

Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний університет
Ужгородський торговельно-економічний інститут

МІЖНАРОДНІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ В МІЖНАРОДНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Львів – 2021

УДК 339.9:339.56
К61

**Колодійчук А.В., Гуштан Т.В., Молнар О.С., Василиха Н.В.,
Чобаль Л.Ю.**

Міжнародні перевезення в міжнародній економіці:
підручник. Львів, 2021. 189 с.
ISBN 978-966-2042-53-2

У підручнику визначено основи митної справи та страхування зовнішньоекономічних перевезень. Охарактеризовано категоріальні особливості міжнародного менеджменту, виділено основні фази переходу організації із зовнішньоекономічними зв'язками до стратегічного управління, проаналізовано методи визначення ефективності інвестиційних проектів. Окреслено основні формули і залежності банківського обслуговування зовнішньоекономічної та інвестиційної діяльності. Визначено особливості різних видів міжнародних перевезень.

Даний підручник пропонується студентам вищих навчальних закладів освіти, аспірантам, здобувачам, вченим, широкому колу спеціалістів даної проблематики, а також усім тим, хто цікавиться питаннями здійснення міжнародних перевезень в міжнародній економіці.

Автори: к.е.н. Колодійчук А.В., к.е.н. Гуштан Т.В., к.е.н. Молнар О.С., к.е.н. Василиха Н.В., к.е.н. Чобаль Л.Ю.

Рецензенти:

Підлипна Р.П. – доктор економічних наук, професор (УТЕІ КНТЕУ)

Мікловда В.П. – доктор економічних наук, професор (ДВНЗ «УжНУ»)

Пітюлич М.І. – доктор економічних наук, професор (Закарпатський регіональний центр соціально-економічних і гуманітарних досліджень НАН України)

Рекомендовано до друку Вченою радою УТЕІ КНТЕУ (протокол № 6 від 24 березня 2021 р.).

ISBN 978-966-2042-53-2

© Ужгородський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету, 2021

ЗМІСТ

Передмова	5
Розділ 1. Теоретична частина курсу “Міжнародні перевезення в міжнародній економіці”	7
Документація міжнародних перевезень.....	7
Міжнародний менеджмент	8
Основні фази переходу до стратегічного управління.....	12
Методи ефективності реальних інвестиційних проектів.....	12
Банківське обслуговування зовнішньоекономічної та інвестиційної діяльності: ключові формули і залежності	13
Перевезення.....	16
Міжнародна економічна статистика та інформаційне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності	22
Структура національного господарства.....	26
Методи оцінки динаміки національного багатства	27
Модель прогнозування банкрутства чи виживання	30
Чинники розвитку міжнародної торгівлі	36
Класифікація товарів	39
Правила ГАТТ-СОР.....	40
Алгоритм стратегічного планування	44
Основні клірингові системи	46
Управління грошовими потоками	50
Завдання управління прибутком	54
Фінансові довгострокові зобов’язання	65
Товарні знаки	68
Теорія структури капіталу.....	71
Структура моделі управління ризиками	72
Інжинірингові послуги в міжнародній торгівлі	76
Схема реалізації конкурентних переваг організації.....	78
Аналіз консолідованої звітності.....	86
Фінансово-аналітичні методи оцінки.....	87

Розділ 2 Практична частина курсу “Міжнародні перевезення в міжнародній економіці”	94
Розрахунково-графічна робота з дисципліни «Міжнародні перевезення в міжнародній економіці» на тему: «Підготування та складання конкурентного листа»	94
Індивідуальна робота з курсу «Митна справа і страхування зовнішньоекономічних перевезень»	128
Презентація 1 на тему “Виведення на український ринок Pepsi Natural”	138
Презентація 2 на тему “Переговори з американським партнером”	160
Презентація 3 на тему “Фінансова криза в Азії: проблеми та шляхи виходу”	168
Додатки	175
Договір технології економічних операцій на експорт	175
Договір транспортно-експедиційного обслуговування	179
Список використаних джерел	184

ПЕРЕДМОВА

Наростаючі процеси активізації науково-технічного прогресу, постійні структурні зміни в економіці, діяльність міжнародних організацій, диверсифікація видів міжнародної економічної діяльності транснаціональних корпорацій та розширення їх ринків збуту вимагають налагодження відповідної системи циркуляції товарів і послуг в міжнародному економічному просторі. Це призвело з часом до створення мережі міжнародних транспортних коридорів. Одним з передових у цьому відношенні регіонів світу залишається Європа. Ще 1994 року Критська конференція визначила перелік дев'яти таких транс'європейських коридорів. Чотири з них прокладені по території нашої держави. Це безумовно розкриває транзитний потенціал України, яка посідає одне з перших місць у Європі за цим показником.

Система транспортних коридорів була доповнена нормативно на європейській конференції в Гельсінкі у 1997 році, коли було додано ще чотири загальноєвропейські транспортні зони. Налагодження транспортної кооперації між країнами залишається однією з найважливіших складових міжнародної економічної інтеграції країн в цілому.

У посібнику визначено основи митної справи та страхування зовнішньоекономічних перевезень. Охарактеризовано категоріальні особливості міжнародного менеджменту, виділено основні фази переходу організації із зовнішньоекономічними зв'язками до стратегічного управління, проаналізовано методи визначення ефективності інвестиційних проектів.

Окреслено основні формули і залежності практичної частини курсу банківського обслуговування зовнішньоекономічної та інвестиційної діяльності.

Визначено особливості різних видів міжнародних перевезень. Головною рисою викладення навчально-методичних матеріалів з

курсу є їхнє таблично-схематичне компонування, яке сприяє його наочності, простоті сприймання і полегшенню засвоєння.

Даний навчальний посібник пропонується студентам і слухачам курсів вищих навчальних закладів освіти, аспірантам, здобувачам, вченим, широкому колу спеціалістів даної проблематики, а також усім тим, хто цікавиться питаннями здійснення міжнародних перевезень в міжнародній економіці.

РОЗДІЛ 1.
ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТИНА КУРСУ “МІЖНАРОДНІ
ПЕРЕВЕЗЕННЯ В МІЖНАРОДНІЙ ЕКОНОМІЦІ”

Документація міжнародних перевезень

Схема 1

1971 → Конвенція про дорожній рух:

1. Вимоги і правила дорожнього руху;
2. Зразки національного і міжнародного водійських посвідчень;
3. Номер;
4. UA.

Схема 2

Вимоги до посвідчення водія:

1. Листок рожевий
74 × 105 мм в 2-3 рази складені
2. Надруковано на мові або мовах законами країни – українське
3. Французький принцип “Permis de conduire”
4. Країна – Україна
5. Прізвище, ім'я ,по-батькові
6. Хто видав – РВУ МВС
7. Підпис
Фото 3,5 × 4,5 мм

Схема 3. Категорії:

- А;
- В;
- С → до 21 року;
- D → до 21 року; водійське – до 18 років;
- Е → до 21 року.

Схема 4

Розподіл повноважень і відповідальності в перевезеннях
Мінтранспорту і зв'язку → автоперевезення, повітряні, річкові,
морські перевезення.

Укрзалізниця → залізничне перевезення

Міжнародний менеджмент

Схема 5

Категорія “міжнародний бізнес”:

- ↳ 1) головна ціль – отримати прибуток;
- ↳ 2) ділові взаємозв'язки організацій і підрозділів в різних країнах;
- ↳ 3) вигода з переваг ділових операцій.

Схема 6

Причини розвитку міжнародного бізнесу:

- ↳ доступ до робочої сили (ціна, кваліфікації);
- ↳ доступ до корисних копалин;
- ↳ нові ринки збуту.

Схема 7

Фактори розвитку міжнародного бізнесу:

- ↳ глибина залучення;
- ↳ культурна подібність.

Схема 8

Модель “Balanced Scorecard”

Фінанси / Економіка



Схема 9

Освіта ⇒ більше альтернатив в рішеннях + стаж ⇒ в умовах ризику {жінки обережніші}

Схема 10

Організовані товарні ринки:

- за формою торгівлі: оптові; роздрібні; біржові;
- за походженням: самоорганізовані; централізовані;
- за рівнем організованості: мало організовані; добре організовані; високоорганізовані.

Схема 11

Всесвітня виставка / 1928 / БМР

→ захід, який має на меті продемонструвати засоби, що має людство для задоволення власних культурних потреб;

→ 1851 – Кришталевий палац Лондона (I);

→ 1889 – Ейфелева вежа в Парижі.

Схема 12

Еволюція ⇒ час ⇒ Людина економічна

1867 – Суецький канал, Париж

1876 – Філадельфія – перший телефон

2000 – “Експо” в місті Ганновер (Німеччина) → представники з 200 країн і МО (міжнародних організацій)

Схема 13

Людина ⇔ Природа ⇔ Техніка

Схема 14

Постійні виставки:

⇒ в Ганновері: СеВІТ (інформаційні технології та комунікації);

⇒ Ганноверський ярмарок (Hannover Messe).

→ Linga plus Hannover ⇒ лісове господарство та деревообробка

Змінні; пасивні

Схема 15

Біржові товари

↓ риса

- простота;

- стандартизація асортименту і якості

⇓

Об'єкт – біржові контракти ⇒ вимоги: масовість

Транспортування ⇒ 70 видів; 30% товарообороту ⇒ промислова сировина і пр. ⇒ паливо ⇒ дорогоцінні матеріали ⇒ кольорові матеріали ⇒ Cu, Al, Pb, нікель, олово

⇓

сільське господарство і ліс ⇒ 38% маслин ⇒ 22% зерно ⇒ 18% м'ясо

Європейської угоди щодо роботи екіпажів транспортних засобів, які виконують міжнародні автомобільні перевезення (ЄУТР)”.

↓

Конкурентоспроможність українських автоперевізників

↓

У ЄС 2004 – система електронних тахографів дозвільна система

На жовтень 2005 року було підписано 44 угоди.

Схема 19

Зміст двосторонніх угод про міжнародні автомобільні перевезення ↴

↳ перетин МКУ → дозволи → перевезення → податки і збори → заборона каботажу → транзит → страхування → санітарні правила → небезпечні вантажі → законодавство

Схема 20

Нестабільне – середовище – стабільне

|

Негативно

|

ПОЗИТИВНО

Схема 21

Наукове передбачення ⇒ діяльність із застосуванням окремих методів, прийомів та інструментів, які дають змогу уявити перебіг процесів і явищ у майбутньому в певній послідовності із встановленням чітких взаємозв'язків

Схема 22

Невизначеність:

⇒ явище в теорії і практиці менеджменту;

⇒ брак або повна відсутність інформації про явища або фактори, що впливають на діяльність підприємств

Основні фази переходу до стратегічного управління

Схема 23

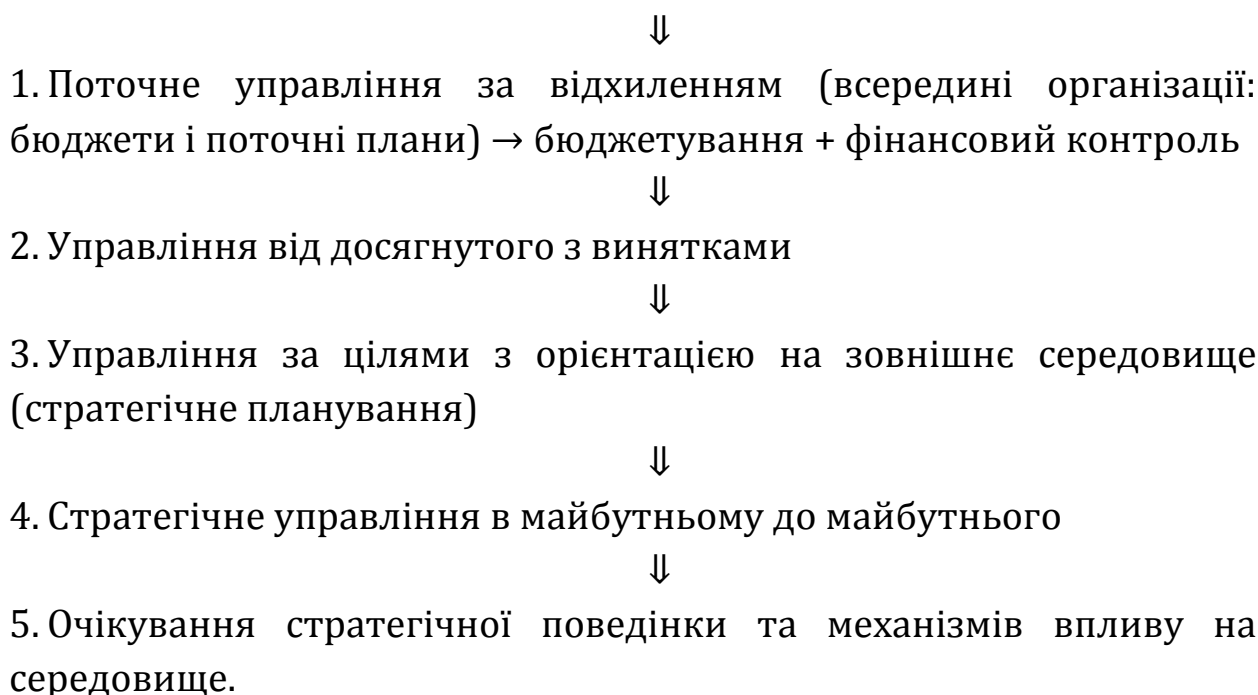
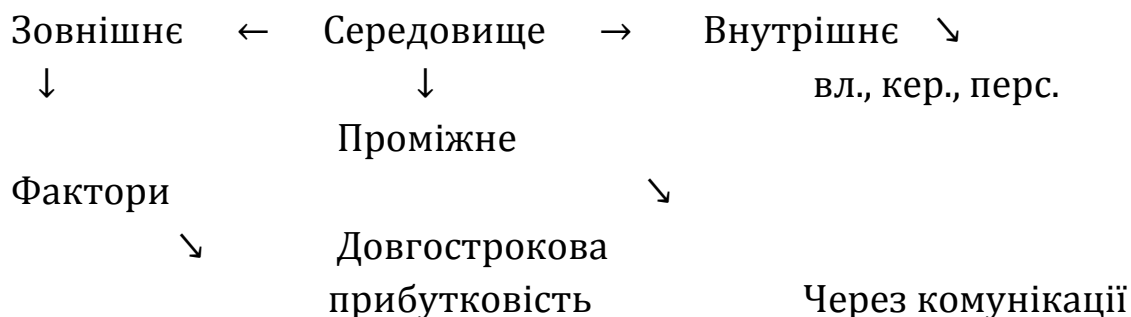
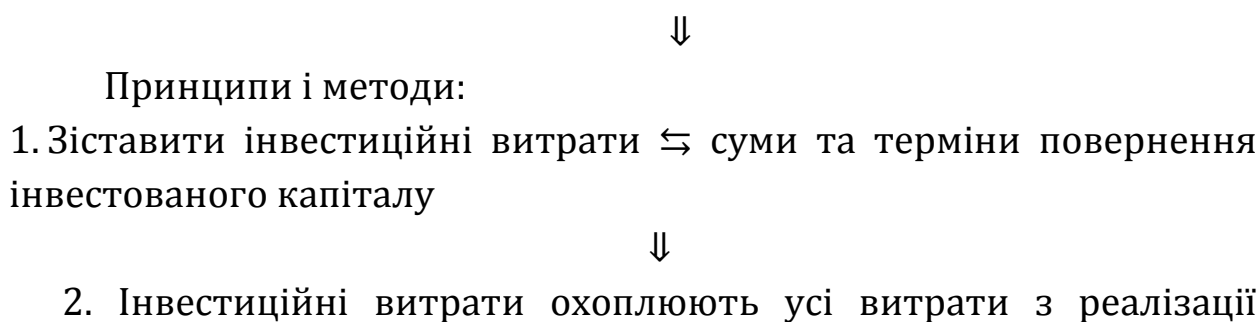


Схема 24



Методи ефективності реальних інвестиційних проектів

Схема 25



інвестиційних проектів

↓

3. Net Cash Flow ЧГП = ЧП + А

↓

4. ЧГП і А ⇒ NPV

↓

5. Дисконтна ставка при цьому диференціюється до різних інвестиційних проектів

↑ ризик

↑ ліквідність

Схема 26

Чиста теперішня вартість ⇒ ЧТВ = ЧГП - ІВ

↓

характеризує узагальнено результат інвестування, його кінцевий результат в абсолютній сумі

Схема 27

Зовнішнє середовище

↓

фактори ⇒ економічні; ⇒ політичні; ⇒ соціально-демографічні;
⇒ технологічні; ⇒ конкуренція → конкуренти

Банківське обслуговування зовнішньоекономічної та інвестиційної діяльності: ключові формули і залежності

Схема 28

(1) Вартість інвестицій у кінці інвестиційного періоду (прості %):

$$R_n = P(1 + n \cdot r)$$

(2) Вартість інвестицій у кінці інвестиційного періоду (складні %):

$$F_n = P(1 + r)^n$$

$F_n \rightarrow$ FVIF

↘ PVIF

(3) Теперішня вартість інвестицій на умовах простих відсотків:

$$P_{vp} = R_n - P_{nr}$$

(4) Теперішня вартість інвестицій на умовах складних відсотків:

$$P_{vs} = \frac{F_n}{(1+r)^n}$$

або

$$P_{vs} = F_n \cdot PVIF(r, n)$$

(5) Реальний рівень доходу на активи:

$$r_{\text{реал}} = \frac{r_{\text{ном.}} - T_i}{1 + T_i}$$

де $r_{\text{ном}}$ – номінальний рівень доходу; T_i – темп інфляції

ℵ необхідна норма прибутковості

(6) Майбутня вартість активів підприємства:

$$S_H = P \times [(1 + r_p) \times (1 + T_i)]^n$$

(7) Теперішня вартість активів підприємства:

$$P_p = P / [(1 + r_p) \times (1 + T_i)]^n$$

(8) Премія за рівнем інфляції:

$$\Pi_i = P \times T_i$$

(9) Необхідний прибуток:

$$D_H = D_p + \Pi_i$$

(10) Необхідний рівень прибутку:

$$P_{\text{дн}} = \frac{D_H}{S_n - P} - 1 = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Маржа}} - 1$$

(11) Дисконтовані доходи:

$$PV = \sum_n \frac{P_n}{(1+r)^n}$$

(12) Чистий приведений ефект:

$$N = PV - P$$

(13) IRR = r1+...

Визначення дисконтної ставки = Табульована ставка дисконтування + ...

Схема 29. Типова задача про NPV

Підприємство розглядає 2 альтернативні проекти А і Б, дані за якими:

Рядок 2 \equiv Обсяг ресурсів, що інвестується;

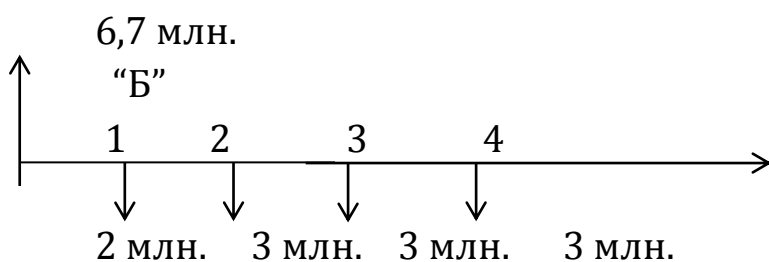
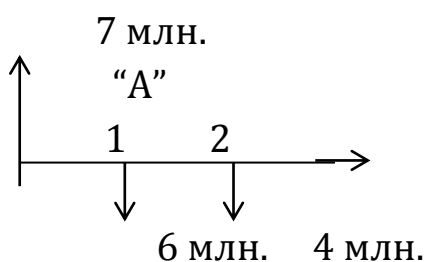
Рядок 3 \equiv Період експлуатації проекту

Рядок 4 \equiv Сума чистого грошового потоку

Рядки 5-8 \equiv Складові суми чистого грошового потоку

А	Б	
7000 т.	6700 т.	(рядок 2)
2 р.	4 р.	(рядок 3)
10000 тис.	11000 тис.	(рядок 4)
6000 тис.	2000 тис.	(в т. ч.)
4000 тис.	3000 тис.	
-	3000 тис.	
-	3000 тис.	

Дисконтна ставка % – 10%



$$\text{ЧПД}_A = \left(\frac{6000 \text{ т.}}{1 + 0,1} + \frac{4000 \text{ т.}}{(1 + 0,1)^2} \right) - 7000 \text{ т.} = 1758 \text{ т. грн.}$$

$$\begin{aligned} \text{ЧПД}_B &= \left(\frac{2000 \text{ т.}}{(1 + 0,1)} + \frac{3000 \text{ т.}}{(1 + 0,1)^2} + \frac{3000 \text{ т.}}{(1 + 0,1)^3} + \frac{3000 \text{ т.}}{(1 + 0,1)^4} \right) - 6700 \text{ т.} = \\ &= 1521 \text{ т. грн.} \end{aligned}$$

Перевезення

Схема 30

Залізниця ⇒ залізнична накладна УМВС до 1991 Угода про міжнародні залізничні вантажні сполучення

Накладна УМВС 5 листків

⇒ оригінал, дорожня відомість, дублікат, лист-повідомлення

Для Європи – СOTIF Конвенція про міжнародні залізничні перевезення

Схема 31

Тарифи

⇒ вантажний;

⇒ на великій швидкості;

⇒ з пасажирськими поїздами;

⇒ вид відправки;

⇒ відстань.

Вагові норми загрузки: 30, 40,50, 60 т. і більше

Схема 32

Схема розрахунку провізної оплати

⇓

тарифне керівництво №4 відстань

⇓

вид

⇓

контейнерна відправка

⇓

номер тарифних схем

⇓

оплата

⇓

ставка × підвищений коефіцієнт

Схема 33

по вантажах з інших \Leftarrow Знижки МТТ \Rightarrow технологія



великі і довгострокові контракти

Схема 34

Лінійні (lines shipment) \Leftarrow Морські перевезення \rightarrow чартерні перевезення (charter)

Схема 35

Науково-дослідницькі \Leftarrow Судна \rightarrow спеціалізовані



пароми

Схема 36

Лінійні \Leftarrow Морські перевезення \rightarrow трампові (нерегулярні) \rightarrow масові вантажі: лісові, руди, вугілля, зерно, нафта

Схема 37

Розмір фрахтової ставки \Rightarrow грошова сума, яка виплачується фрахтувальником фрахтовику за перевезення вантажу трамповим судном

Схема 38

Фрахтувальник – фрахтовий % \rightarrow фрахтовик

Видання: “Lloyd’s List”, “Lloyd’s shipping Economist”, “International Sound”.

1974 \rightarrow Кодекс поведінки лінійних конференцій ООН

Схема 39

Односторонні \Leftarrow Види ліній \Rightarrow спільні



Конференційні

Схема 40

Переваги лінійного перевезення:

- регулярність;

- розклад;
- стабільні ціни;
- агенти;
- тоннаж.

Схема 41

Лінійні тарифи > Трампові тарифи

Схема 42

Тарифи → система цін на перевезення в лінійному виді

Схема 43

Експлуатаційні витрати = А + Паливо + Ремонт + Екіпаж + % +
Норма прибутку + Страхування

Схема 44

Закритий \Leftrightarrow Фрахтовий ринок \Rightarrow Відкритий

Схема 45

Фрахтові конференції \equiv картелі

Схема 46

Газопроводи України 34,1 тис. км.

31% - 23-48 рр.

45% - недосконале антикорозійне покриття

3925 км – нафтопроводи 25-30 рр.

Схема 47

Змішані (мультимодальні) перевезення \Rightarrow “від дверей до дверей”
 \equiv “door to door”

ОМП – оператор мультимодального перевезення

Схема 48

Ефективність перевезень = експедиторська комісія + контрактна
складова

Змішані \rightarrow СТ

Схема 49

МТП ↔ СТ

1973 → правила про СТ

1980 → Женевська Конвенція ООН про змішані перевезення:

- місце прийняття;
- місце доставки.

Схема 50

Авіанакладна ↔ 3 оригінали, без 9 копій

↳ Коносамент морський з індосаментом

Схема 51

Комітет внутрішнього транспорту → Урядові організації ←
Комісія з транспорту

Схема 52

ФІАТА, АсМАП, МСАТ → неурядові

Схема 53

2010 рік, серпень – німецька економіка – ривок за 23 роки на 2,2% ВВП за квартал; у США – 0,6%, Франції – 0,6%, у Греції, Іспанії – впали на 1,5%; ЄС збільшив на 1%.

ТПП України ↔ карнети АТА

Моли – торгові центри Дубаї – тут найбільший торговий центр у світі; найвища будівля 848 м, знаменита “пальма” → відкрита у січні 2010 року – на ділянці з насипних островів в Перській затоці. Дубаї засноване у 1833 році.

ОАЕ – у 1971 році. У Дубаї живе майже 2 млн. осіб.

Розвинута парфумерія ← з Індії, Камбоджі, Саудівської Аравії.

Завищена єна ¥ → криза японських експортерів.

Dubai Ski – найдавніший гірськолижний спуск 400 м; найдорожчий у світі мед 300\$ з Ємену.

Мета – диверсифікувати економіку, залучити інвестиції.

10% бюджету – нафта

Схема 54

Економічний аналіз – рентабельність продукції

1. Валова рентабельність продукції = Валовий прибуток / ЧД

ЧД – чистий дохід

2. Операційна рентабельність продукції = Операційний прибуток / ЧД

3. Чиста операційна рентабельність продукції = Чистий операційний прибуток / ЧД

4. Рентабельність основної діяльності = ЧП / ЧД,

де ЧП – чистий прибуток

5. Рентабельність продукції за собівартістю її реалізації = Валовий прибуток / Ср,

де Ср – собівартість реалізованої продукції

6. Рентабельність продукції за витратами на виробництво і збут = Валовий прибуток / (Ср + А + З),

де А – адміністративні витрати; З – витрати на збут

Рентабельність капіталу

7. Операційна рентабельність активів:

$$k_{pa}^o = \frac{\text{Прибуток операційний}}{\bar{A}},$$

де \bar{A} – середня вартість активів

8. Чиста рентабельність активів:

$$k_{pa}^ч = \frac{\text{ЧП}}{\bar{A}},$$

9. Чиста рентабельність власного капіталу:

$$k_p^{вк} = \frac{\text{ЧП}}{\bar{ВК}},$$

де $\bar{ВК}$ – середня вартість власного капіталу

10. Чиста рентабельність довгострокових інвестицій:

$$k_p^{дi} = \frac{\text{ЧП}}{\bar{ВК} + \bar{ДЗ}},$$

де $\bar{ДЗ}$ – довгостроковий позиковий капітал

Основні засоби

11. Коефіцієнт зносу (яка частина вартості перенесена на готову продукцію):

$$k_z = \frac{\text{Знос}}{\text{Основні засоби}}$$

Примітка: основні засоби у формулі розрахунку зараховуються за первісною вартістю.

12. Коефіцієнт придатності:

$$k_n = 1 - k_z = \frac{\text{Залишкова вартість}}{\text{Первісна вартість}}$$

13. Коефіцієнт вибуття основних засобів:

$$k_v = \frac{\text{ОЗ}_{\text{вибулі}}}{\text{ОЗ}_{\text{початкового періоду}}}$$

14. Коефіцієнт оновлення основних засобів:

$$k_o = \frac{\text{ОЗ}_{\text{нові}}}{\text{ОЗ}_{\text{кінець періоду}}}$$

15. Коефіцієнт приросту:

$$k_{\text{пр}} = \frac{\text{ОЗ}_{\text{нові}} - \text{ОЗ}_{\text{вибулі}}}{\text{ОЗ}_{\text{почат. періоду}}}$$

16. Фондовіддача:

$$\Phi_v = \frac{\text{Обсяг виробленої продукції}}{\text{Середня вартість основних засобів}}$$

Примітка: фондвіддача характеризує середню вартість основних засобів на одиницю обсягу виробленої продукції.

17. Фондомісткість:

$$\Phi_m = \frac{1}{\Phi_v}$$

Фінансовий стан підприємства

18. Коефіцієнт зміни валюти балансу:

$$k_b = \frac{\overline{\text{ВБ}}_1 - \overline{\text{ВБ}}_0}{\overline{\text{ВБ}}_0}$$

19. Коефіцієнт зміни обсягу доходу від реалізації продукції:

$$k_d = \frac{ДР_1 - ДР_0}{ДР_0}$$

20. Власні джерела формування запасів:

$$Д_в = ВК - НА = p1 \text{ пас} - p1 \text{ акт}$$

21. Власні і довгострокові позикові джерела формування запасів:

$$Д_{вп} = Д_в + ДЗ = (ВК + ДЗ) - НА$$

22. Загальна величина основних джерел формування запасів:

$$Д_з = Д_{вп} + КК = (ВК + ДЗ + КК) - НА$$

Міжнародна економічна статистика та інформаційне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності

Схема 55



Розрахунково-інформаційна частина

⇒ ВВП України і ВВП країни порівняння

⇒ ВВП / особа України і ВВП / особа країни порівняння

1) Темпи зміни – ланцюгові:

$$T_t = \frac{Y_t}{Y_{t-1}} \cdot 100\%$$

2) Середнє ВВП – як середня арифметична = середній темп зміни
– середня геометрична:

$$\bar{T} = \sqrt[n-1]{\frac{Y_n}{Y_1}} \cdot 100\%$$

3) Абсолютний приріст зайнятого населення в галузі:

$$\Delta n = n_{t+1} - n_t = (d_{t+1} \cdot N - d_t \cdot N) \cdot \frac{1}{100} = (d_{t+1} - d_t) \cdot \frac{N}{100}$$

d_t – питома вага зайнятих в галузі;

N – зайняті в економіці

4) відносний приріст зайнятого населення в галузі:

$$\delta_{t+1} = \frac{n_{t+1} - n_t}{n_t} \cdot 100\% = \frac{\frac{n_{t+1}}{N} - \frac{n_t}{N}}{\frac{n_t}{N}} \cdot 100\% = \frac{\alpha_{t+1} - \alpha_t}{\alpha_t} \cdot 100\%$$

α_t – структурний коефіцієнт, який характеризує частку зайнятого населення в галузі

5) Трендові моделі:

$$y = b_0 + b_1 t ,$$
$$y = b_0 + b_1 t^2 ,$$
$$y = b_0 + b_1 \cdot 1/t$$

Схема 56

Національне господарство $\rightarrow \Sigma$ економічних активів (фінансових і нефінансових), які знаходяться у власності суспільства і залучені або можуть бути залучені в економічний оборот

Схема 57

Економічні активи:

↳ матеріальні;

↳ нематеріальні;

↳ відтворювані;

↳ невідтворювані;

↳ вибулі;

↳ досліджені.

Схема 58

Піраміди національного багатства

Національне багатство

⇓

Інтелектуальні ресурси

⇓

Засоби виробництва

⇓

Трудові ресурси

⇓

Природні ресурси

**Схема 59. Типова задача про середній паритет
купівельної спроможності**

Визначити середній паритет купівельної спроможності валюти країн А і Б за такими даними:

Таблиця 1

Статті	Вартість у національній валюті		Паритет купівельної спроможності *
	Країна А	Країна Б	
Кінцеві споживчі витрати населення	16200	3370	4,4
Споживчі витрати органів управління	3650	860	4,2
Валове утворення постійного капіталу	5320	1330	3,8
Приріст запасів	+270	+35	6,5
Сальдо зовнішньої торгівлі	+185	+25	5,3

* як ваговий коефіцієнт

Розв'язання

а) за структурою країни А:

$$\frac{16200 \cdot 4,4 + 3650 \cdot 4,2 + 5320 \cdot 3,8 + 270 \cdot 6,5 + 185 \cdot 5,3}{16200 + 3650 + 5320 + 270 + 185} = 4,276;$$

б) за структурою країни Б:

$$\frac{3370 \cdot 4,4 + 860 \cdot 4,2 + 1330 \cdot 3,8 + 35 \cdot 6,5 + 25 \cdot 5,3}{3370 + 860 + 1330 + 35 + 25} = 4,244.$$

Схема 60. Задача про зіставлення обсягу ВВП

Таблиця 2

Статті	Вартість у національній валюті		Паритет купівельної спроможності *
	Країна А	Країна Б	
Кінцеві споживчі витрати населення	16200	3370	4,4
Споживчі витрати органів управління	3650	860	4,2
Валове утворення постійного капіталу	5320	1330	3,8
Приріст запасів	+270	+35	6,5
Сальдо зовнішньої торгівлі	+185	+25	5,3

* як ваговий коефіцієнт

Розв'язання

$$\frac{ВВП_A}{ВВП_B} = \frac{16200 + 3650 + 5320 + 270 + 185}{3370 \cdot 4,4 + 860 \cdot 4,2 + 1330 \cdot 3,8 + 35 \cdot 6,5 + 25 \cdot 5,3} = \frac{25625}{23854} = 1,074$$

Схема 61

Рівень життя → Якість населення ← відтворення

↑ економічна активність {чинники}

Схема 62

Обсяг – абсолютна величина у вартісному вимірі.

