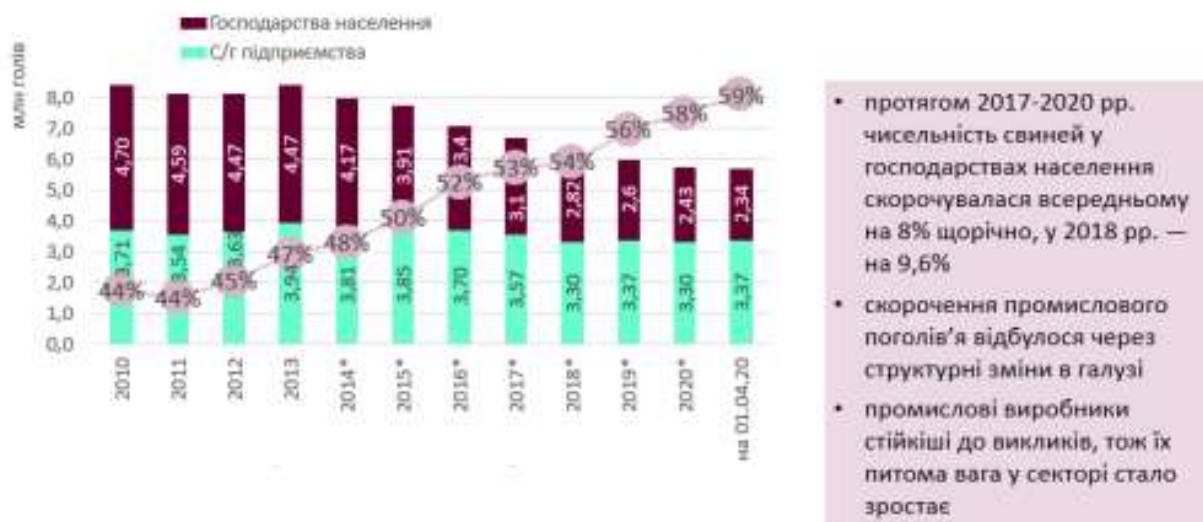


Рис. 1.1. Поголів'я свиней в Україні в період 2010-2020р.

Джерело: Державна статистична служба України

Станом на сьогоднішній день, лише одне господарство в Україні має дозвіл на експорт свинини. Це підприємство має назву ТОВ «Марлен КД», Кіровоградська обл., Компаніївський р-н. Потужність виробництва даного підприємства становить 3400 свиноматок (68 тис. свиней на рік), якщо перевести ці цифри у живу вагу, будемо мати 7480,00 тис. кг свинини на рік з продажною вартістю понад 299 млн. грн на рік. З такої орієнтовної суми маємо не лише 20% ПДВ для держави понад 60 млн. грн. — також дане підприємство є великим осередком робочих місць та певним соціальним проектом для розвитку в сільській місцевості. Ці дані наведені мною на правах рукопису, так як були отримані напряму від керівництва описаного підприємства та надруковано за дозволом.

Одночасно, нинішнє непрозоре ветеринарне та екологічне законодавство, яке перешкоджає у нарощуваннях виробництва

тваринницької продукції (корупційна складова, отримання дозвільної документації триває роками, безпідставний шантаж з боку екоактивістів), та відсутність достатньої державної підтримки повністю демотивують розвиток галузі.

Далі наводжу схематичні дані у вигляді порівняльних таблиць, по яких одразу буде видно-де та на якому рівні розміщені ті чи інші показники галузі в Україні [26, [23]. На малюнку наведено динаміку внутрішнього виробництва свинини та рівня самозабезпеченості продукцією свинарства; *включно з субпродуктами та жиром.

Як видно з наведеного графіку, в період з 2013 року обсяг виробництва продуктів тваринництва в тисячах тон скоротився орієнтовно на 10%, рівень самозабезпеченості продукцією свинарства не нижче 86% з 2014 р.

Як наслідок, загалом галузь свинарства на сьогоднішній день є імпортом залежною. А в умовах удорожчання зерна та кормових компонентів в період червень-грудень 2020р., галузь взагалі працює в збиток.

Виробництво свинини в Україні

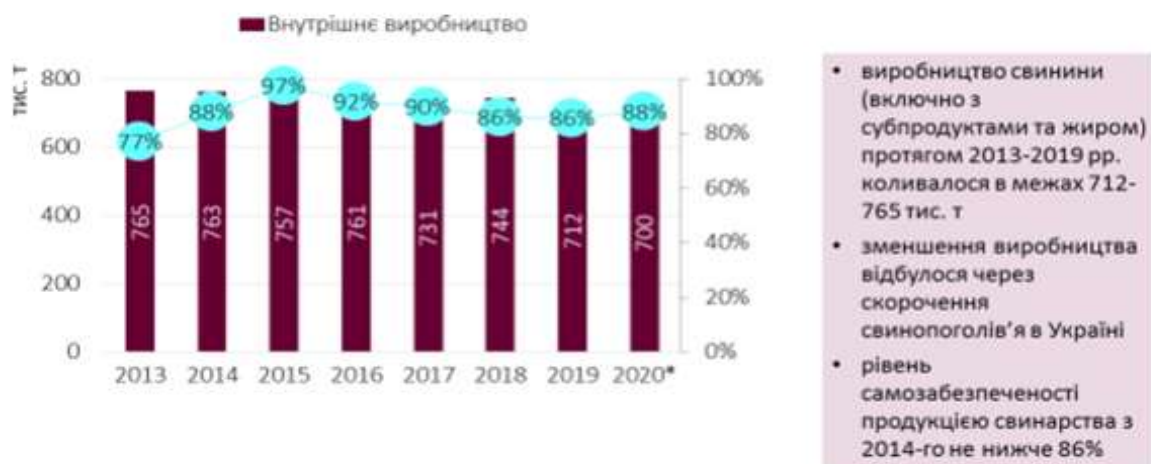


Рис. 1.2. Виробництво свинини в Україні.

Джерело: Економічний дискусійний клуб, МЕРТ

За даними FAO, у 2020 році споживання м'яса склало 45 кг м'яса на

українця в рік. В Європі – 90 кг, норма для здорового життя – 80 кг. Фактично українці їдять в два рази менше м'яса за фізіологічну потребу та вдвічі менше за європейців [29].

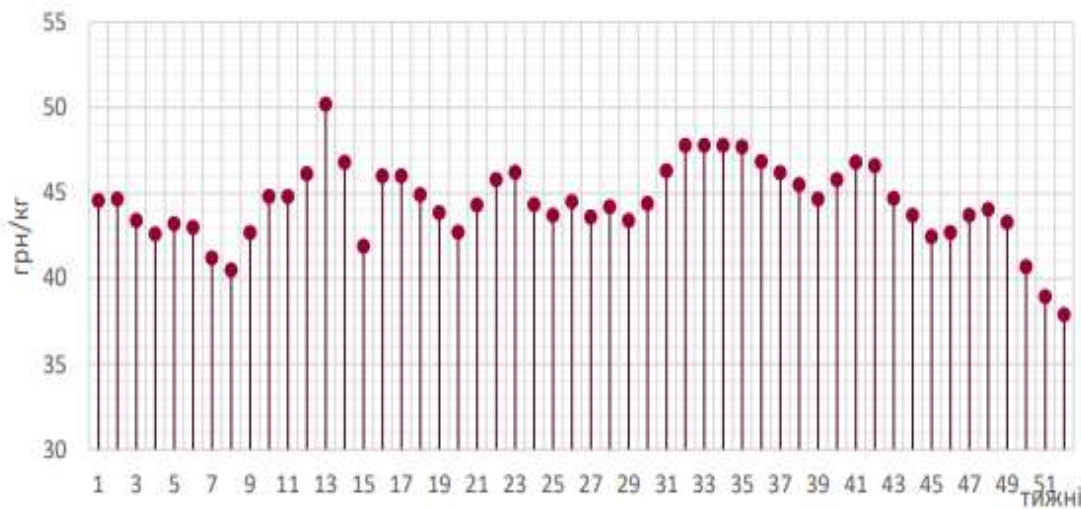


Рис. 1.3. Ринок «живця» протягом 2020 р.

Джерело: Асоціація свинарів України

Динаміка закупівельних цін на живець свиней 1-ї категорії потижнево, 2020р. [28]

За даними компанії «Асоціація свинарів України» вартість 1 кг живця знизилась з 45 грн/кг на початку року до 37 грн/кг наприкінці 2020 р. У відсотках це становить 18%. При цьому, вартість зернових компонентів зросла в декілька разів.

Згідно даних аналітичного відділу експортера №1 зерна з України, компанії ТОВ «Нібулон» (займає перше місце як експортер зернових), вартість 1 тони зерна в Україні в період з лютого 2020 р. по січень 2021 року зросла на 57-68%. Компанія ТОВ «Нібулон» є основним гравцем експортного ринку зерна. Тому, коли підприємство хоче вирахувати ринкову вартість свинини, зазичай враховують закупівельні ціни зернотрейдера, а не свої ціни на момент уборки врожаю. Адже в такому випадку, фермер може ввести себе в оману щодо остаточної ринкової вартості живця свого господарства. При цьому ціна на живець знизилась на 18% з початку року, а зерно подорожчало

більше ніж на 50% з початку року. Саме тому зараз «бізнес свинарства» є абсолютно інвестиційно непривабливим та збитковим.



Рис. 1.4. Ціни на основні компоненти корму в 2020р.

Джерело: аналітичний відділ компанії ТОВ «Нібулон»

Період відображення графіка-рік. Базис поставки-перевантажувальний зерновий термінал м. Миколаїв (Миколаївська обл.) [27].

Така ситуація в галузі призвела до початку монополізації та глобалізації виробництва, адже с/г виробництво в Україні також залежить від тенденцій глобальної економіки. Починаючи з 2015р. спостерігається зниження кількості дрібних та присадибних господарств, які вирощують свинину, та укрупнення великих промислових, з новітніми технологіями та оновленими засобами для виробництва. Дрібний виробник, позбавлений новітніх технологій та без певних обсягів свинини в живій вазі, майже приречений на банкрутство. Адже він не може витримати конкуренції нових, удосконалених підприємств, які мають обсяги для ринку та оновлені технології для зниження собівартості 1кг свинини.

Також на ринку з'являються підприємства-виробники свинини з іноземними інвестиціями, які принесли в Україну абсолютно нові технології.

Зазвичай це підприємства, де кінцевими бенефіціарами є громадяни Данії, Великої Британії, Китаю.

Наступні два графіка гарно це ілюструють. Приводжу як приклад ТОП-15 виробників України з описом кому належить дана компанія та групування промислового поголів'я свиней за розмірами промислових свиного господарств.

В даному рейтингу 6 компаній належать іноземцям. Громадянину Великої Британії належить №2 рейтингу, громадянам Данії №№ 3, 15. Громадянину Китаю №10, громадянам Чехії (етнічні українці)-№8, громадянину Польщі належить № 14. Ці підприємства складають 50% всього промислово-товарного живця України.

Великі інвестиційні аграрні групи зазвичай вкладають кошти в українські підприємства. Але такі господарства окрім ферм та тварин повинні мати відповідний земельний банк. Також поступово набуває практика приватного страхування, яке допомагає іноземцям повернути свої кошти.

Наводжу ТОП-15 найпотужніших свиного господарств України, 2020 рік [28].

ТОП-15 найпотужніших свиного господарств України, 2020

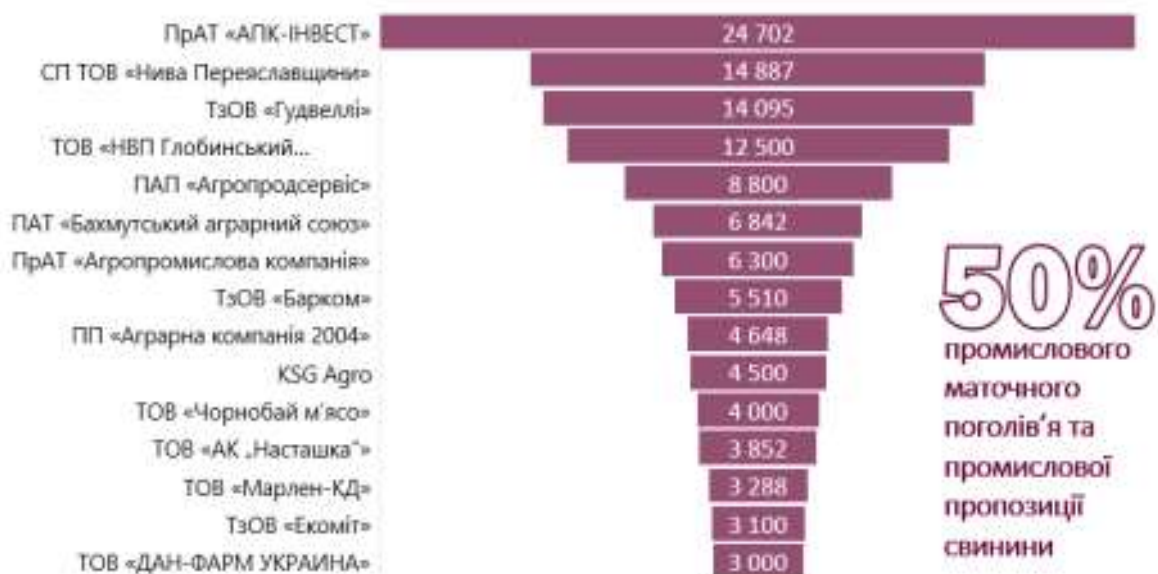


Рис. 1.5. ТОП-15 свиного господарств України .

Джерело: Асоціація свинарів України

Про те, що вони укрупнюються та монополізують ринок, свідчить наступний графік.



Рис. 1.6. Групування промислового поголів'я свиней за розмірами промислових свиного господарств

Джерело: Державна статистична служба України

Монополізація с/г виробництва свинини в умовах глобальної економіки [33].

Щоб мати найвищу рентабельність виробництва свинини, зазвичай підприємства працюють по типу «замкненого циклу». При замкненому (повному) циклі виробництва – з отриманням поросят на основі власного стада свиноматок (так званого маточного стада), подальшим дорощуванням та відгодівлею до 180 днів, реалізацією його на м'ясопереробні підприємства/заводи (рідше проведення забою на підприємстві). Також зі спеціалізованих господарств основними є с/г підприємства, які проводять купівлю поросят з живою масою 10-30 кг і в подальшому з їх відгодівлею (з метою реалізації на м'ясопереробні підприємства). Набагато менше господарств, які займаються виробництвом та реалізацією поросят на

відгодівлю. Перш за все, це пов'язано з нестабільністю вітчизняної економіки та суттєвими стрибками в попиті на молодняк для відгодівлі [36]. Головний недолік повного циклу є те, що власне підприємство з м'ясопереробки має завжди працювати на повну потужність. Зазвичай, свинину для переробки підприємства закупають як у своїх структур, так і на аукціонах, чи додатково імпортують, щоб завантажити своє виробництво.

Чому так багато імпорту? Тому що зазвичай свинокомплекси розташовані та реконструйовані на місцях старих радянських ферм, площа яких обмежує потужності виробництва. Нажаль, сьогодні виробники обмежені в якісному розширенні територій, так як дуже часто до ферм добудовували населені пункти. А в такому випадку добудувати корпуси для тварин просто неможливо, адже це суперечить екологічним нормам. Але і побудувати нові приміщення також проблема, адже будівництво обмежено старим ДБН В.2.2-1-95 що є чинним від 01.02.1995р [1].

В наступному малюнку видно, яку долю ринку займає імпорт сировини в Україну.

Обсяги імпорту продукції свинарства у 2019-му, тис. т

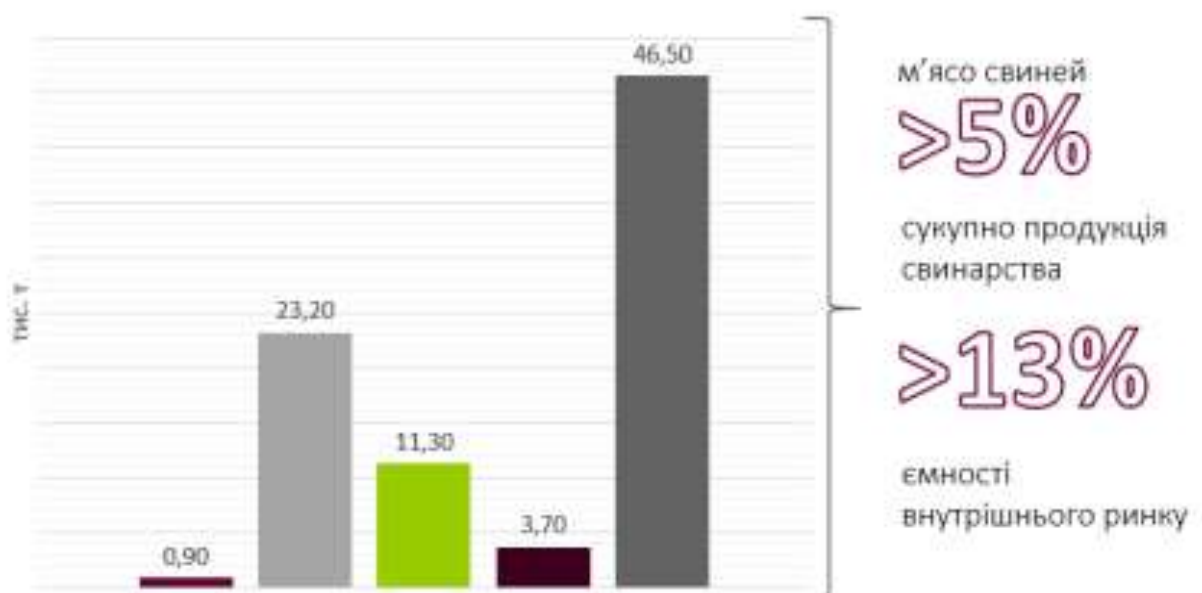


Рис. 1.7. Обсяг імпорту в 2019р.

Джерело: митна статистика ДФСУ

Аналітика згідно митної статистики ДФСУ [32].

Обладнання на фермах, інтенсивність вирощування, загалом вся технологія в Україні вже давно пішла вперед, як мінімум середній розвиток галузі є по типу закордонних підприємств 2010 року. Тому виникає нонсенс – закон є, підприємства є, продаж тварин є, виробництво м'яса та ковбас є, а процедури реалізації та гармонізованої нормативної бази немає. Тому, нажаль, сільське господарство в Україні надалі працює і працювати в режимі «тіні», адже жоден з с/г виробників не є захищеним законом [1].

Щоб мати зовсім цілісну картину, хочу навести приклад собівартості 1 кг свинини в різних країнах світу. У порівнянні наведені великі, промислові країни, які також є виробниками нової промислової генетики с/г тварин, та є флагманами «свинарського» бізнесу.

Як бачимо у порівнянні, ціна собівартості в Україні на рівні Ірландії, Великої Британії та Фінляндії. Чи можливо таке, щоб за родючих земель та ресурсів України, ціна на 1 кг живця була на рівні острівних держав? Чи держав, частина земель яких знаходиться за полярним колом? З 14 країн Україна займає 4 місце серед найдорожчої собівартості виробництва свинини.

Собівартість виробництва 1 кг свинини живою масою (без ПДВ)

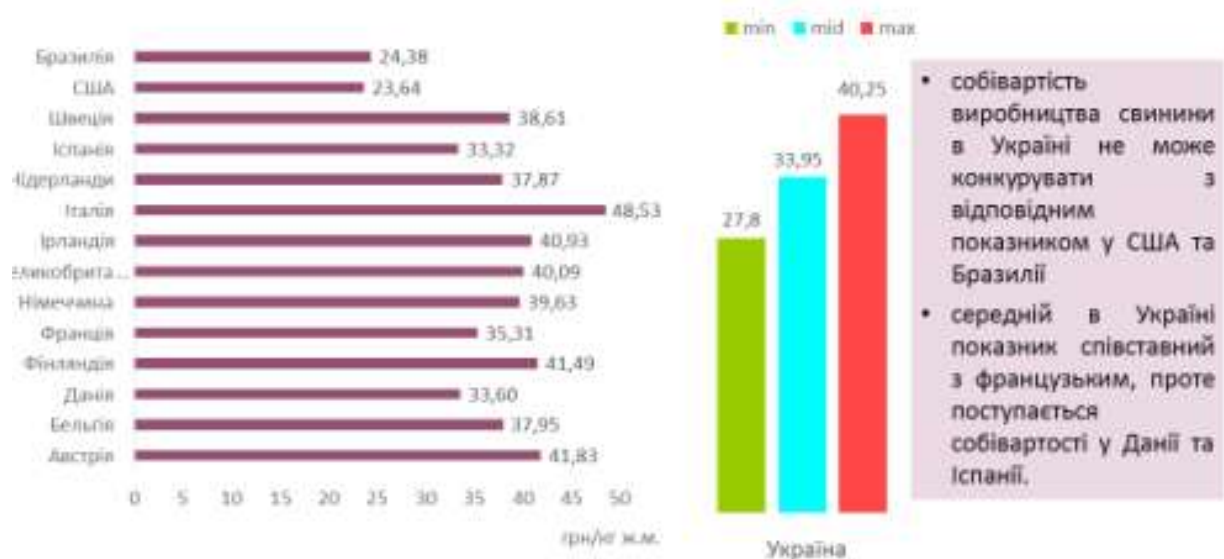


Рис. 1.8. Собівартість 1 кг свинини

Джерело: бенчмаркінг в Україні у 2020р.; Interpig 2018

Аналітика за даними Interpig 2018 та ДССУ [30], [33].

Так що все таки має робити Україна, щоб вижити в епоху глобалізації та не перетворитись на сировинний придаток? Аналізуючи дану галузь, на мою думку треба робити наступні шаги:

- 1) термінова модернізація застарілих підприємств та устаткування новим обладнанням, яке відповідає інтенсивному виробництву;
- 2) гармонізація та оновлення нормативної та регулюючої бази згідно європейських норм (щоб бути конкурентними імпорту товарів в Україну);
- 3) вихід виробника з «тіні» та декларування всіх своїх прибутків та витрат;
- 4) державні гарантії приватного страхування;

Надалі в роботі будуть розглянуті варіанти як змінити галузь через пункти 1 та 2 вищевказаного, та як в цілому прийти до того, щоб вийти з тіні та мати державні гарантії.

Головним документом для будь-яких операцій зовнішньо-економічної діяльності є Митний кодекс України [10] та Закон України про митну справу зі змінами та доповненнями від 22.02.2000р. [31]. Митним кодексом регулюються:

- основи митної справи-визначається митна територія України, митний кордон України, митні інтереси та політика. Особливості застосування законів України про митну справу та інші нормативно-регуляторні акти;
- визначається уповноважений економічний оператор;
- інформування та консультування, надання попередніх рішень з питань державної митної справи;
- оскарження рішень митних органів; дій або бездіяльності співробітників митниці та органів доходів;
- регулюються канали інформаційних технологій та ресурсів у митній справі;

- визначаються поняття країни походження товару та його митної вартості, методів її визначення;
- окремо описується українська класифікація товарів ЗЕД (список має бути гармонізований до всесвітнього класифікатора);
- визначаються митні режими, відповідно до яких і буде залежати і митна вартість, і вартість самого мита;
- визначається поняття митно-ліцензійного складу та загальне регулювання зберігання товарів, транспорту комерційного призначення та розпорядження ними;
- визначається поняття митного оформлення та митних платежів;
- регулюються гарантії забезпечення виконання зобов'язань перед органами доходів та зборів;
- визначається поняття митного контролю;
- регулює пропуск та оподаткування товарів через кордон громадянами України, нерезидентами, офіційними представництвами та ін.;
- регулює поняття прав інтелектуальної власності, що переміщується через митний кордон України;
- контролює здійснення органами зборів та доходів контролю за певними видами діяльності підприємств;
- формується митна статистика;
- відбувається протидія контрабанді та порушенню митних правил;
- визначаються права органів та доходів щодо мита.

Закон України про митну справу фактично дублює Митний кодекс, але дуже коротко і тезово. Тому зазвичай Митний кодекс є основним документом для ЗЕД діяльності.

Нормативна та регулююча база імпортерських операцій складається з декількох розділів. Це митні документи, транспортні документи, комерційні документи, договори, дозволи та сертифікати, платіжні та інші документи. Розглянемо детально як відбувається імпорт.

Щоб фізично щось імпортувати в Україну, треба стати на облік в митниці та оформити облікову картку, яка підтверджує постановку на облік (акредитацію) суб'єкта ЗЕД у митних органах України. Обов'язково необхідна при здійсненні будь-яких операцій у митних органах. Регулюється Наказом ДМКУ від 31.05.96 № 237 «Про затвердження Порядку ведення обліку суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності в митних органах» [12]. Цей документ буде «паспортом» підприємства на митниці.

Наступний крок, коли плануємо імпорт в Україну, брокер/або митний декларант робить в митній базі ПП (попередн повідомлення), або ПД (попередня декларація). Ці документи є наміром про те, що до вас їде імпорт. В ПД зразу розраховується вся сума митних зборів, які треба оплатити на митниці. Попереднє повідомлення (ПП) – використовується для оформлення контролю за доставкою товарів, які імпортуються на митну територію України; на них не складається попередня декларація. Регламентується Наказом ДМСУ від 8.12.98 № 771 «Про затвердження Положення про порядок здійснення контролю за доставкою вантажів у митниці призначення» [16] та Наказом ДМСУ від 03.07.2006 № 551 «Про затвердження Порядку заповнення й використання попереднього повідомлення митного органу про намір увезти товари на митну територію України та про внесення зміни до наказу Держмитслужби України від 12.12.2005 N 1220» [14].

Щоб мати можливість оформлення вантажів, підприємство має співпрацювати з ліцензованим митним брокером, або мати свого декларанта на підприємстві. Така особа уповноважена фізично оформлювати вантажі на митниці. Діяльність таких осіб регламентується Наказом Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Державної митної служби України від 13 травня 2009 р. № 89/445 та Листом ДМСУ від 12.06.09 № 11/6-10.9/5588-ЕП [17], [9].

Наступний крок-коли фізично приходить вантаж в Україну, оформлюється ВМД (Вантажна митна декларація) – письмова заява, що має

відомості про предмети та інші товари й транспортні засоби, мету переміщення через митний кордон України та відомості про зміну митного режиму цих товарів; інформацію, необхідну для здійснення митного контролю, митного оформлення, ведення митної статистики, нарахування митних платежів та податків. Регламентується УПКМУ від 09.06.97 № 574 «Про затвердження Положення про вантажну митну декларацію» [37], ПКМУ від 11.07.2007 № 910 «Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 9 червня 1997 р. № 574» [38], Наказ ДМСУ від 20.04.05 № 314 «Про затвердження Порядку здійснення митного контролю й митного оформлення товарів із застосуванням вантажної митної декларації» [13].

Транспорт, який має доставити вантаж, також повинен мати спеціальні дозволи на перевезення. Ці дозволи залежать від виду транспорту та типу транспортування і регламентується також рядом постанов та наказів. Перевізник має мати ліцензію/допуск до міжнародних перевозок, а сам процес транспортування супроводжується транспортною накладною.

На митниці разом з ВМД брокер/декларант подає Контакт поставки, інвойс (рахунок); спеціальні дозволи та сертифікати надаються як на вимогу митниці, так і в добровільному порядку. Детально процедуру та предмет роботи на прикладі розглянемо в подальшому дослідженні в роботі. Важливими документами тут є сертифікат походження СТ-1, адже від нього залежить митна вартість, мито та ПДВ.

Не менш важливим є фітосанітарний сертифікат та сертифікат гемологічного центру. Регламентуються Наказом Мінагрополітики України від 23.08.2005 № 414 «Про затвердження Фітосанітарних правил ввезення з-за кордону, перевезення в межах країни, транзиту, експорту, порядку переробки та реалізації підкарантинних матеріалів» [21]; Наказ ДМСУ від 13.10.2003 № 683 «Про затвердження Порядку проведення митними органами перевірки преференційних сертифікатів при ввезенні товарів на митну територію України на умовах угод про вільну торгівлю» [15], Наказ Мінфіну від 26.03.2007 № 402 «Про затвердження Переліку товарів із

зазначенням їх кодів згідно з УКТЗЕД, на які Міністерством фінансів України видаються документи, необхідні для здійснення митного контролю та митного оформлення товарів» [18].

По результату розрахунку у ВМД сплачується мито, ПДВ та інші платежі на бюджетні рахунки держави. Таким чином, коли товар пройде всі ці процедури, товар вважається розмитненим та може поступати до вільного обігу в Україні.

1.2. Економічна ефективність імпорту

Так що таке є імпорт та як оцінити його ефективність? Та чи взагалі вигідно цим займатись? Економічна ефективність імпорту (Ееф.і.) розраховується діленням вартості імпортного товару на внутрішньому ринку (ВІв.р.) на витрати на придбання імпортного товару (Ві). Чим більший цей показник за одиницю, тим ефективніша імпортна діяльність для підприємства [3].

Як приклад, хочу навести дані по імпорту компанії автонапувалок для свинокомплексу. В порівняльному аналізі використані дані двох конкуруючих компаній, які є прямими імпортерами в Україну обладнання для свинокомплексів. Аналогічного обладнання в Україні не виробляють, тому будемо порівнювати автонапувалки виробництва Німеччини та Китаю. В кінці таблиці було розраховано економічну ефективність імпорту [3]. Мета – продаж імпортованого товару на внутрішньому ринку України.

Один з варіантів розранку ефективність імпорту розраховується в такий спосіб:

$$EE_{\text{імп}} = \frac{Цр_i}{Цп_i}$$

де $EE_{\text{імп}}$ – це сам показник економічного ефекту імпорту, євро (по курсу на дату продажу перераховуємо в гривні), $Цр_i$ – вартість реалізації імпортованих товарів за винятком витрат, що пов'язують з рекламою, євро, $Цп_i$ – ціна придбання імпортних товарів, яка включає все всі затрати на їх

придбання (мита, транспорт, і т.д.).

Економічна суть самого показника ефекту від імпорту товарів показує, який прибуток буде мати імпортер від закупівлі і продажу на внутрішньому ринку імпортних товарів.

Нижче наводжу приклад митного калькулятора, як проводиться розрахунок мита та ПДВ на момент оформлення ВМД на митниці. Як приклад розрахунку була взята 1 одиниця товару (з таблиці 1.1 Економічний ефект імпорту) та розраховано онлайн на дату 25.01.21 р.

Таблиця 1.1

Економічний ефект імпорту

Інформація по товару	Автонапувалка чашкова для поросят до 35 кг, кругла	Автонапувалка чашкова для поросят до 35 кг, кругла	Автонапувалка чашкова для відгодівлі до 110 кг, кругла	Автонапувалка чашкова для відгодівлі до 110 кг, кругла
Країна походження	Німеччина	Китай	Німеччина	Китай
Код УКТЗЕД	8436809000	8436809000	8436809000	8436809000
Ставка мита, % від вартості	0	0	0	0
Ставка ПДВ, % від вартості	20	20	20	20
Додаткові ставки мита, % від вартості	0	0	0	0
Витрати організаційні (транспорт та ін.) на імпорт, % вартості	10	20	10	20
Витрати організаційні (транспорт та ін.) на імпорт, EUR від вартості	2,39	1,86	3,29	2,06
Ціна, EUR за 1шт.	7,98	4,65	10,98	5,14
Ціна в Україні після розмитнення, EUR за 1шт,	16,45	9,66	22,57	10,66
Ефективність імпорту	6,08	3,15	8,30	3,46

Джерело: на правах рукопису з власного архіву підприємства

Митний калькулятор			
РОЗРАХУНОК МИТНИХ ПЛАТЕЖІВ			
Версія для печати			
Дата розрахунку	25.01.2021		
Код товару (УКТЗЕД)	8436 80 90 00 Інше обладнання для сільського господарства, садівництва, лісового господарства, птахівництва або бджільництва, включаючи обладнання для пророщування насіння з механічним або нагрівальним обладнанням; інкубатори та брудери для птахівництва: - інше обладнання: - - інше Основна одиниця виміру: кг (код 166) Додаткова одиниця виміру: немає		
Вартість	7.98 EUR		
Курс USD	28.1648 грн		
Курс EUR	34.2526 грн		
Платежі при імпорті (повні):			
	Основа нарахування	Ставка	Сума, грн
Ввізне мито	273.34	0 %	0.00
ПДВ	273.34	20 %	54.67
Разом:			54.67
Платежі при імпорті (пільгові):			
	Основа нарахування	Ставка	Сума, грн
Ввізне мито	273.34	0 %	0.00
ПДВ	273.34	20 %	54.67
Разом:			54.67

Рис. 1.9. Розрахунок митних платежів

Джерело: <https://qdpro.com.ua/uk/calc>, митний калькулятор

Дані товари було ввезено в Україну для продажу. Згідно митного калькулятора видно, що ввізне мито по товарам становить 0%. Україна має ввізне мито 0% з багатьма великими промисловими державами, такими як Китай, Німеччина, Нідерланди та ін. Такі поставки обов'язково бути супроводжені не тільки звичним пакетом документів (контракт, інвойс), а й сертифікатом про походження товару. А у випадку з країнами Європейського союзу, мати сертифікат EUR1, який дає право завозити всі товари по ставці мита 0%, але такі товари/чи їх аналоги вже мають бути присутні в Україні та мають бути в офіційному обігу. Такі поставки регулюються Наказом МФУ від 18.11. 2014 р. № 1142 [19] та Наказом ДМСУ від 13.10.2003 № 683 «Про затвердження Порядку проведення митними органами перевірки преференційних сертифікатів при ввезенні товарів на митну територію України на умовах угод про вільну торгівлю».