Структура – питома вага складових елементів національного багатства.

Координація – співвідношення між окремими елементами багатства.

Інтенсивність – забезпечення ресурсами.

Динаміка – тенденція зміни в часі.

Територіальне розміщення – по території.

Схема 63

Демографічна статистика

1. Частка чоловіків і жінок:

$$d^m = \frac{S^m}{S} \cdot 100\%$$

$$d^f = \frac{S^f}{S} \cdot 100\%$$

S^m – чисельність чоловіків;

S^f – чисельність жінок.

2. Статеві пропорції населення:

$$K_H^m = \frac{S^m}{S^f} \cdot 1000\%$$

та відповідно:

$$K_H^f = \frac{S^f}{S^m} \cdot 1000\%$$

3. Механічний приріст населення:

$$\Delta S_{МП} = S_{П} - S_{В}$$

$S_{П}$ – чисельність прибулих;

$S_{В}$ – чисельність вибулих.

4. Абсолютний розмір природнього приросту населення:

$$\Delta S_{ПП} = S_{\text{народжені}} - S_{\text{померлі}}$$

5. Коефіцієнт старіння населення:

$$d_{60+} = \frac{S_{60+}}{S_{0-14}} \cdot 100\%$$

Структура національного господарства

Схема 64

Монетарне золото Готівка і депозити ЦП ПІІ, страхові резерви



Фінансові активи



Національне багатство



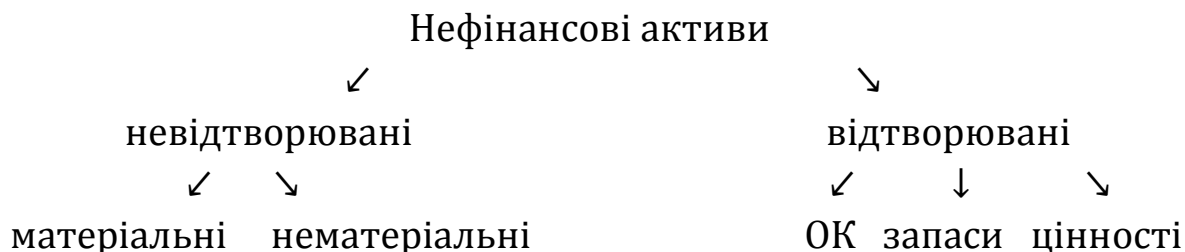


Схема 65

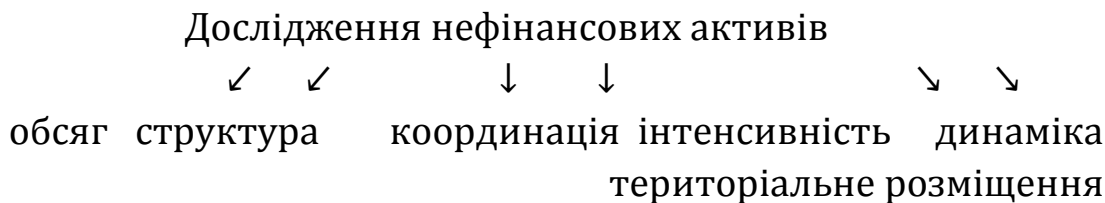


Схема 66

Обсяг – абсолютна величина у вартісному вимірі.

Структура – це питома вага складових елементів національного багатства.

Координація – співвідношення між окремими елементами багатства.

Інтенсивність – забезпечення ресурсами.

Динаміка – тенденція зміни в часі.

Територіальне розміщення – по території.

Методи оцінки динаміки національного багатства

Схема 67

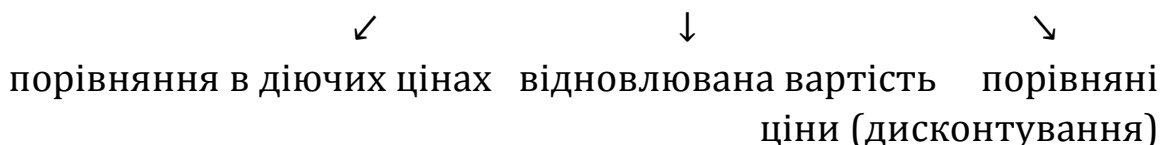


Схема 68

Земельний кадастр → якість, фізико-хімічні особливості

Схема 69. Типова задача про обчислення обсягу ВВП в ринкових цінах

В Україні у 2000 р. випуск продукції в основних цінах, включаючи податки, за винятком субсидій на продукти, становив 399701 млн. грн., на проміжне споживання 229631 млн. грн. Тоді:

$$\text{ВВП}_{\text{в ринкових цінах}} = 399701 - 229631 = 170070 \text{ млн. грн.}$$

Схема 70

СНР → загальні аспекти економічного розвитку

Схема 71

Вкладення в СП → Форми фінансового інвестування ← грошові інструменти
↑ фондові інструменти

Схема 72

Види банківського обслуговування:

- ⇒ фінансові;
- ⇒ кредитні;
- ⇒ валютні.

Схема 73

Складові природного середовища:

- ⇒ земля;
- ⇒ надра;
- ⇒ водні ресурси;
- ⇒ лісові ресурси;
- ⇒ некультивовані біологічні ресурси.

Схема 74

1. Вартість національного багатства:

$$Q^t = \sum_i p_i^t \cdot q_i^t$$

2. Абсолютний приріст:

$$\Delta Q = \sum p_i^t \cdot q_i^t - \sum p_i^0 \cdot q_i^0$$

3. $\Delta Q = \Delta Q_q + \Delta Q_p = \sum_i (q_i^1 - q_i^0) \cdot p_i^0 + \sum_i (p_i^1 - p_i^0) \cdot q_i^1$

4. Індекс вартості:

$$I_Q = \frac{\sum_i p_i^1 \cdot q_i^1}{\sum_i p_i^0 \cdot q_i^0}$$

5. Величина національного багатства за відновлювальною вартістю:

Схема 78

Валютно-обмінні операції → постанова НБУ № 502 від 12.12.02.

Схема 79

Коефіцієнтний аналіз → співвідношення рейтингових коефіцієнтів (система Баніс 47 коефіцієнтів):

- 19 – кредитний ризик;
- 16 – ринковий ризик;
- 2 – ліквідний ризик;
- 10 – банківський ризик.

Застосовується в таких країнах → Нідерланди, Британія

Схема 80

I група → Альтмана; → Гурвіца (max надійності; min втрат)

Схема 81

$GDP = C+I+NX = 127982+33531+8557=170070$ млн. грн.

$GDP = ЗП + ВП + (Податки - Субсидії) = 71930 + 69617 + (31707 - 3184) = 170070$ млн. грн.

Схема 82

Модель розрахунку рейтингу і рейтингових понижень ⇒ аналіз стану банку на прогнозований період

Модель прогнозування банкрутства чи виживання

Модель очікування збитків → кількісний аналіз: прогноз витрат + якість власників акцій + якість управління банком.

Схема 83

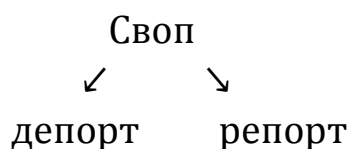


Схема 84

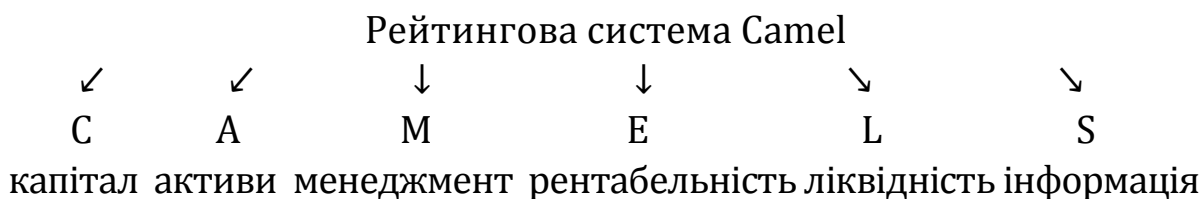


Схема 85

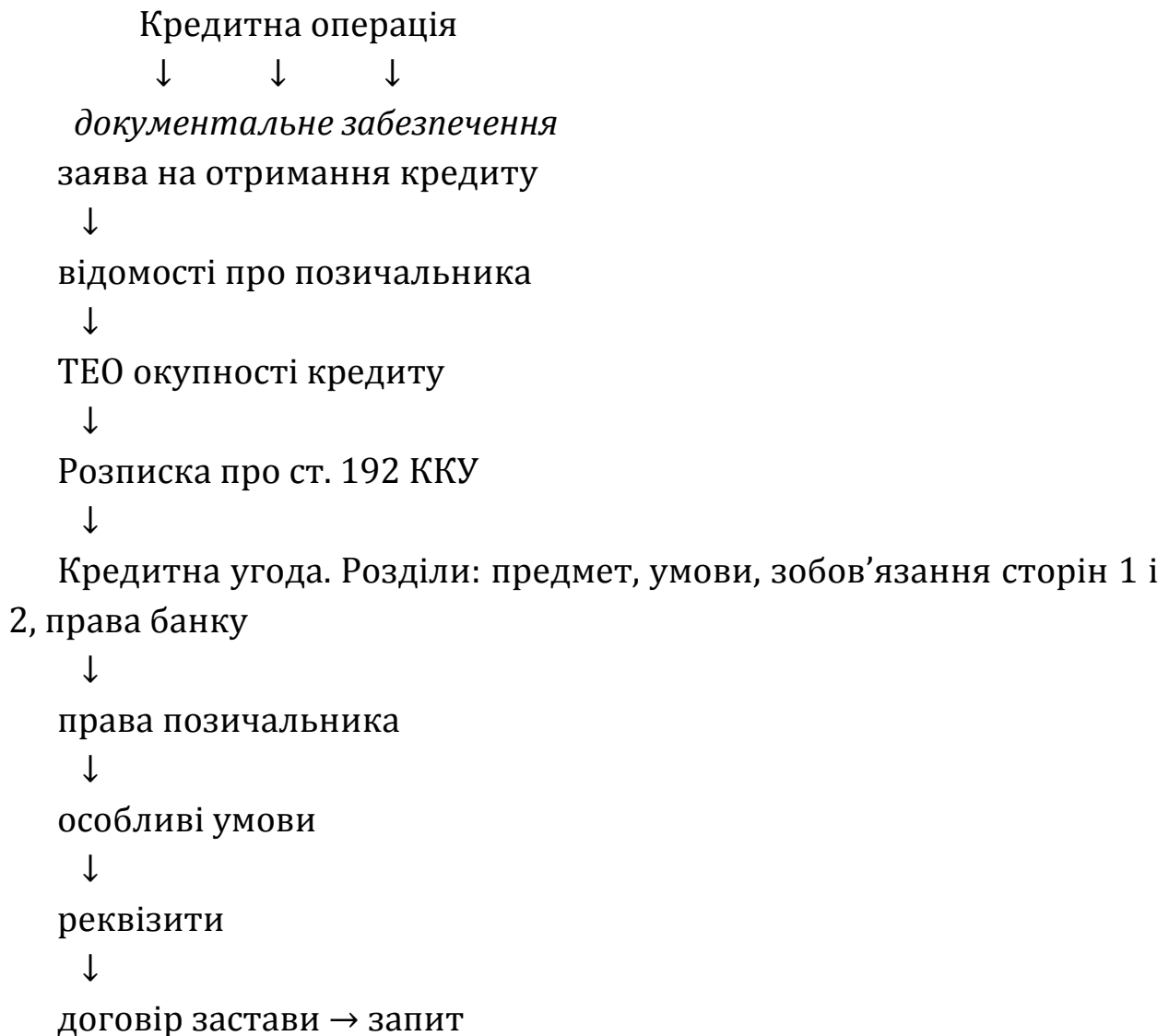


Схема 86

Консигнація ⇒ покупець не зобов'язаний оплачувати товар, поки його не продадуть

Схема 87

Особливості Western Union:

- 1) тільки \$ або грн.;
- 2) 0 витрат для одержувача;
- 3) тарифи ⇐ сума переказу;
- 4) без відкриття рахунку.

Схема 88

Розрахункові системи



I категорія

США: SWIFT 1973 швидкість + надійність

США: CHIPS приватна система в США

Morgan 6 міс

Європа: TARGET 1999

II категорія

Western Union

Swift to check для GP

Money Gram

Money Express

Схема 89

фізичні ← Money Gram → юридичні

Схема 90

Принципи взаємодії ЦБ-НБУ:

1. Економічна безпека.
2. Гарантії.
3. Наукове обґрунтування.
4. Різноманітність послуг.
5. Плата.
6. Охорона.
7. Контролюючі органи.

Схема 91

Комерційна тратта → оборотна: експортер → імпортер

Схема 92

USD / UAH



базова котирування

Схема 93

Активи:

- ↳ економічні ресурси в господарській діяльності;
- ↳ з метою отримання прибутку.

Схема 94

Активи класифікуються так:

- за формою функціонування;
- за характером участі в господарюванні;
- за характером обслуговування;
- за характером фінансових джерел;
- за характером володіння активами;
- за ступенем ліквідності.

Схема 95

потреба + оптимізація
активи

Схема 96

Етапи формування активів:

- ↳ створення нового підприємства;
- ↳ розширення діючого виробництва, реконструкція, процеси модернізації;
- ↳ формування нових структур.

Схема 97

Варіанти розрахунку потреб
↙ ↓ ↘
мін активів max активів необхідна сума активів

Схема 98

Послідовність формування активів
↓
поточна діяльність
↓
обсяг виробництва
↓
склад
↓
оборот
↓
види

Схема 105

- Капітал (1) → основний фактор виробництва
Капітал (2) → джерело формування доходів
Капітал (3) → критерій визначення WACC ринкової вартості
Капітал (4) → показник ефективності

Схема 106

виняткове \Leftrightarrow Право на продаж \Rightarrow просте

⇓

виняткове з обмеженнями

Схема 107

Індент → разове комісійне доручення на купівлю партії товару

Схема 108

безповоротне \Leftrightarrow Способи консигнації \Rightarrow поворотне

⇓

частково поворотне

Схема 109

Агент (від імені принципала) \leftrightarrow Принципал

Схема 110

Третя сторона \leftarrow Комісіонер; ім'я купівля-продаж \leftarrow Комітенти

\rightarrow

Делькредере

Схема 111

з правом \Leftrightarrow Агенти за обсягом повноважень \Rightarrow без права

Схема 112

Комісійні

→ представники покупця

→ представники продавця

Делькредере \Rightarrow страхування

Брокери \leftrightarrow Банки

Схема 113

- Торгово-посередницькі фірми
→ торгові (свій рахунок, своє ім'я)
→ комісійні
→ агентські
→ брокерські
→ факторинг

Схема 114

Етапи руху капіталу за формами → Грошовий капітал →
Виробничий капітал → Товарна форма
Оборотній зв'язок
Товарна форма → Грошовий капітал

Чинники розвитку міжнародної торгівлі

Схема 115

Виникнення світового ринку / збут ⇒ Тенденція до безмежного розширення виробництва / виробництво ⇒ Дешева робоча сила і сировина / постачання ⇒ нерівномірність розвитку різних галузей у різних країнах

Схема 116

Угода з дистриб'ютором
інформація мін продажу
реклама ТЕО

2-5 років

Схема 117

Методи оцінки сукупних активів
↙ ↙ ↘ ↘
балансовий заміщення ринковий здатність формувати прибуток

Схема 118

Балансовий метод оцінки сукупних активів $ЧА = А - З$:

- оцінка згідно з фактичною вартістю активів ($ЗВ \pm (ФА-ФЗ)$);
- оцінка з врахуванням інформації;

Схема 119

Метод заміщення → затрати на аналогічні активи

Схема 120

Ринковий метод оцінки сукупних активів:

- ліквідаційна: $ЛВ = РВа \pm (ФА-ФЗ) - Вл$;
- фактична ринкова вартість для ВАТ: $РВф = РВа \times Ка$;
- аналогова ринкова вартість: стадія ЖЦТ; галузь; регіон розміщення; розмір і структура активів.

Схема 121

Здатність формувати прибуток $\Rightarrow ДП = \sum \frac{\Pi}{(1+i)^n}$ → фактичний;

↘ потенційний

Схема 122

Аналогову ринкову вартість визначають:

- стадія ЖЦТ;
- галузь;
- регіон розміщення;
- розмір і структура активів.

Схема 123

Торгові фірми:

- торгові доми: ТНК конгломератного типу: виробничі, банківські, страхові, транспортні, роздрібні;
- експортні фірми: спеціалізовані, універсальні, сільськогосподарські;
- імпортні фірми: оптові, роздрібні;
- дистриб'ютори: своє ім'я, свій рахунок;
- стокісти – про консигнацію.

Схема 124

Класифікаційна ознака → критерій групування товарів за статтями експорту та імпорту

Схема 125

Групування:

- за призначенням;
- з матеріалом;
- за ступенем обробки;
- за галузями.

Схема 126

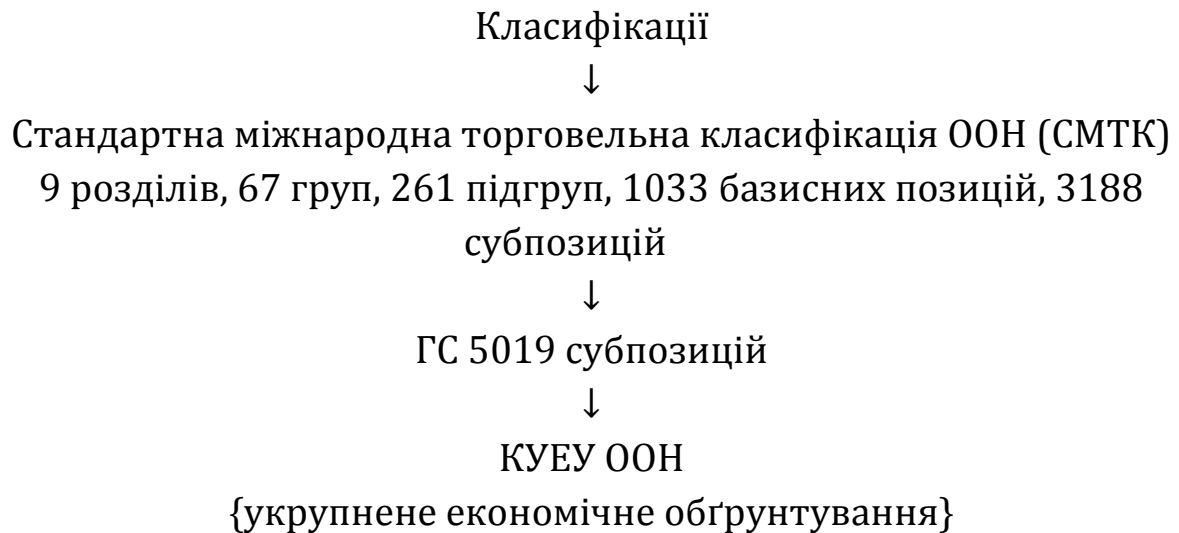


Схема 127

СМТК:

- за сировиною;
- за обробкою;
- за призначенням;
- за місцем у торгівлі.

Схема 128

Будівництво:

- під ключ;
- випуск ГП (готової продукції);
- ВОТ – консорціум.

Схема 129

Характерні риси світового ринку промислових товарів:

- зниження ЖЦТ;
- зростання високотехнологічності товарів;
- диверсифікація;
- ГП (готова продукція).

Класифікація товарів

Схема 130

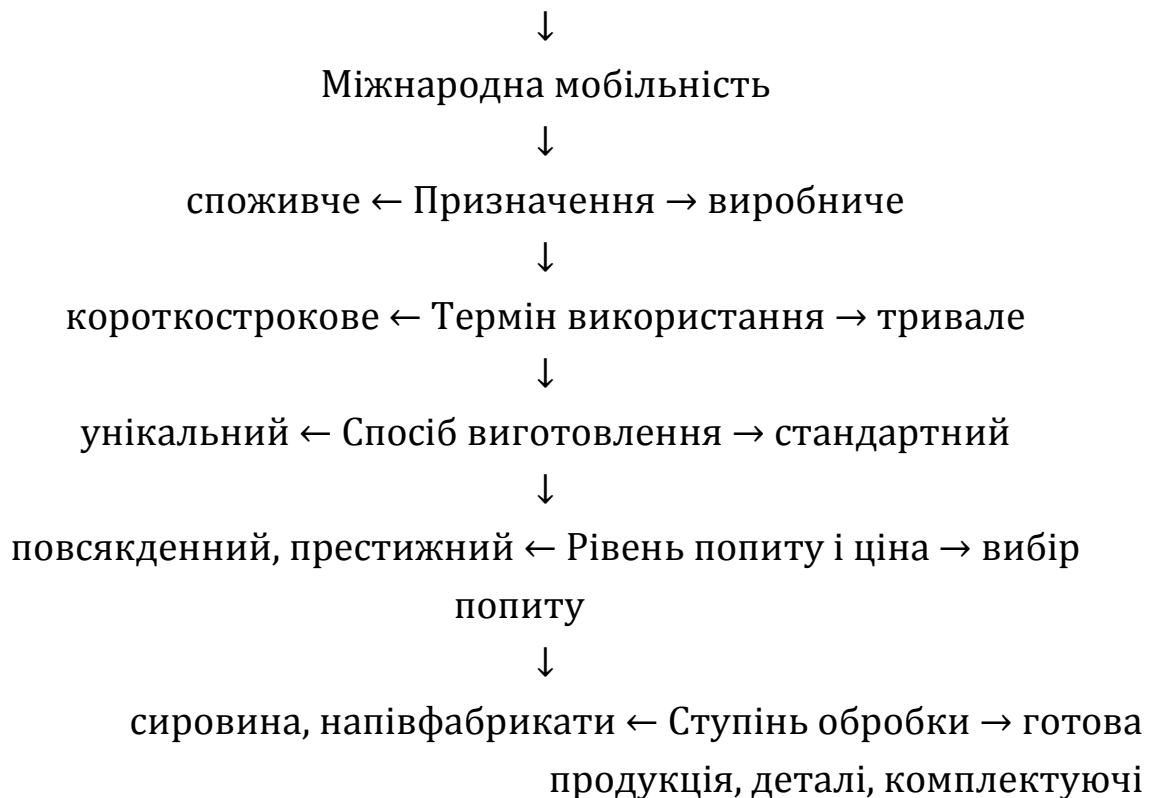


Схема 131

Сировина:

- сільське господарство;
- продовольство;
- руд і металів;
- палива.

Схема 138

Фінансова стійкість підприємства:

- ↳ коефіцієнт автономії;
- ↳ коефіцієнт фінансової залежності;
- ↳ коефіцієнт довгострокової фінансової незалежності;
- ↳ коефіцієнт співвідношення довго- та короткострокової заборгованості.

Схема 139

Динаміка капіталу ← Аналіз → динаміка капіталу з виробництвом

Схема 140

Функції логістичного управління:

- операційна;
- фінансова;
- маркетингова.

Схема 141

Оцінка ефективності капіталу

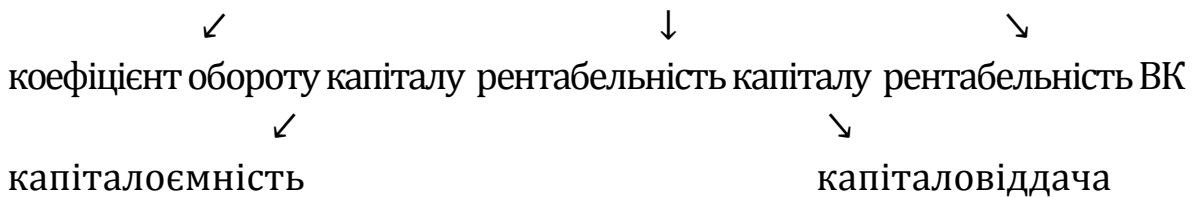


Схема 142

Послуги ← МВФ

↓
Транспортні, фінансові, страхування, роялті, ліцензійні, урядові, комп'ютерні, інформаційні ,зв'язку, рекреаційні, культурні, будівництво, поїздки, бізнес-послуги

Схема 143

Міжнародні угоди з метою стабілізації міжнародної торгівлі

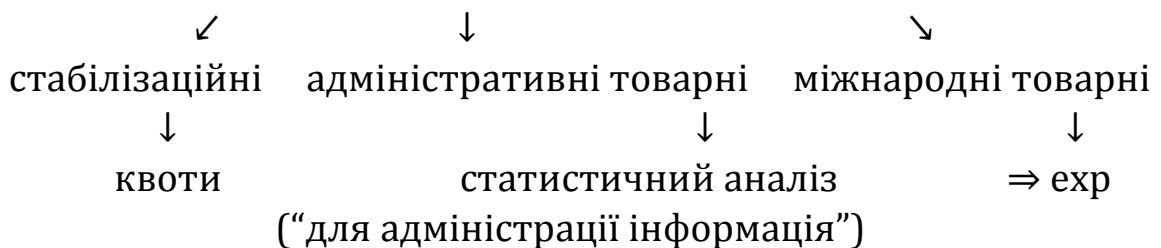


Схема 153

Інструменти державного регулювання економіки (ДРЕ)



Схема 154

Форми протекціонізму

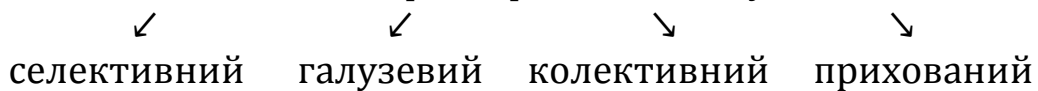


Схема 155

Функції мита

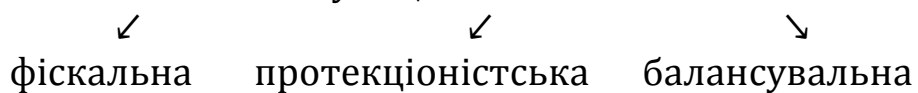


Схема 156

Умови банкрутства

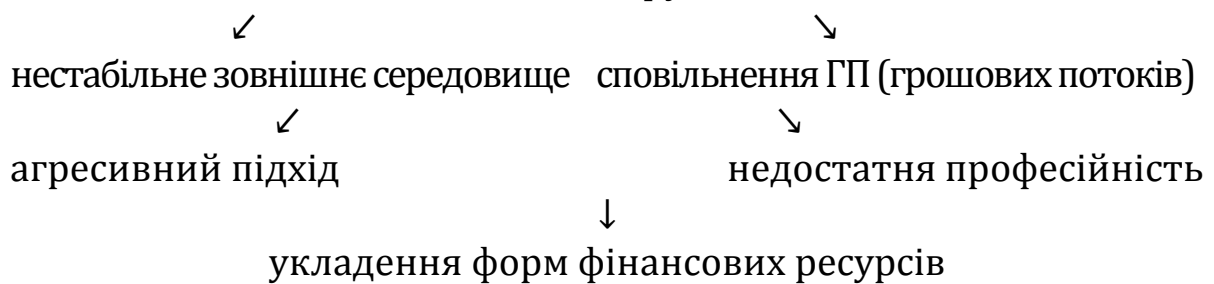


Схема 157

Портер → джерела конкурентних переваг

Схема 158

Роу → порівняння конкурентів

Схема 159

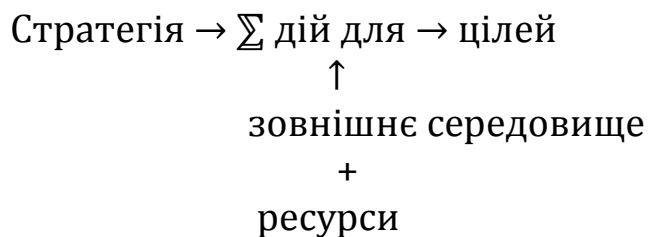


Схема 160

Стратегія → стратегічні плани

Схема 161

Стратегія А → ціль → стратегія Б

Схема 162

Стратегія → конкурентні переваги

Схема 163

Елементи стратегії Карлофа

↓

1. Конкурентні переваги.
2. Ресурси.
3. Структурні зміни.
4. Програми розвитку.
5. Культура.
6. Організація бізнесу.
7. Продукція.
8. Ринки.
9. Корпоративна місія.

Алгоритм стратегічного планування

Схема 164

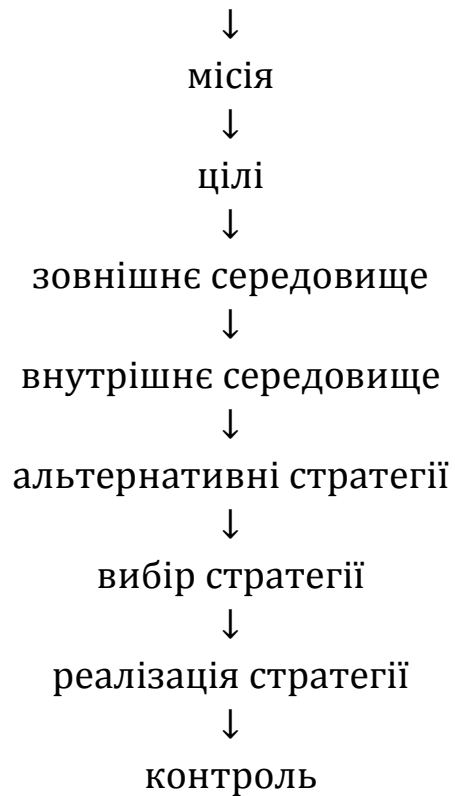


Схема 165

Стратегічні групи конкурентів К. Олой

Споживачі	Товари	
	Прямі конкуренти	Опосередковані конкуренти
	Товарні конкуренти	Наявні конкуренти

Схема 166 (Дельфи)

↗ мета
 Дельфи → опитування
 ↘ результат

Схема 167



Схема 168

Євроринок (ринок єврооблігацій) євробондів

Не оподатковуються → нижчі % ставки

Емітує

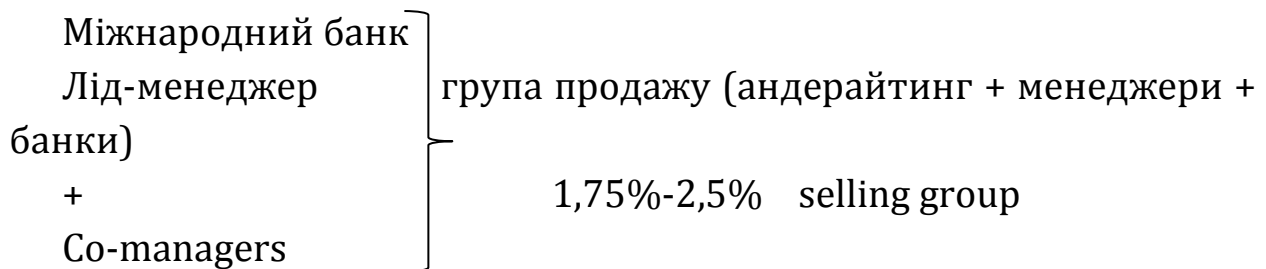


Схема 169

AIBD → Асоціація дилерів міжнародних облігацій

Люксембурзька фондова біржа

1. Euro Straights – з фіксованою купонною ставкою

2. Dual-currency – двовалютні вкиди

→ американський метод нарахування відсотків стосовно валюти їх номінації

3. Euro FRNs – короткострокові депозити (квартал або півроку)

Основні клірингові системи

Схема 170

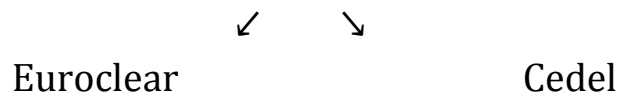


Схема 171

Внутрішні клірингові системи

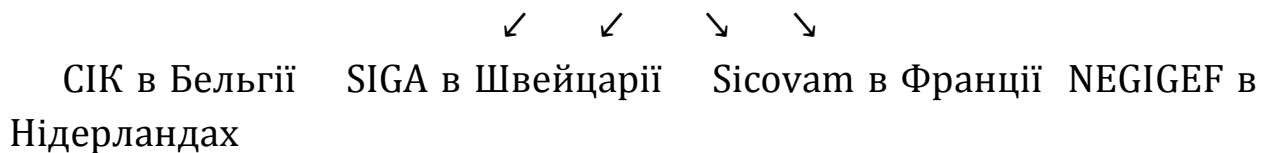


Схема 172

Bonds Indexes

% ставки на валютному ринку – кореляція → ціни на облігації

↓ ↓
менш доступні

Схема 173

Хто розраховує індекси:

→ США – Shearson / Lehman, Salomon Brothers, Merrill Lynch;

→ Велика Британія – Financial Times;

→ Франція – Creadit Lyonnais, Banque de Paris, et des Pays-Bas ;

→ Швейцарія – Pictet, Vontobel, Lombard Odier.