Нажаль, Україна не виробляє аналогічні товари, тому провести економічне обґрунтування доцільності використання автонапувалок українського виробництва немає можливості. Як висновок даного розділу, можу зазначити, що на сьогоднішній день Україна є імпорт орієнтованою державою. Чому? Тому що:

- деяких аналогів товарів не виробляють в Україні;
- ринкову ціну формуєш ти, а не держава, чи регулюючі органи, або твій український товар-конкурент;
- прибутки від імпорту значно перевищують прибуток від виробництва в Україні (не має навчених кадрів, обладнання, тощо).

1.3. Визначення аспектів проблеми, що мало досліджені та які висвітлюються в даній роботі

Не дивлячись на всю «прозорість» процедуру імпорту та подальшого продажу товарів іноземного походження, не все є таким простим як здається. «Больовими» точками при імпорті/експорті товарів є:

- 1) залежність від валютних коливань;
- 2) форс-мажорні ситуації (карантинні заходи, та ін.);
- 3) залежність від різких оновлень нормативної та регулюючої бази (сертифікати, тощо);
- 4) війни, які прямо впливають на вартість логістики;
- 5) та навіть поганий настрій митника, який тобі оформлює ВМД.

Залежність від валютних коливань завжди негативно впливає на економіку будь якої країни. На наступному малюнку видно коливання валюти за останні роки (взято період 2013р.-кінець 2020р.).

Як видно з графіка, найбільший та найстрашніший стрибок валюти відбувся в січні-лютому 2015р., коли курс валюти різко піднявся з 16,1578 за 1USD до рекордних 27,7631 грн.

Таким чином, ревальвації гривні, що диференціює українського товаровиробника та український експорт і «підживлює» економіки чужих країн через зростання імпорту, виникає питання про місію Національного банку загалом. Чи не цікавлять можновладців національний товаровиробник, робочі місця, податки, зарплати? Адже саме експорт товарів з України має забезпечувати баланс торгового рахунку і стабільність валютного ринку?

Якщо звернути увагу, то в Таб.1.2.1 Економічний ефект імпорту є така графа як «Ціна в Україні після розмитнення, EUR за 1шт, з націнкою 70%». Так, з націнкою 70%. Настільки високу націнку на товар, у вартість якого вже і так враховано всі витрати на імпорт, встановлюють тому, щоб перестраховатись в подальшому від коливання курсу, та можливі додаткові витрати на купівлю валюти, щоб оплатити наступний імпорт.

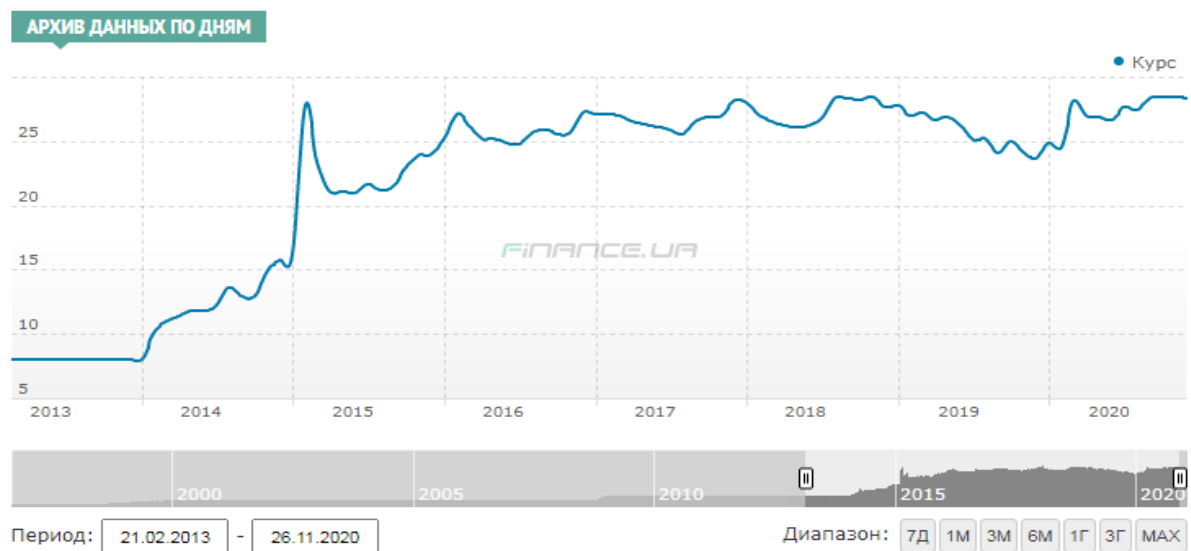


Рис. 1.10. Валютні коливання

Джерело: <https://charts.finance.ua/ru/currency/official/-/1/usd>, архів даних по дням

Але зараз виникає питання-чому тоді маючи таку націнку на імпорті, іноземні товари все одно дешевше ніж українські? Для того, щоб купити «дешевший» імпорт, спочатку потрібно десь отримати вільно конвертовану валюту. Звичайний спосіб- гроші треба заробляти. Ця теза стосується як окремих громадян, так і будь-яких держав. Виробляючи товари, послуги на експорт, країна має очікувану іноземну валюту, за яку і купує власне так потрібний імпорт.

А якщо ж з якихось причин імпорт тимчасово переважає експорт, країна може взяти кредит.Нажаль, Україна і рухається цим шляхом накопичує власний державний борг і проїдаючи кредити МВФ та інших міжнародних організацій.

Наступний фактор впливу-це форс мажорні ситуації. Наводжу приклад, як описується форс-мажорна ситуація в діючому контракті підприємства на поставку обладнання з Нідерландів.

Станом на сьогоднішній день, форс-мажорні ситуації можуть стати повною несподіванкою для іноземного постачальника в Україну. Згідно таким умов, є можливість відтермінувань платежів, подовжень строку виконання відповідних зобов'язань, інше.

КОНТРАКТ № 13/1020	CONTRACT No 13/1020
Дата: 13 жовтня 2020 року	Date: 13 th of October 2020
м. Біла Церква	Bila Tserkva
STIENEN BEDRIJFSELEKTRONICA BV зареєстрована за адресою: <u>Mangaanstraat 9, 6031 RT, Nederweert, Нідерланди</u> (в подальшому іменоване Продавець) в особі Директора <u>Ервіна Стінена</u> який діє на підставі Статуту, з однієї сторони,	STIENEN BEDRIJFSELEKTRONICA BV with registered office: <u>Mangaanstraat 9, 6031 RT, Nederweert, The Netherlands</u> (hereinafter referred to as the Seller) in the person of <u>Erwin Stienen</u> the Director, acting on the basis of the Statut on the one hand,
та <u>ТОВ «УКРСПЕЦЕКСІМ»</u> зареєстрована за адресою, <u>вул. Фастівська 23, корпус 1, м. Біла Церква, Київська обл., Україна, 09100</u> в особі директора <u>Лесика Миколи Олександровича</u> що діє на підставі Статуту, в подальшому іменоване Покупець, з іншої сторони, склали цей Контракт про наступне:	and <u>TOV «UKRSPETSEXIM»</u> , registered at <u>Fastivska str. 23, building 1, Bila Tserkva, Kyiv region, Ukraine, 09100</u> represented by <u>Mr. Lesyk Mykola</u> , Director, acting under the Charter, (hereinafter called the Buyer) on the other side, agreed this Contract as follows:
6. Форс Мажор	6. Force Majeure
6.1 Покупець та Продавець не будуть вважатися порушниками умов даного Контракту, або яким-небудь чином відповідальними за будь-яку затримку у виконанні чи невиконанні умов Контракту, якщо така затримка виникла в результаті дії Форс Мажорних обставин (такими як карантин, страйк, втручання уряду, стихійні лиха), про які була повідомлена інша Сторона та строки виконання відповідних зобов'язань будуть відповідно продовжені.	6.1 Neither the Buyer nor the Seller shall be deemed to be in breach of this Contract or otherwise liable to the other by reason of any delay in performance or non-performance of any of its obligations herein to the extent that such delay or non-performance is due to Force Majeure (such as quarantine, strikes, government interference, natural disasters) of which it has notified the other side; and the time for performance of that obligation shall be extended accordingly.
6.2 У випадку, коли Форс Мажорні обставини продовжуються більше шести місяців, то Сторони придуть до загальної згоди з пом'якшення їх наслідків або до альтернативного варіанту, який буде справедливим та загально вигідним.	6.2 In the event that Force Majeure Circumstances continue for more than six months, the Parties shall come to a general agreement to mitigate their effects or to an alternative that is fair and generally beneficial.
6.3 У випадку затримки або невиконання зобов'язань в зв'язку з Форс Мажорними обставинами, про які протилежна сторона була проінформована у відповідності з першим параграфом, ні Покупець, ні Продавець не будуть пред'являти штрафів, процентних ставок або компенсації за збитки.	6.3 In case of delay or failure to fulfill obligations due to Force Majeure, of which the opposite party has been informed in accordance with the first paragraph, neither the Buyer nor the Seller will be subject to fines, interest rates or compensation for losses.

Рис. 1.11. Приклад ЗЕД контракту діючого

Джерело: на правах рукопису з власного архіву підприємств

Саме з таким зловживань нашими громадянами, певним чином формується інвестиційна привабливість України. Першу половину 2020 року Україна закінчила з індексом інвестиційної привабливості в 2,51 проти 2,95 у попередній період. Цю інформацію оприлюднила Європейська бізнес асоціація (ЄБА). Індекс склав 2,51 балів з 5-ти можливих та продовжує негативний свій рух.

Всі компанії, які імпортують товари в Україну, тим чи іншим чином залежні від органів сертифікації, гемології та ін. На сьогоднішній день ставка мита 0% працює при наявності сертифіката EUR1 (для країн Європи) та СТ1 (для Країн СНД). В Розділі IV гл.1 частині 2, статті 27, 28 29 чітко Угоди про асоціацію з ЄС прописано, що Україна звільняється від імпортно/експортного мита повністю[35], але таке можливо при наявності сертифіката EUR1, заповнення якого регулюється наказом МФУ від 18.11.2014 р. № 1142 [20]. Так що таке є сертифікат EUR1 та які преференції від дає?

Компанія, що збирається починати поставки своїх товарів на зовнішні ринки, отримує дуже багато нової інформації, з якою самому важко впоратись. З 1 вересня 2017 року в набула чинності Угода про асоціацію України з ЄС, в якій звісно головними розділами є розділи щодо торгівлі та економічної співпраці. Угода має на меті створення зони вільної торгівлі (застосовується з 1 січня 2016 року) між Україною та ЄС.

Головна мета зони вільної торгівлі є полегшення взаємного доступу на ринок товарів і послуг та узгодження українських правил і регламентів з нормами ЄС. Зона вільної торгівлі має зменшити або зняти повністю ставки мита та тарифи на більшу частину товарів у взаємній торгівлі.

Щоб мати можливість користування преференційними ставками мита при розмитненні вантажу, фіскальним органам необхідно надати Сертифікат з перевезення товару EUR.1.

Сертифікат EUR.1 – це документ, що підтверджує європейське /українське походження товарів і надає право проводити митне оформлення

вантажу з використанням пільгової ставки мита, що знижує вартість товарів та послуг для одержувача.

EUR.1 надається на підставі Протоколу N 1 до Угоди про асоціацію України з ЄС[Є], що регламентує її «Походження товарів» та методів адміністративного співробітництва.

З метою запровадження Угоди такими, що походять з України слід вважати (ст. 2 Протоколу) [35]:

– товари, що повністю вироблені в Україні (це визначається в ст. 5 Протоколу);

– товари, які отримані в Україні з матеріалів, які не були здійснені цілком на її території, але за умови, що такі матеріали мали достатню обробку в Україні відповідно до ст. 6 Протоколу [35].

Україна видає сертифікат безкоштовно (на одну партію товарів), що експортуються, на письмовий запит експортера або під його відповідальність, виключно уповноваженою на це посадовою особою органів ДФС України (порядок заповнення та видачі митницею сертифіката з перевезення товару EUR.1 затверджений наказом МФУ від 18.11. 2014 р. № 1142) [20]

Коли імпортуєш в Україну товар європейського походження, ваш постачальник надає сертифікат EUR.1 для розмитнення товару з використанням пільгової ставки мита. Це є ще більш актуальним, так як у порівнянні з ЄС, наші митні тарифи є вищими. EUR.1 значним чином полегшує фінансове навантаження на підприємство.

Окремим пунктом в Угоді прописано, що в адресних випадках сертифікат EUR.1 не вимагається, але пільгова ставка мита все одно надається.

Перший випадок- загальна фактурна сума партії товарів по інвойсу не більше 6000 євро, а в самому рахунку зазначена фраза певного зразку про те, що товар має українське або європейське походження (прикладі фраз встановленого зразку наведені в Протоколі № 1 до Угоди про асоціацію

України з ЄС) [35].

Другий випадок-компанія отримала статус уповноваженого експортера. Щоб тримати цей статус, компанія надає пакет документів в органи ДФС, після чого їй буде наданий реєстраційний номер уповноваженого експортера. Такий приклад актуальний для великих підприємств з обсягами експортних операцій.

Третій випадок-коли в країнах ЄС товари оподатковуються за нульовою ставкою ввізного мита. Таким чином, отримання сертифікат EUR.1 втрачає сенс.

Щодо таких факторів впливу на операції ЗЕД, як війни, карантини, що прямо впливають на вартість логістики, хочу привести приклад.

За даним Закарпатської митниці, карантинні заходи на кордонах з Румунією, Словаччиною, Угорщиною за 12 місяців 2020 року призвели до зменшення перетину кордону транспортними засобами. Кількість пропущених транспортних засобів, які перетинали митний кордон України в зоні діяльності Закарпатської митниці Держмитслужби, становить за 2020 рік 31761725 одиниць.

З яких: 3813 – це пасажирські залізничні вагони, 404279 залізничні вантажні вагони, 1 008186 – це легкові автомобілі, 22797 – автобуси, 308989 – вантажні автомобілі, 49 повітряних суден, 13612 – інші транспортні засоби, пропущено 18548,95 тис. тон різного вантажу.

Аналізування динаміки потоку транспорту протягом 2020 року загалом показав тенденцію до великого зменшення кількості транспортних засобів, які перетинали митний кордон України з аналогічним періодом 2019 року (на 1409356 одиниць в зоні діяльності митниці) і на 389,49 тис тонн більше переміщених вантажів. В першу чергу вплинула запроваджений карантин та обмеження перетину на кордоні.

Висновки до розділу 1

Висновок при з'ясуванні митно-товарного регулювання імпорتنих операцій (постачання) в Україну обладнання для сільськогосподарських тваринницьких комплексів лежить на поверхні:

1. Динаміка ринку, його монополізація та глобалізація, вимагає від нас рішучих дій, щоб втримати своє місце в аграрному бізнесі:

- термінова модернізація застарілих підприємств та устаткування новим обладнанням, яке відповідає інтенсивному виробництву;

- гармонізація та оновлення нормативної та регулюючої бази згідно європейських норм (щоб бути конкурентними імпорту товарів в Україну);

- вихід виробника з «тіні» та декларування всіх своїх прибутків та витрат;

- державні гарантії приватного страхування.

При веденні імпортно/експортних операцій намагатись притримуватись «кодексу честі та моралі»:

- намагатись не просто імпортувати деякі аналоги товарів які не виробляють в Україні, а ввозити їх частини чи сировину для власного виробництва;

- формувати «чесну» українську вартість товарів;

- прибутки від імпорту інвестувати у виробництво, тобто «купити сам завод і його технології, а не просто продукцію»;

- навчити кадри, інвестувати в обладнання, тощо).

3. Якщо слідувати двом вище описаним пунктам, з часом моє підприємство стане:

- вільним від залежності валютних коливань;

- частково вільним від форс-мажорних ситуацій (карантинних заходів на кордоні та ін.);

- менше залежним від різких оновлень нормативної та регулюючої

бази у сфері ЗЕД (сертифікати, тощо);

- війни, яка прямо впливають на вартість логістики з країн СНД;
- і головне-позбавить мене спостерігати регулярно поганий настрій митника, який тобі оформлює ВМД.