Схема 174

1) Salomon Brothers → рух цін + нарахований дохід / total return

2) Price-only – лише рух цін (Kredietlux з Люксембургу, Vontobel – з Цюриху).

Схема 175

Стаття 146 митного кодексу України → обов'язки переміщення через МКУ (Митний кордон України)

Ст. 332, 338 МКУ → адміністративна відповідальність

Схема 176

Принципи європейської "Електронної митниці" до 2013 року:

1. Об'єднати існуючі системи контролю за експортом, імпортом та транзитом в єдину систему;
2. Єдиний облік;
3. Місця єдиного електронного доступу;
4. Перевірки;
5. Обмін інформацією;
6. ПМО;
7. Безпаперове середовище.

Про це декларує Брюссельський протокол як частина Кіотської конвенції.

З 1 січня 2008 року в Україні електронне декларування.

Цілі:

- ↪ боротьба з контрабандою;
- ↪ збільшення товарообороту;
- ↪ спростить повернення ПДВ.

Схема 177

INCOTERMS-2000 (МТП №560):

EXW – франко завод;

FCA – франко перевізник;

FAS – франко вздовж борту судна;

FOB – франко борт;

CFR – вартість і фрахт;

CIF – вартість, страхування і фрахт;

CPT – фрахт / перевезення оплачено до ...;

CIP – фрахт / перевезення та страхування оплачено до ...;

DAF – поставка до кордону;

DFS – поставка з судна;
DEQ – поставка з причалу;
DDU – поставка без оплати мита;
DDP – поставка з оплатою мита.

1997 – конвенція про міжнародні автомобільні перевезення пасажирів і багажу

1972 – міжнародна конвенція по безпечних контейнерах у Женеві

1993 – стандарт “Євро-1” ЄЕК
2,72 г / км шляху СН ; NO – 0,27 г / км
2001 – “Євро-3”
2009 – стандарт “Євро-5”

Схема 178

АМЕУ – Асоціація міжнародних експедиторів України

FIATA – Міжнародна федерація експедиторських асоціацій

CLECAT – Європейська організація експедицій і логістики

АМЕУ – 170 торгово-експедиторських організацій: 244 FIATA;
50% імпорту і експорту й > 70% продажу інформбюлетнів; диплом.

Міжнародні транспортно-експедиторські документи FIATA: FCR, FBL, FWB.

Схема 179

Основні задачі Асоціації:

- 1) становлення експедиції як нової галузі ринкової економіки в Україні;
- 2) узагальнення світового досвіду;
- 3) якість;
- 4) захист українського ринку;
- 5) професійність кадрів;
- 6) інформаційне забезпечення;
- 7) семінарські заняття;
- 8) науково-методичне забезпечення;
- 9) захист професійних інтересів;
- 10) тісне партнерство.

Схема 180

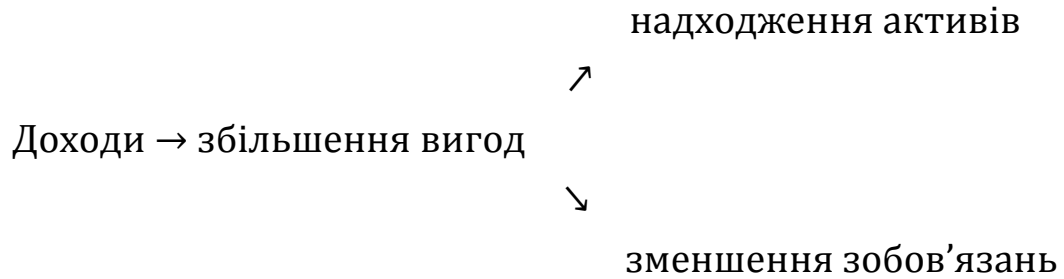


Схема 181

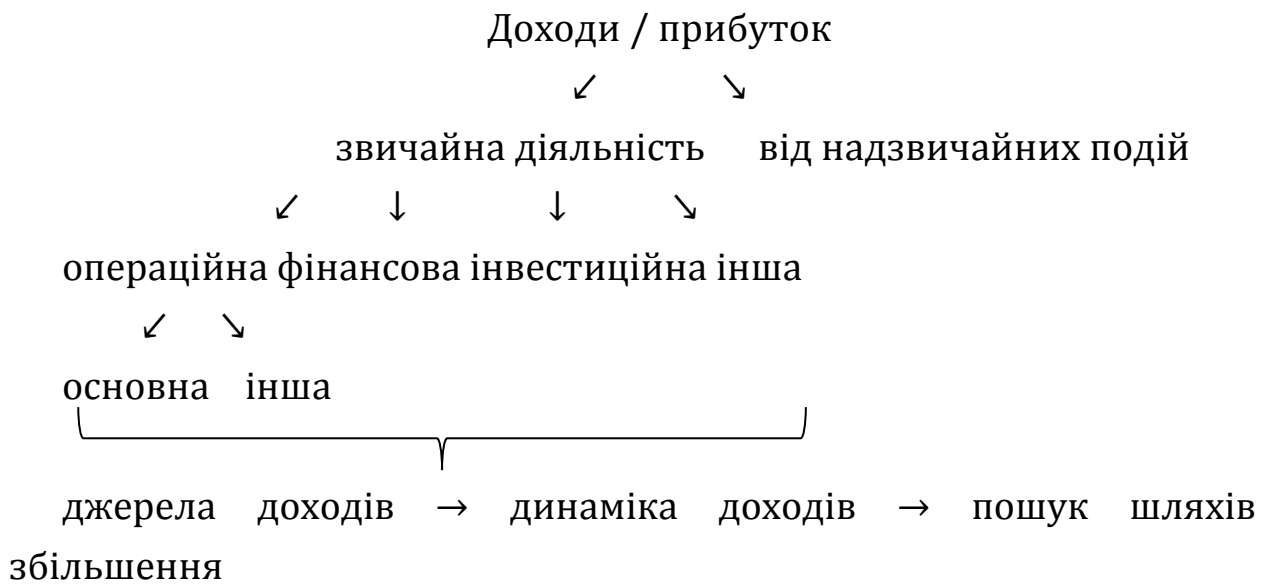


Схема 182

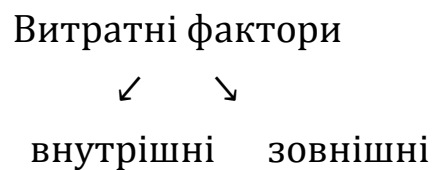


Схема 183

Прибуток → ЧД на вкладений капітал

Схема 184

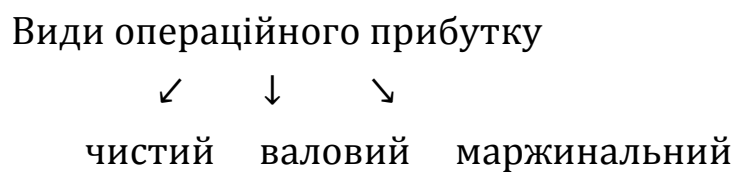


Схема 185

- Доходи від операційної діяльності – Непрямі податки = Д – В =
ЧОД – операційні витрати ЕВІТАД
- Змінні витрати = Валовий прибуток
 - Постійні витрати = Операційний прибуток
 - Амортизація = ЕВІТ
 - % = ЕВТ
 - Податок на прибуток = Чистий прибуток ЕАВТ

Управління грошовими потоками

Схема 186

Планування → Імплементация → Контролінг → Коригування →
Планування

Схема 187

Вхідні ГП (грошові потоки) ← Потреба → вихідні ГП

Схема 188

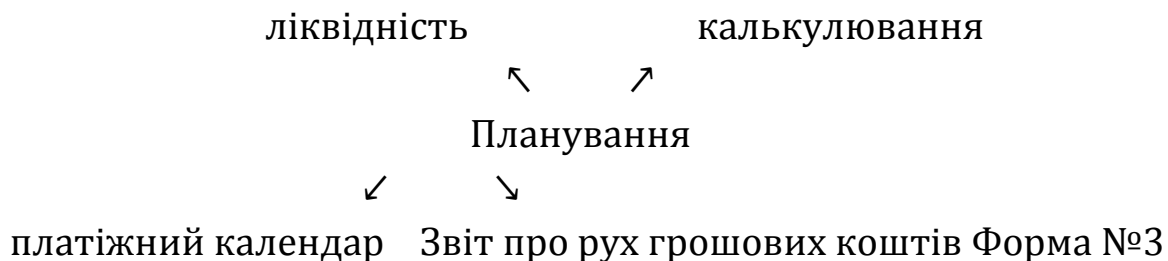


Схема 189

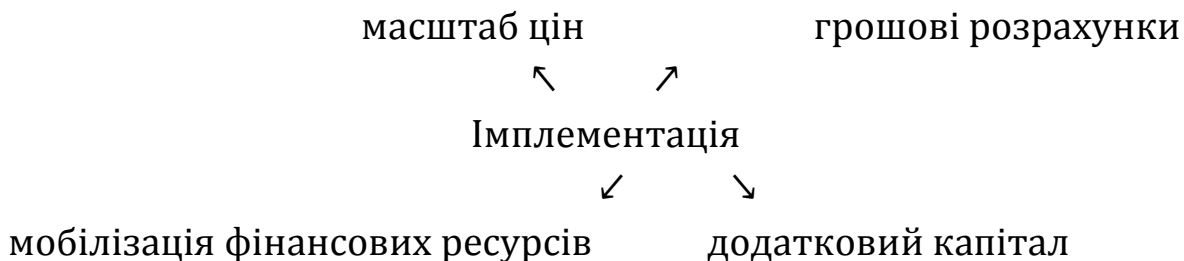


Схема 190

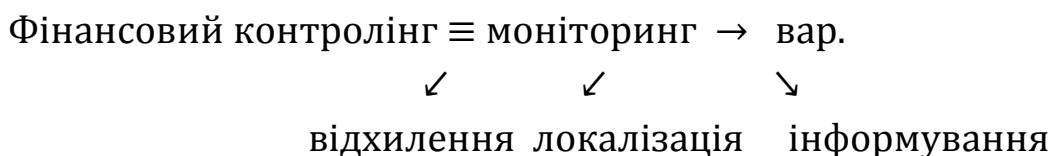


Схема 191

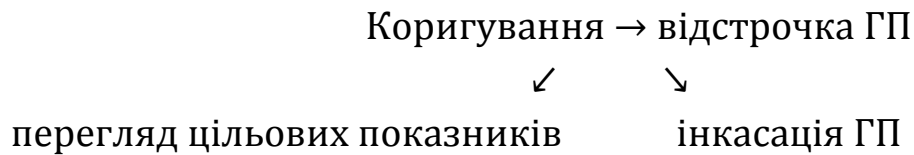


Схема 192

Операційний грошовий потік – Σ вхідних і вихідних грошових потоків:

- це основне джерело покриття потреби в капіталі;
- глибока деталізація інформаційної бази управлінського фінансового обліку ABC / M;
- касові розриви \equiv фінансовий цикл

Схема 193

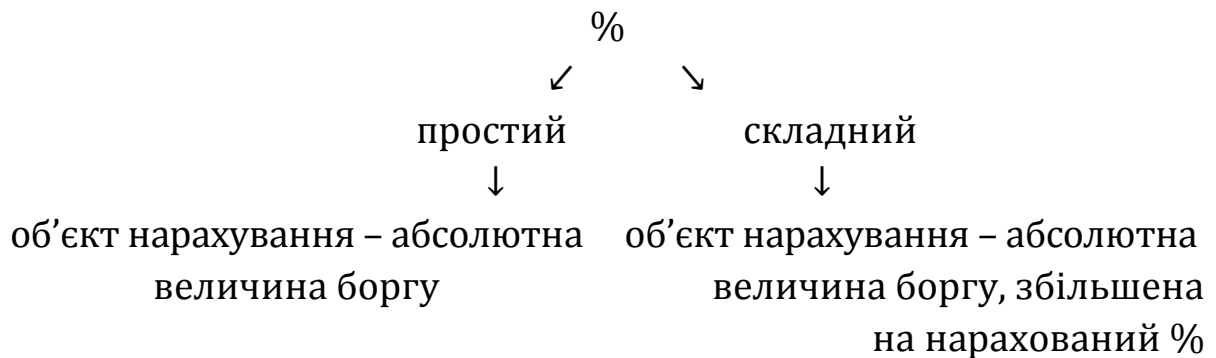


Схема 194

Майбутнє → теперішнє = дисконтування
 Теперішнє → майбутнє = компаундування (накопичення)

Схема 195

Сума процента $I \rightarrow I = FV - PV$ Гроші – час
 Кількість періодів = $m \times n$
 $\% = (\text{Річна ставка} \times \text{Кількість місяців}) / 12$

Схема 196

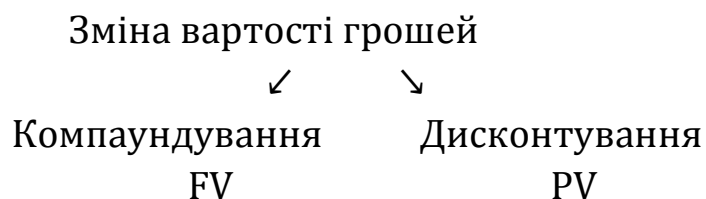


Схема 197

(1) Компаундування (традиційне def) → фінансово-математична модель визначення майбутньої вартості грошових коштів, які є у розпорядженні підприємця на початок планового періоду.

(2) Компаундування (сучасне def) → абсолютна величина суми грошових коштів (основна сума + %), яку отримає їх власник за умови їх інвестування через певний проміжок часу – плановий період.

Схема 198

Методи компаундування:

- табличний;
- арифметичний;
- метод 72;
- калькуляторний.

Схема 199

$$FVIF_{i,n} = (1 + i)^n$$

$FVIF_{i,n}$ – для фінансового калькулятора $i=n$

Схема 200

Типова задача

Інвестиції з 9-процентним річним доходом подвоюються приблизно за 8 років = 72/9

Для 6% = 72/8 = 12 років ⇒ необхідно для подвоєння капіталу

Схема 201

Звичайний ануїтет ⇒ постнумерандо

Авансовий ануїтет ⇒ пренумерандо

вихідна (в банк) ← Рента → вхідна (оренда)

Схема 202

Суб'єктивні чинники:

- ⇒ ризиковість;
- ⇒ репутація банку;

⇒ реінвестування.

$$PVIF_{i,n} = 1/((1+i)^n)$$

$$PV = \frac{FV}{(1+i)^n} = FV(PVIF_{i,n})$$

$$PV_{\text{звичайна рента}} \times (1+i) = \text{Авансова рента}$$

Схема 203

Фактори:

⇒ джерела капіталу;

⇒ репутація фірми;

⇒ політична нестабільність у країні.

Схема 204

Ануїтет

↙ ↘

↶

звичайний

авансовий

$$FVA_n = PMT \cdot \frac{(1+i)^n - 1}{i} \quad \leftarrow \text{звичайний ануїтет}$$

$$FVA_{n(\text{аванс})} = PMT \cdot \frac{(1+i)^n}{i} (1+i) \quad \leftarrow \text{авансовий ануїтет}$$

$$PVA_{\text{ав}} = PMT \cdot (PVIFA_{i,n}) \cdot (1+i)$$

$$PVA_n = PMT \cdot (PVIFA_{i,n})$$

$$PVA_n = PMT \cdot \frac{(1+i)^n - 1}{i(1+i)^n}$$

Схема 205

Прибуток (конкурентоспроможність):

→ результат;

→ ефективність;

→ джерело.

Схема 206

Зв'язки:

→ управління грошовим потоком 4 розділ;

→ управління інвестиціями;

→ фінансове планування і прогнозування.

Схема 207

Структурні елементи управління прибутком:

→ управління прибутком:

1) формування;

2) використання.

→ управління доходами;

→ управління затратами.

Схема 208

Мета управління прибутком:

→ max ЧП;

→ стабільний ЧП.

⇕ ⇕ ⇕

Прибуток ⇒ джерело достатку акціонерів.

↑

Об'єкт управління прибутком

→ Σ фінансових відносин, які виникають у процесі операційної, фінансової й інвестиційної діяльності суб'єктів для трансформації доходу → в прибуток;

→ дохід, витрати, податки, %, ЕВІТ, ЧП.

Завдання управління прибутком

Схема 209

↓

позитивне NPV

↓

рентабельність

↓

прибуток росте

↓

конкурентоспроможність

↓

оптимум розподілу прибутку

Модель

стратегія → обґрунтування рішень → організація управління

Схема 215

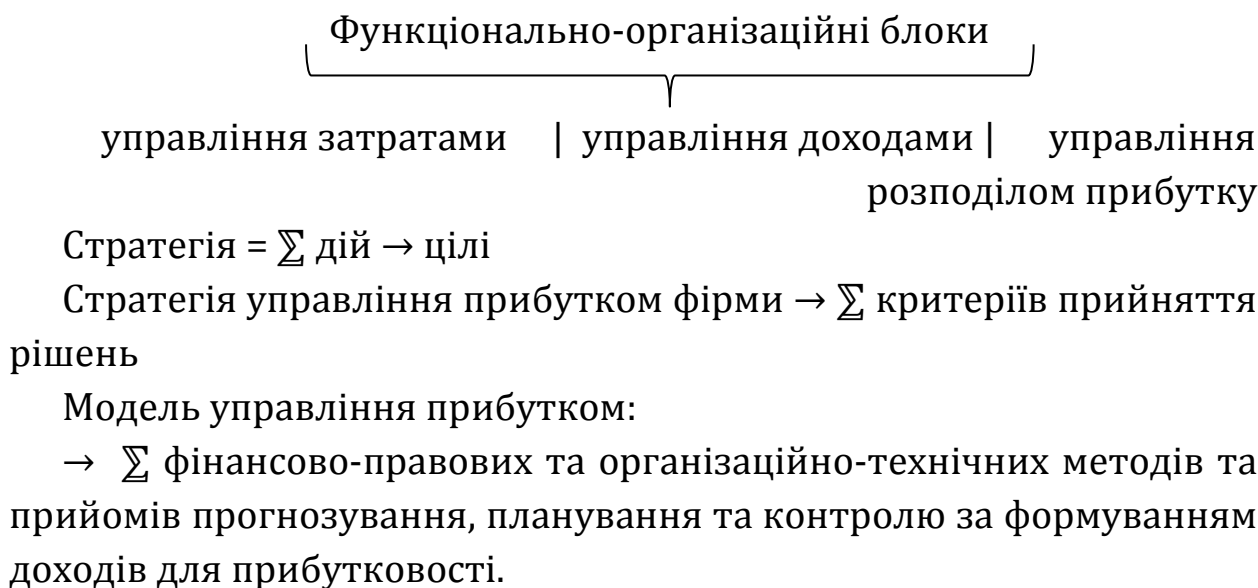


Схема 216

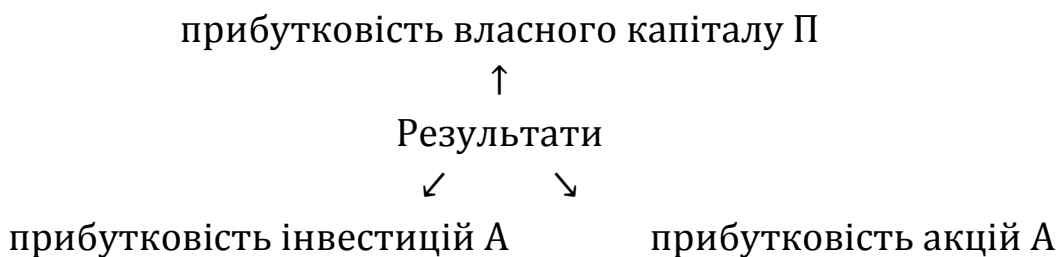


Схема 217

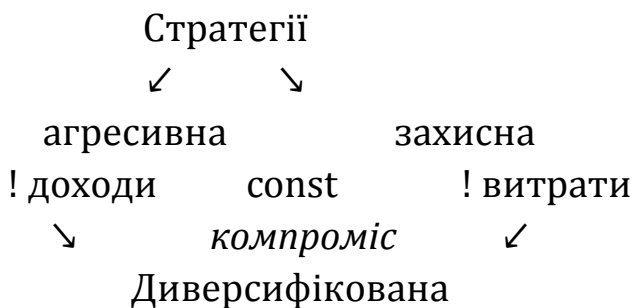


Схема 218

Фактори реалізації стратегії:

- 1) результат діяльності;
- 2) узгодження з іншими;
- 3) інформаційне забезпечення;
- 4) зв'язок "управлінець-виконавець".

Тут відіграють роль фінансова й корпоративна стратегії.

Схема 219

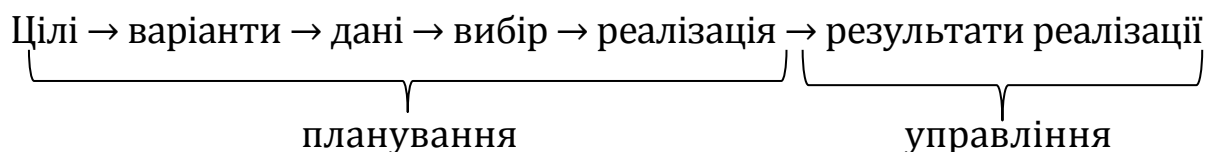


Схема 220

Особливості управління прибутком:

- 1) об'єкт управління → результуючий показник; інтегрує інші напрямки;
- 2) методика фінансового контролінгу (CVP, XYZ, ABC-аналіз);
- 3) джерела самоорганізації, доходи власників.

Схема 221

Фактори управління:

- 1) причина;
- 2) витрати;
- 3) фактори трансформації доходу в прибуток;
- 4) напрями розподілу прибутку;
- 5) показники (R).

Узгоджують фінансовий і управлінський облік, контролінг.

Схема 222

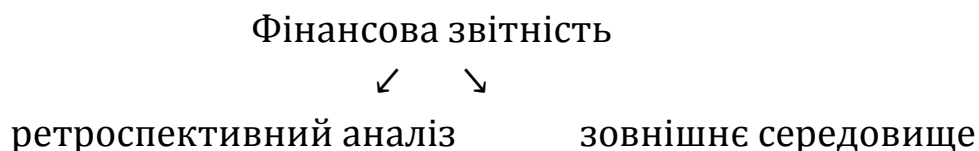


Схема 223

Узгодження показників → грошова вартість додана



для обґрунтування управлінських рішень

З прибутку менеджер платить EVA.

Схема 224

EVA = Чистий прибуток – Витрати на капітал

2 критерій → для дослідження операційної ефективності проекту

1 критерій → прибутковість (класика)

Схема 225

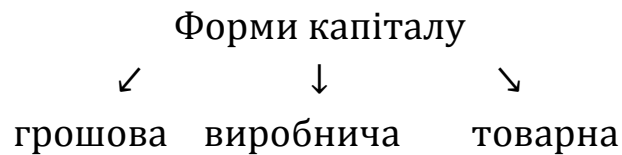


Схема 226

Залежність: чим триваліший процес виробництва, тим більший виробничий капітал.

Необхідність грошової форми:

- 1) потреба в наявних грошових коштах (ГК);
- 2) резерв;
- 3) ліквідний.

Схема 227

Уречевлений капітал → будівлі, приміщення

Схема 228

Товарний капітал ← договірні ← зобов'язання

↖ ← кредитні ↘

Схема 229

Капітал П(С)БО 2:

- вимірник ринкової вартості;
- база розвитку підприємств;
- макровизначення;
- джерело добробуту власників.

Схема 230

Принципи формування капіталу:

- перспектива розвитку господарської діяльності;
- відповідність позикового капіталу НА і ОА (необоротних активів і оборотних активів);
- міні витрат;
- ефективність;
- оптимальна структура капіталу.

Схема 231

Капітал як об'єкт управління:

- економічною діяльністю → ресурси → накопичення → інвестиції;
- фінансовою діяльністю → дохід → ліквідність;
- формами власності;
- ризиками.

Схема 232

ABM функціонуючий ⇒ що ефективно, що не створює вартості, що черговість

VBM вартісний ⇒ прибуток ∞ ринкова вартість

Економічна вартість додана:

$$\Rightarrow EVA = (ROA - WACC) \cdot TA = EAIT - WACC \cdot CE$$

де WACC × CE – сукупний капітал

EAIT – прибуток після вирахування процентів і податків

EVA запропонував у 1991 році Стіварт зі Stern Stewart & Co. EVA показує трансформацію П → РВ для публічних компаній середніх і великих компаній.

Схема 233

Ринкова вартість додана, ринкова капіталізація:

$$MVA = TMV - CE$$

TMV – ринкова вартість зобов'язань

Для тих, хто не ринок: ринкова премія.

Грошова вартість додана:

CVA – Lewis у 1994 році склав БКГ.

$$CVA = (FCF + Interests\%) - WACC \cdot CE$$

↳ управління грошовими потоками.

Висновок: необхідне узгодження.

Схема 234

взаємозалежність ← Економічні процеси → інерційність

A ⇒ B

A → B

Схема 235

Рівняння авторегресійної залежності (часовий ряд):

$$I_t = A_0 + A_1 \cdot Y_{t-1} + A_2 \cdot Y_{t-2} + \dots + A_k \cdot Y_{1-k}$$

II – наявність просторової сукупності

Лінійна регресійна залежність наступного виду:

$$Y = A_0 + A_1 X_1 + A_2 X_2 + \dots + A_K X_K$$

→ недостатня довжина, вплив факторів

Приклади операційного аналізу

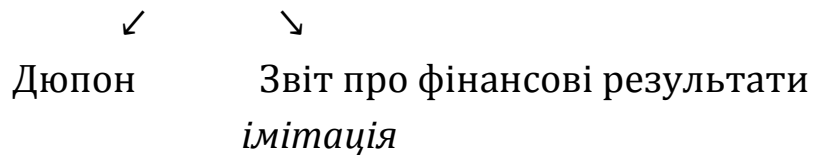


Схема 236

Імовірний підхід

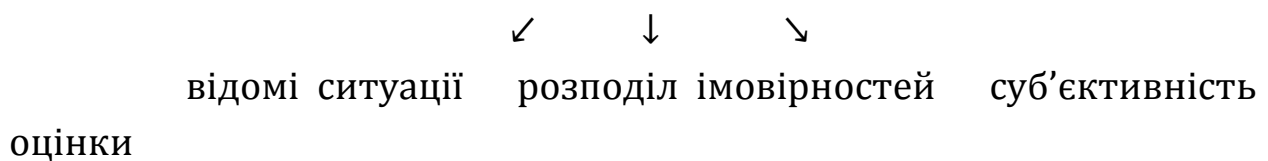


Схема 237

Типова задача

Ситуаційний аналіз

$$\sum_{K=1}^n R_K = 1$$

$$E(R) = \sum_{K=1}^n R_K \cdot R_K \rightarrow \max$$

Схема 238

Залишок на початок періоду + Приріст за період = Залишок на кінець періоду

Бюджет капітальних інвестицій ← Дерево рішень → ринок ЦП (цінних паперів)

Схема 239

Прогнозують:

1. P, B;
2. $P=f(B)$
3. % лінійна функція
4. -5. Φ_1 і Φ_2
6. Імітація

Схема 240

варіативність ← Планування → спрощеність

Схема 241

Кен Ендрюс ↘

(60-ті рр.) → стратегія → управління підприємствами

Роланд Кристенс ↗

Схема 242

стратегічне управління (стратегія)

↑

Методи планування → зовнішні умови

↓

вид планування

Схема 243

Система контролю за виконанням бюджету

↓

Звіт про виконання бюджету

↓

Звіт про відхилення

Схема 244

Спрощений аналіз відхилень → управління → відхилення від бюджету → стратегічний підхід

Схема 245

Точка беззбитковості

$$T_6 = \frac{\text{Постійні витрати}}{\text{Ціна одиниці продукції} - \text{Змінні витрати на одиницю продукції}}$$

Аналіз точки беззбитковості (од.):

- 1) визначення критичного обсягу виробничої програми $N_{кр}$;
- 2) оцінювання фінансового стану підприємства;
- 3) залежність прибутку від цін;
- 4) значення кожного виду продукції в покритті загальних витрат;
- 5) резерв безпеки.

Схема 246

Резерв прибутковості:

$$РРП = \frac{\text{Прогнозний обсяг} - T_6}{\text{Прогнозний обсяг}}$$

Сумарний зважений дохід:

$$СЗД = \sum (\text{частка} \times \text{дохід})$$

$$T_6 = \frac{\text{Постійні витрати}}{СЗД}$$

Схема 247

Загальна точка беззбитковості:

$$ЗT_6 = \frac{\text{Постійні витрати}}{\text{Загальний рівень доходів}}$$

Схема 248

Антикризове фінансове управління:

⇒ комплекс профілактичних заходів для попередження фінансових криз;

⇒ система управління фінансами, спрямована на виведення підприємства з кризи, в т.ч. проведенням санації чи реструктуризації суб'єкта господарювання;

⇒ особливий спосіб реалізації функцій фінансового менеджменту.

Схема 249

Проблеми:

⇒ фінансова криза & загроза;

⇒ своєчасність виявлення.

Контролінг

Закони → банкрутство

Схема 250

Цілі монетарного характеру:

⇒ прибуток та рентабельність;

⇒ операційний, інвестиційний та фінансовий cash-flow;

⇒ ліквідність та платоспроможність;

⇒ вартість підприємства.

Схема 251

Цілі немонетарного характеру:

⇒ подолання фінансової кризи;

Довгострокове планування || короткострокове планування

Схема 252

Balanced Scorecard → інструментарій забезпечення і трансформації стратегічних цілей у конкретні оперативні заходи

Схема 253

Етапи → досудовий → збереження

Схема 254

Альтернативи ← Рішення → обмежувальні чинники

Схема 255

Вартість

Досліджували: Брігхем, Гапенський, Брейлі, Бланк, Бочаров, Ковальов, Стоянова, Теплова.