РОЗДІЛ 2.

ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ НЕДОЛІКІВ ТА ПЕРЕВАГ ОБ'ЄКТНОГО ПОСТАЧАННЯ В УКРАЇНУ

2.1. Обґрунтування обраних методів дослідження

Об'єктом нашого дослідження будуть операції, пов'язані з імпортом обладнання для тваринницьких ферм України підприємством ТОВ «Укрспецексім», яке розташоване в м. Біла Церква Київської області. Дане підприємство займається проектуванням, будівництвом та обладнанням для ферм. На сільськогосподарському ринку підприємство входить в ТОП-5 України як постачальник різного виду обладнання для тваринницьких ферм.

А саме:

- системи вентиляції та каналізації тваринницьких приміщень;
- системи кормороздачі;
- автоматика та комп'ютерне управління ферм різного рівня складності;
- станки та щільові підлоги для тварин;
- системи поїння;
- інше негабаритне обладнання.

Саме дана продукція буде предметом роботи, об'єктивність імпорту якої буде встановлено та запропоновано рішення щодо подальшої роботи підприємства з імпортними операціями.

В процесі з'ясування митно-товарного регулювання імпортних операцій обладнання було зроблено огляд нормативної та регулюючої бази при розмитненні. Визначено походження та доцільність ввезення обладнання того чи іншого типу та призначення в Україну. Описано процедури імпортного оформлення та що їм передувало.

Методом SWOT та PEST аналізу логічно провести вивчення реальної ситуації з митно-тарифним регулюванням, та як воно впливає в подальшому

на діяльність підприємства в цілому. Після оцінки вищевказаними методами с формувалась оцінка щодо подальшого імпорту обладнання в Україну.

Джерелами дослідження в даній роботі виступили власно:

- 1) імпортні операції обладнання компанії ТОВ «Укрспецексім» та їх митно-тарифне регулювання державою;
- 2) регулювання державою митних операцій через ПКУ та МКУ;
- 3) огляд норм, постанов та законів, що регулюють проведення вищевказаних операцій;
- 4) огляд новин та перспектив ринку тваринництва; його потенціал та ємність ринку імпортного ринку обладнання для утримання промислових тварин в Україні.

Аналізування бізнес-середы та і взагалі будь якої ситуації можна швидко та з цільовим призначення провести через SWOT та PEST аналізи.

SWOT аналіз являє собою універсальний інструмент для вмілого аналітика. За допомогою нього можна візуалізувати інформацію і важливі висновки про компанію по блокам: сильні сторони, слабкі сторони, можливості і загрози.

Метою та завданням SWOT аналізу є вивчення сильних та слабких сторін, а також можливості і загрози, та на підставі отриманої інформації розробити стратегію розвитку компанії, направлення, галузі [34].

Комплекс рішень повинен допомогти перетворити слабкі сторони бізнесу на сильні за допомогою наданих можливостей зовнішнього середовища, а загрози ліквідувати і знизити вплив ризиків за допомогою відходу від слабких сторін.

Перед тим як робити SWOT, важливо виділити кілька моментів, на які варто звернути увагу:

- використовувати факти. Нічим не підкріплена інформація має зовсім невелику значимість, тому її треба підкріплювати фактами;
- уникати суб'єктивних оцінок. Для більш точної оцінки залучати кілька фахівців, проводити «мізковий штурм» та фокус-групи;

- уважно вибрати питання. Можна витратити багато часу на пошук відповідей, які пізніше зовсім не знадобляться;
- не перевантажувати рішення інформацією. У таблицю вносяться тільки стратегічно важливі висновки аналізу. Тут важливо пам'ятати про принцип Парето [22] і ділити інформацію, відповідно до цього Закону.

Коли матриця рішень буде побудована, можна приступати до розробки комплексу заходів, тобто створення бізнес-стратегії, або її коригування.

Хочу відзначити поширені помилки, які виникають при проведенні SWOT-аналізу:

- додумування. Це про те, коли аналітик «додумує» інформацію, а не бере її з якісних джерел. Тоді результати аналізу сильно спотворюються;
- поверхневе вивчення. Зазвичай дослідження проводиться з фінансів, менеджменту та маркетингу фірми. Якщо одну зі сфер бізнесу не врахували, то результати будуть недостовірними;
- Нерозуміння області дослідження. Щодо помилок, коли аналітик, отримавши всі дані, не розуміє, що з ними робити, як зв'язати і сформулювати стратегію.

Є чотири найважливіші моменти SWOT-аналізу. Почну з елементів SWOT-аналізу, сутність чого в тому, що бізнес досліджується по 4 напрямках: сильні сторони, слабкі сторони, можливості і загрози. До речі, з перших букв чотирьох чинників і складається акронім SWOT, отже, розшифровка:

S – (strengths) сильні сторони

До сильних сторін компанії відносяться аналіз позитивних факторів внутрішнього середовища організації. Він відображає все, що робить діяльність компанії успішною, що є конкурентною перевагою.

W – (weaknesses) слабкі сторони

Слабкі сторони – це аналіз негативних факторів внутрішнього середовища, який показує зони «просідання», що стримують економічне зростання.

O – (opportunities) можливості

Можливості – включають в себе аналіз позитивних факторів зовнішнього середовища, який відображає прихований потенціал. Це свого роду туз в рукаві. Про який ви знаєте, але тримаєте наостанок.

T – (threats) загрози

Загрози в аналізі – це аналіз негативних факторів зовнішнього середовища, який відображає ризики зовнішнього оточення, які ускладнюють досягнення мети.

Щоб розробити стратегії SWOT-аналізу для компанії, продукту, галузі потрібно співвідносити всі фактори між собою і дотримуватися наступного алгоритму дій:

- сильні сторони + можливості (стратегія прориву). Співвідносити переваги і можливості, детально розписати як «сила» компанії може реалізувати надані можливості;
- сильні сторони + загрози (стратегія перехідного періоду №1). співвідносити сильні сторони і загрози, та описати за допомогою яких переваг бізнесу можна уникнути виниклих загроз і знизити ризики;
- слабкі сторони + можливості (стратегія перехідного періоду №2). співвідносити слабкості з можливостями і показати ефект, як можна уникнути слабкостей бізнесу і перетворити їх в сильні сторони;
- слабкі сторони + загрози (стратегія виживання). співвідносити слабкості і загрози і відобразити в таблиці, як за допомогою ліквідації слабкостей можна знизити виявлені загрози.

Розробка стратегії за результатами аналітики зводиться до основних правил: відхід від слабких сторін бізнесу і використання сили по максимуму. Плюси і мінуси аналізу наступні.

Методика SWOT-аналізу – досить популярна, її використовують всі кому не лінь. Але насправді не все так просто. Тому треба розуміти плюси і мінуси аналізу, чим він може допомогти і в яких ситуаціях його використовувати недоцільно.

Плюси:

1) відповідати на питання «Навіщо ж потрібен аналіз?». Часто керівництву компанії складно розглянути бізнес з усіх боків. Для цього доводиться детально занурюватися в аналіз ринку і конкурентів, в фінансову звітність компанії, вивчати ефективність бізнес-процесів;

2) аналіз дозволяє узгодити всі важливі висновки між собою, хоч вони і відносяться до абсолютно різних сфер діяльності компанії.

Мінуси-застосування SWOT-аналізу дуже широке. Може здаватися, що даний аналіз – це універсальний і простий інструмент для аналітики, проте, незважаючи на всі видимі переваги, він має ряд недоліків або я б навіть сказала особливостей:

1) не має точних цифр. SWOT аналіз не допоможе, якщо вам потрібно в числах розрахувати вплив аналізованих чинників;

2) не прогнозує. Ви можете розробити стратегію, але даний вид аналізу не покаже, до чого вона призведе;

3) не враховує час. Аналіз, який проводите зараз, може сильно відрізнятись від результатів через пів року.

Поряд з SWOT аналізом, буде доцільно провести PEST аналіз імпорту обладнання в Україну. Вважаю за доцільне зробити SWOT аналіз галузі, в якій існує компанія, та для якої відповідно імпортує товари, а вже PEST аналіз провести безпосередньо для самої компанії та її імпортової діяльності. Таким чином буде повністю зрозуміло «де плаває компанія» та який брати курс.

PEST аналіз – простий і зручний метод для аналізу макросередовища (зовнішнього середовища) підприємства. Методика PEST аналізу часто використовується для оцінки ключових ринкових тенденцій галузі, а результати PEST аналізу можна використовувати для визначення списку загроз і можливостей при складанні SWOT аналізу компанії. PEST аналіз є інструментом довгострокового стратегічного планування і складається на 3-5 років вперед, з щорічним оновленням даних. Може бути виконаний у вигляді

матриці з 4 квадрантів або в табличній формі [24]

PEST аналіз є аббревіатурою наступних показників галузі: політичні (P), економічні (E), соціально – культурні (S) і технологічні (T). Розберемо кожен групу показників більш детально.

P (Political) – фактори політико-правового середовища компанії. При аналізі політико-правового оточення галузі, ринку або країни рекомендується відповісти на питання щодо ключових змін в області політичної стабільності і правового регулювання.

По-перше, чи зміниться найближчим часом законодавча база країни, ринку, галузі, в якій функціонує компанія? Чи вплинуть зміни законодавчої бази на діяльність компанії (в першу чергу в сфері прибутковості бізнесу)?

Наприклад, введення закону, який буде обмежувати можливість націнок на товар; зміна оподаткування в галузі або введення нових митних тарифів; введення закону, що обмежує поширення товару; посилення вимог щодо сертифікації товару або його ліцензування.

По-друге, необхідно звернути увагу на рівень втручання держави в бізнес компанії. Значним є він? Чи буде змінюватися в найближчому майбутньому? По-третє, важливим є також рівень корумпованості галузі та його вплив на діяльність компанії. В четверте, відношення країни з іншими країнами або міжнародними організаціями. Чи будуть змінюватися, спрощуватися або ускладняться такі взаємини?

E (Economic) – фактори економічного стану ринку. В ході аналізу даної групи факторів необхідно визначити 6 ключових параметрів, що характеризують стан економіки країни / ринку/компанії, на якому функціонує компанія:

- динаміка розвитку економіки – спад, зростання, стагнація;
- зміна курсів валют, вартості капіталу;
- зміна рівня безробіття;
- зміна рівня інфляції;
- зміна наявного доходу на душу населення;

- тенденції в банківській сфері

S (Socio-cultural) – фактори соціального та культурного стану ринку. В ході аналізу даної групи факторів необхідно описати 5 ключових параметрів:

- зміна демографічного стану: рух населення (спад або зростання), поло-вікова структура ринку, зміна расової приналежності;
- рівень освіченості населення, в тому числі рівень кваліфікованості кадрів;
- особливості менталітету, важливі культурні цінності;
- зміна соціальних верств населення;
- зміна смаків і уподобань аудиторії, усталені міфи й упередження

T (Technological) – фактори, що характеризують технологічний прогрес в галузі. Дана група чинників вимагає детального аналізу, так як в епоху технологічного процесу саме зміна в технології може кардинально змінити становище на ринку. В ході аналізу технологічних факторів необхідно звернути увагу на 4 параметра:

- можливі зміни в ключових технологіях, використовуваних на ринку (інновації в обладнанні, матеріалах, в бізнес-моделях і методах ведення бізнесу);
- вплив інтернет на розвиток ринку;
- вплив мобільних технологій на розвиток ринку;
- інновації в інформаційних технологіях, що дозволяють більш ефективно конкурувати на ринку

Проводячи PEST аналіз, потрібно описувати не просто поточний стан кожного фактора, а прогнозувати його зміну в найближчі 3-5 років. Саме оцінка впливу фактора в довгостроковій перспективі на прибуток компанії дозволяє застосовувати отримані дані для формування стратегії.

До процесу складання PEST аналізу необхідно готуватись досконально. Не шкодувати часу і детально описувати по кожному фактору ключові тенденції на 3-5 років. Потім, подивитись на всі фактори і залишити тільки ті, які можуть вплинути на прибуток компанії в майбутньому. Після того, як

значущі фактори, здатні вплинути на прибуток компанії визначені, починається найскладніший етап аналізу: розробка тактичних дій, які можуть знизити негативний вплив фактора на діяльність компанії і максимізують прибуток.

Якщо компанія реалізує свої товари на різних географічних ринках і функціонує в різних галузях - рекомендується проводити PEST аналіз для кожної галузі, для кожного ринку.

2.2. SWOT та PEST аналіз імпорتنних поставок в Україну

Аналіз ситуації по імпортним операціям почну зі SWOT аналізу галузі, в полі якої працює компанія. Як видно з наведеної внизу таблиць 2.1 та 2.2, шанси змінити галузь є. Звісно, сам виробник фізично цього зробити не може. Щоб досягти мети, необхідно організувати або на все державному рівні, або на рівні регіональних підприємств громадські об'єднання, які зможуть виступати від групі с/г компаній. Рівні регіональних підприємств громадські об'єднання, які зможуть виступати від групі с/г компаній. Таким чином буде легше «достукатись» до міністерств чи комітетів Верховної ради, щоб внести зміни чи поправки до певних законів та наказів.

Таблиця 2.1

SWOT аналіз галузі

Strengths (сильні сторони)	Weaknesses (слабкі сторони)
<ul style="list-style-type: none"> - культура споживання свинини що склалася віками - відносно дешева сировина для корму та робоча сила - різноманітна кормова база - доступні нові технологічні рішення, ветеринарні препарати, кормові добавки - у пікові періоди рентабельність бізнесу сягає 30% - компанії з високим рівнем автоматизації виробництва то оновленими технологіями вирощування свиней 	<ul style="list-style-type: none"> - поширення АЧС (неконтрольоване) - відсутність компенсації тваринницьким комплексам (юридичним особам) у випадку враження АЧС - страхові програми у свинарстві відсутні - сплачується ПДВ (законодавча норма) на вже ліквідованих внаслідок спалаху АЧС свиней - слабка законодавча база, яка регулює реконструкцію/будівництво нових і діяльність діючих об'єктів - упущення в нормативній базі і брак потужностей - необгурнтовані методи утилізації

- «відхід» вихід з ринку неефективних виробників (частково)

- різноманітний асортимент продуктів тваринництва (м'ясні та ковбасні вироби)

продуктів побічного походження (гній, падіж)

- бюрократизована система ідентифікації тварин

- недолугий документообіг, зокрема в базі дозвільних документів на переміщення свиней

- слабка система ветеринарного контролю

- неузгодженість виробництва свинини міжнародним /європейським стандартам по благополуччю, екологічним нормам, застосуванню антибіотиків

- недостатній рівень племінної та селекційної роботи

- низька кваліфікація кадрів та їх брак

- інвестиційно неприваблива галузь

- шалено дорогі кредити

- постійне зростання імпорту свинини та субпродуктів

- обмежений експорт через АЧС та хвороби

- конкуренція з курятиною та її субпродуктами

- знизилась купівельна можливість унаселення

- ймовірність реалізації продукції подвірного забою свиней на с/г ринках до 2025 року

- дуже низький рівень біобезпеки свинопідприємств та на всіх етапах виробництва загалом

- постійне скорочення поголів'я і промислових господарств;

потужності по забою завантажені на 60%

Opportunities (можливості)

- збільшення промислового поголів'я тварин; інтенсивне виробництво

- покращення ефективності виробництва свинини

- обсягів експорту свинини можливо збільшити

- впровадження нових технологій виробництва

- можливе розширення державної підтримки

- змінити галузь-вийти з ринку неефективних та малих виробників; тенденція до збільшення та укрупнення підприємств

- сформувані новий позитивного імідж самої галузі всередині країни і на глобальних ринках

Threats (загрози)

- високі ціни та дефіцит на кормову сировину і зернову групу

- зміни в кліматі України

- не маємо доступу від зовнішніх ринків

- оновлення нормативних документів як таких, що суперечать логіці виробництва та гальмують діяльність і розвиток бізнесу

- ризик зараження небезпечними захворюваннями, вірусом АЧС, тощо

- зміцнення екологічних вимог до виробництва

- переорієнтація споживачів на курятину та субпродукти

- обсягів імпорту свинини на 20% більше внутрішнього виробництва

Таблиця 2.2

Формування стратегії та місії в галузі

Місія	
Українська галузь свинарства має бути захищена та конкурентос-проможна, орієнтована на експорт, та на споживача. Галузь, що створює продукти з високою доданою вартістю.	
Мета	
Сформувати новий позитивний імідж галузі та середовища для бізнесу, збільшити , споживання свинини та підвищити ефективність виробництва.	
Стратегічні цілі	
1.	СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ
Збільшити попит на свинину та продукти з неї на внутрішньому ринку України	
2.	СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ
Формування сприятливого середовища для бізнесу	
3.	СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ
Покращення контролю АЧС та рівня біобезпеки свинопідприємств на всіх етапах виробництва загалом	
4.	СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ
Сформувати чітко працюючий ланцюг вирощування-збут тварин	
5.	СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ
Розширення зовнішніх ринків та збуту на внутрішньому	
6.	СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ
Підвищення ефективності виробництва на свинокомплексах	

Якщо інформація буде надходити колективна, а не одноосібна – від одного фермера-однозначно можна буде дійти згоди з державою. Якщо група підприємств буде транслювати одні і ті ж самі проблеми по галузі, тоді буде зрозуміло, що це реальна та об'єктивна ситуація по галузі, а не суб'єктивна думка певного керівника, який відстоює лише свої інтереси.

Цілі по зміні в галузі мені хочеться розділити як на особисті, які фактично лягають на виробника, так і на державні з впливом виробників. Самім аграріям нажалі в нашій країні змін не досягти, хіба що знову виходити на мітинги до ВР з тваринами.

Таблиця 2.3

Розподіл цілей по виконавцях

Особисті цілі кожного виробника	Державні цілі з впливом виробників свинини
Покращення контролю АЧС та рівня біобезпеки свинопідприємств на всіх етапах виробництва загалом	Розширення зовнішніх ринків та збуту на внутрішньому
Сформувати чітко працюючий ланцюг вирощування-збут тварин	Формування сприятливого середовища для бізнесу

Підвищення ефективності виробництва на свинокомплексах	Збільшити попит на свинину та продукти з неї на внутрішньому ринку України
--	--

В таблиці 2.4 розглянемо, через які механізми можна буде вплинути на ситуацію в аграрному ринку країни. Основна мета таких змін це, звісно, ключові фактори ведення успішного бізнесу:

1. Сформуванати новий позитивний імідж галузі.
2. Сформуванати нове позитивне середовища для бізнесу.
3. Сформуванати нове позитивне середовища для інновацій та інвестицій.
4. Підвищити ефективність виробництва.
5. Як наслідок вищевказаного, отримувати стабільний та прогнозований прибуток.
6. Надати нові робочі місця та збільшити відрахування в бюджет.

Тепер ми маємо розуміння, в якому середовищі працює компанія. На прикладі конкретної імпоротної операції (Таб.2.5), проведемо PEST аналіз для компанії, щоб остаточно зрозуміти, яким чином вести бізнес, щоб досягти нового рівня розвитку компанії.

За приклад було взято імпорт такого обладнання для тваринництва, як годівниці для поросят на дорощуванні та на відгодівлі та розраховано ефективність імпорту.

Рис. 2.1.4 Схеми реалізації стратегічних цілей

Стратегія-на ціль	1	2	3	4	5	6
1. Механізм	Збільшити попит на свинину та продукти з неї на внутрішньому ринку України, сформувавши індик галузі	Формування та погодження стратегії розвитку галузі на рівні держави строком на 3-5 років	Покращення контролю АЧС та рівня біобезпеки свинопродукції на всіх етапах виробництва загалом	Розробка нового стандарту по забою	Впровадження систем роботи по типу «повний цикл»	Поглиблене вивчення та аналіз ринку
2. Механізм	Знання зєчтєй та особливостей споживання свинини	Зміна нормативної бази та вирішення проблем галузі на державному рівні	Почати реальну боротьбу з АЧС	Уладнати зв'язок виробник-споживач	Формування власного, вітчизняного бренду та його просування на зовнішніх ринках	Підвищення ефективності виробництва на свинокомплексах
3. Механізм	Забезпечення виробництва якістю через програми контролю та добровільної сертифікації та брендуювання продукції	Розширення державної підтримки	Сформувавши чітко працюючий та відстежуваний ланцюг виробництва-збоу та ринк	Почати працювати зі стандартом «без антибіотиків»	Створення кооперативів для реалізації готової продукції	Оновлення та діджиталізація процесів виробництва

Таб.2.1.5 Опис досліджуваних імпортних операцій

Код УКТЗЕД	Назва	Країна походження	Вартість Ішт., Еур	ПДВ, % при розмитненні від вартості	% мита	Витрати на імпорт, % від вартості, ЕУР	Ціна вхідна, ЕУР	Ціна продажна для клієнта в Україні, грн.	% товарної націнки	Ефективність імпорту
3924900090	Кормушка Махі Реп*	Іспанія	21,95	20	0	6,59	28,54	1411,00	70,78%	1,41
3924900090	Кормушка Махі Ноорет Реп*	Іспанія	16,58	20	0	4,97	21,55	2125,00	35,50%	2,82
8436809000	Кормушка ТР-5**	Іспанія	69,80	20	0	20,94	90,74	4653,00	68,25%	1,47
8436809000	Бункерна кормушка АР4Т/2**	Польща	243,00	20	0	72,90	315,90	11670,00	94,74%	1,06
8436809000	Бункерна кормушка АР5Т/2**	Польща	183,00	20	0	54,90	237,90	13769,00	60,47%	1,65

В даному прикладі, ефективність імпорту розраховувалась за формулою:

$$E_{\text{імп}} = \frac{Ц_{\text{р}}}{Ц_{\text{п}}}$$

де, $Ц_{\text{р}}$ -ціна реалізації імпортованих товарів на ринку України за винятком витрат, пов'язаних з реалізацією; $Ц_{\text{п}}$ -ціна покупки імпортованих товарів, що включає в себе всі витрати пов'язані з імпортом. Необхідною умовою ефективності імпорту тут є $E_{\text{імп}} > 1$.

Як показали два варіанти розрахунку, що відрізняються курсом валюти, ефект від імпорту знижується, якщо курс української валюти падає.

Таблиця 2.6

Розподіл факторів по вазі впливу

Політичні		Економічні	
Фактор	Вага	Фактор	Вага
Зміна влади	0,29	Низька ціна на "живець"	0,52
Нові закони	0,25	Високі ціни на корми	0,48
Посилення екологічних вимог	0,09	Коливання валюти	0,43
Соціально-культурні		Технологічні	
Фактор	Вага	Фактор	Вага
Свинина-національний продукт	0,39	Оновлення підприємств (технологічне)	0,52
Низька купівельна спроможність	0,29	Дефіцит кадрів	0,48
Утримання тварин в приватному секторі	0,11	Монополізація ринку	0,46

Таблиця 2.7

PEST аналіз факторів впливу на підприємстві

1	2	3					4	5
Опис факторів	Вплив факторів	Експертна оцінка					Середня оцінка	Оцінка с поправкою на вагу
		1	2	3	4	5		
<i>Політичні фактори</i>								
Зміна влади	2	5	4	3	5	4	4,2	0,29
Нові закони	2	5	3	2	5	3	3,6	0,25
Документо-обіг (довідки, дозвола)	1	2	4	1	3	3	2,6	0,09
<i>Економічні фактори</i>								
Низька ціна на «живець»	3	5	5	5	5	5	5,0	0,52

Продовження таблиці 2.6

Коливання валюти	3	5	4	5	3	4	4,2	0,43
Високі ціни на корми	3	5	5	4	5	4	4,6	0,48
<i>Соціально-культурні фактори</i>								
Свинина національний продукт	3	5	4	3	5	2	3,8	0,39
Низька купівельна спроможність	2	5	4	3	5	4	4,2	0,29
Утримання тварин в приватному секторі	1	3	4	2	3	4	3,2	0,11
<i>Технологічні фактори</i>								
Оновлення підприємств (технологічне)	3	5	5	5	5	5	5,0	0,52
Дефіцит кадрів	3	4	5	5	4	5	4,6	0,48
Монополізація ринку	3	5	4	5	4	4	4,4	0,46
Всього:	29						49,4	

2.3. Обґрунтування оцінки імпортних поставок

З наведено вище дослідження видно, що імпорт обладнання та продаж його в Україні навіть у важких умовах сьогодення є вигідним. Про це свідчить оцінка ефективності імпорту, яку було проведено двома варіантами розрахунку.

Один з варіантів розранку ефективність імпорту розраховувався в такий спосіб:

$$EE_{\text{імп}} = \frac{Ц_{\text{р}} - Ц_{\text{п}}}{Ц_{\text{п}}}$$

де $EE_{\text{імп}}$ – це сам показник економічного ефекту імпорту, євро (по курсу на дату продажу перераховуємо в гривні), $Ц_{\text{р}}$ – вартість реалізації імпортованих товарів за винятком витрат, що пов'язують з рекламою, євро, $Ц_{\text{п}}$ – ціна придбання імпортних товарів, яка включає все всі затрати на їх придбання (мита, транспорт, і т.д.). Економічна суть самого показника ефекту від імпорту товарів показує, який прибуток буде мати імпортер від закупівлі і продажу на внутрішньому ринку імпортних товарів.

Прибуток склав від 3,15 до 6,08 EUR на одиниці товару. Враховуючи дешеву логістику товару по Україні та дрібний обсяг самого товару (в середньому 30*20*30 см), імпорט саме даних позицій є вигідним. Ціни в

Україні виставляються покупцям в євро, розрахунок іде гривнями по курсу. Комерційним курсом євро в компанії станом на зараз є цифра 35грн/1євро.

В другому прикладі, ефективність імпорту розраховувалась за формулою:

$$E_{\text{імп}} = \frac{Ц_{\text{р}}}{Ц_{\text{п}}}$$

де, $C_{\text{р}}$ – ціна реалізації імпортних товарів на ринку України за винятком витрат, пов'язаних з реалізацією; $C_{\text{п}}$ – ціна покупки імпортних товарів, що включає в себе всі витрати пов'язані з імпортом. Необхідною умовою ефективності імпорту тут є $E_{\text{імп}} > 1$.

Даний варіант показав абсолютну ефективність імпортного постачання в Україну, адже коефіцієнт оцінки ефективності склав від 1,06 до 2,82.

Як показали два варіанти розрахунку, що відрізняються курсом валюти, ефект від імпорту знижується, якщо курс української валюти падає.

Оцінкою імпортних поставок в Україну товарів компанією ТОВ «Укрспецексім» таким може вважати дії, які проводить компанія в зв'язку зі стрімкою зміною ринку.

Таблиця 2.7

Аналіз змін, які пов'язані з факторами

	Зміни в галузі	Зміни в компанії	Дії
<i>Політичні фактори</i>			
Зміна влади	Нові керівники, нові департаменти	Оновлення контактів, комунікація з держ.органами	Перепідписання договорів та інших угод
Нові закони	Оновлення нормативно-регулюючої бази	Оновлення нормативно-регулюючої бази	Застосування нововведень
Документообіг (довідки, дозвола)	Збільшення впливу фактору	Моніторинг ситуації	Застосування нововведень/скасування
<i>Економічні фактори</i>			

Низька ціна на «живець»	Зниження поголів`я тварин	Оновлення стратегії роботи	Розгляд варіантів зниження собвартості тварин через обладнання
Коливання валюти	Зниження поголів`я тварин	Пошук нових постачальників	Розгляд варіантів зниження собвартості тварин через логістику
Високі ціни на корми	Зниження поголів`я тварин	Оновлення стратегії роботи	Імпорт інноваційних кормових добавок для зниження вартості корму
<i>Соціально-культурні фактори</i>			
Свинина-національний продукт	Зріст лояльності	Оновлення бренду згідно тенденцій	Формування нової Торгової марки
Низька купівельна спроможність	Стимулювання власного ринку	Оновлення стратегії роботи	Формування нової Торгової марки
Утримання тварин в приватному секторі	Нові закони	Нові умови роботи	Нажаль, перехід в "тінь"
<i>Технологічні фактори</i>			
Оновлення підприємств (технологічне)	Кредитування, державне відшкодування	Оновлення нормативно-регулюючої бази	Перепідписання договорів та інших угод
Дефіцит кадрів	Стимулювання власного ринку	Навчання за рахунок компанії	Підвищення оплати праці
Монополізація ринку	Антимонопольна добровільна організація	Нові умови роботи	Підготовка спец.кадрів для роботи з монополістами

Висновки до розділу 2

Як висновок до даного розділу, хочу зазначити, що основними факторами впливу на компанію, що імпортує товар є:

- динаміка розвитку економіки - спад, зростання, стагнація;
- зміна курсів валют, вартості капіталу;
- зміна рівня безробіття;
- зміна рівня інфляції;
- зміна наявного доходу на душу населення;

- тенденції в банківській сфері;
- особливості менталітету, важливі культурні цінності;
- зміна соціальних верств населення;
- зміна смаків і уподобань аудиторії, усталені міфи й упередження;
- можливі зміни в ключових технологіях, використовуваних на ринку (інновації в обладнанні, матеріалах, в бізнес-моделях і методах ведення бізнесу);
 - вплив інтернет на розвиток ринку;
 - вплив мобільних технологій на розвиток ринку;
 - інновації в інформаційних технологіях, що дозволяють більш ефективно конкурувати на ринку;
 - оновлення нормативно-регуляторної бази;
 - нововведення в сертифікації імпортних продуктів.

В даних умовах компанія працює стабільно, з прибутком та завжди має ефект від імпорту товарів спеціального призначення.

РОЗДІЛ 3.

ВСТАНОВЛЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ ТА МОЖЛИВИХ ІННОВАЦІЙ ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ТВАРИННИЦЬКОГО РИНКУ

3.1. Аналіз та узагальнення результатів дослідження

Результатом даної роботи є встановлення перспектив та можливих інновацій для суб'єктів господарювання, які здійснюють імпортно-експортні операції саме в сфері тваринництва. Було встановлено, що:

1. На тваринницькому ринку стрімко зростає монополізація та укрупнення великих промислових холдингів та груп.
2. Більше ніж 40% з яких є компаніями з кінцевим бенефіціаром нерезидентом України, або у складі є іноземні інвестиції.
3. Дрібні господарства та присадибні практично не мають шанса пережити 2021 рік.
4. Перешкоджає у нарощуваннях виробництва тваринницької продукції корупційна складова, отримання дозвільної документації триває роками, безпідставний шантаж з боку екоактивістів.
5. Відсутність достатньої державної підтримки повністю демотивують розвиток галузі.
6. Частина ринку загнана в тінь та «розрахунками за налічку».
7. Відсутність ринку експорту продуктів тваринництва (окрім курятини), відповідно немає притоку валюти в бюджет.
8. Повний обвал зернового ринку.
9. Здорожчання кормів на 50-60%, зниження закупівельної ціни м'яса на 18%.
10. Застарілий фонд обладнання свинокомплексів, що потребує оновлення.
11. Необхідна термінова модернізація застарілих підприємств та устаткування новим обладнанням, яке відповідає інтенсивному виробництву.

12. Гармонізація та оновлення нормативної та регулюючої бази згідно європейських норм (щоб бути конкурентними імпорту товарів в Україну).

13. Ринок потребує виходу виробника з «тіні» та декларування всіх своїх прибутків та витрат.

14. Державні гарантії приватного страхування від АЧС та інших захворювань.

15. Добровільне та відповідальне страхування під гарантії підприємств.

16. Залежність від валютних коливань.

17. Форс-мажорні ситуації (карантинні заходи, та ін.).

18. Залежність від різких оновлень нормативної та регулюючої бази (сертифікати, тощо).

19. Війни, які прямо впливають на вартість логістики.

Для компанії продаж імпортованих товарів є однією із головних статей доходу, так як:

1. Деяких аналогів товарів не виробляють в Україні.

2. Ринкову ціну формуєш ти, а не держава, чи регулюючі органи, або твій український товар-конкурент.

3. Прибутки від імпорту значно перевищують прибуток від виробництва в Україні .

4. Угода про асоціацію з ЄС відкрила двері до «безмитного» імпорту.

5. Компанія вміє швидко пристосовуватись до ринку та змінювати короткострокові цілі, які позитивно в цілому впливають на загальну стратегію.

6. Має «вузько» профільні кадри, які швидко реагують на зміни ринку.

7. В цілому має задовільні коефіцієнти імпорту.

8. Прибуток дозволяє інвестувати у власне виробництво, або

працювати по давальницькій сировині.

В цілому, підприємство працює з позитивною динамікою, випереджаючи потребу покупців на декілька шагів. Таким чином надає такий сервіс і товари, яким практично не має конкуренції в Україні.

3.2. Встановлення перспектив та інновацій при імпорту обладнання

Аналіз ринку та галузі, PEST аналіз підприємства та його середовища, допоміг розробити короткочасну стратегію, яка дає можливість розвиватись в кризовий час. Нажаль, в аграрному ринку неможливо притримуватись якої однієї чіткої стратегії, інакше не втримаєшся на ринку.