Управління капіталом ⇒ оцінка його вартості {концепція ціни капіталу}

Вибір інвестиційних проектів (ІП) (cost capital) – це відносна величина витрат на обслуговування капіталу %.

$IRR > WACC +$

$IRR < WACC -$

WACC: 1) вимірник дохідності діяльності;

2) ефективність;

3) структура.

Структура капіталу → співвідношення між власним й іноземним капіталом.

Лeverидж → процес управління активами, який передбачає збільшення прибутку.

Операційний (вплив на операційний і чистий прибуток) ←
Лeverидж → фінансовий (вплив на рентабельність) ✓

комбінований (зміна чистого прибутку за зміною виробництва)

Earnings Before Interest and Taxes – ЕВІТ (валовий дохід)

ЕФВ = Рентабельність ВК – Рентабельність А

Схема 256

Типова задача

1. % зміни обсягу продукції.

2. Вплив зміни обсягу на ціну акцій $1 \times$ Комбінований лeverидж

3. Новий дохід = Базовий дохід + Базовий дохід \times % 2

Мета управління капіталом → підвищення ренти

Схема 257

Цілі:

- уникнення фінансових втрат;
- максимізація ціни підприємства;
- зростання обсягів виробництва продукції;
- достатня дохідність активів.

Схема 262

Переваги фондового ринку:

- 1) нульові витрати на емісію ЦП (цінних паперів);
- 2) кредитні угоди;
- 3) кредит швидший.

Схема 263

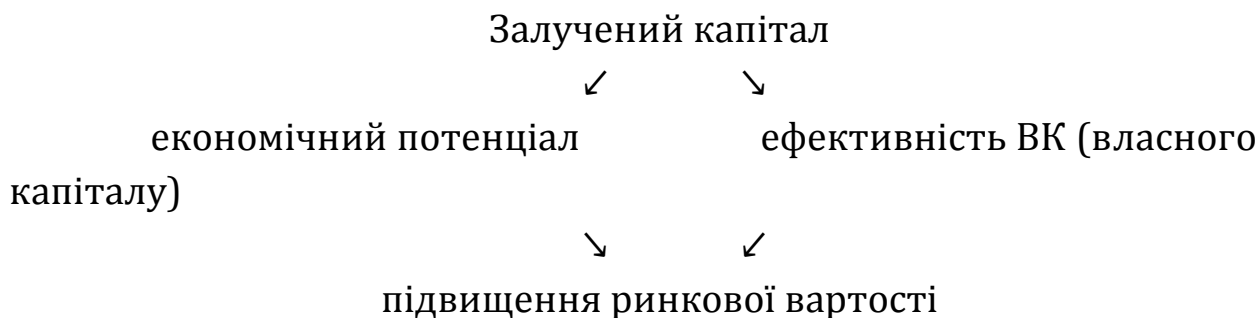


Схема 264

Додатковий капітал → збільшення вихідних потоків

↑

оцінка кредитоспроможності

Схема 265

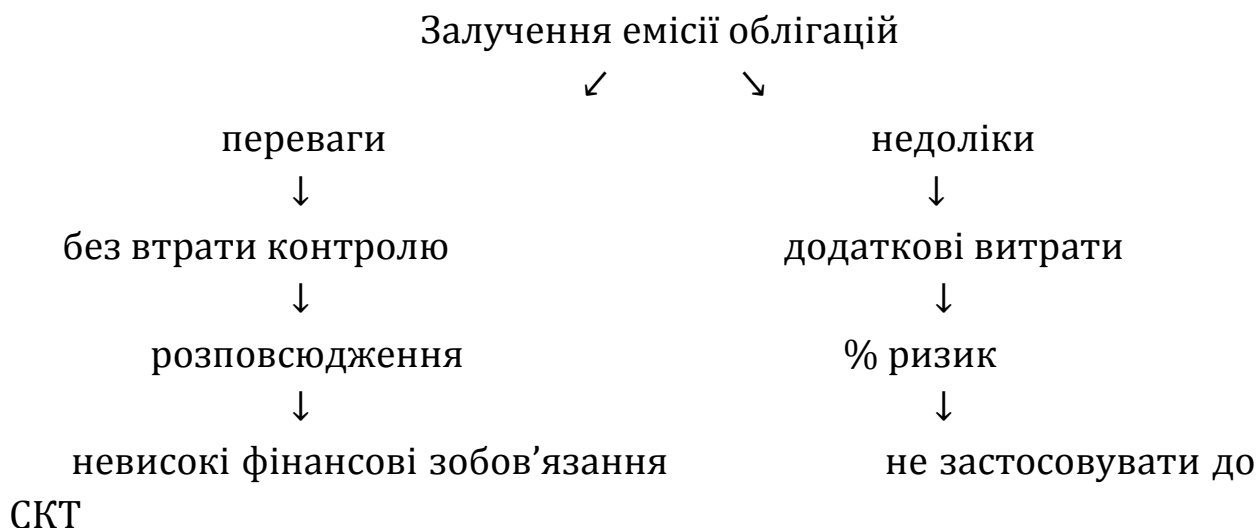


Схема 266

WACC для залученого капіталу → WACC залучений

Схема 267

Поняття ноу-хау та зміст інших ключових категорій у сфері інтелектуальної власності

Вінтер → Ноу-хау – запас технічних знань і досвіду, набутих в результаті високоспеціалізованого виробництва.

Терпер → Ноу-хау – весь новий процес в цілому, якщо при цьому використовується нове обладнання, машини, оснастка; це секрет виробництва {новизна}.

Українські вчені → Ноу-хау – технічний характер творчості; Σ інформації для найбільш ефективного здійснення якогось виробничого процесу.

Світові учені → комерційний характер. Наприклад, кон'юнктура ринку.

Вачевський → секретна Σ інформації у вигляді незапатентованих технічних знань і досвіду.

Інжиніринг → надання технічної допомоги спеціалістам інших держав.

Винахідницьке право → норми, які встановлюються для визнання рішення галузі господарювання рацпропозицією, промисловим виробом, винаходом.

Авторське право → Σ норм, що встановлюють умови та порядок визнання технічного рішення задачі у будь-якій галузі народного господарства винаходом, рацпропозицією + супроводжуючі майново-немайнові відносини з цього приводу.

Схема 268

Перелік ІВ

Захист ІВ

Інтелектуальні А (активи)

Трансформація ІК → ІА
(інтелектуальний капітал →
інтелектуальні активи)

можливі порушення

} аудит інтелектуальної власності

Схема 269

власний → Аудит інтелектуальної власності ← аудит аудиторської фірми

Схема 270

Аудит ІВ – реальна картина, що відбувається

Схема 271

Раціоналізаторська пропозиція → визнана юридичною особою пропозиція, що містить технологічні або організаційні рішення у будь-якій сфері діяльності, що є новою і корисною для підприємства.

Товарні знаки

Схема 272

Поради: реклама виробника, несхожість з конкурентом, родоначальство Nestle → Nescafe → Nesquik ⇐ з Швейцарії; лаконічність, технологічність, сприйнятливість, практичність

Заявка в Держпатент ⇒ заява про реєстрацію знання, зображення, знака, перелік товарів, інші документи.

Схема 273

Positive Cash Flows = ІД (дохід) – ІВ (Витрати) +

Якщо – , то cash on flow

∑ = Net Cash Flow → облікований

↳ дисконтований

Схема 274

ІR – індекс рентабельності

І метод * – термін окупності інвестицій

$$IR = \frac{\text{Дохід}}{\text{Інвестиції}}$$

R – рентабельність інвестицій

$$R = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Інвестиції}}$$

Недолік – не враховує часову вартість.

II метод * - метод складних відсотків (Future Value):

$$FV = PV(1 + r)^n$$

Ефективна ставка %

$$EFR = \left(1 + \frac{r}{m}\right)^m - 1$$

$$PV = \frac{FV}{(1 + r)^n}$$

m раз ; дисконтування \Rightarrow скільки вкласти

$$PV = \frac{FV}{\left(1 + \frac{r}{m}\right)^{mn}}$$

NPV

Схема 275

Послідовність:

1. I_0

2. $PV = \sum_{n=1} \frac{CF}{(1+r)^n}$ r – ставка за довгостроковим позиковим

капіталом \Rightarrow встановлюється рекомендаціями UNIDO

3. $NPV = PV - I_0$

Схема 276

$NPV > 0 \Rightarrow$ прийнято проект до реалізації \Rightarrow це означає, що сума теперішньої вартості чистого грошового капіталу за III (інвестиційним проектом) перевищує поточну вартість інвестиційних витрат.

Схема 277

Коли гроші інвестуються частинами:

$$NPV = PV - I_d = \sum \frac{CF_n}{(1+r)^n} - \sum \frac{I_n}{(1+r)^j}$$

Схема 278

IRR

Економічний зміст: очікувана норма дохідності або max інвестиційних витрат у проект, що оцінюється.

Схема 279

Виведення

$$\sum_{n=1} \frac{CF_n}{(1 + IRR)^n} - I_o = 0$$
$$IRR > CC$$

CC – середньозважена ціна інвестиційних ресурсів

Схема 280

$$IRR = r_A + (r_B - r_A) \frac{NPV_A}{NPV_A - NPV_B}$$

Схема 281

Показники ефективності інвестиційних проектів:

- 1) індекс дохідності інвестицій PI;
- 2) індекс прибутковості інвестицій ROI;
- 3) період окупності інвестицій PP.

$$PI = \frac{ЧП}{ІВ}$$
$$PP = \frac{ІВ}{ЧП}$$

PI > 1 прийнято ІП.

При PI=1 NPV=0

$$ROI = \frac{ЧП_{\text{дисконтований}}}{ІВ} \times 100\%$$

! Прибуток визначається за рік

Схема 282

Недоліки оцінки ефективності ІП:

- 1) складність визначення року експлуатації проекту після досягнення виробничої потужності;
- 2) пільги.

Схема 283

Цільове калькулювання \Rightarrow для цільового (планового) рівня прибутку

Схема 284

Недоліки ∨

- викривлена структура;
- приблизність;
- без ідентифікації.

Схема 285

Традиційне калькулювання → економічна доцільність виробництва

$$Q = \frac{FC}{p - AVC}$$
$$p = AVC + \frac{FC}{Q}$$

Схема 286

Очікувана виручка – Цільовий прибуток = Планові ТС

Планові ТС ⇒ Поточний рівень витрат ⇒ Зменшення витрат ⇒
Цільовий рівень ∨ ABC, XYZ
– аналіз

Схема 287

ABC → ідентифікація витрат → групування витрат

ABC запропоновано у 1999 році у квітні Stern Stewart у статті
“ABC, the Balanced Scorecard EM”

Теорія структури капіталу

Схема 288

1. Традиційний підхід: min WACC, max вартість.
2. 1958 – модель Модільяні-Міллера.
 - 1) Ринкова вартість підприємства, що використовує фінансовий важіль, значно вище.
 - 2) Якщо збільшиться частка залученого капіталу, то WACC зменшується.
 - 3) Ці теорії засновані на обмеженні податків та інвесторів.

Компромiсний пiдхiд:

Структура капiталу така, щоб гранична вартiсть капiталу i граничний ефект вiд фiнансового важеля рiвнi.

4) Сигнальний: менеджери пiдприємств через прийняття фiнансових рiшень немовби подають сигнали ринку.

1977 – за моделлю Росса менеджер рiшуче впливає на iнвестора.

Схема 289

1984 – сигнальна модель Майерса-Майлуфа вiдстоює менеджерiв акцiонерiв.

Додаткова емiсiя → завищена цiна.

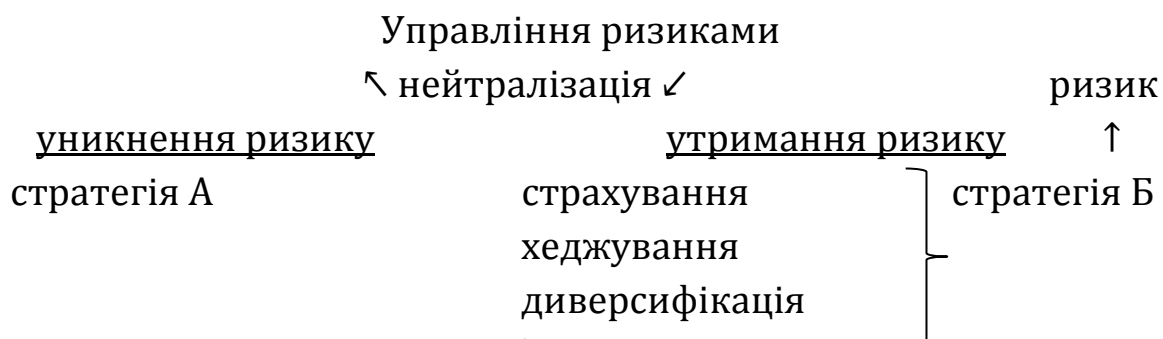
Моделi: Мiллера-Рока (1985);

Рока (1986);

Уелша (1989)

Структура моделi управлiння ризиками

Схема 290



Толерантнiсть ризику → прибуток → ризик

Нейтралiзацiя фiнансового ризику ⇒ функцiонально-органiзацiйний елемент моделi управлiння фiнансовими ризиками суб'єктами господарювання являє собою фiнансово-математичну технологiю обґрунтування прийняття рiшень щодо превентивних заходiв фiнансового, органiзацiйного або правового характеру.

Схема 291

Принципи побудови фiнансової звітностi → вiдкритiсть → зрозумiлiсть → кориснiсть → припущення

Схема 292

Фондовий відділ акціонерного товариства

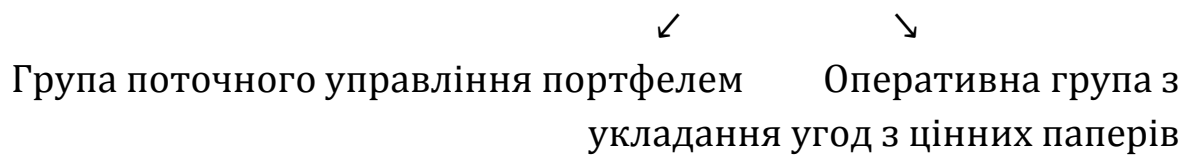


Схема 293

Роз'яснення

Група поточного управління портфелем → поточний контроль фондовим портфелем; ЦП + емісія { стратегія

Оперативна група з укладання угод з цінних паперів → оперативний облік і аналіз { оперативний

Схема 294

Функція щільності розподілу імовірності:

$$F(X) = \int_{-\infty}^{+\infty} f(x)dx$$

Портфель інвестицій → ризикованість

Схема 295

Програма Metastock

Reuters ↑ ↑ Bloomberg

Портфельний аналіз portfolio analysis



ряд функціонально-організаційних модифікацій

і може використовуватися як для виявлення, ідентифікації,

оцінки, вибору методів нейтралізації ризиків

Схема 296

Шарп



Оптимальний портфель



Марковіц

Схема 297

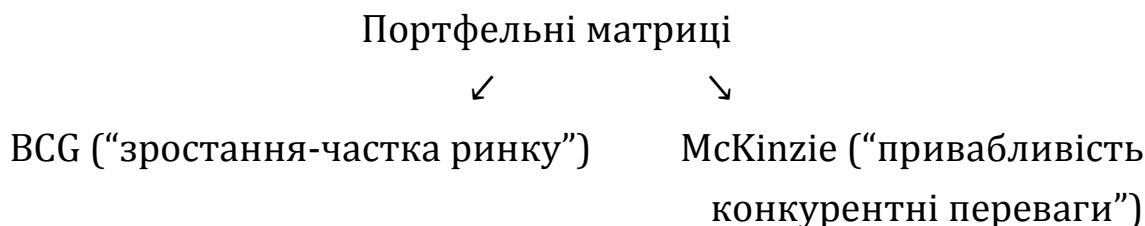


Схема 298

R&D ⇒ НДДКР

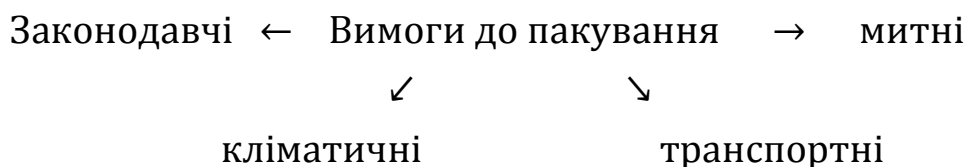


Схема 299

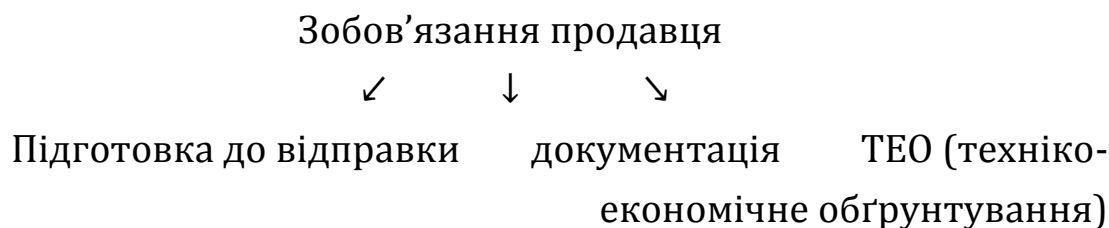


Схема 300

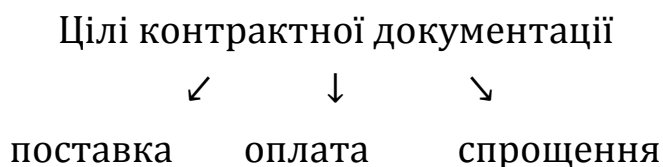


Схема 301

Оттава 1988 – факторинг і лізинг

Женева 1988 – векселі

1955, Гаага – повітряні перевезення

1957, Брюссель – 1974, Афіни – морські перевезення

1970, Берн – залізничні перевезення, 1980 – КОТІФ

1978 – угода про інкасо

УНІДРУА – купівля-продаж 1983 (Женева)

Схема 302

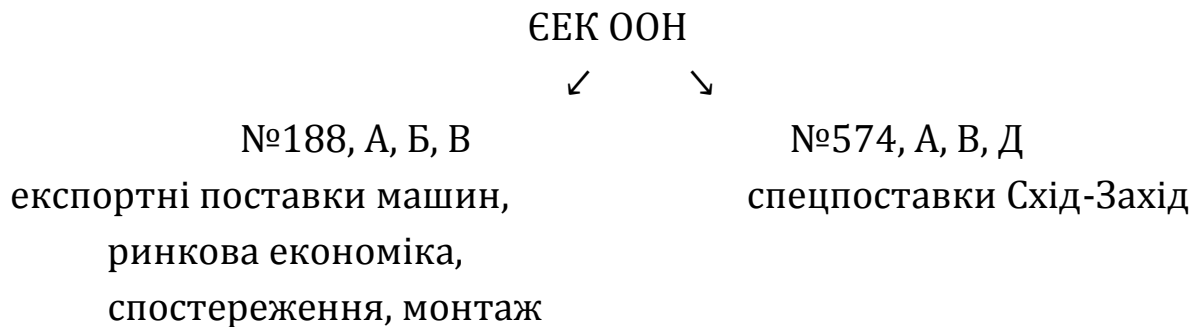


Схема 303

Аукціонна торгівля
Конкуренти {"СОТБІС", "New York" 1844, Бейкера 50% of market, "Крістіс" London, 41% of market}

Схема 304

Аукціонна торгівля

- 1 – тютюн – Нью-Йорк, Амстердам, Бремен, Лусака (Замбія), Лімба (Малаві)
- 2 – квіти – Амстердам
- 3 – овочі – Амстердам і Антверпен
- 4 – риба – США і Західна Європа, крім Ісландії і Норвегії
- 5 – коні – Довіль (Франція), Лондон, Москва (Росія)

Через СОТБІС продали бібліотеки Наполеона, Талейрана
Хутро норка: Нью-Йорк, Монреаль, Лондон, Копенгаген, Осло, Стокгольм.
Каракуль: Лондон (кролик, блакитний песець, нешита вовна), Санкт-Петербург.
70% індійського чаю: Калькутта, Кочі.
30% у Лондоні.
30% цейлонського чаю у Лондоні, 70% - в Коломбо, також Індонезія
Найробі (Кенія) ← Африка → Малаві

Схема 305

Великі торгові фірми → брокери → брокеридж

Тенденції розвитку міжнародних товарних бірж:

- 1) збільшення обсягів біржової торгівлі;
- 2) скорочення номенклатури;
- 3) переважання ф'ючерсної біржової торгівлі;
- 4) спекуляції;
- 5) регулювання цін;
- 6) концентрація;
- 7) техніка біржової торгівлі.

Схема 306

80-ті рр. XX ст. – загострення конкуренції, погіршення валютно-фінансового стану → умова БОТ

↓

будувати – експлуатувати – передавати

Схема 307

↗ у власність держави ↙

Інвестування → ОБ'ЄКТ → придбає ← уряд

↑

прибуток

Інжинірингові послуги в міжнародній торгівлі

Схема 308

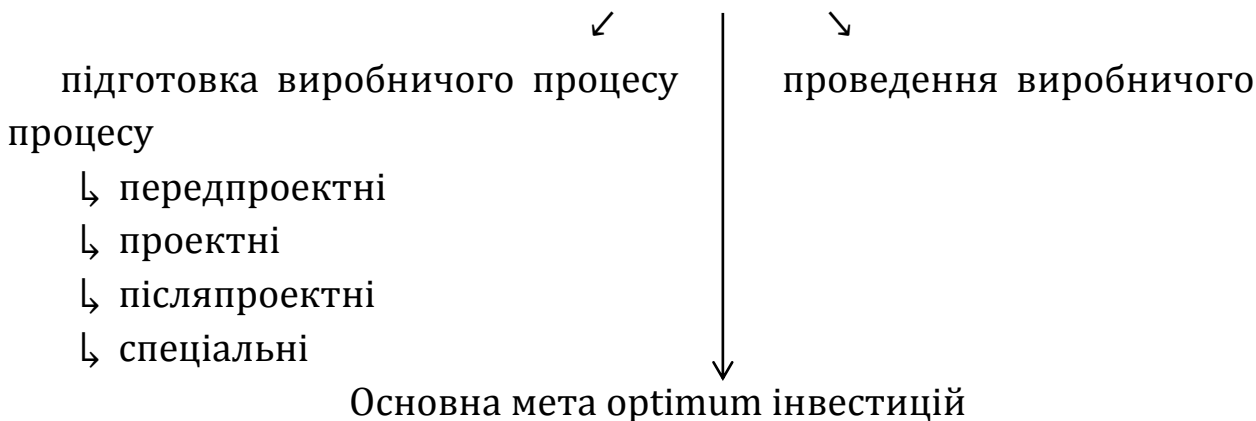


Схема 309

Групування населення у статистиці:

Стать, вік, національність, освіта, професія, заняття, склад сім'ї, дохід, освіта.

Стан здоров'я: працездатні, інваліди.

ЕАН → потенційно спроможні брати участь у суспільному виробництві

Вік: S_{0-15} , S_{16-59}^m , S_{16-54}^f , S_{60+}^m , S_{55+}^m

Склад сім'ї – багатодітні

Схема 310

активне у поточному періоді ← ЕАН (економічно активне населення) → звичайно економічно активне

Схема 311

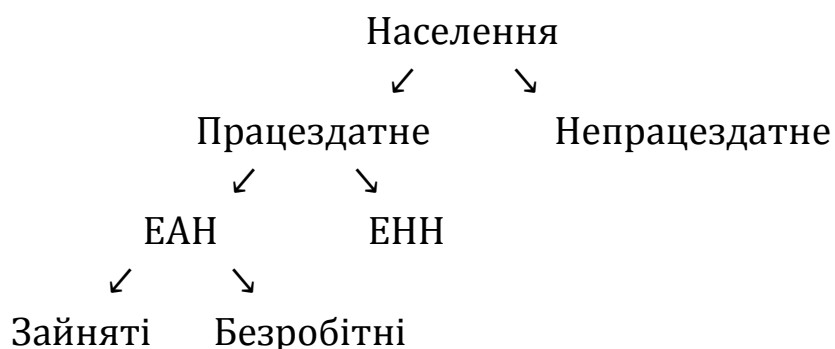


Схема 312

Структура трудових ресурсів:

- коефіцієнт працездатного усього населення;
- коефіцієнт працездатності населення у працездатному віці;
- коефіцієнт зайнятості працездатного населення;
- коефіцієнт демографічного навантаження.

Схема 313

Безробіття за тривалістю

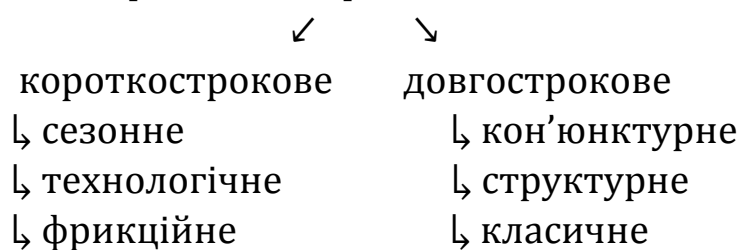


Схема 314

Способи фінансування імпортерів:

- форфейтинг;
- факторинг;
- зустрічна торгівля;
- банківський овердрафт;
- відкритий рахунок;
- позика;
- акцептований акредитив;
- лізинг;
- позика під продукцію;
- акцепт;
- фінансування покупцю.

Обрахунок відповідних індикаторів:

1. Коефіцієнт участі ГК в оборотних активах (ОА).
2. Коефіцієнт відволікання оборотних активів = ДЗ / ОА.

Схема 315

Знижка чи кредит

Річна норма % ставки за комерційний кредит:

$$ПС_k = \frac{З \cdot 360}{СП_p}$$

де $СП_p$ – середній період обороту дебіторської заборгованості.

Схема реалізації конкурентних переваг організації

Схема 316



Фактори стратегічної конкурентоспроможності зовнішнього середовища фірми (PEST)



Управлінські динамічні фактори СК організації (час, синергічність, якість управління, адаптивність, мобільність, організація) (менеджмент)

Розділ 1

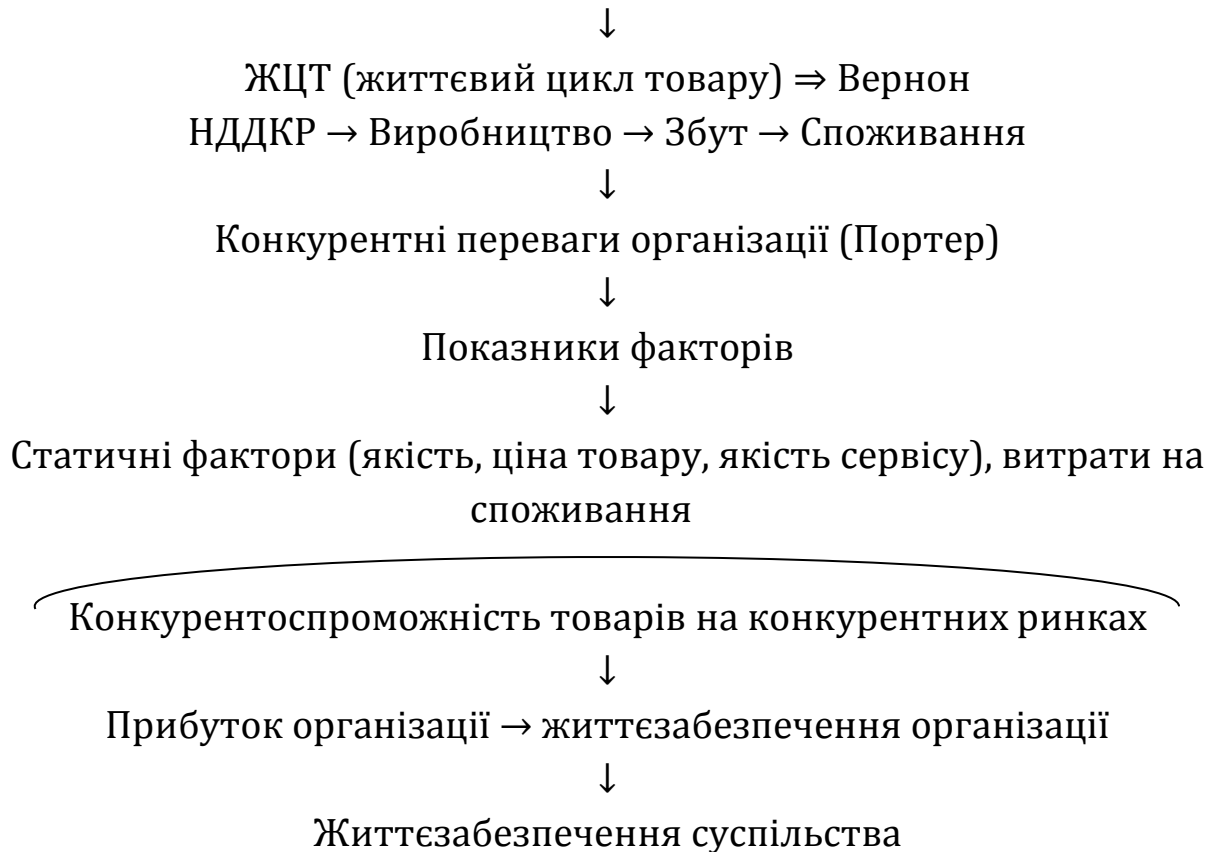


Схема 317

Коефіцієнт концентрації → рівень конкуренції

Для 4-х підприємств:

$$CR_4 = (OP_1 + OP_2 + OP_3 + OP_4) / OP_{\text{заг}}$$

Якщо $CR_4 < 0,75$, то не потрібне М&А (злиття і поглинання).

Схема 318

Індекс Лінда:

$$I_L = \frac{k_1}{k_2} \cdot 100\%$$

$$I_L = \frac{1}{2} [(k_1 / (k_2 + k_3) / 2) + (((k_1 + k_2) / 2) / k_3)] \cdot 100\%$$

Схема 319

Індекс Герфіндаля-Гіршмана:

$$H = \sum k_i^2$$

Схема 320

Конкурентоспроможність → СВОТ-аналіз

5 б. = Ціна + Технологія виробництва + Відповідність якості +
Модність + Додаткові послуги

Схема 321

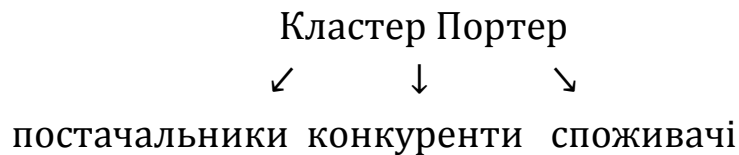


Схема 322

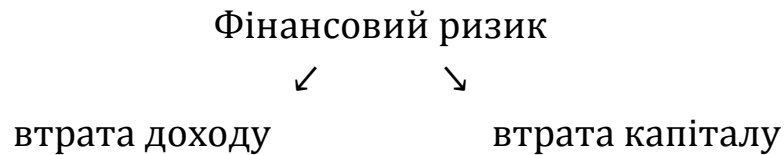


Схема 323

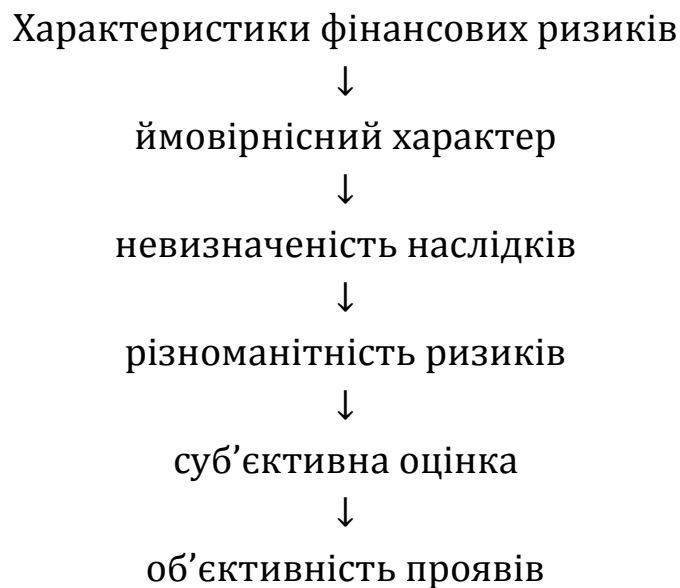


Схема 324

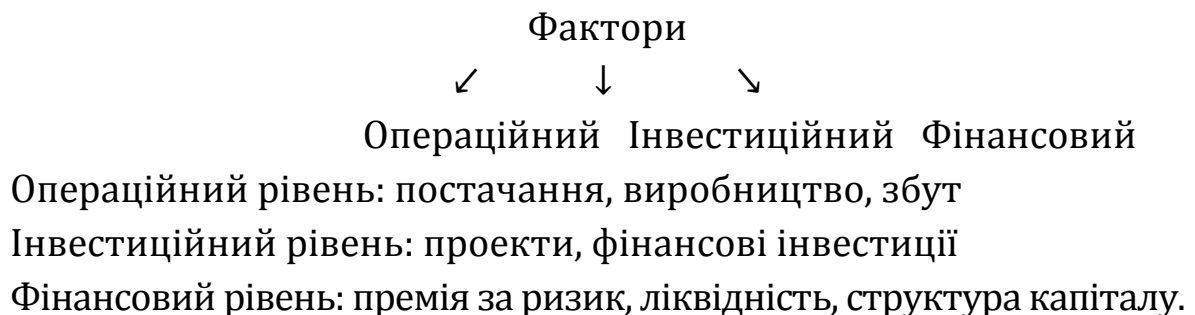


Схема 325

Ступінь ризику:

$$\sigma^2 = \frac{\sum(x - \bar{x})^2 \cdot n}{\sum n}$$

СКВ (середнє квадратичне відхилення):

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum(x - \bar{x})^2 \cdot n}{\sum n}}$$

Коефіцієнт варіації:

$$\gamma = \frac{\pm\sigma}{\bar{x}} \cdot 100\%$$

Схема 326

Положення Критської конференції 03.94 р.:

1. Соціальна ринкова економіка.
2. Мультискладальний рух – підхід.
3. Зближення регулюючих механізмів.