Рішенням для деяких болісних питань було обрання нового шляху для руху, так би мовити швидкого та безболісного оновлення. Компанія обрала для себе короткочасну стратегію перехідного періоду №1 (терміном на 6 місяців), що перейде в стратегію прориву (терміном на 1 рік).

Така суміш стратегій дасть можливість «зайти з тилу та вдарить по флангам»:

1. Проаналізувати загрози та описати, за допомогою яких переваг бізнесу можна уникнути виниклих загроз та знизити ризики.
2. Через свої можливості та сильні сторони вплинути на загрози та ризики.

Таким чином компанія буде попереду конкурентів та завоює більше клієнтів.

Перспективним та інноваційним рішенням в даному випадку є сама суміш двох видів стратегій. Таку суміш стратегій можна назвати «стратегія наступу змішана», яка включає в себе інноваційно-технічний прорив через вплив своїх можливостей на загрози.

Відмінністю таких заходів від звичайно прийнятих в компанії було знаходження свого «блакитного океану» [25], [39] через певні пункти

методології «шість сігма» [39]. Саме «стратегія наступу змішана» дала можливість до освоєння нових нових ринків збуту.

Стратегія блакитного океану це дослідження з маркетингу (у формі книги) Кіма Ві Чана, яка вийшла 2005 року. В книзі було описано аналіз ринкових трендів протягом ста років у тридцяти сферах виробництва. Основна ідея-це відмова від жорсткої конкуренції та пошуку вільних місць на ринку, так званих «блакитних океанів».

Під ними мають на увазі нові сегменти ринку, де немає конкуренції, так як не встановлені чіткі правила і стандарти. Коли компанія виходить на такий «блакитний океан», то дозволяє зробити значний стрибок та робить конкуренцію непотрібною.

Звичайний маркетинговий підхід компаній зветься «червоний океан», бо він насичений кров'ю вбитих конкурентів. В самій книзі розкажується, що не варто робити вибір між різноманітністю товару для різних сегментів і низькою ціною (концепція Майкла Портера [26]), а треба застосовувати ці дві переваги разом у нових сегментах ринку.

Методологія «шість сігм» (англійською Six Sigma) використовується у менеджменті компанії для покращення виробництва та усунення дефектів. Концептуальний підхід до покращення бізнесу, в рамках якого відбуваються заходи з пошуку і виявлення причин помилок та дефектів у процесах бізнесу, це зосередження на тих вихідних параметрах, що є надважливими для клієнта.

Напочатку цей метод розробився компанією «Motorola» і її інженером Білом Смітом (з 1986 року), але наразі ним користуються безліч компаній. Великий вплив на розвиток методу справили попередні стратегії вдосконалення якості продукції – наприклад методу контролю якості, повного управління якістю (Total Quality Management – TQM) та зведення дефектів до нуля. Мета методу «б сигм» - прикладання зусиль по зменшенню коливань в якості продукції одного і того типу на виробництві, що є ключовим фактором успішного бізнесу.

Тенмін «шість сигма» відносять до здатності виробничого процесу виробити продукти, аби не відхилялись від заданих параметрів. Головним елементом методу є системний підхід до рішення проблем на основі високоточних даних з акцентом на потреб клієнтів.

Зараз «шість сигма» – це зареєстрований знак обслуговування та торгова марка компанії «Motorola».

Цю методу також використовують «Honeywell International», «General Electric» та інші.

Напочатку метод «шість сигма» був розроблений як комплекс заходів, що були спрямовані на покращення процесу виробництва та усунення дефектів, але з часом він знайшов застосування в інших видах бізнес-процесів. Концепція «шість сигма – це коли як дефект розглядається певна невідповідність, що може привести до незадоволення споживача, та як наслідок-втрата ринку збуту.

Методика «шість сигма» ділиться на два головні методи: DMAIC (покращення діючого бізнес-процесу) та DMADV (утворення нового проекту/ продукції/процесу з передбачуваною та бездефектною якістю).

DMAIC формується з 5 кроків:

- Define – пояснює ціль покращення процесу, яка збігається з потребою споживача та стратегією компанії.
- Measure – вимірює поточний процес та збирає відповідну інформацію для майбутнього порівняння.
- Analyze – аналіз причинності факторів та взаємовідносин. Має визначити, чим є взаємовідносини, до враховуючи усі фактори.
- Improve – оптимізація або вдосконалення процесу на основі аналітичних технік.
- Control – необхідний контроль для забезпечення того, аби усі похибки якості товару чи послуги були виправлені до того, як стануть дефектами.

DMADV також формується з 5 кроків:

Define – пояснює цілі проектування на базі потреб клієнтів та концепції підприємства.

- Measure вимірює поточний процес та збирає відповідну інформацію для майбутнього порівняння, а також ризиків.
- Analyze – аналіз для формування та побудови альтернатив, утворення проекту високого рівня і оцінка можливостей проектування.
- Design – проект деталей, оптимізація проекту, верифікація проекту.
- Verify – перевірка самого проекту, старт пробних запусків, застосування процесу виробництва та передача його власнику.

Розробка методики «шість сігм для імпорتنних операцій

Назва	Початок	Закінчення
Цикл DMADV методики Six Sigma+eman Realize	Ср 23.09.20	Ср 31.03.21
1. Етап пояснення Define	Ср 23.09.20	Пт 10.10.20
Визначення клієнтів і їх вимог	Ср 23.09.20	Пт 25.09.20
Розробка статуту групи	Пн 28.09.20	Вт 29.09.20
Визначення схем процесів	Вт 29.09.20	Пт 02.10.20
Зіставлення схеми потоку створення вартості	Пт 02.10.20	Вт 06.10.20
Огляд кінцевих результатів	Вт 06.10.20	Чт 08.10.20
Проміжний етап завершено	Чт 08.10.20	Пт 10.10.20
2. Етап вимірювання Measure	Пн 12.10.20	Пт 31.10.20
Вибір характеристик	Пн 12.10.20	Ср 14.10.20
Визначення стандартів продуктивності	Чт 15.10.20	Пт 16.10.20
Складання плану збору даних	Пн 19.10.20	Чт 22.10.20
Перевірка плану збору даних	Пт 23.10.20	Пт 23.10.20
Проміжний етап завершено	Пн 26.10.20	Пт 31.10.20

3. Етап аналізу Analyze	Пн 02.11.20	Пт 28.11.20
Визначення можливостей процесу	Пн 02.11.20	Пт 06.11.20
Визначення цільових показників	Пн 09.11.20	Чт 12.11.20
Визначення джерел варіацій	Пт 13.11.20	Вт 17.11.20
Огляд кінцевих результатів	Ср 18.11.20	Пт 21.11.20
Проміжний етап завершено	Пн 23.11.20	Пт 28.11.20
4. Етап покращення	Пн 30.11.20	Пт 04.12.20
Відбір потенційних причин	Пн 30.11.20	Вт 01.12.20
Виявлення залежностей між змінними	Вт 01.12.20	Вт 01.12.20
Визначення операційних допусків	Ср 02.12.20	Ср 02.12.20
Вироблення попередньої оцінки СВА	Ср 02.12.20	Ср 02.12.20
Огляд кінцевих результатів	Чт 03.12.20	Чт 03.12.20
Розгортання плану впровадження	Чт 03.12.20	Чт 03.12.20
Проміжний етап завершено	Пт 04.12.20	Пт 04.12.20
5. Етап контролю	Пн 07.12.20	Чт 31.12.20
Визначення та перевірка вхідних змінних системи вимірювань	Пн 07.12.20	Ср 09.12.20
Визначення можливостей процесу	Чт 10.12.20	Пт 26.01.07
Впровадження контролю процесу	Пн 14.12.20	Ср 16.12.20
Огляд кінцевих результатів	Чт 17.12.20	Пт 18.12.20
Отримання затвердження у власника процесу	Пн 21.12.20	Пт 25.12.20
Проміжний етап завершено	Пн 28.12.20	Чт 31.12.20
6. Етап реалізації проекту Realize	Пт 01.01.21	Ср 31.03.21
Цикл DMADV методики Six Sigma+етап Realize завершен	Ср 23.09.20	Ср 31.03.21

Джерело: власна розробка, на правах рукопису.

Можливості	Загрози
Оновлення лінійки товарів ексклюзивними товарами	Дефіцит на корми та їх висока ціна
Вихід на «блакитний океан»	Зараження АЧС
Формування «позитивного іміджу компанії»	Суперечливі нові завокопроекти
	Можлива переорієнтація споживача на курятину
Сильні сторони	Ризики
Команда співробітників	Коливання валют
Багаторічний досвід	Форс-мажори (карантин)
Висока рентабельність бізнесу	
Низький рівень конкуренції	

Рис.3.1 Оцінка можливостей компанії

На загрозу дефіциту кормів та високої ціни можна вплинути незначним оновленням імпорту товару, але він має бути в Україні в ексклюзиві (має бути підписаний договір-ексклюзиву з постачальником). Виходу на «блакитний океан» допоможе нестабільна та суперечлива нормативна база, і митна в тому числі. Згідно нововведень в електронному обігу документів на митниці, спрощеного оформлення та нульового мита, є можливість імпорту дійсно якихось ексклюзивних товарів.

Ця робота в компанії проводиться безпосередньо власником компанії, менеджером з розвитку та митним брокером. Нажаль від АЧС ніхто з господарств нестрахований, таку ситуацію можна віднести до форс-мажору. Вплинути на неї можна лише через приватне страхування та добровільну сертифікацію виробництва. Формування іміджу компанія як стабільного постачальника та такого, який дає дешеві економічні рішення може призупинити рішення деяких власників відмовитися від вирощування свинини, адже таким чином свиняче м'ясо може бути замінене більш дешевою курятиною.

Висока рентабельність бізнесу, багаторічний досвід та команда професіоналів через імпорт має можливість виходу на «блакитний океан», що дає уникнути конкуренції та надалі стабільно працювати в кризових умовах

сьогодення.

3.3. Подання практичних рекомендацій по застосуванню отриманих результатів підприємством

Гарним інструментом для планування будь-чого в бізнесі є діаграма Ганта. Економічна основа планування бізнесу базується на застосуванні розробок науки в області оптимізації витрат часу і ресурсів, підвищенні якості продукції.

Засновником школи управління та оптимізації часу є Генрі Л. Гант. Він ще в 1910 році розробив та впровадив експлуатацію графіка або діаграми, який вносить його ім'я у процес бізнесу та процеси, які зв'язані з організаційними роботами.

Названа діаграма Гантана честь розробника- Генрі Ганта (Henry Gantt). Є думка, що саме йому першому прийшла думка планувати проекти при допомозі горизонтальної гістограми, але це не є так. Перший, хто зв'язав такі діаграми з діяльністю проектів, був польський інженер Кароль Адамецькі (Karol Adamiecki) в далекому 1896 році.

Пр. Адамецькі вигадав ідею візуалізувати процеси та прогрес, задля полегшення перегляду та обліку виробничих графіків. Більша частина його досліджень була пов'язана з сталеливарною промисловістю. Робоча назва була «гармонограма» (harmonogram).

Автор опублікував статті про своє «відкриття» на польській і російській мовах. Через те ідея з діаграмами не отримала широкого загала у світі.

Але Генрі Гант особисто прийшов до тієї ж ідеї через 15 років. Він почав вивчати візуальне планування з гістограмами в 1910 році, аби дати зрозуміти управлінцям, яке буде виробництво- успішн аебо відставатиме від графіка. Саме тому, за діаграмами закріпилася назва Gantt Charts [42].

Перед початком використання зручних діаграм Ганта, керівники просто

планували свої проекти та справи на папері. Цим часто займаються і в сьогодні.

Перемогою є те, що зараз уже розроблено значна кількість зручних і легких інструментів та засобів для управління проектами, що часто за основу для візуалізації справ використовують саме діаграми Ганта.

Що ми бачимо при використанні таких діаграм:

- які завдання включає в себе бізнес-проект;
- дату початку/закінчення будь-якого проекту;
- коли проекти починаються і закінчуються (тривалість завдань);
- часу, який займе кожна задача;
- хто саме працює над кожним певним завданням;
- засоби об'єднання завдань.

Найбільшою частиною графіку є зображення залежності однієї роботи від іншої. Гант знайшов, що зручно формувати діаграму для кожного працівника, та результати його праці мають стати основою для роботи інших підрозділів/працівників. Аби показати, як проходитиме процес передачі завдань від однієї відповідальної особи до іншої, та скільки часу потрібно, створені перші діаграми Ганта (вони мають вертикальну вісь, на яких зазначається перелік робіт, та горизонтальну – де визначається часовий проміжок). Результатом роботи є те, що діаграмами почали користуватися не тільки керівники бізнесових компаній, а й у військовій діяльності, великих розважальних мироприємствах, та взагалі для організації багатьох процесів.

Приклад використання діаграми Ганта у бізнес-плануванні надаю нижче у рисунку нижче. Файл самої діаграми є занадто великим для розміщення на аркуші А4, тому привожу як приклад частину діаграми, яка була розроблена для проекту імпорту, який я описую в даній роботі [42].

Загалом, для організації та бізнес-планування, використовуються різні технології, але графік Ганта має свої переваги перед ними. Але є і певні недоліки, які наведені в таблиці нижче[42].

Переваги та недоліки діаграм Ганта

Переваги діаграми Ганта	Недоліки діаграми Ганта
<p data-bbox="424 409 675 443">Графічний огляд :</p> <p data-bbox="277 465 821 719">основна перевага графіку в тому, що він відображається графічно та інтуїтивно зрозуміло для читача. Він складається із горизонтальних смуг різних за кольором, де кожен із кольорів відповідає за певний вид діяльності або роботу певних осіб.</p>	<p data-bbox="1059 409 1238 443">Статичність:</p> <p data-bbox="847 465 1445 752">не всі проекти є статичними. Кожен проект вимагає постійного корегування в процесі діяльності. Діаграма Ганта є статичною. Для того, щоб зробити певні зміни, слід повністю перепланувувати всю діяльність. Діаграма не включає декілька варіантів планування та різних варіантів розвитку ситуації.</p>
<p data-bbox="355 801 743 835">Широке кола використання:</p> <p data-bbox="277 880 821 1055">графік може використовуватися для планування практично будь-яких завдань, що зробило його універсальним і відомим рішенням у бізнес-колах</p>	<p data-bbox="922 801 1374 835">Відсутність значимих елементів:</p> <p data-bbox="847 880 1445 1055">Не всі завдання на підприємстві є основними. Графік не дозволяє виділити ті завдання, яким слід виділити максимум зусиль. Через це втрачається певна наглядність у меті та цілях підприємства</p>

Щоб побудувати діаграму використовуються різні програми. Програмне забезпечення, яке засноване на Gantt Charts, призначене для планування проектів та управління ними. Такі сервіси були створені та створюються при автоматизації процесів, створення завдань, додавання етапів, визначення критичних шляхів і т. д.

Станом на сьогодні, є можливість використовувати програми, такі, як Microsoft Project, або будь-який потужний онлайн ресурс для управління проектами з використанням діаграм Ганта.

Онлайн-підхід спрощує загальне використання і планування проектів. Та будь-хто з членів команди може побачити заплановані завдання та відстежити статус, оновити власну інформацію та прикріпити файли.

Діаграма Гранта (власний приклад)

1. Етап пояснення Define Ср 23.09.20 - Сб 10.10.20					
Начало Ср 23.09.20					
Цикл DMADV методики Six Sigma+етап Realize завершен Ср 23.09.20 - Ср 31.03.21					
2. Етап Пн 12.10.20 - Сб		3. Етап аналізу Analyze Пн 02.11.20 - Сб 28.11.20		4. Пн	5. Етап контролю Пн 07.12.20 - Чт 31.12.20
6. Етап реалізації проекту Realize Пт 01.01.21 - Ср 31.03.21					
Регістр задачі	Назва задачі	Длительность	Начало	Окончание	2019
	▲ Цикл DMADV методики Six Sigma+етап Realize	136 днів?	Ср 23.09.20	Ср 31.03.21	Кв. 4 Кв. 1 Кв. 2 Кв. 3 Кв. 4
	▲ Цикл DMADV методики Six Sigma+етап Realize	136 днів?	Ср 23.09.20	Ср 31.03.21	
	▲ 1. Етап пояснення Define	14 днів?	Ср 23.09.20	Сб 10.10.20	
	Визначення клієнтів і їх вимог	3 днів?	Ср 23.09.20	Пт 25.09.20	
	Розробка статуту групи	2 днів?	Пн 28.09.20	Вт 29.09.20	
	Визначення схем процесів	4 днів?	Вт 29.09.20	Пт 02.10.20	
	Зіставлення схеми потоку створення вартості	3 днів?	Пт 02.10.20	Вт 06.10.20	
	Огляд кінцевих результатів	3 днів?	Вт 06.10.20	Чт 08.10.20	
	Проміжний етап завершено	2 днів	Чт 08.10.20	Сб 10.10.20	
	▲ 2. Етап вимірювання Measure	16 днів?	Пн 12.10.20	Сб 31.10.20	
	Вибір характеристик	3 днів?	Пн 12.10.20	Ср 14.10.20	
	Складання плану збору даних	4 днів?	Пн 19.10.20	Чт 22.10.20	
	Перевірка плану збору даних	1 день?	Пт 23.10.20	Пт 23.10.20	
	Проміжний етап завершено	5 днів	Пн 26.10.20	Сб 31.10.20	
	▲ 3. Етап аналізу Analyze	21 днів?	Пн 02.11.20	Сб 28.11.20	
	Визначення можливостей процесу	5 днів?	Пн 02.11.20	Пт 06.11.20	
	Визначення цільових показників	4 днів?	Пн 09.11.20	Чт 12.11.20	
	Визначення джерел варіацій	3 днів?	Пт 13.11.20	Вт 17.11.20	
	Огляд кінцевих результатів	3 днів?	Ср 18.11.20	Сб 21.11.20	
	Проміжний етап завершено	5 днів	Пн 23.11.20	Пт 27.11.20	
	▲ 4. Етап покращення	5 днів?	Пн 30.11.20	Пт 04.12.20	
	Відбір потенційних причин	2 днів?	Пн 30.11.20	Вт 01.12.20	
	Виявлення залежностей між змінними	1 день?	Вт 01.12.20	Вт 01.12.20	
	Визначення операційних допусків	1 день?	Ср 02.12.20	Ср 02.12.20	
	Вироблення попередньої оцінки	1 день?	Ср 02.12.20	Ср 02.12.20	
	Огляд кінцевих результатів	1 день?	Чт 03.12.20	Чт 03.12.20	
	Розгортання плану впровадження	1 день?	Чт 03.12.20	Чт 03.12.20	
	Проміжний етап завершено	1 день	Пт 04.12.20	Пт 04.12.20	
	▲ 5. Етап контролю	19 днів?	Пн 07.12.20	Чт 31.12.20	
	Визначення та перевірка входних змінних системи вимірювань	3 днів?	Пн 07.12.20	Ср 09.12.20	
	Визначення можливостей процесу	2 днів?	Чт 10.12.20	Пт 11.12.20	
	Впровадження контролю процесу	3 днів?	Пн 14.12.20	Ср 16.12.20	
	Огляд кінцевих результатів	2 днів?	Чт 17.12.20	Пт 18.12.20	
	Отримання затвердження у власника процесу	5 днів?	Пн 21.12.20	Пт 25.12.20	
	Проміжний етап завершено	4 днів	Пн 28.12.20	Чт 31.12.20	
	6. Етап реалізації проекту Realize	64 днів	Пт 01.01.21	Ср 31.03.21	
	Цикл DMADV методики Six Sigma+етап Realize завершен	136 днів?	Ср 23.09.20	Ср 31.03.21	

Джерело: власна розробка, на правах рукопису.

Результатом даної роботи є встановлення перспектив та можливих інновацій для суб'єктів господарювання, які здійснюють імпортно-експортні операції саме в сфері тваринництва. Було встановлено, що:

20. На тваринницькому ринку стрімко зростає монополізація та укрупнення великих промислових холдингів та груп.

21. Більше ніж 40% з яких є компаніями з кінцевим бенефіціара нерезидентом України, або у складі є іноземні інвестиції.

22. Дрібні господарства та присадибні практично не мають шанса пережити 2021 рік.

23. Перешкоджає у нарощуваннях виробництва тваринницької продукції корупційна складова, отримання дозвільної документації триває роками, безпідставний шантаж з боку екоактивістів.

24. Відсутність достатньої державної підтримки повністю демотивують розвиток галузі.

25. Частина ринку загнана в тінь та «розрахунками за налічку».

26. Відсутність ринку експорту продуктів тваринництва (окрім курятини), відповідно немає притоку валюти в бюджет.

27. Повний обвал зернового ринку.

28. Удорожчання кормів на 50-60%, зниження закупівельної ціни м'яса на 18%.

29. Застарілий фонд обладнання свинокомплексів, що потребує оновлення.

30. Необхідна термінова модернізація застарілих підприємств та устаткування новим обладнанням, яке відповідає інтенсивному виробництву.

31. Гармонізація та оновлення нормативної та регулюючої бази згідно європейських норм (щоб бути конкурентними імпорту товарів в Україну).

32. Ринок потребує виходу виробника з «тіні» та декларування всіх своїх прибутків та витрат.

33. Державні гарантії приватного страхування від АЧС та інших захворювань.

34. Добровільне та відповідальне страхування під гарантії підприємств.

35. Залежність від валютних коливань.

36. Форс-мажорні ситуації (карантинні заходи, та ін.).

37. Залежність від різких оновлень нормативної та регулюючої бази (сертифікати, тощо).

38. Війни, які прямо впливають на вартість логістики.

По ступіню новизни такі рішення є більш досконалішими та мають всі шанси на використання в широкому загалі.

При застосуванні нових рішень/підходів підприємство суттєво може змінити процес імпорту та взагалом імпорту обладнання в Україну. Також застосування таких рішень на практиці дасть можливість оновити існуючу стратегію підприємства при продажу імпортного обладнання в Україні.

Практичне застосування одержаних результатів було розглянуто власником підприємства, та деякі з рішень було прийнято до уваги. На його думку, це надасть можливість компанії в цілому збільшити свою присутність на ринку України, оновити маркетинг персоналу в компанії через його стимулювання та мотивацію, відкрити новий напрямок для підприємства в цілому.

Було прийнято 2 стратегічних рішення. Перше-маючи багаторічний досвід в продажу та монтуванні обладнання для тваринництва, компанія почала розвиток нового напрямлення – це будівництво лагун та септиків для гноєвидалення, продаж такого обладнання як міксери для гною (поверхневі та глибинні). Для цього було взято дилерство ексклюзива у ряда європейських компаній строком на 5 років. В обранні цього рішення мотивувались Законом України про охорону навколишнього природного середовища редакція від 01.01.2021р. [5] та Ветиринарно-санітарних правил для птахівницьких господарств і вимоги до їх проектування, затверджені

наказом Головного державного інспектора ветеринарної медицини України від 03 липня 2001 року № 53 [2]. Сильні сторони компанії разом з можливостями дають змогу нівелювати загрози та ризики та вивести в подальшому продаж такого імпортного обладнання в окреме направлення бізнесу.

Друге рішення-було отримано договір ексклюзива від європейських компаній на спеціальні кормові добавки. Ціль таких добавок-зменшити вартість корму та збільшити його біодоступність. Таким чином збільшиться інтенсивність росту тварин, та як наслідок збільшиться прибуток через зменшення періоду відгодівлі тварин. Основною вимого було-такі добавки мають бути 100% органічні, без ГМО та антибіотиків. Тут компанія керувалась нормою нового закону Закон України «Про безпечність та гігієну кормів», що набув чинності 19.01.2020р.[4]. Сильні сторони компанії разом з можливостями дають змогу нівелювати загрози та ризики . Станом на сьогодні компанія вже має нове для себе направлення «Корми», яке функціонує з 2019року. За 2019-2020р. направлення корми вже зробило продажів на понад 11 млн. грн. Дане направлення було повним «стартапом», але правильно підібрана стратегія менеджером з розвитку дали свої результати.

Таблиця 3.1

Звіт з продажі компанії 2019-2020рр.

Постачальник	Кількість	Вартість продажу (грн)	Собівартість, (грн)	Валовий прибуток (грн)	Рентабельність
	Од. зберігання	з ПДВ	з ПДВ	з ПДВ	% (з ПДВ)
01.01.2019-31.12.2020	143408,975	11970234,25	8070776,37	3899457,88	32,58
Підсумок	143 408,975	1197034,25	8070776,37	3899457,88	32,58

Джерело: фінансова звітність компанії

Рентабельність продажу імпорту (відношення чистого прибутку до виторгу) становить 32,58 % за 2 роки діяльності.

Апробація результатів даної роботи відбулася на нараді директорів групи компаній, куда входить компанія ТОВ «Укрспецексім». Радою директорів групи компаній було погоджено взяти до уваги зазначений аналіз т арозробки з даної та роботи та протестувати» на практиці» зазначені вище рішення. Терміном виконання даних рішень період 1-2 кв. 2021року. Після тестування ідей, буде прийнято рішення щодо зміни/ не зміни загальної стратегії компанії.

Висновки до розділу 3

Висновком даного розділу є те, що було остаточно підтверджено те, що через оновлення рішень та підходів можна змінити не тільки порядок імпорту, але і його кількість. Вдалося оновити загалом стратегію ведення бізнесу імпортних операцій та відкрити нові ринки.

Метод «шість сигма» допоміг розробити комплекс заходів, що були спрямовані на покращення процесу імпорту та усунення дефектів.

Наряду зі зміною стратегії імпорту, була задіяна оцінка DMADV з 5 кроків:

Define – пояснили цілі проекту на базі потреб клієнтів (оновлення та здешевлення бізнесу) та концепції підприємства (імпорт орієнтованість)

- Measure – виміряли поточний процес та зібрали відповідну інформацію для майбутнього порівняння, а також ризиків (SWOT, PEST аналізи)

- Analyze – аналіз для формування та побудови альтернатив, утворення проекту високого рівня і оцінка можливостей проектування (оцінка ефективності імпорту, аналіз ринку нормативної бази та ситуації в с/г ринку загалом)

- Design – проект деталей, оптимізація проекту, верифікація проекту (вибір напрямку діяльності, і як наслідок вибір свого блакитного океану)

- Verify – перевірка самого проекту, старт пробних запусків, застосування процесу виробництва та передача його власнику (рішення про апробацію проекту, що була погоджена на раді директорів)
- Realize – впровадження змін (початком страту виконання даних рішень період 1-2 кв. 2021року)

Після тестування ідей, буде прийнято рішення щодо зміни/ не зміни загальної стратегії компанії.

Інколи використовуєть поняття DMAICR (Realize – Впровадження). В конкретному дослідженні, та при впровадженні самого проекту змін також можна внести цей. Адже фізично зміни були запуснені та пішла повна реалізація проекту .

Практичне застосування одержаних результатів було розглянуто власником підприємства, та деякі з рішень було прийнято до уваги. Це надасть можливість компанії в цілому збільшити свою присутність на ринку України, оновити маркетинг персоналу в компанії через його стимулюваня та мотивацію, відкрити новий напрямок для підприємства в цілому.

Було прийнято 2 стратегічних рішення.

Висока рентабельність бізнесу, багаторічний досвід та команда професіоналів через імпорт має можливість виходу на «блакитний океан», що дає уникнути конкуренції та надалі стабільно працювати в кризових умовах сьогодення.

ВИСНОВКИ

Висновок при з'ясуванні митно-товарного регулювання імпорتنих операцій (постачання) в Україну обладнання для сільськогосподарських тваринницьких комплексів лежить на поверхні:

Динаміка ринку, його монополізація та глобалізація, вимагає від нас рішучих дій, щоб втримати своє місце в аграрному бізнесі:

- термінова модернізація застарілих підприємств та устаткування новим обладнанням, яке відповідає інтенсивному виробництву;

- гармонізація та оновлення нормативної та регулюючої бази згідно європейських норм (щоб бути конкурентними імпорту товарів в Україну);

- вихід виробника з «тіні» та декларування всіх своїх прибутків та витрат;

- державні гарантії приватного страхування.

2. При веденні імпортно/експортних операцій намагатись притримуватись «кодексу честі та моралі»:

- намагатись не просто імпортувати деякі аналоги товарів які не виробляють в Україні, а ввозити їх частини чи сировину для власного виробництва;

- формувати «чесну» українську вартість товарів;

- прибутки від імпорту інвестувати у виробництво, тобто «купити сам завод і його технології, а не просто продукцію» ; навчити кадри, інвестувати в обладнання, тощо).

3. Якщо слідувати двом вище описаним пунктам, з часом моє підприємство стане:

- вільним від залежності валютних коливань;

- частково вільним від форс-мажорних ситуацій (карантинних заходів на кордоні та ін.);

- менше залежним від різких оновлень нормативної та регулюючої бази у сфері ЗЕД (сертифікати, тощо);

-війни, яка прямо впливають на вартість логістики з країн СНД.

Як висновок також хочу зазначити, що основними факторами впливу на компанію, що імпортує товар є:

- динаміка розвитку економіки – спад, зростання, стагнація;
- зміна курсів валют, вартості капіталу;
- зміна рівня безробіття;
- зміна рівня інфляції;
- зміна наявного доходу на душу населення;
- тенденції в банківській сфері;
- особливості менталітету, важливі культурні цінності;
- зміна соціальних верств населення;
- зміна смаків і уподобань аудиторії, усталені міфи й упередження;
- можливі зміни в ключових технологіях, використовуваних на ринку (інновації в обладнанні, матеріалах, в бізнес-моделях і методах ведення бізнесу);
- вплив інтернет на розвиток ринку;
- вплив мобільних технологій на розвиток ринку;
- інновації в інформаційних технологіях, що дозволяють більш ефективно конкурувати на ринку;
- оновлення нормативно-регуляторної бази;
- нововведення в сертифікації імпортованих продуктів.

В даних умовах компанія працює стабільно, з прибутком та завжди має ефект від імпорту товарів спеціального призначення.

Було остаточно підтверджено те, що через оновлення рішень та підходів можна змінити не тільки порядок імпорту, але і його кількість. Вдалося оновити загалом стратегію ведення бізнесу імпортованих операцій та відкрити нові ринки.

Метод «шість сигма» допоміг розробити комплекс заходів, що були спрямовані на покращення процесу імпорту та усунення дефектів.

Наряду зі зміною стратегії імпорту, була задіяна оцінка DMADV з 5 кроків:

Define – пояснили цілі проекту на базі потреб клієнтів (оновлення та здешевлення бізнесу) та концепції підприємства (імпорт орієнтованість)

- Measure -виміряли поточний процес та зібрали відповідну інформацію для майбутнього порівняння, а також ризиків (SWOT, PEST аналізи)

- Analyze — аналіз для формування та побудови альтернатив, утворення проекту високого рівня і оцінка можливостей проектування (оцінка ефективності імпорту, аналіз ринку нормативної бази та ситуації в с/г ринку загалом)

- Design — проект деталей, оптимізація проекту, верифікація проекту (вибір напрямку діяльності, і як наслідок вибір свого блакитного океану)

- Verify — перевірка самого проекту, старт пробних запусків, застосування процесу виробництва та передача його власнику (рішення про апробацію проекту, що була погоджена на раді директорів)

- Realize – впровадження змін (початком страту виконання даних рішень період 1-2 кв. 2021року)

Після тестування ідей, буде прийнято рішення щодо зміни/ не зміни загальної стратегії компанії.

Інколи використовуєть поняття DMAICR (Realize — Впровадження). В конкретному дослідженні, та при впровадженні самого проекту змін також можна внести цей. Адже фізично зміни були запуснені та пішла повна реалізація проекту .

Практичне застосування одержаних результатів було розглянуто власником підприємства, та деякі з рішень було прийнято до уваги. Це надасть можливість компанії в цілому збільшити свою присутність на ринку України, оновити маркетинг персоналу в компанії через його стимулювання та мотивацію, відкрити новий напрямок для підприємства в цілому.

Було прийнято 2 стратегічних рішення.