Схема 327

Положення Гельсінської конференції:

1. Захист довкілля.
2. Полегшення переїзду TGM.
3. Міп технічних характеристик.

Панєвропейські коридори \Rightarrow продовження TGM (ринок Європи + географія)

Мінімальний комплект послуг:

- 1) заправки;
- 2) телефон;
- 3) безпека руху.

Min t, ДТП, В, тах комфорт, економічний розвиток.

Схема 328

Розвиток \rightarrow інтенсивне
Зростання \rightarrow екстенсивне } ресурси

Схема 329

Принципи МСЕР:

- ефективність;
- унікальність;
- ризик – не загроза, а можливість;
- гнучкість;
- комплексність;
- послідовність;
- поверненість.

Схема 330

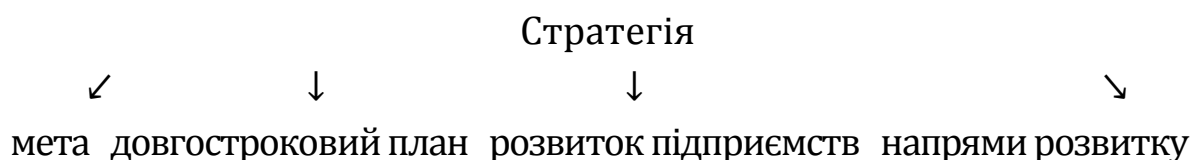


Схема 331

Марка LOREAL:

- 1) ефективність → для людей з середнім доходом;
- 2) цільова стратегія;
- 3) унікальність.

Схема 332

Етапи формування:

Місія → цілі → оцінка зовнішнього середовища → оцінка внутрішнього середовища → розрахунок альтернативи → вибір → реалізація стратегії → оцінка результатів → коректування стратегії

Схема 333

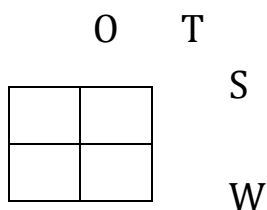


Схема 334

Стилі керівництва:

- демократичний;
- автократичний;
- ліберальний.

Схема 335



Схема 336

Конфлікт = опоненти + об'єкт конфлікту + інцидент
опоненти ← предмет конфлікту → об'єкт конфлікту

Схема 337

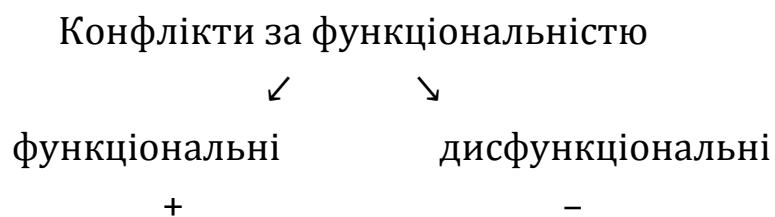


Схема 338

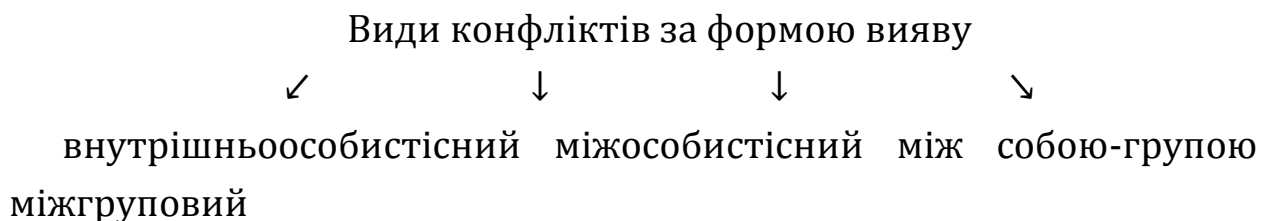


Схема 339

Модель фінансової рівноваги:

$$\text{ЧОП} + A + \Delta AK + \Delta \text{Власні } \Phi = \Delta I + \text{Дивіденди} + \text{Участь у прибутку} \\ + \text{Соцпрограми} + \Delta \text{Рез.}\Phi \\ \text{Надходження} = \text{Витрати}$$

Схема 340

Модель стійкого економічного росту:

$$\Delta OP = \frac{\text{ЧОП} \cdot K_{KP} \cdot A \cdot K_{OA}}{OP \cdot BK}$$

КП – капітальний прибуток

Схема 341

$$\text{ЧТВ} = \text{ІД} - \text{ІВ}$$

$$\text{ІД} = \frac{D_1}{(1+i)^1} + \frac{D_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{D_n}{(1+i)^n}$$

$$\text{ІВ} = \sum_{t=1}^n \frac{B_n}{(1+i)^n}$$

$$\text{Рентабельність} = \frac{\text{ЧТВ}}{\text{ІВ}}$$

$$\text{ПО} = \frac{\text{Витрати}}{\text{ЧГП}_n}$$

ПО – показник оцінки ефективності

$$\text{ІД}_{\text{сер}} = \frac{\sum_{t=1}^n \text{ІД}_n}{n}$$

Схема 342

Внутрішня норма доходності:

$$\text{ВНД} = \sqrt[n]{\frac{\text{ІД}}{\text{ІВ}}} - 1$$

Тривалість операційного циклу:

$$T_{\text{оц}} = O_{\text{грошей}} + O_{\text{запаси}} + O_{\text{гот.прод.}} + O_{\text{дет.}}$$

Схема 343

Основні напрямки формування інвестиційної політики підприємства:

Розділ 1

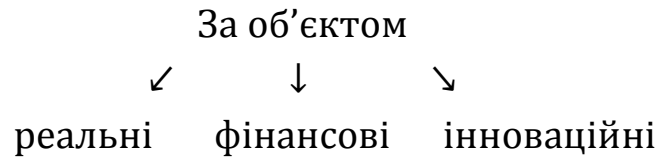


Схема 344

$$\text{ЧД} > \text{УВ} = \text{ЧТВ}$$

Принципи: NPV, PMT, IB, IK, i.

Схема 345

Бізнес-план → концепція реалізації ІП (інвестиційного проекту)

Реальні інвестиції → придбання майна, нове будівництво, реконструкція, модернізація

Інвестиційний менеджмент → процес управління всіма аспектами інвестиційної діяльності

Схема 346

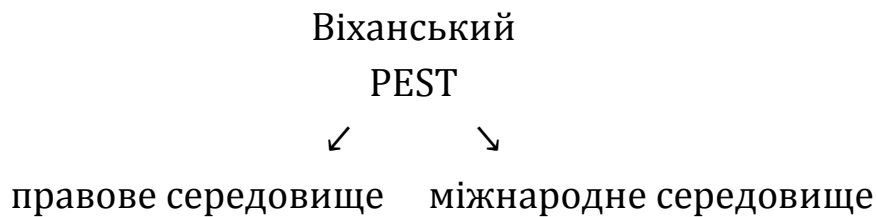


Схема 347

Олдріч – Екологічна модель середовища

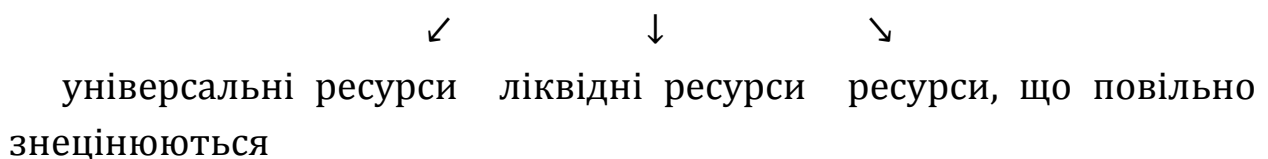


Схема 348

Конкурентні переваги і збори за аероперевезення, навколишнього середовища – Портер:

- низькі ресурси;
- високий гудвіл;
- НДДКР.

Схема 353

Стратегічний менеджмент → управління інвестиціями:

1. Фінансова оцінка.
2. Критерії.
3. Варіант.
4. Джерело.

Прийоми: дисконтування, компаундування, капіталізація прибутку, прийоми зниження ризику.

Схема 354

Традиційні методи економічної статистики: → середніх і відносних величин, групування, індексації.

Схема 355

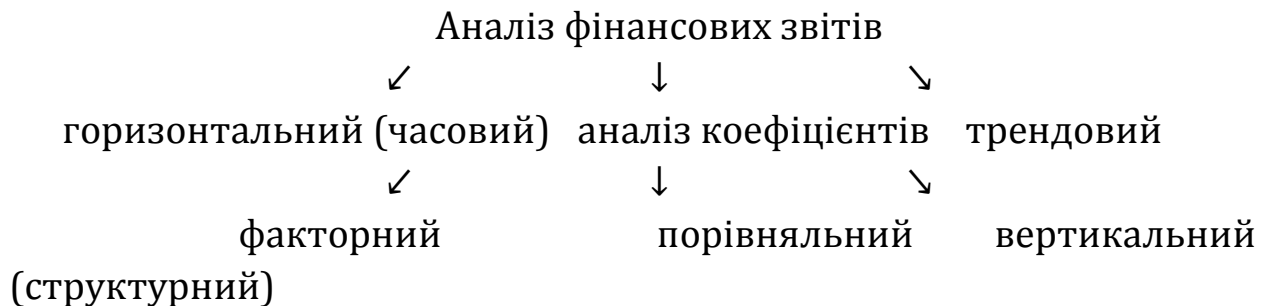


Схема 356

Оперативно-тактичні методи → готівка кеш-флоу:

1. Дохідність тимчасово вільних коштів.
2. Виконання фінансових зобов'язань.

Фінансово-аналітичні методи оцінки

Схема 357

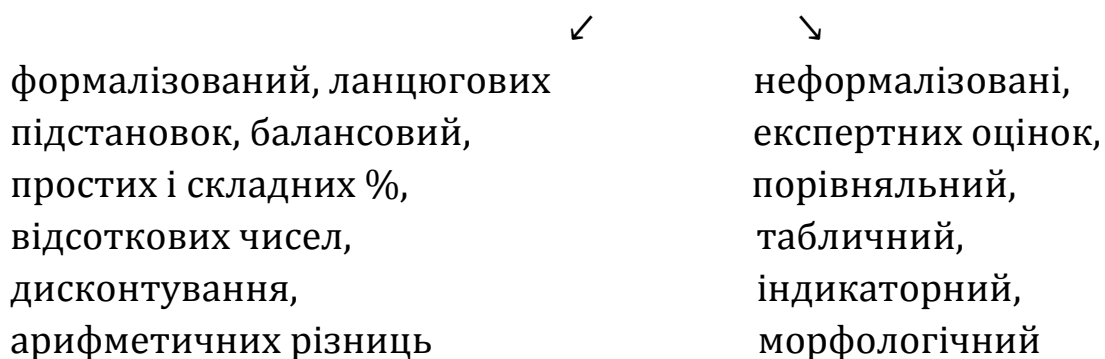


Схема 358

Погодження індивідуума з груповими нормами:

- 1) тиск групи (колективу);
- 2) поведінкове обґрунтування;
- 3) персоніфікація норм;
- 4) примус.

Схема 359

Метод поелементної оцінки визначає вартість окремих видів капіталу.

1. Вартість наявного власного капіталу:

$$ВВК = \frac{ЧП \times 100}{ВК}$$

2. Вартість додатково залученого капіталу за рахунок емісії привілейованих акцій:

$$ВВК_{пр} = \frac{Див_{прив} \times 100}{ВК_{пр} \cdot (1 - В_{пр})}$$

3. Вартість додатково залученого капіталу за рахунок емісії простих акцій:

$$ВВК_a = \frac{К - сть_{акц} \times Див_{прост} \times Темп_{приросту} \times 100}{ВК_a \cdot (1 - В_a)}$$

n, t

4. Банківський кредит:

$$ВВК = \frac{\% (1 - ПП)}{1 - В_k}$$

5. Вартість фінансового лізингу:

$$ВФЛ = \frac{(ліз\% - Норма_{аморт}) \cdot (1 - ПП)}{1 - В_{фл}}$$

$$ПП = 35\%$$

6. Товарний кредит:

$$ВТК = \frac{Знижка}{1 - Знижка} \cdot \frac{360}{t}$$

7. За 0% планової кредиторської заборгованості.

Схема 360

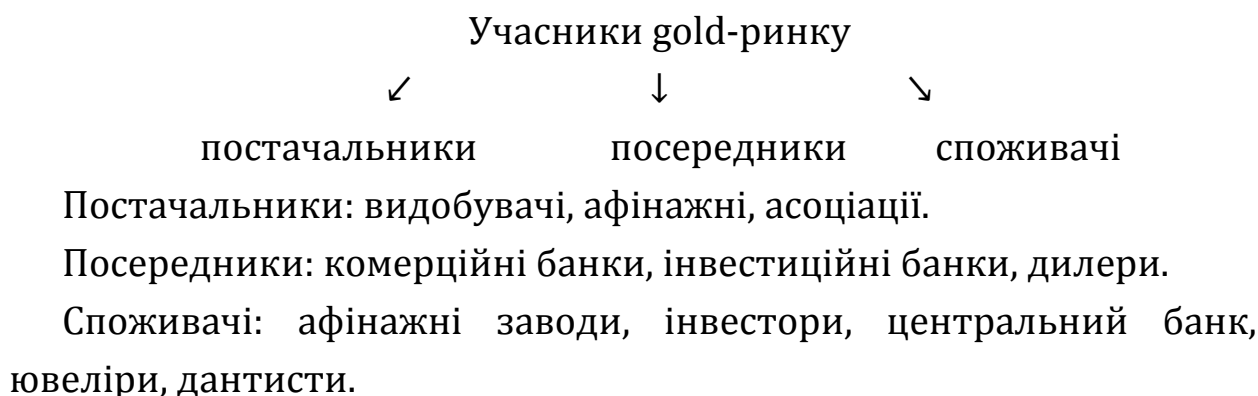


Схема 361

Об'єкти міжнародних інвестицій:

- золото-злитки;
- фінансові інструменти – gold-linked investment.

Схема 362

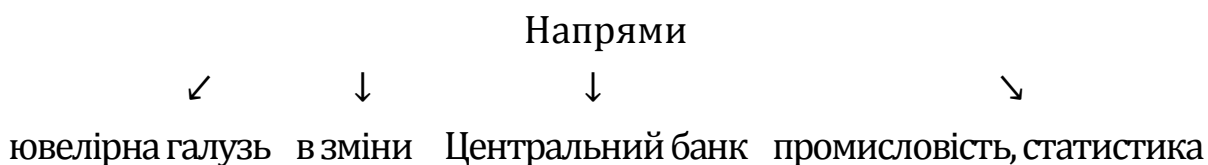


Схема 363

Золото неочищене → Афінажний завод (афінажер) → ринок → споживачі

Allocated – “з розміщенням” – метал-рахунок у банку

Unallocated - “без розміщення” – у тройських унціях, а не в злитках

Консцімаційний метод ⇒ оплата після поставки на склад підприємства

Схема 364

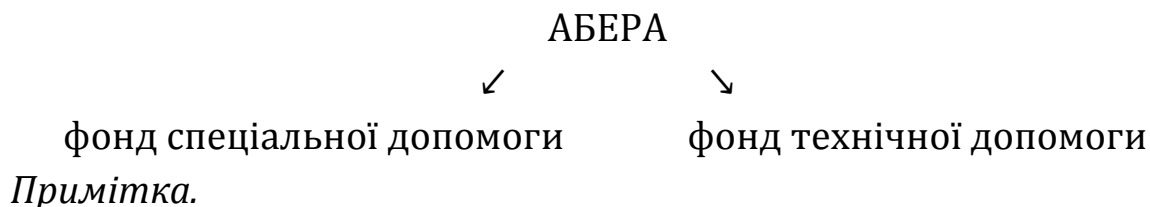
400-унційні злитки / золотий лінгтон → титр 995/1000

Фракціоновані лінгтони ⇒ 5, 10, 20, 25, 50, 100, 200, 500 і 1000 г

Асигнувати → виділяти гроші з цільовим призначенням.

Схема 365

АБЕРА 1973, Алжир – Банк арабського економічного розвитку Африки, штаб-квартира у Хартумі, входять 7 країн



Підвищення валютного курсу – абреціяція.

Ануїтет – отримувач ренти.

Схема 366

Розвиток кар'єри в організаціях міжнародних перевезень
(кадрове планування)

Кар'єра → успішне просування в службовій, науковій чи виробничій діяльності, в досягненні слави, більш високого статусу, влади, матеріальних цінностей.

Кар'єра → траєкторія свого руху

Кар'єра ↔ життєві цілі

Професійна ← Кар'єра → Внутрішньоорганізаційна

Схема 367

Кар'єра → суб'єктивне усвідомлення позицій й поведінки у сфері трудових відносин, пов'язаних з посадовим чи професійним підвищенням протягом трудового життя людини; самовираження, зміна навиків, знань.

Успіх у кар'єрі → просування від одної посади до вищої, суміжна професія, нові знання, досвід, навички.

Професійна кар'єра → підвищення знань, вмінь, навичок.

Схема 368

Стадії розвитку

Навчання → професійне зростання → підтримка індивідуальних професійних здібностей → вихід на пенсію

Схема 374

Strategy Pyramid (за Козаченком Г.В.)

Загальна стратегія → Корпоративна стратегія
Економічні і стратегічні плани → Бізнес-стратегія
Функції і підрозділи → функціональна стратегія

Схема 375

AOV-модель → вплив статевої ознаки на рівень безробіття

Схема 376

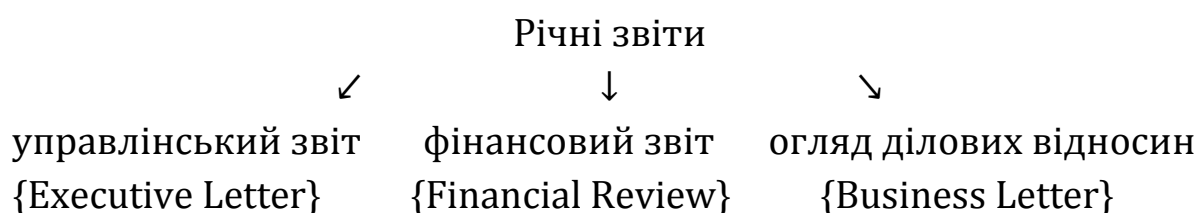


Схема 376

Технологія карток, пластикових:

Цех ламінації → цех імплантації з 4 шарів

Товщі – з полікарбонату – як на водійських правах

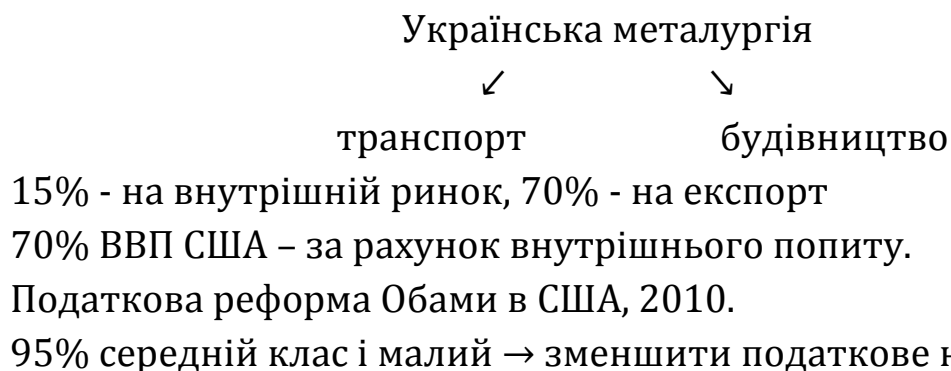
Приклади. Нью-Йоркська фірма добилась стабільного прибутку і постійну споживчу базу через раз в тиждень поставки солодоців (6 кексів з ревеля, полуничне печиво і т.д.) в середу.

Новокраматорський машинобудівний завод у 2009 році мав менший чистий прибуток на 24,5%, поставки в ФРН.

Алкідні фарби – для захисту металів від корозії.

Пластикові картки – з запахом chocolate, pomaranch, cytron.

Схема 377



Юань → в міжнародну торгівлю КНР

Аргентина – АЕС з 2012 в експлуатації біля Буенос-Айреса

1960, 10 вересня – у Багдаді, ОПЕК

1960, 10 вересня – у Білому морі в СРСР запускали 10 балістичних ракет з-під води

Найбільший стадіон з мембранним покриттям – у Мехіко “Аутеко”.

2010, вересень – за кількістю акції “Стирол” зросли на 17%.

Причини:

- 1) очікування;
- 2) дешевий газ;
- 3) аміачні добрива.

РОЗДІЛ 2
ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА КУРСУ “МІЖНАРОДНІ
ПЕРЕВЕЗЕННЯ В МІЖНАРОДНІЙ ЕКОНОМІЦІ”

Розрахунково-графічна робота
з дисципліни «Міжнародні перевезення в міжнародній
економіці» на тему: «Підготування та складання
конкурентного листа»

ЗМІСТ

Вступ.....

Коротка характеристика підприємства

Обґрунтування вибору запропонованого виду ЗЕО для ринку
конкретної країни

Визначення методу здійснення ЗЕО

Проробка базисних та валютно-фінансових умов поставки

Аналіз та проробка конкурентних матеріалів.....

Висновки

Список використаної літератури

Додатки.....

1. Вступ

Експорт передбачає продаж і вивезення товарів за кордон для передавання їх у власність іноземному контрагенту. Експортна операція вважається здійсненою, якщо товар після виконання митних формальностей та процедур, про які подані відомості до статистичного обліку, пропустили через митний кордон країни-контрагента. Як експорт може зараховуватись продаж товарів і послуг іноземним особам, фірмам, організаціям та спільним підприємствам без вивезення їх за кордон.

У міжнародній комерційній практиці використовують два основні методи здійснення експортних операцій: прямий та непрямий (посередницький).

Однак брак досвіду і криміналізація українських посередницьких структур, особливо в експорті сировинних товарів, поки що не дають змоги ринковому механізму оптимізувати кількість посередницьких ланок, що веде до підвищених витрат обігу, необґрунтованого збагачення посередників, що контролюють певні товарні потоки.

Важлива позитивна динамізуюча та навіть стабілізуюча роль експорту з особливою очевидністю проявилася в Україні в середині 90-х років. Тоді відбувалося щорічне зниження обсягів виробництва, погіршення практично всіх основних макроекономічних показників. І загальну ситуацію в буквальному сенсі врятувала позитивна динаміка експорту. Так, якщо в 1993 р. експортна складова ВВП становила 25,9 %, то в 1996 р. — уже 45,5 %. Традиційно основу українського товарного експорту становить продукція металургійної промисловості, машинобудування, хімічної та нафтохімічної промисловості, агропромислового комплексу, легкої, харчової і місцевої промисловості.

Найбільшими країнами-експортерами товарів і послуг на світовому ринку на сьогодні є США, Німеччина, Японія, Великобританія, Франція, Італія, Канада, Нідерланди та Бельгія, питома вага яких у світовому експорті перевищує 50%. Значно посилились позиції на світових ринках таких країн, як Китай, Гонконг, Південна Корея, Сінгапур, Мексика, Малайзія та Іспанія.

Авансові, або попередні, закупки є різновидом зустрічних закупок. Ці операції передбачають укладання основного контракту, за яким приблизно 50% вартості поставленого товару імпортер оплачує грошима, а ще 50% - зустрічною поставкою товарів. Але цю зустрічну поставку він здійснює авансом, попередньо, тобто до основної поставки.

Значення авансових закупок полягає в тому, що вони дають можливість експортеру спочатку одержати, наприклад, матеріали, комплектувальні вироби (зустрічна поставка), а потім виготовити товар та здійснити експортні поставки.

Контракти на основну поставку та на попередню поставку зв'язані між собою у такий спосіб, що закінчення виконання зобов'язань із зустрічної авансової поставки товарів є початком виконання зобов'язань по основній поставці.

У деяких випадках набір товарів, які поставляються за авансовими закупками, може бути довільним. Сторона, зацікавлена в продажу своїх товарів партнеру, спочатку закупає у нього якісь товари, після чого поставляє на цю суму свої товари.

Особливістю цих угод є те, що вони не передбачають юридичного оформлення. Експортер згоден купувати товари у імпортера у невстановленій кількості, причому ця частка стосовно експортної поставки часто перевищує 100%. Набір товарів, які поставляються за цими угодами, є довільним.

Багато країн Південно-Східної Азії, Африки та Південної Америки регламентували законодавчо обов'язковість зустрічних закупівель при імпорті у ці країни, в тому числі і авансових.

Перші диски і програвачі DVD (Digital Versatile Disc — цифровий багатоцільовий диск або Digital Video Disc — цифровий відеодиск) з'явилися в листопаді 1996 року в Японії, а через півроку, в березні 1997 року, в США. Єдиний стандарт DVD розробив консорціум з 10 компаній: Hitachi, JVC, Matsushita, Mitsubishi, Philips, Pioneer, Sony, Thomson, Time Warner та Toshiba. Вперше за історію формату тираж DVD-фільму перевищив мільйон копій у 1999 році, коли компанія Warner Home Video випустила «Матрицю», — 800 тис. дисків було продано протягом першого тижня. Отже, на сьогоднішній день DVD-плеєри користуються великим попитом на ринках багатьох країн світу.

2. Коротка характеристика підприємства

Згідно з Законом України "Про зовнішньоекономічну діяльність" №960-12 від 16.04.91 р. зі змінами та доповненнями, ТзОВ "Техніка для бізнесу", як юридична особа, що здійснює певні види зовнішньоекономічної діяльності, є суб'єктом ЗЕД та може самостійно у визначених законодавством межах здійснювати ЗЕД. Компанія «Техніка для бізнесу» є одним із основних імпортерів комп'ютерної техніки, зокрема ноутбуків, у західному регіоні України. Однак спектр послуг даної компанії не обмежується лише імпортними операціями.

"Ми пропонуємо найкращі продукти та обслуговування, а не компромісні рішення" – саме цей слоган є визначальним у діяльності компанії.

Історія компанії "Техніка для бізнесу" налічує 9 років. У липні 1997 року внаслідок злиття двох компаній - "БС" та "Квадрокомп", утворилась "Техніка для бізнесу".

"Техніка для бізнесу" стояла біля джерел формування українського ринку. За час діяльності компанія заслужено здобула імідж лідера і виробила власний стандарт обслуговування клієнтів.

На сьогодні "Техніка для бізнесу" - це найбільша ІТ-компанія Західного регіону України. Продукція компанії відповідає найвищим вимогам і стандартам. Діяльність компанії без перебільшення можна назвати успішною.

Профіль діяльності:

- Гуртова торгівля комп'ютерною та цифровою технікою;
- Експорт DVD-плеєрів;
- Комплексні інтегровані ІТ-послуги для бізнесу:
 - постачання комп'ютерів та офісної оргтехніки
 - встановлення офісних та відомчих АТС
 - проектування, монтаж структурованих кабельних систем
 - організація корпоративних мереж через Internet
- Сертифіковане виробництво комп'ютерів *Тескніс-РКО* ;
- Роздрібна торгівля через мережу магазинів "Комп'ютерний Всесвіт",

що налічує 11 магазинів у Львові, Луцьку, Тернополі, Франківську та Стрию.

Форма власності – колективна. Це власність, яка виникає на підставі добровільного об'єднання майна громадян і юридичних осіб для створення кооперативів, акціонерних товариств, інших господарських товариств і об'єднань, передачі державних підприємств в оренду, перетворення державних підприємств в акціонерні та інші товариства, безоплатної передачі майна державного підприємства у власність трудового колективу, державних субсидій, інших цивільно-правових угод. Право колективної власності здійснюють вищі органи управління власника. Власниками ТзОВ можуть бути також іноземці.

Форма підприємства – товариство з обмеженою відповідальністю. ТзОВ має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається Законом України "Про господарські товариства" та становить 100 мінімальних заробітних плат.

**Основні техніко-економічні показники діяльності ТЗОВ
"Техніка для бізнесу"**

№ з/п	Показники діяльності підприємства	Фактичні дані за періоди		
		2016	2017	2018
1	Валовий дохід, тис. грн.	5164,2	5346	5964,7
2	Балансовий прибуток, тис. грн.	763,7	802,6	854,4
3	Активи, тис. грн.	10538	10610	10788,9
4	Власний капітал, тис. грн.	2500	2500	2500
5	Кредиторська заборгованість, тис. грн.	100	100	111,6
6	Рентабельність власного капіталу, %	30,55	32,10	34,18
7	Рентабельність активів, %	7,25	7,56	7,92
8	Рентабельність виготовленої продукції, %	14,79	15,01	14,32
9	Капіталовіддача реалізованої продукції, %	198,62	205,62	228,39

Як видно з даних табл. 1, валовий дохід в 2018 р. збільшився на 618,7 тис. грн. в порівнянні з 2017 р., а порівняно з 2016 р. збільшився на 800,5 тис. грн..

Балансовий прибуток в 2017 р. був на 38,9 тис. грн. більший, ніж у 2016 р. і становив 802,6 тис. грн. В 2018 р. ця сума зросла до 854,4 тис. грн.

Вартість майна (активів) підприємства у 2018 р. зросла у порівнянні з 2017 р. на 178,9 тис. грн., а порівняно з 2016 р. – на 250,9 тис. грн.. За період з 2016 до 2018 р. вартість власного капіталу не змінилась і становила 2500 тис. грн..

Відбулося незначне збільшення кредиторської заборгованості на 11,6 тис. грн., що не є загрозою для підприємства, але вимагає уваги з боку керівництва (для попередження негативних тенденцій).

Рентабельність власного капіталу (коефіцієнт фінансової рентабельності, коефіцієнт ROE) характеризує ефективність використання підприємством власного капіталу (активів, створених за рахунок власних джерел фінансування). Як бачимо, рентабельність власного капіталу у 2018 році у порівнянні з 2017 роком зросла на 2,08%, що оцінюється позитивно.

Що стосується інших показників рентабельності, то в 2018 р. рентабельність активів зросла на 0,36% порівняно з 2016 р., що є позитивно; рентабельність виготовленої продукції у 2018 р. знизилась порівняно з 2016 р. на 0,47%.

Позитивним для підприємства є збільшення показника капіталовіддачі з 198,62% у 2016 р. до 228,39% у 2018 р.

Необхідність зовнішньоекономічної діяльності полягає в тому, що здійснюючи її, компанія розраховує на розширення виробництва і одержання прибутку. Кожну програму дій (стратегій) щодо проведення різних видів комерційних операцій, необхідно проаналізувати з точки зору очікуваних продажів, витрат, рівня рентабельності.

Для успішного здійснення зовнішньоекономічних операцій як їх учасник, підприємство повинно визначити найвигіднішу форму присутності на ринку будь-якої держави, тобто на основі аналізу основних видів комерційних операцій вибрати ту, яка б оптимально відповідала конкретній економічній ситуації.

Основні причини виходу підприємства на закордонні ринки наступні:

- посилення тиску конкурентів на внутрішньому ринку;
- активність закордонного конкурента, його успіхи на внутрішньому ринку, що приводить до витіснення національних підприємств із внутрішнього ринку;
- подолання залежності від внутрішнього ринку і диверсифікація ризику шляхом завоювання іноземних ринків;
- завантаження наявних виробничих потужностей по виробництву комп'ютерів;
- зниження витрат на зарплату, сировину, транспорт, зменшення податкових виплат, що досягається за рахунок використання іноземних ресурсів;
- використання державних програм сприяння, прийнятих в Україні або в країнах перебування;
- підвищення ефективності збутової діяльності шляхом посилення ринкових позицій на основі створення відділень, філій, дочірніх підприємств, розширення мережі сервісних пунктів;
- одержання доступу до ноу-хау при науковій кооперації з іноземними партнерами;
- продовження життєвого циклу продукту;
- зниження витрат за рахунок ефекту масштабу.

Відкриття чи утримання закордонного ринку має особливе значення, оскільки:

- існує стагнація на внутрішньому ринку;
- існують невикористані виробничі потужності;
- ринок має олігополістичну структуру і настає загострення конкуренції;
- іноземні ринки динамічно розвиваються;
- формуються інтегровані структури з метою створення спільного ринку.

У структуру компанії входять 12 авторизованих регіональних представництв. На території компанії розташований власний сервісний центр, який є авторизованим сервісом всесвітньовідомих виробників цифрової техніки, ноутбуків, серверів та ПК.

Основа успіху підприємства - високопрофесійний мотивований персонал, що любить свою роботу і дбає за честь компанії. 80 відсотків працівників мають вищу технічну освіту, в основному, це випускники Національного університету ім. І.Франка та НУ "Львівська політехніка".

"Техніка для бізнесу" постійно поновлює та розширює асортимент техніки та спектр послуг.

Сьогодні, окрім комп'ютерів та ноутбуків власного виробництва, "Техніка для бізнесу" представляє на ринку обладнання таких всесвітньовідомих виробників: IBM, Canon, Xerox, Cisco, ZCOM, Epson, APC, та інших, що підтверджується відповідними дипломами та сертифікатами.

Успішне партнерство з світовими ІТ-лідерами підтверджується статусами, наданими ними компанії "Техніка для бізнесу":

- HP partner;
- Intel partner;
- Microsoft partner;
- APC provicier.

Пропонуючи новітні сучасні технології, їх встановлення та обслуговування, компанія "Техніка для бізнесу" допомагає кожному з клієнтів стати сучаснішим та динамічнішим. Супроводжуючи комплексне технічне забезпечення клієнтів, компанія поширює та зміцнює свої позиції в галузі сучасних комп'ютерних технологій.

Навчання клієнтів, ознайомлення їх з новітніми технологіями та можливостями є одним з напрямків роботи компанії. Наші клієнти мають можливість відвідувати цікаві семінари з участю представників лідерів світового ІТ-ринку, а також періодично бувати у захоплюючих і водночас корисних з позиції підвищення кваліфікаційного рівня закордонних поїздках.

Серед українських клієнтів компанії: ЦМС, "Торгова компанія "Інтермаркет", корпорація "Еколан", корпорація "Пакко", СП "Росан", ТРК "Люкс", "Маяк", "Ріксос-Трускавець", "Укртелеком", "Укрпошта", Львівська Залізниця, "ІНСПЕ", "СофтСерв", "Галичина", "Дністер", "Електронбанк" та інші .

3. Обґрунтування вибору запропонованого виду ЗЕО для ринку конкретної країни

Таблиця 1

Оцінка привабливості країни з точки зору даного виду ЗЕО

№	Фактори , що визначають вибір виду ЗЕО	Характеристика фактору по країнах (так/ні, кількість балів, джерело інформації)		
		Росія	Болгарія	Польща
1.	Правова система - загального права; - цивільного права; - теократичного права	Загальне право (4)	Загальне право (3)	Загальне право (4)
2.	Митний режим країни можливого контрагента: <input type="checkbox"/> наявність СЕЗ (ВЕЗ); <input type="checkbox"/> високий або низький рівень мит (експ/імп); <input type="checkbox"/> наявність (відсутність) ліцензування та/або квотування; <input type="checkbox"/> необхідність зустрічних закупівель; <input type="checkbox"/> спеціальні вимоги сертифікації; <input type="checkbox"/> вимоги стандартів; <input type="checkbox"/> інші заходи "адміністративного протекціонізму"; <input type="checkbox"/> валютні обмеження; <input type="checkbox"/> вимоги до пакування та маркування; <input type="checkbox"/> "добровільне" обмеження експорту.	Реально працюють тільки дві – Калінінградська та "Находка". Обмеження незначні. Рівень мит досить низький. (5)	В Болгарії 7 ВЕЗ. Економіка Болгарії є відкритою. Регулювання зовнішньоекономічної політики зі сторони держави є незначне, тим самим митне регулювання не є надто жорстким. ISO 9001 (модель забезпечення якості в конструюванні,	В Польщі 14 ВЕЗ. Економіка Польщі є відкритою. Регулювання зовнішньоекономічної політики зі сторони держави є незначне, тим самим митне регулювання не є надто жорстким. ISO 9001 (модель забезпечення

Розділ 2

			інсталяції і обслуговуванні), ISO 9002 (у виробництві і інсталяції), ISO 9003 (в контролі, кінцевих дослідженнях), ISO 8402 (технологія) (4)	якості в конструюванні, інсталяції і обслуговуванні), ISO 9002 (у виробництві і інсталяції), ISO 9003 (в контролі, кінцевих дослідженнях), ISO 8402 (технологія) (5)
3.	<p>Наявність торгових договорів між Україною та країною можливого контрагента:</p> <p><input type="checkbox"/> про надання режиму найбільшого сприяння;</p> <p><input type="checkbox"/> про надання спеціального режиму;</p> <p><input type="checkbox"/> про надання національного режиму;</p>	<p>Протокол, підписаний між Україною та Російською Федерацією на виконання багатосторонньої Угоди про реекспорт товарів та порядок видачі дозволу на реекспорт від 15 квітня 1994 р. (5)</p>	<p>Наявні договори по багатьох галузях економіки, зокрема співпраця на макро- і мікрорівні. Протокол про поставки товарів та надання послуг, підписаний урядами України та Болгарії 11 березня 1993 р. на виконання Угоди між цими державами про торговельно-економічне співробітництво та платежі від 5 жовтня 1992 р. (4)</p>	<p>Укладена ціла низка торгових договорів між Україною і Польщею, це пов'язано зі вступом України до СОТ. Угода про створення зони вільної торгівлі у Центральній Європі, процес ратифікації якої наближається до завершення (3)</p>

Міжнародні перевезення в міжнародній економіці

4.	Участь країни можливого контрагента у міжнародних картельних або товарних угодах щодо товару-об'єкту майбутньої угоди;	-	-	-
5.	<p>Транспортні умови:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> наявність прямих рейсів; <input type="checkbox"/> тарифи лінійного судноплавства; <input type="checkbox"/> фрахтові ставки; <input type="checkbox"/> ступінь механізації вантажно-розвантажувальних робіт та зберігання вантажу; <input type="checkbox"/> ставки портових зборів; <input type="checkbox"/> правила та звичаї щодо приймання - здачі вантажу та ін. 	<p>Наявні прями рейси. Використання автомобільного транспорту. Ставки низькі. Усі інші умови встановлюються згідно з договором. (5)</p>	<p>Наявні прями рейси. В основному використовують автомобільний транспорт. Ставки низькі. Усі інші умови встановлюються згідно з договором. (3)</p>	<p>Наявні прями рейси. Необхідне використання кількох видів транспорту. Ставки високі. Усі інші умови встановлюються згідно з договором. (5)</p>
6.	<p>Умови платежу, які використовуються у країні можливого контрагента:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> умови розрахунків (готівка, аванс, кредит); <input type="checkbox"/> форми розрахунків (інкасо, акредитив, тощо); <input type="checkbox"/> валюта платежу; <input type="checkbox"/> засобу платежу (вексель, чек тощо); <input type="checkbox"/> вартість форми, терміни кредиту; <input type="checkbox"/> можливість отримання авансу , його вартість; 	<p>Розрахунки готівкою, з авансовими платежами. Також можливий кредит за договором. Використовують такі форми розрахунків, як акредитив та інкасо. Валюта платежу USD, EUR. Використання як векселів, так і чеків. (4)</p>	<p>Кредит при розрахунках не використовують. Допускається комбінований платіж. Акредитив та інкасо. USD, EUR Векселі. (3)</p>	<p>У договорах використовують усі види розрахунків, в т.ч. кредит з опціоном негайного платежу. Акредитив, інкасо, можливі відкриті рахунки. USD Векселі (5)</p>

Розділ 2

7.	Способи збуту, що застосовуються у країні можливого контрагента.	-	-	-
8.	Терміни поставки прийняті в країні контрагента.	Термін поставки оговорюються договором. Визначаються на основі консенсусу. (5)	Термін передачі товару покупцю розглядається як суттєва умова договору, порушення якої дає право покупцю на його розірвання. (3)	Терміни поставки вважаються важливим пунктом договору. Тенденція до скорочення терміну. (4)
9.	Наявність дилерської мережі або інших посередників.	Наявна розгалужена мережа посередників, яка функціонує ефективно. (4)	Число посередників обмежене. (3)	Дилерська мережа значно розвинута. (5)
10.	Рівень розвитку суміжних галузей економіки країни можливого контрагента з метою визначення перспектив розвитку виробничої чи іншої кооперації	Усі суміжні галузі економіки мають тенденцію до розвитку. (5)	Усі суміжні галузі економіки не досить розвинуті. (3)	Усі суміжні галузі економіки мають розвинуті. (5)
11.	Правові питання, відображені у законах країни контрагента: <input type="checkbox"/> про страхування; <input type="checkbox"/> що регулюють правове становище та діяльність фірм; <input type="checkbox"/> про охорону промислової власності; <input type="checkbox"/> про патентування винаходів; <input type="checkbox"/> про реєстрацію торгових знаків; <input type="checkbox"/> що регулюють способи розв'язків, суперечок, виникаючих при здійсненні ЗТО;	Обов'язкове страхування відповідальності. ЗЕД можуть здійснювати усі підприємства згідно наданої ліцензії. Інші аспекти вирішуються за домов-	Обов'язкове страхування відповідальності. ЗЕД можуть здійснювати усі підприємства згідно наданої ліцензії. Інші аспекти вирішуються за домов-	Обов'язкове страхування відповідальності. ЗЕД можуть здійснювати усі підприємства згідно наданої ліцензії. Інші аспекти вирішуються за домов-

Міжнародні перевезення в міжнародній економіці

		леністю між контрагентами згідно контракту, на основі міжнародного економічного права та контракту. (5)	леністю між контрагентами згідно контракту, на основі міжнародного економічного права та контракту. (5)	леністю між контрагентами згідно контракту, на основі міжнародного економічного права та контракту. (5)
12.	Існуючі у країні контрагента узанси (торгові звичаї);	Чітке обумовлення усіх умов договору, їх суворе дотримання, налагодження контактів особисто. (5)	Чітке обумовлення усіх умов договору, їх дотримання, налагодження контактів особисто. (4)	Чітке обумовлення усіх умов договору, їх суворе дотримання, налагодження контактів особисто. (5)
13.	Законодавчі акти, що стосуються: - способів розміщення імпорتنих замовлень, праці, наприклад, тільки через торги; - способів продажу, напр., експортної продукції, тільки через посередників торгової доми, тощо;	-	-	-
14.	Інше (що саме)	-	-	-
15.	Разом балів	47	35	46

Найбільш привабливою країною для експорту DVD-плеєрів є Росія.

4. Визначення методу здійснення ЗЕО.

Підприємство "Техніка для бізнесу" використовує непрямий, або посередницький метод здійснення експортних операцій, який передбачає продаж товарів через торгово-посередницьку ланку на підставі укладання спеціального договору з торговим

посередником, в якій передбачається виконання останнім певних обов'язків, пов'язаних з реалізацією товару продавця, за агентську, комісійну або іншу винагороду.

Підприємство "Техніка для бізнесу" використовує посередників:

—зниження витрат на реалізацію продукції або здійснення операцій з матеріально-технічного забезпечення виробництва;

—зниження рівня запасів готової продукції або необхідних матеріально-технічних ресурсів;

—зменшення кількості постачальницько-збутових операцій;

—дійового контактування зі споживачами або постачальниками

— банками, транспортними, складськими, експедиторськими, страховими фірмами, іншими суб'єктами сфери товарного обороту;

—досягнення високої оперативності реакції на зміни ринкової кон'юнктури;

—підвищення рівня конкурентоспроможності товарів;

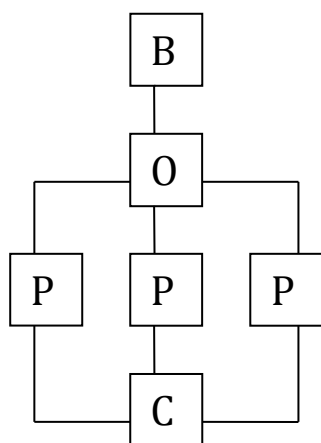
—забезпечення доступу до первинної ринкової інформації.

Визначення стратегії політики розподілу:

1) Цілі розподілу – проникнення на ринок.

2) Визначаємо метод збуту – через посередників.

3) Визначаємо кількість рівнів розподілу (дворівневий канал розподілу).



Довжина – 2;

Ширина I рівня 1;

Ширина II рівня 3.

Вид розподілу – селективний, коли фірма вибирає найкращих посередників.

Наше підприємство намагається поєднати контроль над каналом збуту, престижний образ і достатній обсяг продажу.

Основними інструментальними цінностями посередника є такі:

— партнерська позиція незалежного посередника стосовно контрагентів господарських зв'язків, яка полягає в рівноправності стосунків, урахуванні не тільки власних комерційних інтересів, а й потреб функціонування та розвитку як товаровиробників, так і споживачів продукції;

— творчий підхід до розв'язання проблем споживачів і товаровиробників, який полягає у пошуку найліпших варіантів і найдосконаліших способів такого розв'язання;

— оперативність, мобільність і своєчасність виконання посередницьких операцій, як головна передумова скорочення часу купівлі — продажу;

— активна політика, ініціативність та підприємливість у пошуку замовників своїх послуг;

— поінформованість про стан ринків виробництва та збуту продукції, перспективи їх розвитку, стан та динаміку потреб і попиту споживачів, стратегії і тактики товаровиробників тощо;

— спроможність надавати широкий спектр виробничих, інформаційних, транспортних, маркетингових та інших послуг, створювати відповідні постачальницько-збутові запаси;

— позитивний імідж;

— висока кваліфікація персоналу;

— прогресивна система менеджменту.

Концесіонер – це посередник в міжнародній торгівлі, зв'язок якого з експортером найбільш сильний. Як незалежний торговець він підписує зі своїм партнером контракт, який визначає умови

співробітництва, тобто їх взаємні зобов'язання протягом дії договору.

Підприємство "Техніка для бізнесу" вибрало концесіонера в якості посередника, оскільки він забезпечує наступні функції:

- торговельну – він має власний персонал і у разі необхідності допомагає експортеру залученням місцевої чи навіть регіональної реклами;

- технічну – він забезпечує після продажне обслуговування і поточний догляд;

- матеріально-технічного постачання – він фінансує запаси і кредит замовникам , і, крім того, розміщення товарів, що реалізуються.

Зі свого боку "Техніка для бізнесу" як постачальник-експортер приймає на себе зобов'язання щодо постачання у встановлені терміни, на найбільш сприятливих умовах щодо витрат на рекламу, на представництво на ярмарках і виставках; з надання всієї необхідної технічної допомоги.

5. Встановлення контактів з іноземним партнером.

Підприємство "Техніка для бізнесу" як експортер використовує такий спосіб встановлення контактів з контрагентом, як рекламні оголошення у засобах масової інформації. Воно розміщує рекламні оголошення у засобах масової інформації, направляє на адресу потенційних покупців каталоги, проспекти з товарами, що пропонуються, організовує і проводить рекламну кампанію на ринку країни-імпортера.

Процес розробки рекламної кампанії включає:

1. Визначення цілей і завдань рекламної кампанії.
2. Розробка рекламних звернень.
3. Вибір стратегії і тактики поширення рекламних звернень.
4. Контроль та оцінка ефективності рекламної кампанії.

З'ясувавши вид і цілі реклами, визначають ідеї звернення, тобто визначають основні мотиви, на які можна подіяти рекламою. Перш за все необхідно вибрати варіант звернення. Існує три

варіанти: на основі бажаності, виключності, правдивості. Фірма для реклами DVD-плеєрів використовує варіант бажаності

Наступне завдання рекламодавця – вибрати засіб розповсюдження для розміщення свого рекламного звернення. Вибір засобів для розміщення рекламного оголошення складається з таких етапів:

- прийняття рішення про широту охоплення засобів розміщення реклами, використання їх і силу впливу реклами;
- вибір конкретних носіїв реклами і показник вартості реклами в розрахунку на 1000 осіб;
- прийняття рішень про графік використання засобів реклами.

Переваги реклами для експорту:

- дуже добре підвищує рівень поінформованості споживачів про товар та загалом про фірму, оскільки дозволяє досить швидко звернутись до широкої аудиторії;

- повторюваність означає можливість ефективної реалізації необхідної концепції позиціонування відповідної торгової марки;

- може використовуватись для полегшення процесу продажу.

За її допомогою швидко відбувається "легалізація" компанії та її товарів у свідомості споживачів.

6. Проробка базисних та валютно-фінансових умов поставки.

FOB - Free On Board (... named port of shipment), тобто Франко борт

(... назва порту відвантаження).

Термін Франко борт означає, що продавець виконав постачання, коли товар перейшов через поручні судна в названому порту відвантаження. Це означає, що з цього моменту усі витрати і ризики чи втрати ушкодження товару повинні нести покупець. За умовами терміна FOB на продавця покладається обов'язок по митному очищенню товару для експорту. Даний термін може застосовуватися тільки під час перевезення товару морським чи внутрішнім водним транспортом. Якщо сторони не збираються

поставити товар через поручні судна, варто застосовувати термін FCA.

FOB: очистка для вивезення – продавець; очистка для ввезення – покупець.

При експорті продукції для продавця доцільна умова FOB – "вільний на борту судна", де продавець знімає з себе ризик загибелі або пошкодження товару, відповідно, з моменту його навантаження на судно або передачі перевізнику. Крім того, продавець одержує платіж задовго до одержання покупцем відправленого йому товару. Проте при продажу на умовах FOB досить складно доставити вантаж у строк появи судна на причалі і продавцю доводиться ризикувати та нести втрати під час складування вантажу у порту очікування судна.

Перевагою для ТзОВ "Техніка для бізнесу" є те, що починаючи зі стивідорських витрат з розміщення вантажу у трюмах судна – штивки, покупець має нести усі витрати та ризики загибелі чи пошкодження товару. Цей базис використовується при перевезенні вантажу водним видом транспорту – морським.

Використовуємо варіант FOB stowed – із навантаженням. У цьому випадку продавець ТзОВ "Техніка для бізнесу", крім усіх формальностей у порту відправлення забезпечує за свій рахунок навантаження та розміщення товару у трюмі та на палубу судна.

ЗЕО реалізується в наступні етапи:

1. Підготування ЗЕО.

1.1. Маркетингове дослідження зовнішнього ринку.

На ринку представлені два типи плеєрів. Перший — масові DVD-плеєри з виходом HDMI та масштабуванням звичайного відеосигналу до стандарту HD (висока роздільна здатність, 720 на 1080 рядків). Другий тип — HD-плеєри (Blu-ray або HD DVD), що відтворюють диски з відео високої чіткості. HDMI-моделі займають 15-20% продажу — попит на них формується за рахунок зростання популярності рідкокристалічних і плазмових телевізорів.

Зараз Blu-ray-диски продається більше, ніж HD DVD. Хоча ще торік низькі ціни на плеєри та оптичні носії HD DVD дозволили пристроям цього формату посісти лідируючі позиції на ринку. За перші три квартали 2017-го Toshiba поставила на 64% більше HD DVD, ніж усі виробники Blu-ray, дані DisplaySearch. За словами аналітиків, рік тому ринок обладнання Blu-ray, по суті, був представлений одним пристроєм — гальною консоллю Sony PlayStation 3, на яку за 9 місяців 2017-го припало 97% загальносвітових поставок приводів Blu-ray. Однак Sony вдалося стати лідером на найбільшому ринку домашнього відео та гральних приставок у США. З 1 січня по 30 вересня минулого року там було продано 2,6 млн. Blu-ray-дисків проти 1,4 млн. HD DVD.

Суперництво Sony і Toshiba не сприяло популяризації відео високої чіткості. Споживачі не поспішали купувати дорогий пристрій, що підтримує HD DVD або Blu-Ray, позаяк один з форматів у будь-який момент міг опинитися у програшному становищі. Виняток — любителі відеоігор. Зараз найкраще розпродуються гральні пристрої HD DVD, які додаються до приставки Microsoft Xbox 360, і Blu-Ray — до Sony Playstation 3. Приміром, Sony разом з гральними приставками продала понад 6 млн. Blu-ray-плеєрів.

1.2. Пошук, вибір та встановлення контакту із закордонним партнером.

Підприємство "Техніка для бізнесу" як експортер використовує такий спосіб встановлення контактів з контрагентом, як рекламні оголошення у засобах масової інформації. Партнером компанії "Техніка для бізнесу" є фірма "Beta" Лтд.

1.3. Аналіз та проробка конкурентних матеріалів, складання конкурентного листа, розрахунок експортних цін.

1.4. Проробка базисних умов контракту.

Використовується базисна умова поставки (згідно Incoterms 2000) FOB

1.5. Проробка валютно-фінансових умов контракту.

Валюта ціни і валюта платежу – грн. Діапазон можливої зміни курсу валюти платежу – 0,7%. Як форма розрахунків використовується відкличний акредитив. Банк імпортера - "ОТР-Bank" (банк-емітент). Імпортер –"Beta" Лтд. Банк експортера – АК "Електронбанк".

1.6. Техніко-економічне обґрунтування ЗЕО.

1.7. Підготовка проекту контракту.

2. Укладання ЗТК.

2.1. Проведення попередніх переговорів.

2.2. Складання протоколу про наміри та попереднього контракту.

2.3. Складання та підписання ЗТК про експорт DVD-плеєрів.

3. Організація контролю, виконання та припинення зовнішньоторговельного контракту.

3.1. Виконання контрактних зобов'язань з поставки товарів.

3.2. Контроль за виконанням контрактних зобов'язань.

3.3. Розгляд можливих претензій та рекламацій з експорту.

3.4. Способи та порядок припинення ЗТК.

Митні органи виконують у ЗЕО наступні функції: митне оформлення DVD-плеєрів; свідоцтво про визнання підприємства декларантом.

Валюта ціни і валюта платежу одна – грн., що не дозволяє знижувати ризики зміни валютних курсів. В нашому випадку валюта ціни і валюта платежу є слабка і це вигідно для імпортера, оскільки в майбутньому необхідно буде витратити менше ресурсів для розрахунку.

Валютні застереження (зсування строків платежів):

- валютно-товарні застереження (ціна аналогічних товарів та угод);

Наприклад, ціна DVD-плеєра Ergo TF-DVD1198TV становить 236,00\$.

- включення можливих збитків в ціну;

Передбачено діапазон можливої зміни курсу валюти платежу – 0,7%, що буде враховано при аналізі конкурентних матеріалів.

- форвардні, опціонні, дисконтні, факторингові операції.

Спосіб платежу – готівка. Способи переконання контрагента у своїй надійності і серйозності намірів – кредит або аванс – не використовуються.

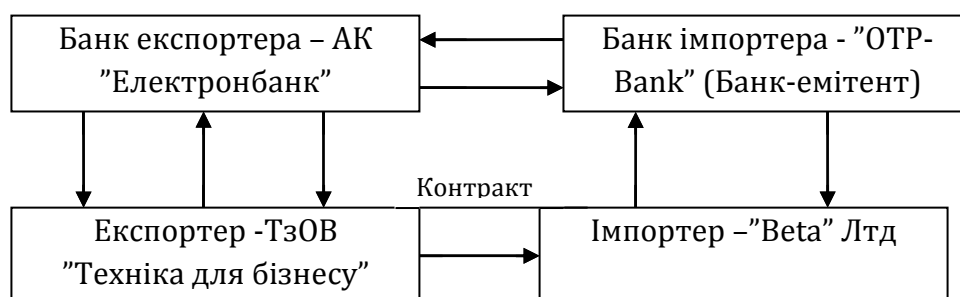
При платежах готівкою для страхування від непоставки товару експортером використовується банківська гарантія поставки. За її виставлення банк збирає комісію, розмір якої залежить від багатьох чинників. Важлива вимога до гарантій полягає в тому, що її повинен надати першокласний солідний банк.

Експортеру ТзОВ "Техніка для бізнесу" більш вигідно скористатися акредитивною формою розрахунків, ніж банківською гарантією платежу.

Акредитив – це послуга банку, яка передбачає видачу товаророзпорядчих документів імпортеру при підтвердженні факту оплати за контрактом.

Відкличний акредитив – це акредитив, який може бути в будь-який час зміненим або відкликаним (анульованим) банком-емітентом за дорученням імпортера, який доручив банку-емітенту відкрити цей акредитив, без обов'язкового повідомлення бенефіціара.

Акредитив відкриває імпортер - фірма "Beta" Лтд.



1. Імпортер "Beta" Лтд формулює умови для здійснення платежу;

2. Банк імпортера "ОТР-Bank" відкриває акредитив, пересилаючи банку продавця повідомлення про його відкриття та одночасно зазначаючи умови, які повинен виконати експортер для одержання платежу;

3. Банк АК "Електронбанк" інформує експортера про умови акредитиву;

4. Експортер ТзОВ "Техніка для бізнесу" порівнює умови з контрактом:

4а. Експортер ТзОВ "Техніка для бізнесу" відправляє товар (DVD-плеєри) на адресу покупця;

4б. Експортер ТзОВ "Техніка для бізнесу" передає до банку АК "Електронбанк" необхідний комплект документів;

5. Банк АК "Електронбанк" перевіряє документи, тому що він несе підвищену відповідальність перед покупцем:

5а. Банк АК "Електронбанк" здійснює переказ платежу на рахунок продавця, якщо документи відповідають інструкції;

5б. Банк АК "Електронбанк" скеровує документи банкові імпортера "ОТР-Bank".

6. Імпортер "Beta" Лтд отримує товаророзпорядчі документи.

В нашому випадку використовується акредитив, оскільки між постачальником і покупцем немає постійних господарських зв'язків.

Для ТзОВ "Техніка для бізнесу" як для експортера акредитивна форма розрахунків надійна, порівняно проста і приваблива, оскільки гарантує оплату. Покупцеві "Beta" Лтд розрахунки з використанням акредитива не вигідні, бо на певний час кошти вилучають з обороту, що погіршує фінансовий стан підприємства.

Розподіл витрат за відкриття акредитиву між сторонами угоди встановлюється під час переговорів та залежить від їхніх позицій. Покупець, зважаючи на те, що кон'юнктура ринку складається на його користь, може намагатися покласти ці витрати на продавця. Продавець же, враховуючи надійність акредитивної форми оплати, у разі непоступливості покупця, може і прийняти їх

на себе. На практиці частіше комісію за відкриття акредитиву сторони ділять навпіл.

Переваги розрахунків за акредитивом для експортера:

- акредитив усуває ризик неплатежу з боку покупця, оскільки платіж проти документів гарантується банком-емітентом. Підтверджений акредитив додає експортерові гарантії платежу з боку ще одного банку;
- платіж за акредитивом на користь експортера відбувається швидше, ніж одержання платежу експортером за інкасо;
- авізування акредитива через банк захищає експортера від підроблень і фальшивих акредитивів;
- акредитив може бути використаний як база для зовнішньоекономічного кредитування експортера;
- використовуючи акредитивну форму розрахунків, експортер має змогу звести до мінімуму ризики, зумовлені його недостатньою обізнаністю з особливостями нового зарубіжного ринку продукції, репутацією контрагента;
- експортер вільний від будь-яких зобов'язань до моменту, поки сам не вирішить скористатися виставленим акредитивом.

7. Аналіз та проробка конкурентних матеріалів.

I. Вихідна інформація.

1. Пропонується у 2019 р. експорт з України за кордон 2770 одиниць DVD-плеєрів моделі Pioneer DV-610AV-K на умовах "FOB порт Одеса", оплата - готівкою, банківська гарантія поставки, валюта ціни - UAH.
2. Цінова політика експортера - "орієнтація на конкурентів", і тому як база для порівняння відібрані наступні конкурентні матеріали (джерела інформації) на аналогічні вибори:
 - **ЗТК**, укладений 20.03.2016 р. (зі строком поставки у 2017 р.) українською фірмою "Техніка для бізнесу" з фірмою-покупцем "Beta" (Росія) на продаж на умовах "FOB порт Бостон" 2770 DVD-плеєрів Pioneer DV-610AV-K за ціною 1805,05 UAH. Платіж

- банківська гарантія поставки, готівка, відкличний акредитив;
- **пропозиція** німецької фірми "Fahrenheit", отримана іншою українською фірмою "DVD-всесвіт" 4.08.2016 р. на продаж 550 DVD-плеєрів Fahrenheit DVT-657 на умовах "DAF кордон Німеччини" з поставкою у 2017 р. Ціна пропозиції - 184,46 EUR. Платіж: аванс - 25% (2018 р.), інкасо - 40% (2019 р.), розстрочка - 35% на 4 роки при 7% вартості кредиту (2019 р.);
- **прейскурант** англійської фірми "BBK" від 5.09.2018 р., в якому наведені дані про продаж на умовах "EXW склад продавця у Лондоні" 1100 DVD-плеєрів BBKDV917HD за ціною 178,19 GBR. Платіж - готівка, інкасо. Платіж: аванс - 10% (2018 р.), інкасо - 50% (2019 р.), розстрочка - 40% на 3 роки при 6% вартості кредиту (2019 р.). Поставка у 2019 р.

II. Введення поправок на комерційні умови.

1. Зведення цін до єдиної валюти (C_t).

Усі ціни конкурентних матеріалів перераховуються у валюту ціни майбутнього контракту – це UAH) за курсом кожної конкретної валюти до UAH на дату конкурентного або довідкового матеріалу. **Для комерційної пропозиції** фірми "Fahrenheit" – це дата пропозиції, яка пролонгована на зазначений у ній термін поставки товару (2018); **для контракту**, який не передбачає ковзних цін, - дата поставки (2017); **для прейскурантів** – це кінцева дата дії самого прейскуранта, яка зазначена на ньому (2019).