Висока рентабельність бізнесу, багаторічний досвід та команда професіоналів через імпорт має можливість виходу на «блакитний океан», що дає уникнути конкуренції та надалі стабільно працювати в кризових умовах сьогодення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Будівлі і споруди для тваринництва: ДБН В.2.2-1-95. – [Чинні від 1995–02–01] // Держкоммістобудування України. – Київ: УкрНдіагропроект, 1995 р.(Державні будівельні норми України).
2. Ветеринарно-санітарні правила для птахівницьких господарств і вимоги до їх проектування, затверджені наказом Головного державного інспектора ветеринарної медицини України від 03 липня 2001 року № 53
3. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1. / Редкол.: ...С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2000.
4. Закон України «Про безпечність та гігієну кормів», що набув чинності 19.01.2020р
5. Законом України про охорону навколишнього природного середовища редакція від 01.01.2021р
6. Інвойс від компанії Rotechna, .s.e., Іспанія.
7. Інвойс від компанії Monoflo Gmb, Німеччина.
8. Інвойс від компанії Polnet sp. z o.o, Польща.
9. Лист ДМСУ від 12.06.09 № 11/6-10.9/5588-ЕП
10. Митний кодекс України.-Київ: Центр навчальної літератури, 2021р.
11. Митна звітність ТОВ «Укрспецексім».
12. Наказ ДМКУ від 31.05.96 № 237 "Про затвердження Порядку ведення обліку суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності в митних органах"
13. Наказ ДМСУ від 20.04.05 № 314 "Про затвердження Порядку здійснення митного контролю й митного оформлення товарів із застосуванням вантажної митної декларації"
14. Наказ ДМСУ від 03.07.2006 № 551 “Про затвердження Порядку заповнення й використання попереднього повідомлення митного органу про намір увезти товари на митну територію України та про внесення зміни до наказу Держмитслужби України від 12.12.2005 N 1220”

15. Наказ ДМСУ від 13.10.2003 № 683 "Про затвердження Порядку проведення митними органами перевірки преференційних сертифікатів при ввезенні товарів на митну територію України на умовах угод про вільну торгівлю"

16. Наказ ДМСУ від 8.12.98 № 771 "Про затвердження Положення про порядок здійснення контролю за доставкою вантажів у митниці призначення" та Наказ ДМСУ від 20.04.05 № 314 "Про затвердження Порядку здійснення митного контролю й митного оформлення товарів із застосуванням вантажної митної декларації"

17. Наказ Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Державної митної служби України від 13 травня 2009 р. № 89/445

18. Наказ Мінфіну від 26.03.2007 № 402 "Про затвердження Переліку товарів із зазначенням їх кодів згідно з УКТЗЕД, на які Міністерством фінансів України видаються документи, необхідні для здійснення митного контролю та митного оформлення товарів"

19. Наказ МФУ від 18.11. 2014 р. № 1142, посилання від 10.01.21р.

20. Наказ МФУ від 18.11. 2014 р. № 1142, посилання від 10.01.21р.

21. Наказ Мінагрополітики України від 23.08.2005 № 414 "Про затвердження Фітосанітарних правил ввезення з-за кордону, перевезення в межах країни, транзиту, експорту, порядку переробки та реалізації підкарантинних матеріалів".

22. Camp R. C. Benchmarking: the search for industry best practices that lead to superior performance. — New York: Productivity press, 2006.

23. Офіційний сайт: <http://edclub.com.ua/analytika>, посилання від 10.01.2020р.

24. Hamel S., Prahalad D. «Competing for the Future» (1996).

25. Kim, W.C.; Mauborgne, R. (2005). Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant. Boston: Harvard Business School Press. ISBN 978-1591396192.

26. Michael E. Porter. «The Five Competitive Forces that Shape Strategy», Harvard Business Review, January, 2008, p.86. (англ.)
27. Офіційний сайт: <https://nibulon.com/data/zakupivlya-silgospprodukcii/istoriya-sin.html> , посилання від 13.12.2020р.
28. Офіційний сайт: <http://pigua.info/uk/post>, посилання від 23.12.2020р.
29. Офіційний сайт: <http://www.proagro.com.ua/news/anons/21944.html>, посилання від 23.12.2020р.
30. Офіційний сайт: <https://www.pig333.com/pig-production-data/>, посилання від 20.12.2020р.
31. Офіційний сайт: <https://www.qdpro.com.ua/document/15565>, посилання від 02.01.2021р.
32. Офіційний сайт: <http://sfs.gov.ua/ms/f2>, посилання від 17.01.2020р.
33. <http://www.ukrstat.gov.ua/> , посилання від 12.01.2020р.
34. Webster's Third new international dictionary, Unabridged / ed. P. B. Gove. — Springfield: Merriam- Webster, 2002.
35. Офіційний сайт: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text, посилання від 10.01.21р.
36. Сучасне тваринництво / О.М. ЦЕРЕНЮК, канд. с.-г. наук, доцент О.В. АКІМОВ, канд. с.-г. Наук І.М. ТИМОФІЄНКО, аспірант Лабораторія селекційно-технологічних досліджень у свинарстві Інституту тваринництва НААН, м. Харків, «Технологія виробництва свинини» <http://agro-business.com.ua/agro/suchasne-tvarynnytstvo/item/8058-tekhnologii-vyrobnytstva-svynyny.html>, посилання від 12.01.2021р.
37. УПКМУ від 09.06.97 № 574 "Про затвердження Положення про вантажну митну декларацію".
38. УПКМУ від 09.06.97 № 574 "Про затвердження Положення про вантажну митну декларацію" (ПКМУ від 11.07.2007 № 910 "Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 9 червня 1997 р. № 574").

39. Функціонування і розвиток системи управління якістю : навч.-метод. матеріали / В. М. Сороко. – К.: НАДУ, 2013.
40. <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang>, посилання від 10.01.2020р.

ДОДАТОК А, Карта проекту



Продовження ДОДАТКА А

- **1. НАЗВА ПРОЕКТУ**
- ОБГРУНТУВАННЯ ІМПОРТУ ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ТВАРИННИЦЬКИХ ФЕРМ В УКРАЇНУ.
- **2. ОПИС ПРОЕКТУ**
- МЕТОЮ ПРОЕКТУ Є ОБГРУНТУВАННЯ ІМПОРТУ ТА ПОДАЛЬШОГО ЙОГО ВВОЗУ В УКРАЇНУ. ОБ'ЄКТ-ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ТВАРИННИЦЬКИХ ФЕРМ.
- **3. КОМАНДА ПРОЕКТУ**
- КЕРІВНИК ПРОЕКТУ: МЕНЕДЖЕР З РОЗВИТКУ
- УЧАСНИКИ ГРУПИ:
 - -ВЛАСНИК ПІДПРИЄМСТВА
 - -МИТНИЙ БРОКЕР
- **4. РІВЕНЬ ДОЗВОЛУ КЕРІВНИКА ПРОЕКТУ**
- КЕРІВНИК ПРОЕКТУ УПОВНОВАЖЕНИЙ ПРОВОДИТИ ПРОЕКТ ТА ЗАТВЕРДЖУВАТИ ЗМІНИ. ВІН ТАКОЖ МОЖЕ ЗАТВЕРДИТИ ЗМІНИ В ГРАФІКУ ТА ВИСУВАТИ ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЗМІН ДО БЮДЖЕТУ, ПОСТАВОК ТА ІН.

Продовження ДОДАТКА А

- **5. БІЗНЕС-МЕТА**

- ПРОЕКТ БУДЕ РЕАЛІЗОВАНИЙ З МЕТОЮ ВПРОВАДЖЕННЯ ГЛОБАЛЬНО НОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТА НОВОГО НАПРЯМКУ ДЛЯ КОМПАНІЇ. БІЗНЕС-МЕТА – ЗБІЛЬШИТИ ПРИБУТОК ШЛЯХОМ ЗНАХОДЖЕННЯ НОВИХ РИНКІВ ЗБУТУ ТА ЧЕРЕЗ ЗНАХОДЖЕННЯ НОВИХ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ. ТАКОЖ БІЗНЕС-МЕТОЮ Є ВПРОВАДЖЕННЯ НОВОЇ АНТИКРИЗОВОЇ СТРАТЕГІЇ, ЯКА ШВИДКО АДАПТУЄ КОМПАНІЮ ДО СУЧАСНОГО РИНКУ.

- **6. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ**

- ЗІ ЗМІНОЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО РИНКУ УКРАЇНИ, А САМЕ РИНКУ ТВАРИНИЦТВА, ВИНИКЛИ УМОВИ, ЗА ЯКИХ ДЕЯКІ ТОВАРИ КОМПАНІЇ СТАЮТЬ МЕНШ КОНКУРЕНТНИМИ ТА ТАКИМИ, МАРЖА ЗАРОБІТКУ НА ЯКИХ СЯГАЄ МЕНШЕ 20%. ВРАХОВУЮЧИ, ЧИННЕ ЗАКОНОДАВСТВО УКРАЇНИ (ПОДАТКИ, КОРУПЦІЯ, КОЛИВАННЯ ВАЛЮТ), ВИНИКЛА РІЗКА НЕОБХІДНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОЇ ЗМІНИ НАПРЯМКУ ДІЯЛЬНОСТІ, А САМЕ: ЗНАХОДЖЕННЯ НОВИХ ІДЕЙ ТА ТОВАРІВ ДЛЯ ПРОДАЖУ. ВРАХОВУЮЧИ ВІДСТАЛІСТЬ УКРАЇНИ САМЕ НА ТВАРИНИЦЬКОМУ РИНКУ (АДЖЕ МИ ЗДЕБІЛЬШ ЗЕРНОВИЙ СИРОВИННИЙ ПРИДАТОК), ЗА ПОШУКОМ НОВИХ ІДЕЙ БУЛО ПРИЙНЯТО РІШЕННЯ ЗВЕРНУТИСЬ ДО РОЗВИНЕНИХ КРАЇН.





Продовження ДОДАТКА А

- **7. ЗАЦІКАВЛЕНІ СТОРОНИ**

- **В ОРГАНІЗАЦІЇ (ВНУТРІШНЯ):**

- - КЛІЄНТИ;
- - УПРАВЛІННЯ;
- - ВЛАСНИК;
- - КЕРІВНИК ПРОЕКТУ.

- **ЗОВНІШНІ:**

- - ПРЯМІ ПОСТАЧАЛЬНИКИ.

- **8. ВИМОГИ КІНЦЕВОГО БЕНЕФІЦІАРА (ВЛАСНИКА)**

- КЛІЄНТ ВИМАГАЄ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЕКТУ ДО 31 БЕРЕЗНЯ 2021 РОКУ ТА НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ ДО 31 ГРУДНЯ 2020 РОКУ. НАВЧАННЯ ВІДБУВАТИМЕТЬСЯ В ОФІСІ КОМПАНІЇ. ТРЕНІНГИ ПОВИННІ МІСТИТИ РЕАЛЬНИЙ ПРИКЛАД ЗАСТОСУВАННЯ ПРОЕКТУ (ТОВАРІВ, ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ, ТА ЯК ЇХ ПРОДАВАТИ). КЕРІВНИК ПРОЕКТУ ВИМАГАЄ ТІСНОЇ СПІВПРАЦІ З КЛІЄНТОМ, ЩОБ ШВИДКО ТА ЕФЕКТИВНО ПРОВОДИТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ТРЕНІНГИ.

Продовження ДОДАТКА А

9. ПРОДУКТИ ПРОЕКТУ

- ПРОДУКТАМИ ПРОЕКТУ БУДУТЬ:
- -ДОКУМЕНТ З ОПИСОМ ПРОЕКТУ ТА ЙОГО АНАЛІЗ;
- -ДОКУМЕНТ ПЛАНУ РЕАЛІЗАЦІЇ;
- -ДОКУМЕНТ, ЩО МІСТИТЬ ПЛАН НАВЧАННЯ ТА СПЕЦИФІКАЦІЇ НА ТОВАРИ, ТА СПЕЦИФІКАЦІЇ НА ТОВАРИ, ЯКІ БУДУТЬ ВВОЗИТИСЬ, ЇХ КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ.
- ВПРОВАДЖЕНИЙ ПРОЕКТ ДОСТУПНИЙ У КОМПАНІЇ ТОВ «УКРСПЕЦЕКСІМ»
- -ПРОВЕДЕННЯ ТРЕНІНГІВ.

10. ОБМЕЖЕННЯ ТА ДОПУСКИ

- ОСНОВНОЮ МЕТОЮ ПРОЕКТУ Є ДОДАВАННЯ ДО ІСНУЮЧИХ ТОВАРІВ ТАКИХ, ЯКІ БУДУТЬ «ІННОВАЦІЙНИМ ПАРОВОЗОМ», ЯКИЙ ТЯГНЕ ВЕСЬ ПАРОВОЗ (КОМПАНІЮ). ПЕРЕДБАЧАЄТЬСЯ, ЩО КЛІЄНТИ БУДУТЬ БРАТИ УЧАСТЬ У РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ, ЗУСТРІЧІ ТА ІНШІ МАРКЕТИНГОВІ ЗАХОДИ ПО ПРОСУВАННЮ ТОВАРІВ БУДУТЬ ПРОВОДИТИСЬ ЛИШЕ В РЕЖИМІ ОНЛАЙН.

Продовження ДОДАТКА А

- **11. ПОПЕРЕДНІЙ БЮДЖЕТ**

- БЮДЖЕТ НЕ МОЖЕ ПЕРЕВИЩУВАТИ 50 000,00 ЄВРО.

- **12. РИЗИКИ**

- ВИЗНАЧЕНО РИЗИК ТОГО, ЩО ЧАСТИНА КОМАНДИ З ПРОДАЖУ В КОМПАНІ МОЖЕ БУТИ ВІДСУТНЯ У ЛИСТОПАДІ ЧЕРЕЗ СЕЗОННІ ЗАХВОРЮВАННЯ ТА КАРАНТИН. ЩОБ МІНІМІЗУВАТИ ВПЛИВ РИЗИКУ НА ПРОЕКТ, КЕРІВНИКУ ПРОПОНУЄТЬСЯ ЗАЗДАЛЕГІДЬ НАДАТИ ПЛАН ТРЕНІНГІВ, ЩОБ ГАРАНТУВАТИ, ЩО НЕОБХІДНИЙ ПЕРСОНАЛ МОЖЕ ВІДВІДУВАТИ НАВЧАЛЬНІ СЕСІЇ ТА В ПОДАЛЬШОМУ ЯКІСНО РЕАЛІЗУВАТИ МАРКЕТИНГОВИЙ ТА БЮДЖЕТНИЙ ПЛАН В ПОДАЛЬШОМУ.

- **13. СПІЛКУВАННЯ**

- БУДЬ-ЯКУ ЕСКАЛАЦІЮ СЛІД НАПРАВЛЯТИ КЕРІВНИКУ ПРОЕКТУ АБО ВЛАСНИКУ.

- **14. ОПИС ЕТАПІВ**

- РОЗРОБКА ПЛАНУ РЕАЛІЗАЦІЇ 23.09.20-31.12.20P.
- ЗАВЕРШЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ДО 31.03.2021 P.
- ЗАВЕРШЕННЯ НАВЧАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ДО 15 ГРУДНЯ 2020 P.

- **9. ОФІЦІЙНЕ ЗАТВЕРДЖЕННЯ КАРТКИ СПОНСОРОМ ПРОЕКТУ**

• ПІДПИС _____ КЕРІВНИК ПРОЕКТУ _____

• ДАТА _____ ВЛАСНИК (СПОНСОР) _____

АНОТАЦІЯ

Загребельна К.М. «Митно-товарне регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємства (на прикладі ТОВ «Укрспецексім»)). – Кваліфікаційна робота подана для присвоєння другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю «Міжнародні економічні відносини».-К.: Національна академія управління, 2021.

В основі роботи лежить теоретичне узагальнення, аналіз ситуації та практичні рекомендації стосовно митно-товарного регулювання імпорتنих операцій обладнання для тваринництва в Україну. В роботі приділено увагу нормативно-регуляторній базі імпорتنих поставок в Україну. Розглянуто економічну цінність імпорту. Було визначено проблематику, яка мало досліджена та яку було висвітлено в даній роботі.

Було визначено основні недоліки та переваги постачання обладнання в Україну. Також обґрунтувала обрану методику дослідження, було проведено SWOT та PEST аналізи галузі та компанії в цілому. Імпортні поставки оцінені та обґрунтовані.

Встановлено перспективи та можливості інновацій для суб'єктів господарювання, які займаються імпортом обладнання в Україну. Було узагальнено результати дослідження, встановлення перспективи. Також подані практичні рекомендації по застосуванню отриманих результатів підприємством.

***Ключові слова:** імпорт, мито, тарифи, обладнання, стратегія, нормативно-регуляторна база імпорту.*

ANNOTATION

Zahrebelna K. «Customs and commodity regulation of foreign economic activity of the enterprise (on the example of LLC «Ukrspetsexim»)» - Qualification work is submitted for the second (master's) level of higher education in «International Economic Relations». – K.: National Academy of Management, 2021.

The work is based on theoretical generalization, situation analysis and practical recommendations for customs and commodity regulation of import operations of livestock equipment in Ukraine. The paper pays attention to the regulatory framework of import deliveries to Ukraine. The economic value of imports is considered. Issues that have been little researched and covered in this paper have been identified.

The main disadvantages and advantages of equipment supply to Ukraine were identified. Also substantiated the chosen research methodology, SWOT and PEST analyzes of the industry and the company as a whole were conducted. Import deliveries are evaluated and justified.

Prospects and opportunities for innovations for business entities engaged in the import of equipment to Ukraine have been established. The results of the research and the establishment of perspectives were summarized. Practical recommendations on application of the received results by the enterprise are also given.

Key words: *import, duty, tariffs, equipment, strategy, normative-regulatory base of import.*