Для Pioneer DV-610AV-K діапазон зміни курсу валюти платежу 0,7%. Тому:

$$1805,05 * 1,007 = 1817,69 \text{ UAH.}$$

Для Fahrenheit DVT-657 курс перерахунку становить 12,20 UAH за 1 EUR. Також враховано діапазон зміни курсу валюти платежу 0,4% і можливостей використання валюти ціни. Отже:

$$184,46 * 12,20 * 1,004 * 1,04 = 2349,79 \text{ UAH.}$$

Для BBKDV917HD курс перерахунку становить 13,02 UAH за 1 EUR. Також враховано діапазон зміни курсу валюти платежу 0,3% і

можливостей використання валюти ціни. Отже:

$$178,19 \cdot 13,02 \cdot 1,003 \cdot 1,03 = 2443,34 \text{ UAH.}$$

2. Зведення цін за строками угоди ($C_{\text{пл}}$).

Ціни конкурентних та довідкових матеріалів, перераховані у валюту ціни майбутньої угоди, зводять до терміну передбачуваної угоди із врахуванням можливих змін цін (під впливом подорожчання товарів, світової інфляції тощо) у періоди, які пройшли з дати конкурентного або довідкового матеріалу, до планованої дати підписання майбутнього контракту. Для цього використовуємо **індексний ряд цін** на DVD-плеєрів, які офіційно публікуються у національних довідниках країн конкурентних матеріалів та у довідниках ООН.

Індекс зміни ціни на Pioneer DV-610AV-K становить 0,95. Тому:
 $1817,69 \cdot 0,95 = 1726,80 \text{ UAH.}$

Індекс зміни ціни на Farenheit DVT-657 становить 0,96. Тому:
 $2349,79 \cdot 0,96 = 2255,80 \text{ UAH.}$

Індекс зміни ціни на BBKDV917HD становить 0,94. Тому:
 $2443,34 \cdot 0,94 = 2296,74 \text{ UAH.}$

3. Зведення цін по базисних умовах поставки (поправка k_1).

Хоча ціни на умовах FOB та DAF можуть не співпадати, для спрощення розрахунку вони приймаються однаковими. Врахуємо вартість транспортування до кордону 1%.

Ціна "EXW склад продавця" збільшується на 5% - на вартість пакування, маркування та транспортування до кордону (порту) країни продавця – Великобританії).

4. Зведення цін по кредитних умовах (умовах платежу готівкою) (поправка k_2).

У методику зведення цін по кредитних умовах закладений принцип визначення цін конкурентних та довідкових матеріалів, якщо б їх угоди передбачали платіж готівкою.

Для Pioneer DV-610AV-K вартість акредитиву 0,8%, а вартість банківської гарантії поставки 8% за рік. Тому:

$$K_2 = 1,008 \cdot 1,08 = 1,089.$$

У нашому випадку поправка на умовах платежу за Fahrenheit DVT-657 розраховується за формулою визначення коефіцієнта кредитного впливу $K_{кр}$):

$$K_2 = K_{кр} = \sum_{i=1}^n d_i (1+b)^{n_i} + R(1+b)^{n_k} \left[\frac{r}{b} + \left(1 - \frac{r}{b} \cdot c \right) \right] =$$

$$= 0,25(1+0,1)^1 + 0,4(1+0,1)^0 + 0,35(1+0,1)^0 \left[\frac{0,07}{0,1} + \left(1 - \frac{0,07}{0,1} \cdot 0,847 \right) \right] = 1,062.$$

де d_i - окремі (і-ті) некредитні платежі за товар у ціні;

$d_{ab}=0,25$ - частка авансу;

$d_{ін}$ - частка інкасо;

n_i - різниця у роках між роком зведення ціни та роком чергового і-го платежу;

$n_{ab}=1$ - різниця у роках між роком платежу авансу (2018) та роком зведення (2019);

$n_{ін}=0$ - те ж саме для платежу інкасо;

$R=0,35$ - частка кредитованої частини платежу;

$n_k=0$ - пільговий термін відтермінування початку погашення кредиту від дати завершення поставки товару у роках;

$b=0,1$ - банківський відсоток, спрогнозований на період кредиту за майбутнім контрактом, або який діяв під час кредиту, наданого конкурентами;

$r=0,07$ - вартість кредиту (річний відсоток за наданий товарний кредит);

$c=0,847$ - береться із таблиці 2.3., у якій "с" розраховано для різних сполучень значень банківського відсотку ($b=10\%$) та термінів надання кредиту ($t_{кр}=4$ роки).

Поправка на умовах платежу за ВВКDV917HD розраховується за формулою визначення коефіцієнта кредитного впливу $K_{кр}$):

$$\hat{E}_2 = \hat{E}_{\hat{ED}} = \sum_{i=1}^n d_i (1+b)^{n_i} + R(1+b)^{n_k} \left[\frac{r}{b} + \left(1 - \frac{r}{b} \cdot c \right) \right] =$$

$$= 0,1(1+0,1)^1 + 0,5(1+0,1)^0 + 0,4(1+0,1)^0 \left[\frac{0,06}{0,1} + \left(1 - \frac{0,06}{0,1} \cdot 0,891 \right) \right] = 1,036.$$

де d_i - окремі (і-ті) некредитні платежі за товар у ціні;

$d_{ab}=0,1$ - частка авансу;

$d_{ін}$ - частка інкасо;

n_i - різниця у роках між роком зведення ціни та роком чергового i -го платежу;

$n_{ab}=1$ - різниця у роках між роком платежу авансу (2018) та роком зведення (2019);

$n_{ін}=0$ - те ж саме для платежу інкасо;

$R=0,4$ - частка кредитованої частини платежу;

$n_k=0$ - пільговий термін відтермінування початку погашення кредиту від дати завершення поставки товару у роках;

$b=0,1$ - банківський відсоток, спрогнозований на період кредиту за майбутнім контрактом, або який діяв під час кредиту, наданого конкурентами;

$r=0,06$ - вартість кредиту (річний відсоток за наданий товарний кредит);

$s=0,891$ - береться із таблиці 2.3., у якій "с" розраховано для різних сполучень значень банківського відсотку ($b=10\%$) та термінів надання кредиту ($t_{кр}=3$ роки).

5. Зведення по кількості (поправка кз).

Це зведення враховує обсяг проданого чи закупленого товару порівняно із планованими умовами майбутньої угоди. При цьому до уваги беруться **два фактори**:

- 1) враховується зниження або зріст витрат виробництва з боку продавця при збільшенні або зменшенні кількості товару, що поставляється (ефект масштабу). При торгівлі продукцією, що випускається серійно, різниця у витратах виробництва незначна і її можна не враховувати, а знижка на великий обсяг замовлення залежить від виду товару і може досягати 10%. При торгівлі продукцією індивідуального виробництва різниця у витратах виробництва на одиницю продукції буде значною і знижка може становити 20-30%.
- 2) комерційна зацікавленість продавця у збільшенні обсягу продажу, яка виявляється у його готовності надати знижку з

ціни. Комерційні знижки для DVD-плеєрів становлять: при замовленні більше 100 одиниць – 1 %, більше 500 – 5%, більше 1000 – 10 %.

Отже, для Pioneer DV-610AV-K знижка становить 1% та 5% відповідно; для BBKDV917HD 1% та 10% відповідно.

Для Pioneer DV-610AV-K та BBKDV917HD передбачені можливості економії на гурті (поправки 0,94 та 0,89 відповідно).

6. Зведення ціни на уторгування (поправка K_4).

Для Pioneer DV-610AV-K знижка дорівнює нулю, оскільки джерелом інформації є контракт. Для Farenheit DVT-657 знижка прийнята у розмірі 10%, виходячи із практики зовнішньоторгових фірм, оскільки дані по фактичних розмірах знижок, які надаються цією фірмою, відсутні.

Для BBKDV917HD знижка з преїскурантної ціни, за повідомленнями фірми "ВВК", дорівнює 40%.

7. Зведення цін на технічні гарантії (поправка K_5).

У міжнародній практиці на побутові прилади тривалого користування надається **гарантія 12-15 місяців з дати поставки або 6 місяців з моменту початку експлуатації**. Будь-яке збільшення строку гарантії - це додаткові витрати для постачальника, розмір яких він визначає в залежності від виду товару.

8. Ціна, зведена за комерційними умовами (C_k).

Ця ціна дорівнює ціні, зведеній за строком поставки ($C_{пл}$), помноженій на добуток усіх попередніх поправок ($K_1 \cdot K_5$).

III. Введення поправок на технічні характеристики.

Це зведення повинно зменшувати ціну товару по конкурентному або довідковому матеріалу, зведену за комерційними умовами, на оцінену величину його технічних переваг порівняно з характеристиками товару, який буде об'єктом майбутнього контракту, та збільшувати ці ціни - при технічних

перевагах товару, який буде закуповуватись чи продаватись за майбутнім контрактом.

Величини поправок розраховуються комерсантами, технічними спеціалістами та товарознавцями з урахуванням відмінностей у потужності, надійності, продуктивності, екологічності, енергоспоживанні, дизайні та інших показниках - для DVD-плеєрів.

Зведення ціни на комплекс технічних показників (K_T).

Зміст поправок на порівняння технічних характеристик залежить від виду товару: **для DVD-плеєрів** – на потужність, енергоспоживання, продуктивність, дизайн та інші показники, які найповніше характеризують споживчі властивості товару.

IV. Повне зведення ціни за комерційними умовами та технічними характеристиками) ($C_{зв}$).

Для повного зведення ціни товару кожного конкурента ціну зі знижками, яка враховує комерційні умови та комплектацію кожного конкурента ($C_{кк}$), множать на величину сумарних поправок за техніко-економічними показниками (K_T).

V. Вибір та зведення ціни.

Ціни майбутніх експортних та імпорتنих угод формуються на основі остаточних зведених цін конкурентів.

Для експортних операцій оптимальним рівнем ціни на ринках з відносно невеликою конкуренцією прийнято вважати середнє значення із зведених цін конкурентів. При підготовці пропозиції на міжнародні торги слід орієнтуватись на мінімальну із цін конкурентів та додатково зменшувати її на 3-5%, як необхідну, але недостатню умову для отримання замовлення. Експортна ціна при виході на ринок з товаром, який ще не має репутації, не відрізняється якістю і відносно якого не завжди дотримуються строки поставки, на практиці часто встановлюється коригуванням мінімальної ціни з конкурентних матеріалів у бік її зниження. Для ринків з відносно високою конкуренцією використовують мінімальну із зведених цін конкурентів.

У нашому випадку вибрана та затверджена ціна, розрахована як середнє значення із зведених цін конкурентів - 1393,45 UAH.

VI. Складання конкурентного листа.

Усі поетапно зведені дані та поправочні коефіцієнти вносять у конкурентний лист, який подають на затвердження *генеральному директору або його заступнику*. Конкурентний лист наведений у таблиці 3.

7. Висновки.

У нашому прикладі вибрана та затверджена ціна, розрахована як середнє значення із зведених цін конкурентів – 1393,45 UAH.

Визначений таким способом рівень ціни має оціночний характер. Остаточна ціна встановлюється у процесі переговорів методом уторгування, який полягає у тому, що контрагенти взаємно враховують аргументи відносно рівня ціни і вносять у нього відповідні зміни. Розуміючи невідворотність уторгування цін, а також відносну точність розрахунку зведеної ціни, експортери називають у своїх офертах (пропозиціях) та на початку переговорів завищені (порівняно із розрахованими) ціни, а імпортери, навпаки, - занижені. Коли взаємні об'єктивні аргументи вичерпані, різницю, що залишилась, сторони ділять навпіл.

Алгоритм реалізації ЗЕО:

1. Підготування ЗЕО.

1.1. Маркетингове дослідження зовнішнього ринку.

На ринку представлені два типи плеєрів. Перший — масові DVD-плеєри з виходом HDMI та масштабуванням звичайного відеосигналу до стандарту HD (висока роздільна здатність, 720 на 1080 рядків). Другий тип — HD-плеєри (Blu-ray або HD DVD), що відтворюють диски з відео високої чіткості. HDMI-моделі займають 15-20% продажу — попит на них формується за рахунок зростання популярності рідкокристалічних і плазмових телевізорів.

1.2. Пошук, вибір та встановлення контакту із закордонним партнером.

Підприємство "Техніка для бізнесу" як експортер використовує такий спосіб встановлення контактів з контрагентом, як рекламні оголошення у засобах масової інформації. Партнером компанії "Техніка для бізнесу" є фірма "Beta" Лтд.

1.3. Аналіз та проробка конкурентних матеріалів, складання конкурентного листа, розрахунок експортних цін.

1.4. Проробка базисних умов контракту.

Використовується базисна умова поставки (згідно Incoterms 2000) FOB

1.5. Проробка валютно-фінансових умов контракту.

Валюта ціни і валюта платежу – грн. Діапазон можливої зміни курсу валюти платежу – 0,7%. Як форма розрахунків використовується відкличний акредитив. Банк імпортера - "ОТР-Bank" (банк-емітент). Імпортер – "Beta" Лтд. Банк експортера – АК "Електронбанк".

1.6. Техніко-економічне обґрунтування ЗЕО.

1.7. Підготовка проекту контракту.

2. Укладання ЗТК.

2.1. Проведення попередніх переговорів.

2.2. Складання протоколу про наміри та попереднього контракту.

2.3. Складання та підписання ЗТК про експорт DVD-плеєрів.

3. Організація контролю, виконання та припинення зовнішньоторговельного контракту.

3.1. Виконання контрактних зобов'язань з поставки товарів.

3.2. Контроль за виконанням контрактних зобов'язань.

3.3. Розгляд можливих претензій та рекламацій з експорту.

3.4. Способи та порядок припинення ЗТК.

8. Список використаної літератури.

1. Дэниелс Джон Д., Радеба Ли Х. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции/ пер. с англ., 6-е изд. М.: Дело ЛТД, 1994.

2. Козик В. В., Панкова Л. А. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. - Львів: ДУ "Львівська політехніка", 1997.
3. Козик В. В., Панкова Л. А., Карп'як Д. С. Зовнішньоекономічні комерційні операції та контракти. Навчальний посібник. - Львів: Оксарт, 1998.
4. Контракты международной купли-продажи / сост. В. А. Дьяченко.- К.: УМУ «Бета», 1991.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга / пер. с англ.; общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Пеньковой. -М. : «Прогресс», 1990.
6. Митрович Б. Т. Рекламации в международной торговле. М.: Юридическая литература, 1991.
7. Покровская В. В. Международные коммерческие операции и их регламентация. Внешнеторговый практикум. М.: ИНФРА, 1996.

**Індивідуальна робота
з курсу «Митна справа і страхування
зовнішньоекономічних перевезень»**

1. Страхування лізингу. Предмет лізингу може бути застрахований від ризиків втрати (загибелі), недостачі або пошкодження з моменту постачання майна продавцем і до моменту закінчення терміну дії договору лізингу, якщо інше не передбачене договором. Сторони, виступаючі як страхувальник і вигодонабувача, а також період страхування предмету лізингу визначаються договором лізингу.

Договір страхування лізингових операцій укладається за участю трьох сторін: страхової компанії, власника (банку) та лізингоодержувача, при цьому останній виступає як страхувальник (із відповідною сплатою страхових внесків), а банк – як застрахований, або правонаступник.

Що стосується страхування предмета лізингу, то відповідно до ст. 13 Закону про фінансовий лізинг витрати на страхування об'єкта лізингу або пов'язані з виконанням договору фінансового лізингу ризиків, несе лізингоодержувач, якщо інше не встановлено договором. Однак з огляду на пп. 5.4.6 Закону про прибуток, і відсутність права власності на майно, отримане у фінансовий лізинг, можна вважати питання віднесення витрат орендаря, понесених ним у випадку страхування орендованого майна, до валових витрат неоднозначним і ризикованим.

У випадку страхування орендованого державного або комунального майна орендарем, ДПА України визнає можливість віднесення таких витрат до валових згідно із пп. 5.4.6 Закону про прибуток. Висновок ДПА ґрунтується на тому, що відповідно до п. 1 ст. 10 Закону України «Про оренду державного та комунального майна» від 10 квітня 1992 р. № 2269-XII (з наступними змінами та доповненнями), однією з істотних умов договору оренди державного або комунального майна є страхування орендарем взятого ним в оренду майна. Закон про фінансовий лізинг є також спеціальним законом, у якому передбачена ст. 13, що зобов'язує застрахувати предмет лізингу орендарем. Крім того, закріплення обов'язків щодо страхування майна можна віднести до істотних

умов договору фінансового лізингу. Однак ризик відносно невизнання таких витрат при тлумаченні Закону про прибуток є значним. Тому доцільно передбачити в договорі фінансового лізингу страхування майна за рахунок лізингодавця.

Для багатьох привабливим є те, що при лізингу оформлення, доставка, страхування беруть на себе лізингові компанії. Щоб лізинг розвивався, необхідна стійка економічна ситуація в країні, але в першу чергу – зниження процентної ставки.

Об'єктами лізингу можуть бути:

- Нерухоме майно: складські приміщення, овочесховища, елеватори, торговельні об'єкти, будівлі, спорудження підприємств всіх видів промисловості.

- Рухоме майно: стандартне або унікальне устаткування (як виробниче, так і технологічне), комунально-побутове устаткування, дорожній транспорт (автомобілі, причепа), повітряний і морський транспорт, контейнери, інші транспортні засоби (вагони, локомотиви і ін.), технічно справні засоби електронної, копіювальної, обчислювальної і радіотехніки, інші елементи основних виробничих фондів, лізингову або орендну угоду, що є предметом.

Страхування виробляється на випадок втрати, загибелі або пошкодження застрахованого майна в результаті:

· ПОЖЕЖІ, викликані ударом блискавки, вибухом газу; пошкодження в системі електроустаткування; вибуху паро-, топливо-, газопроводів і відповідних сховищ, машин, казанів і агрегатів.

· АВАРІЇ, або затоплення водою в результаті аварії термо-, водо-, опалювальних і каналізаційних систем, а також виробничі аварії технологічного устаткування.

· ПРОТИПРАВНИХ ДІЙ ТРЕТІХ ОСІБ - хуліганства, крадіжки, грабежу, розбою)

· СТИХІЙНИХ ЛИХ - раптової дії природних явищ, а також механічної дії непередбачених фізичних сил.

При страхуванні об'єктів лізингу - транспортних засобів до страхових подій відносяться: угін, розкрадання, пошкодження, знищення транспортного засобу в результаті ДТП, катастрофи, пожежі, вибуху, стихійних лих.

Спеціальний розділ договору має бути присвячений лізинговим платежам. У ньому вказується загальна сума лізингових платежів, порядок сплати, строки, спосіб, санкції в разі затримання платежів. Залежно від форми платежу вирізняють грошові, компенсаційні та змішані платежі. Залежно від застосовуваного методу нарахування лізингових платежів виділяють платежі: з фіксованою загальною сумою — лізингова плата тут передбачає амортизаційні відрахування від вартості обладнання в лізингу, плату за користування запозиченими коштами, суму комісійної винагороди лізингодавцеві та плату за надані ним додаткові послуги за угодою; платежі з авансом — коли лізингоодержувач спочатку надає лізингодавцеві аванс у момент підписання угоди, а потім сплачує суму лізингових платежів за мінусом авансу; мінімальні платежі — це сума всіх лізингових платежів за весь період лізингу плюс сума виплати після закінчення терміну дії угоди для викуплення майна у власність; невизначені платежі — їх розрахунок базується на деякому встановленому в угоді відсотку, визначеному на підставі обсягу реалізації продукції, виробленої на даному обладнанні, суми одержаного прибутку від такої реалізації та ін. За періодичністю виплат виокремлюють періодичні платежі та одномоментні платежі, що застосовуються одночасно з періодичними внесками, у разі коли в угоді передбачена виплата авансу. У роботі зі своєю вповноваженою лізинговою компанією банк перекладає на неї все документальне та юридичне проведення угоди, а саме:

— аналіз бізнес-плану і фінансового стану потенційного лізингоодержувача і його гаранта;

— оформлення контракту на постачання устаткування, договори лізингу і страхування, узгодження та затвердження графіка лізингових платежів;

— процедуру постачання устаткування і його митного оформлення;

— контроль за належною експлуатацією устаткування, фінансовим станом лізингоодержувача після модернізації виробництва.

ЗАКРИТЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
СТРАХОВА КОМПАНІЯ

CLOSED JOINT STOCK
COMPANY
INSURANCE COMPANY

“Балатон-Гарант”

Будапешт, Угорщина

13028 вул. Імре Кальмана, 67

Тел./Факс: +36456788148

+36456782290

“Balaton-Garant”

Budapest, Hungary

13028 Imre Kalman St., 67

Tel./Fax: +36456788148

+36456782290

ДОГОВІР СТРАХУВАННЯ ЛІЗИНГУ № _____

м. Київ

_____ 20__р.

ЗАТ Страхова компанія “Балатон-Гарант”, далі Страховик, в особі Директора

_____, що діє на підставі Статуту, з одного боку,

і _____,

далі Страхувальник, в особі

_____, що діє на

підставі _____, уклали даний Договір про наступне:

1. Об'єктом страхування є майнові інтереси, пов'язані з користуванням і розпорядженням дорожнім транспортним засобом.

2. Основні характеристики дорожнього транспортного засобу:

2.1. _____ (марка (модель))

2.2. _____ (державний номер)

2.3. _____

(номер двигуна) _____

(об'єм двигуна (см. куб)) _____

2.4. _____

Розділ 2

(рік випуску) _____
(номер кузова (шасі)) _____
(колір) _____
(кількість місць) _____
(дійсна (ринкова) вартість) _____
(балансова вартість) _____

- 3 Розмір страхової суми _____
4 Франшиза встановлена в розмірі _____
5 Страховий тариф _____
6 Розмір страхової премії _____
7 Термін дії даного Договору _____

з “___” _____ 20__р. по “___” _____ 20__р. включно.

8. Страховими випадками є пошкодження або повне знищення в результаті:

9. Порядок зміни та припинення дії Договору.

9.1. Дія Договору припиняється:

- після закінчення терміну страхування;
- при виконанні Страховиком зобов'язань перед Страхувальником в повному обсязі;
- при ліквідації Страховика в порядку встановленому законодавством України.

9.2. Дія Договору страхування достроково припиняється по вимозі Страховика або Страхувальника.

Про намір достроково припинити дію Договору страхування будь-яка із сторін зобов'язана повідомити іншу не пізніше ніж за 30 днів до дати припинення дії Договору страхування.

9.3. У випадку дострокового припинення дії Договору страхування по вимозі Страхувальника, Страховик повертає йому страхові платежі за період, який залишився до закінчення дії Договору страхування за вирахуванням витрат на ведення справи і фактично виплачених сум відшкодування.

9.4. Якщо вимога Страхувальника обумовлена порушенням Страховиком умов Договору страхування, то останній повертає Страхувальнику 100% внесених ним платежів.

9.5. При достроковому припиненні Договору страхування з ініціативи Страховика, Страхувальник повертає 100% внесених ним платежів.

10. Права та обов'язки сторін.

10.1. Страховик зобов'язаний:

- ознайомити Страхувальника з даними Правилами страхування;
- після одержання страхової премії в трьох денний термін видати страховий поліс (свідоцтво), який підтверджує факт укладання договору страхування;
- здійснити виплату страхового відшкодування;
- при необхідності запросити в компетентних органів документи, які підтверджують факт настання страхового випадку;
- зберігати в таємниці дані Страхувальника про вантаж.

10.2. Страховик має право:

- проводити розслідування причин виникнення страхової події;
- при збільшенні розміру ризику після укладання Договору страхування вимагати від страхувальника сплати додаткової страхової премії.

10.3. Страхувальник зобов'язаний:

- своєчасно вносити страхові платежі;

Міжнародні перевезення в міжнародній економіці

- при укладанні Договору страхування подати інформацію про всі відомі йому обставини, які мають суттєве значення для оцінки страхового ризику;
- інформувати Страховика про будь-які зміни в ризику;
- своєчасно повідомити Страховика про настання страхової події;
- повідомити Страховика про інші діючі договори страхування по цьому вантажу;
- приймати міри по запобіганню та зменшенню збитку, нанесеного вантажу в результаті страхового випадку.

10.4. Страхувальник має право:

- дотерміново перервати Договір страхування в випадку, коли вантаж не транспортується;
- оскаржити в судовому порядку відмову Страховика в виплаті страхового відшкодування.

11. За несвоєчасну виплату страхового відшкодування Страхувальник має право на пеню в розмірі 0,05% за кожний день, але не більше 8% від загальної страхової суми.

12. Особливі умови.

13. Взаємовідносини сторін, не врегульовані даним Договором, вирішуються шляхом переговорів, якщо це неможливо, то в судовому порядку.

14. Договір вступає в силу з _____

15. Договір складений в двох примірниках, на українській мові, які мають однакову юридичну силу та знаходяться в кожному із сторін.

16. Реквізити сторін.

СТРАХУВАЛЬНИК:

р/р № _____

В

МФО _____

Код ЗКПО _____

Інд. податковий № _____

Свідоцтво № _____

Тел. _____

СТРАХУВАЛЬНИК:

Директор

М. П.

СТРАХОВИК:

р/р № 26005301001629

в АКБ "Будапешт-Банк" м. Будапешт

Reg.No.: 0091/81

NTA: №5991003345

Факс: +38902345490

тел.: +38902345492

СТРАХОВИК:

Директор

М. П.

Задача 1

Здійснити вибір оптимального (найменш ризикового) регіону для відкриття страхового агентства шляхом здійснення необхідних розрахунків.

Таблиця 1

Характеристика потенційних для започаткування страхової діяльності регіонів

Показники	Німеччина	Росія	Польща	Угорщина	Словенія	Чехія
1. Кількість застрахованих об'єктів (n)	3800	70800	28200	20400	4400	388000
2. Страхова сума застрахованих об'єктів, млн. грн. (С)	15,8	35,8	44,2	17,8	23,6	57
3. Кількість об'єктів, що постраждали (m)	1080	2430	2638	1588	2120	19620
4. Кількість страхових випадків (L)	920	1355	1041	968	1674	7888
5. Сума страхового відшкодування (В)	0,28	1,65	0,6	0,49	3	2,08

1. Частота страхових випадків $Чс=L/n$

2. Коефіцієнт акумулювання $K_k = m/L$
3. Частота збитку $Чз = m/n$
4. Збитковість страхової суми $З = B/C * 100$
5. Середня страхова сума на один об'єкт $C1 = C/n$
6. Тяжкість збитку $Тз = B * n / C * m * 100$
- 7.

Таблиця 2

Показники	ФРН	РФ	Польща	Угорщина	Словенія	Чехія
Чс	0,24	0,019	0,04	0,05	0,38	0,020
Кк	1,17	1,79	2,53	1,64	1,27	2,49
Чз	0,28	0,03	0,09	0,08	0,48	0,05
З	1,77	4,61	1,36	2,75	12,71	3,65
С1	0,004	0,001	0,002	0,001	0,005	0,0001
Тз	6,24	134,29	14,51	35,36	26,38	72,16

Таблиця 3

Показники	ФРН	РФ	Польща	Угорщина	Словенія	Чехія
Чс	5	1	3	4	6	2
Кк	6	3	1	4	5	2
Чз	5	1	4	3	6	2
З	2	5	1	3	6	4
С1	2	5	3	4	1	6
Тз	1	6	2	4	3	5
Сума	20	15	12	18	24	16

Висновок: найменш ризиковим регіоном для відкриття страхового агентства є Польща (у неї найменша кількість балів – 12). Ця країна більш приваблива, ніж інші регіони за коефіцієнтом акумулювання, а також за збитковістю страхової суми.

Задача 2

Обрати найбільш надійного страховика.

Таблиця 4

Показники	“ІМР”	“Лідер”	“Україна”	“СПК”
Страхові платежі, млн. грн. (СП)	60,8	16,6	52	27,4
Залишок засобів в запасному фонді на кінець тарифного періоду, млн. грн. (З)	7	3,2	6,8	4,08
Виплати страхових відшкодувань, млн. грн. (СВ)	39	9,92	22,8	18,36
Витрати на ведення страхової справи (ВВС)	11,84	7,4	7,8	3,84
Коефіцієнт фінансової стійкості (Кфс)	1,334	1,143	1,922	1,418

Вибір найбільш надійного страховика здійснюємо за коефіцієнтом фінансової стійкості:

$$Кфс = (СП + З) / (СВ + ВВС)$$

Висновок: найбільш надійним страховиком за коефіцієнтом фінансової стійкості є “Україна”.

Презентація 1 на тему “Виведення на український ринок Pepsi Natural”



Загальна концепція проекту



pepsi

Мета проекту – виведення на український ринок нового продукту компанії PepsiCo – Pepsi Natural

Цілі проекту:

- збільшення частки компанії PepsiCo на ринку газованих напоїв України на 3%;
- збільшення доходу компанії PepsiCo на 5%;
- вироблення нової маркетингової стратегії компанії на українському ринку.



Аналіз аналогічних проектів



Виведення на ринок Східної Азії Pepsi Gold у 2008 році. Спеціально для країн Східної Азії у 2008 році, компанія PepsiCo випустила обмежений випуск Pepsi Cola в «золотих» промо-банках. Випуск був приурочений до Чемпіонату Світу по футболу. У Таїланді, Малайзії і В'єтнамі уболівальники могли придбати таку банку навіть дешевше, ніж Pepsi в стандартній упаковці. Вибір країн для поширення такої промо-упаковки представники головного офісу PepsiCo пояснюють просто: для продукції Pepsi саме Таїланд і Малайзія є ключовими ринками збуту, де в основного конкурента Coca-Cola не має такої частки ринку. У 2008 році валовий прибуток компанії PepsiCo зріс на 9,6%, в тому числі за рахунок нового продукту. За рахунок випуску нового продукту частка PepsiCo на ринку Східної Азії зросла на 3%, а валовий дохід збільшився на 8%.



Виведення на ринок Великобританії Pepsi Cappuccino у 2005 році. За рахунок випуску нового продукту частка PepsiCo на ринку Великобританії зросла на 2%, а валовий дохід на цьому ринку збільшився на 6,5%. Проект був реакцією на збільшення попиту на кавову продукцію.



Виведення на ринок Великобританії Pepsi Jazz у 2007 році. За рахунок випуску нового продукту частка PepsiCo на ринку Великобританії зросла на 0,5%, а валовий дохід на англійському ринку збільшився на 5%. Проект був реакцією на збільшення попиту на кавову продукцію.



Законодавча база проекту



№	Законодавчі та нормативно-правові акти	Зв'язок з проектом
1.	Закон України «Про власність» від 07.02.1991 № 697-XII зі змінами внесеними Законом України від 03.04.2003 № 663-IV	Визначає основи права власності в Україні. Законодавчі основи правового та колективного права власності. Задіяні зобов'язують господарської (колективні) забезпечити громадянину, права якого захищаються, соціальні, економічні гарантії та права, передбачені Законом.
2.	Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV зі змінами № 3422-IV (3422-15) від 09.02.2006	У цьому законі вказано основи взаємодії щодо ведення бухгалтерської звітності в Україні. Особливо важливі призначення обліку інвестиційних активів.
3.	Закон України «Про загальнооб'єднане державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійних захворювань, які спричиняють втрату працездатності» від 23.09.1999 № 1105-XIV	Визначає правову основу, економічний механізм та організаційну структуру загальнооб'єднаного кваліфікованого страхування громадян від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання.
4.	Закон України «Про зовнішнь-економічну діяльність» від 16.04.1991 р. №959-XII зі змінами та доповненнями № 923-VI (923-17) від 04.02.2009	Визначає основи принципів ЗЕД, окремо крім її суб'єктів, які, встановлюючи основи регулювання ЗЕД, призначення інформаційного забезпечення діяльності. Крім того Закон передбачає встановлення спеціальних правових режимів зовнішнь-економічної діяльності, тут вказано норма щодо відповідальності учасників зовнішнь-економічної діяльності та взаємодії їх права і інтереси.
5.	Закон України «Про податок на додану вартість» від 3.04.1997 р. № 168/97-ВР зі змінами № 1814-VI (1814-17) від 20.01.2010	Визначає механізми податку на додану вартість, об'єкти, базу та ставки оподаткування, періоді оподаткування та звітних відомостей від оподаткованих операцій, особливості оподаткування експортних та імпортованих операцій, пов'язані податковою накладною, порядок обліку, звітування та внесення податку до бюджету.
6.	Закон України «Про колективні договори і угоди» від 01.07.1993 № 3356-XII зі змінами внесеними Законом України від 23.01.1997 №209/97-ВР	Розроблений з метою виключення правової основи укладення колективних договорів і угод колективної підприємства.
7.	Закон України «Про оплату праці» від 24.03.1995 № 108/95-ВР зі змінами внесеними Законом України від 11.07.2002 № 96-IV	Визначає економічні, правові та організаційні засади оплати праці працівників, які перебувають у трудових відносинах з підприємствами, установами, організаціями усіх форм власності та господарювання. Закон здійснює поділ заробітної плати на основні і додаткові.
8.	Закон України «Про спорування праці» від 14.10.1992 № 2694-XII зі змінами внесеними Законом України 04.06.2009 № 1454-VI	Визначає основи положення щодо реалізації конституційного права громадян на спорування їх жалби і апеляцій в процесі трудової діяльності.
11.	Закон України «Про Додатковий бюджет України на 2010 рік» від 27.04.2010 р. №2154-VI	Визначає розмір мінімальних заробітних плат на 2010 рік.
12.	Закон України «Про зарплатові відносини щодо зобов'язаних звітних осіб фінансової кризи та про внесення змін до деяких законодавчих актів України» від 31.10.2008 р. №639-VI	Закон спрямований на забезпечення конституційних прав громадян, гарантує економічної безпеки держави, мінімізує можливі збитки для економіки та фінансової системи України від фінансової кризи, яка охопила більшу частину промислового розвитку країни.
13.	Цивільний кодекс України № 1822-VI від 2003 р. зі змінами від 21.01.2010 р.	Регулює особливості відповідності та відповідності (цивільні відносини), засади на юридичній рівності, вільному волевиявленні, майновій самостійності їх учасників.
14.	Матеріальний кодекс України від 11.07.2003 р. №92-IV зі змінами і доповненнями № 1451-VI (1451-17) від 04.06.2009	Визначає засади організації та здійснення колективних справ в Україні, регулює економічні, організаційні, правові, кадрові та соціальні аспекти діяльності колективної служби України. Кодекс спрямований на забезпечення інтересів економічних інтересів України, сприяючи сприятливим умовам для розвитку її економіки, захисту праці та інтересів суб'єктів підприємницької діяльності та громадян, а також забезпечення державної незалежності України і гідної життєвої справи.
15.	Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. №436-IV зі змінами і доповненнями N 1837-VI (1837-17) від 21.01.2010, ВВР, 2010, N 12, ст.120, N 1873-VI (1873-17) від 11.02.2010,	Визначає загальні правові, економічні та соціальні засади здійснення підприємницької діяльності (підприємництва) громадянства та юридичними особами на території України, встановлює гарантії свободи підприємництва та його державної підтримки. Цей Кодекс визначає, що підприємництво — це безперервна самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством. А також визначає види і організаційні форми підприємства, правила їх створення, реструктуризації, реорганізації і ліквідації, організаційний механізм здійснення ними підприємницької діяльності в умовах переходу до ринкової економіки; Кодекс спрямований на забезпечення самостійності підприємства, визначення їх права і відповідальності у здійсненні господарської діяльності, регулює відносини підприємства з іншими підприємствами і організаціями, Радами народних депутатів, органами державного управління.



PESTEL-аналіз

Аудит маркетингового середовища

Макроаналіз. Модель PESTEL.

P - political: політичні фактори, що впливають на нас (наприклад, вибори 2004 року збільшення частки українського ринку, підвищення інвестиційної активності PepsiCo)

E - economical: економічні фактори (інфляція, економічна криза - необхідність проведення sales volume X-mass кампанії 2008)

S - social: соціальні фактори (зменшення частки підлітків в структурі населення через кризу народжуваності 1990-х років - вплив на обсяг продажу щороку)

T - technical: технічні фактори (розвиток Інтернету і мобільних технологій, використання їх в комунікації зі споживачами)

E - environment: екологічні (наприклад, вимоги ЗУ "Про охорону навколишнього природного середовища" 1993 року, ЗУ "Про екологічну експертизу" 1995 року), «зелені питання» (використання відновлюваних ресурсів), соціальна відповідальність компанії

L - legal: юридичні фактори (держтандарти) (наприклад, вимоги ЗУ "Про державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил відповідальності за їх порушення" 1993 року)



pepsi

Планування кампанії

Аудит маркетингового середовища

Мікроаналіз. Модель Портера

▶ потенційні конкуренти

На національному рівні вхідний бар'єр на ринок солодких газованих напоїв досить високий

▶ вплив постачальників

Постачальники рекламної продукції - Китай, локальні - завантаженість ліній, строки и тиражі - узгоджуються перед початком кампанії

▶ вплив споживачів

Необхідність постійних промо-кампаній, для того, щоб втриматися на етапі зрілості продукту. Фокус-групи по вибору подарунків до активацій

▶ рівень конкуренції

Рівень конкуренції на ринку вище середнього. Основні конкуренти - Кока-кола, Живчик, Росинка, Біола...

▶ вплив товарів - субститутів

Соки, нектари, пиво.....

SWOT-аналіз компанії PepsiCo

SWOT Analysis Strengths (Сильні сторони)

- Відома торгова марка (бренд) "Pepsi-Cola"
- Значний асортимент продукції
- Знання ринку, розвинута збутова мережа
- Продукція конкурентоспроможна і користується масовим попитом у кінцевих споживачів
- Представляється комплекс послуг з проведення комплексного мерчендайзингу
- PepsiCo представлена в усіх регіонах України
- Стійкі ділові відносини з партнерами (Слаутич Carlsberg Group, Sandora)
- Економія на масштабах виробництва
- Ефективніші рекламні заходи
- Гнучка організаційна структура
- Розвинена система менеджменту в організації
- Повна компетентність з ключових питань



pepsi

SWOT Analysis Weaknesses (Слабкі сторони)

- Нестійкий фінансовий стан компанії
- Відсутність реальних конкурентних переваг
- Часті випадки некомпетентності працівників (внаслідок використання дешевої робочої сили)
- Не проводяться маркетингові дослідження з вивчення нових збутових каналів
- Стандартні методи просування продукції на українському ринку
- Недостатня прихильність споживача до торгової марки "Pepsi-Cola"



SWOT-аналіз компанії PepsiCo

SWOT Analysis Opportunities (Можливості)

- Швидкий розвиток інфраструктури на ринку України
- Входження України у ЄС
- Спрощення процедури ліцензування
- Дешева робоча сила
- Проведення маркетингових досліджень по вивченню нових каналів збуту
- Скорочення кількості безробітних.

SWOT Analysis Threats (Загрози)

- Політична нестабільність на українському ринку, постійна зміна уряду
- Економічний спад
- Нестабільність поставок і залежність дистриб'юторів від єдиного постачальника
- Зростаючі енергозатрати
- Високий рівень інфляції
- Вимоги організацій охорони здоров'я
- Зниження курсу долара
- Конкуренція з боку мінеральної води
- Нестабільність політики оподаткування підприємства
- Додаткові вимоги природоохоронних організацій
- Високі податки.



PEPSICO



SW-аналіз

Сильні сторони

- Висока якість продукції.
- Широкий асортимент продукції. Наявність 17-тих торгових марок.
- Виробництво продукції максимально автоматизоване.
- Діє ефективна політика стимулювання збуту. Відділ продажів займається реалі -зацією продукції компанії як на теренах України, так і за її межами.
- Наявність висококваліфікованого персоналу. Плинність кадрів незначна.
- Наявність виробничих потужностей, які складаються із 4-ох заводів. На одному із них працює єдиний в Україні автоматизований купажний цех.
- Постійне вдосконалення технологічних процесів.
- Розроблення нових продуктів харчування (серед новинок: напої з високим вмістом соку Sanday Ice Fruit та фруктові вода Sanday Ice Water).

Слабкі сторони

- Незважаючи на те, що компанія виготовляє різноманітні напої та продукти харчування (соки, нектари, енергетичні напої, вина, чіпси), все ж таки рівень диверсифікації низький.
- Спостерігається зниження обсягу продажів продукції, і як наслідок - зменшення грошових потоків компанії.
- Рівень рентабельності 20 %. Для такої масштабної компанії, як «Сандора», цей показник є дещо низьким.
- У зв'язку з кризою в компанії «Сандора» провели невелику оптимізацію - 3 % наших співробітників.
- Є потреба в оптимізації управлінської структури компанії.

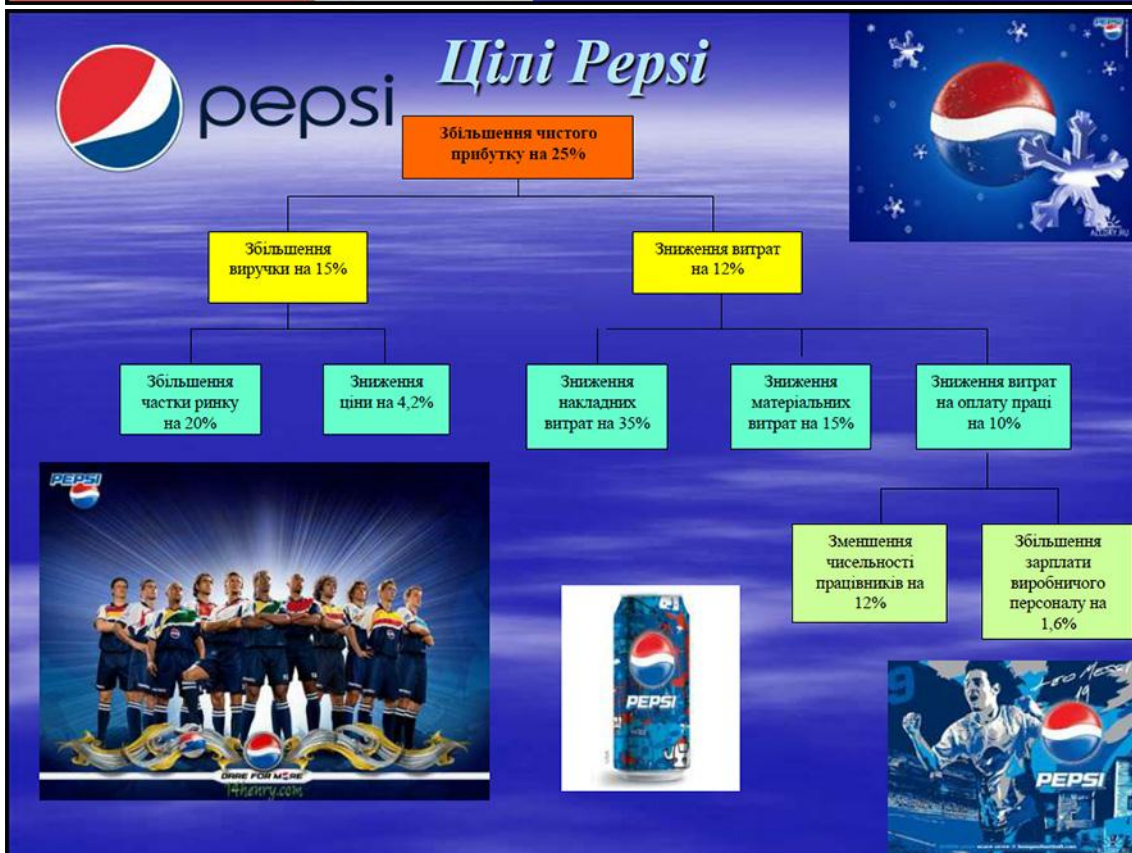


Аналіз внутрішнього середовища компанії PepsiCo

- Цілі
- Структура
- Завдання – розміщення оголошень про наявність вакантних посад, здійснення технічного огляду рухомого складу (активи), проведення нової рекламної кампанії
- Технологія – потребує удосконалення відповідно до сучасних потреб споживачів (менший негативний вплив на здоров'я)
- Працівники
- Ресурси - максимально використовує наявні організаційні ресурси та потребує їх залучення ззовні



Розділ 2






Працівники

- кадрова політика - в зв'язку з кризою в компанії провели невелику оптимізацію - 3% наших співробітників. Справа в тому, що набираючи персонал, розраховувалось на бурхливий ріст продажів. Але так, як криза відобразилась на обсягах продажів, то доводиться коректувати і чисельність персоналу. Планується оптимізувати управлінську структуру для більшої ефективності. об'єднати в один департамент два окремі - із закупівлі сільгоспсировини та виноматеріалів, а також планування та поставок.
- слід зазначити, що співробітникам, які працюють в «Сандорі» понад 3 років, компанія оплачує путівки. Ті, хто працюють в компанії більше, ніж півроку, можуть отримати безпроцентний кредит;
- кваліфікація працівників - в компанії працює висококваліфікований персонал, адже тут часто проводяться різноманітні тренінги. Існує підхід до структури навчання: «70-20-10». Його зростаюча популярність підтверджує користь навчання безпосередньо на робочому місці». - Даний підхід також використовують такі компанії як Mars, Hewlett-Packard, Microsoft и др. Суть його проста:
70% часу йде на навчання за рахунок вирішення реальних задач на своєму робочому місці, участь у проектах; виконання нових обов'язків;
- 20% часу відводиться навчання на робочому місці з більш досвідченим співробітником: наставництво, коучинг, менторинг і т.і.;
- 10% часу віддається на навчання у навчальних класах: семінари, тренінги і т.і.
- Ставши частиною міжнародної корпорації «Пепсі» у 2007 році, співробітники компанії «Сандора» отримали доступ до великої бази бізнес-інформації і багатого досвіду професіоналів цієї організації. Країні спеціалісти і консультанти PepsiAmericas і PepsiCo International регулярно приїждять до «Сандори» для спільної роботи з українськими колегами.
- Окрім того, одним з привілеїв системи навчання у компанії є компетентний підхід до розвитку персоналу. Такий підхід допомагає виявити сильні і слабкі сторони співробітника, і розвинути його потенціал в рамках процесу ТІР (talent identify process - процес ідентифікації талантів), діючого у компанії;
- плинність кадрів



Фінанси

- рівень рентабельності - компанія за підсумками минулого року наростила продажі в понад 1 млрд. грн., рівень рентабельності на рівні 20%;
- обсяг інвестицій - з часу придбання «Сандори» компанія Pepsi інвестувала у виробництво і технології більше 35 мільйонів доларів. На виробничих комплексах компанії у 2008 році були встановлені дві нові лінії по виробництву сокової продукції в упаковці Тетра Пак. Також, великі інвестиції 2008-го року - забезпечення торгових точок України фірмовим холодильним обладнанням.

Маркетинг

- частка ринку - за даними незалежних досліджень на долю продаж компанії «Сандора» припадає більше 47% всіх обсягів роздрібних продаж соків, нектарів та напоїв в Україні. ТОВ «Сандора» експортує 25% своєї продукції, що складає більше 67% всеукраїнського експорту соків. Продукція компанії представлена в понад 20-ти країнах світу: США, Великобританія, Німеччина, Швеція, Ізраїль, Греція, Польща, Канада, а також в країнах ближнього зарубіжжя - Росія, Білорусія, Молдова, Литва, Латвія, Естонія, Азербайджан, Вірменія, Грузія, Казахстан, Киргизстан;
- асортимент продукції - асортимент компанії в категоріях «Соки, нектари, соковмісні напої» нараховує нині більше 80 позицій та представлений 80 торговельними марками;





Аналіз внутрішнього середовища

- стимулювання збуту - підрозділ продажів ТОВ «Сандора» надає весь спектр послуг, пов'язаних з реалізацією продукції компанії як на території України, так і за її межами. У структурі цього підрозділу працює понад 800-та чоловік. В ньому виділено три основні напрями діяльності: прямі продажі, продажі через дилерів, експорт. Відділи прямих продажів знаходяться в 9-ти областях України: Київській, Дніпропетровській, Донецькій, Харківській, Львівській, Рівненській, Миколаївській, Одеській, Запорізькій. Територія України розбита на 5 дивізіонів, в кожному з яких працюють дилери та філіали компанії «Сандора». Також в компанії створені профільні бюро по роботі з каналом ОТ (організованою торгівлею) і каналом Кабаре (Кафе, Бари, Ресторани), які розробляють стратегію і здійснюють продажі і сервіс в даних каналах збуту;
- наявність торгових марок, брендів - до продуктового портфелю компанії сьогодні входить 17 торгових марок:
- Соки: ТМ «Сандора»; ТМ «Сандора Ексклюзив»; ТМ «Сандора Мультиактив»; ТМ «Сандора Класика»; ТМ «Сандорик»; ТМ «Дар»; ТМ «Садочок» і «Садочок Морс»; ТМ «Миколаївський соковий завод»; Сокові напої: ТМ «SANDAY ICE FRUIT»; ТМ «SANDAY ICE ATER»; Холодний чай: ТМ «SANDAY ICE TEA»; ТМ «LIPTON ICE TEA»; Газовані безалкогольні напої: ТМ "ФруТонус"; Вина: ТМ «Святкова Колекція»; ТМ «Золота Ольвія»; Енергетичний напій: Adrenaline Rush Чіпси: Lay's.

Кадри

- кадрова політика - в зв'язку з кризою в компанії Сандора провели невелику оптимізацію - 3% наших співробітників. Справа в тому, що набираючи персонал, розраховувалось на бурний ріст продажів. Але так, як криза відобразилась на об'ємах продажів, то доводиться коректувати і чисельність персоналу. Планується оптимізувати управлінську структуру для більшої ефективності. об'єднати в один департамент два окремі - із закупівлі сільгоспсировини та виноматеріалів, а також планування та поставок.
- Слід зазначити, що співробітникам, які працюють в «Сандорі» понад 3 роки, компанія оплачує путівки. Ті, хто працюють в компанії більше, ніж півроку, можуть отримати безпроцентний кредит;
- кваліфікація працівників - в компанії працює висококваліфікований персонал, адже тут часто проводяться різноманітні тренінги. Існує підхід до структури навчання: «70-20-10». Його зростаюча популярність підтверджує користь навчання безпосередньо на робочому місці, - Даний підхід також використовують такі компанії як Mars, Hewlett-Packard, Microsoft и др. Суть його проста:



Аналіз внутрішнього середовища

- 70% часу йде на навчання за рахунок вирішення реальних задач на своєму робочому місці, участь у проектах; виконання нових обов'язків;
- 20% часу відводиться навчання на робочому місці з більш досвідченим співробітником: наставництво, коучинг, менторинг і т.і.;
- 10% часу віддається на навчання у учбових класах: семінари, тренінги і т.і.
- Ставши частиною міжнародної корпорації «Пепсі» у 2007 році, співробітники компанії «Сандора» отримали доступ до великої бази бізнес-інформації і багатого досвіду професіоналів цієї організації. Крайці спеціалісти і консультанти PepsiAmericas і PepsiCo International регулярно приїздять до «Сандори» для спільної роботи з українськими колегами.
- Окрім того, одним з привілеїв системи навчання у компанії є компетентний підхід до розвитку персоналу. Такий підхід допомагає виявити сильні і слабкі сторони співробітника, і розвинути його потенціал в рамках процесу ТІР (talent identify process - процес ідентифікації талантів), діючого у компанії;
- плинність кадрів

Виробництво

- виробничі потужності - проектна сукупна потужність підприємств компанії «Сандора» - близько 1 млрд. пакетів соків і сокової продукції за рік. Промислові потужності компанії включають 4 заводи:
- Промислово-переробний комплекс №1 площею 157 тис. м кв. Завод розташований у с. Миколаївське Миколаївської області. На ньому встановлено 20 ліній розливу виробництва Tetra Pak, на яких виробляються соки в упаковках 0,2, 0,25, 0,5, 1, 1,5 і 2 літри. Середньодобова продуктивність всіх ліній 2,5 млн. пакетів (1,8 млн. л). На заводі працює цех пюре та концентрованих соків, ділянка асептичного зберігання продукції. Склад полуфабрикатів площею 12 тис. м кв. дозволяє зберігати річний запас пюре та концентрованих соків для потреб виробництва. На промисловому комплексі №1 також ведеться переробка фруктів та овочів.



Аналіз внутрішнього середовища

- Завод у с. Роднікове (АР Крим) в 2006 році переробив близько 3,5 тис. тон фруктів. На заводі встановлено дві технологічні лінії по переробці кісточкової та насінневої сировини продуктивністю до 4-х тон в годину.
- Завод в с. Козачі Лагери (Херсонська обл.) в 2006 році переробив близько 28, 5 тис. тон томатів та яблук. На заводі встановлена лінія по переробці овочів та фруктів продуктивністю 30 тон за годину. Завод спеціалізується на переробці томатів та яблук.
- Виробничий комплекс № 2 відкритий в 2006 році. Завод розташований у с. Мішково-Погорілово Миколаївської області. Площа заводу – 60 тис. м кв.. На сьогоднішній день потужності виробничого комплексу № 2 складають 640 млн. одиниць продукції за рік. На заводі встановлено 5 ліній по виробництву соків в упаковці Tetra Pak, лінія розливу вин ТМ «Святкова колекція» і «Золота Ольвія» в упаковку 1 л Square, і 2 лінії асептичного розливу соків та холодного чаю в PET упаковку. На заводі працює єдиний в Україні автоматизований купаажний цех. Рецептúra соку, а також повна інформація про кожну одиницю випущеної продукції, зберігається в пам'яті комп'ютера, що необхідно для контролю якості та подальшого аналізу готової продукції. Відмінною особливістю нового заводу являється унікальний цех готової продукції, відвантажування з якого ведеться безпосередньо в залізничні вагони, що заїжджають на міні-перон, розташований на складі готової продукції;
- рівень диверсифікованості виробництва - компанія в займається виготовленням напоїв, хоча вони різноманітні (соки, нектари, енергетичні напої, вина), та все ж таки рівень диверсифікації низький;
- доступність сировини - 30% продукції виготовляється із української сировини. В 2009 році цей процент буде більшим. Закупити більше вітчизняної сировини було б добре, але її, на жаль, не завжди вистачає для промислового виробництва. Наприклад, в 2008 році урожай томатів був не дуже хорошим. В 2007-му не вистачало вітчизняних яблук, абрикосів та персиків, це пов'язано з погодними умовами, неврожаєм, а також поганим станом українського садівництва. Сировину для екзотичних фруктів постачає компанія Cargill;
- переваги розташування – сировину для виробництва купується у Миколаївській, Одеській, Херсонській областях та Криму, а це скорочує транспортні витрати;
- екологічна безпека виробничих процесів - новітні технології (інвестиції компанії Pepsi становлять 35 млн. доларів) товариства забезпечують повне збереження у концентраті вітамінів і корисних мікроелементів, а також максимально мінімізують рівень шкідливих викидів в атмосферу.

Інновації

- наявність патентів - у серпні 2006 року компанія «Сандора» отримала сертифікат відповідності підприємств компанії вимогам BRC Global Standard-Food. Отримання цього стандарту дає можливість ТОВ «Сандора» реалізувати свою продукцію у Великобританії, Фінляндії, Норвегії, Швеції і Нідерландах..

Аналіз цілей та інтересів зацікавлених груп компанії PepsiCo.

Акціонери – дивіденди, та зростання акціонерного капіталу (акціонерний капітал PepsiCo 105,601 млн. \$, ціна за акцію 66\$, WACC 7%)

Менеджери – заробітна плата, влада, визнання, соціальні програми

Споживачі – якість, ціна та цінність товару/послуги, обслуговування (наприклад, під час депресії 30-х років в США «PepsiCo» організувала успішну атаку на ринкові позиції «Кока-коли». Пепсі-кола почала продаватися в пляшках по 12 унцій за ціною 5 центів. Пляшка «Кока-коли» об'ємом 6 унцій також коштувала 5 центів).

Працівники – заробітна плата, соціальна захищеність

Кредитори та постачальники – проценти за кредитами, регулярні платежі та гарантії платежів

Громадськість – робочі місця, збереження довкілля, добродійність

Органи державної влади – податки (25%), зайнятість, сталий розвиток підприємства, дотримання законодавчо-правових норм

Внески і очікування інвесторів

- Фінансовий продукт з високою прибутковістю. Продукт володіє чіткими фінансовими параметрами
- За допомогою фінансового інструменту інвестицій, ви отримуєте диверсифікований портфель інвестицій

Характеристики і обмеження продукту:

- Сума інвестицій: мінімум 4 млн. дол.
- Термін інвестування: 7 років.
- Прибутковість від інвестицій: 131%+ річні.

Принцип ціноутворення:

- Компенсація витрат компанії, що управляє, на структурування операції і управління проектом (managementfee) + винагорода за успіх (successfee).
- Managementfee: 2% в рік від суми інвестицій. Періодичність: стягується разовий за весь період при запуску проекту
- Success fee: 10% від доходу. Періодичність: стягується за фактом отримання доходу (дивіденди і продаж проекту).

Акціонери PEPSICO



▪ Albert P. Carey	828,403
▪ John C. Compton	910,132
▪ Ian M. Cook	8,610
▪ Massimo F. d'Amore	45,305
▪ Dina Dublon	17,837
▪ Victor J. Dzau	25,065
▪ Richard Goodman	319,463
▪ Ray L. Hunt (3)	579, 541
▪ Alberto Ibarguen	18,993
▪ Arthur C. Martinez	64,942
▪ Indra K. Nooyi	1,793,244
▪ Sharon Percy Rockefeller	78,537
▪ James J. Schiro	52,368
▪ Lloyd G. Trotter	11,820
▪ Daniel Vasella	44,047
▪ Michael D. White (4)	1,226,969
▪ All directors and executive officers as a group (25 persons)	8,172,248





Акціонери



Дивідендна політика



- Рада директорів PepsiCo, другого за величиною виробника безалкогольних напоїв в світі, схвалила намір компанії викупити свої акції на суму \$15 млрд. до червня 2013 року.
- Раніше в компанії заявляли, що планують до кінця 2010 року викупити акції на \$4,4 млрд.
- 15 березня 2010 року PepsiCo також оголосила про збільшення суми виплачуваних дивідендів на 7% - з \$1,8 до \$1,92 на акцію. Підвищення дивідендів відбулося 38-й раз підряд. Виплати повинні відбутися 30 червня 2010 року.
- Як заявила виконавчий директор PepsiCo Індра Нуйї, з 2005 по 2009 роки компанія виплатила своїм акціонерам більше \$26 млрд. як дивідендів і за рахунок викупу акцій.



Конкуренти

PEPSI, TAUfrisch Cola, PEPSI MAX,
River Cola, Coca-Cola, Sinalco Cola,
afri Cola, Coca-Cola light



- У п'ятірку провідних "газованих" ТМ України входять "Росинка" (33,4% ринку), "Оболонь" (22,4%), Coca Cola (9,4%), Fanta (5,9%), Pepsi Cola (5,3%)
- Напій «Кока-кола» продається більш ніж в 200 країнах по всьому світу. Компанія «Кока-кола» також володіє торговими марками і виробляє цілий ряд інших напоїв: «Кока-кола лайт», «Спрайт», «Фанта», «Бонаква» та інші. «Кока-кола» виділяється в цьому ряду не тільки як прохолоджувальний, але і як енергетичний, і, можливо, навіть спортивний напій.
- У 2002 вийшла на ринок Месса-Кола як альтернатива західним маркам. Вироблена у Франції Кола націлена на мусульманських клієнтів. Виробник обіцяє віддавати частину прибутку палестинцям.



NESTEA Конкуренти і PepsiCo




- Іrn-бру – Шотландія.
- Мекка-Кола, Zam Zam Cola – Іран. Продається в Європі, США, Індії, Канаді.
- Cola Turka – Туреччина. Продається в ФРН, Австрії, Нідерландах, Бельгії, Франції та Данії.
- ОренCola - Канада.
- Almdudler – Німеччина.
- Orangina – Франція.
- Kola Real – Перу.
- Rivella – Швейцарія.
- Байкал, Буратіно – Росія.










PEPSI Споживачі




Pepsi Cola продається в обсязі більше 100 млрд. пляшок на рік. Оборот – \$43,251 млрд. (2008 рік) зростає останнім часом. Продукція – безалкогольні напої. Компанія випускає прохолодні напої, сок, закуски і інші продукти харчування під марками «Пепсі-кола», Mountain Dew, Quaker Oats, Gatorade, Lays, Cheetos, SoBe, Tropicana, а також під місцевими марками. Споживачі – переважно молодь, спортсмени, ті, хто веде здоровий спосіб життя










Розділ 2



Бюджет проекту

- Цехова собівартість=60557041,04 грн.
- Виробнича собівартість=60880459,92 грн.
- Повна собівартість=61099822 грн.
- Цехова собівартість на одиницю 486,75 грн.
- Виробнича собівартість на одиницю 489,35 грн.
- Повна собівартість на одиницю 490,38 грн.

Формування відпускної ціни

- Нагромадження (у грошовому вираженні) $489,37 \cdot 0,2 = 97,87$ грн.
- Відпускна ціна $489,37 + 97,87 = 587,24$ грн.
- На одну пляшку $587,24 / 10 = 58,72$ грн.
- Фактурна вартість 587,24 грн.
- На одну пляшку $587,24 / 10 = 58,72$ грн.

Калькуляція продукції Pepsi Natural у загальнорічному вираженні

Статті витрат (у загальнорічному вираженні)											
Витрати на основні матеріали	Паливо та енергія на технологічні цілі	Основна заробітна плата основних робітників	Додаткова з/п основних робітників	Вірахування на соціальне страхування	Витрати на утримання та експлуатацію обладнання	Цехові витрати	ЦЕХОВА СОБІВАРТІСТЬ	Загальні заводські витрати	ВИРОБНИЧА СОБІВАРТІСТЬ	Позавиробничі витрати	ПОВНА СОБІВАРТІСТЬ
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
56979780	0	2102529	13694	825326.97	428262.8	207448.3	60557339	832418.9	60880757	219065	61099822

Бюджет проекту

Функціональний вид збутових витрат	
1. Витрати на складування продукції	22095
2. Витрати на пакування продукції	17785
3. Витрати, пов'язані з транспортуванням продукції	87234
4. Витрати на управління збутовою діяльністю	39989
5. Витрати на рекламу (ТБ)	51962
Разом	219065

Розділ 2

Матриця витрат Pepsi Natural у 2009 р.

ВИТРАТИ		Економічні елементи					Всього
		Матер. витр.	Витрат. на ЗП	Відрах. в СЗ	Амортизація	Інші витр.	
Калькуляційні статті	Витрати на основні матеріали	56979780					56979780
	Паливо та енергія технологічних ціп	-					0
	Основна заробітна плата основних робітників		2102529				2102529
	Додаткова заробітна плата основних робітників		13694				13694
	Відрахування на соціальні заходи			825326,97			825327
	Витрати на утримання та експлуатацію обладнання	21960	264600	103194	34828,8	3680	428262,8
	Цехові витрати	11840	81493,14	31782,33	76492,8	5840	207448,3
	Загальнозаводські витрати	13920	179950,13	70180,55	54339,2	5029	323418,9
	Позавиробничі витрати	38260				46106	84366
	ВСЬОГО		57065760	2642266,3	1030483,9	165680,8	60655

Економічне обґрунтування проекту

Показники	Роки						
	1	2	3	4	5	6	7
Інвестиції	4000000	-	-	-	-	-	-
Прибутки	1010000	1620000	1120000	870000	870000	870000	870000
Додаткові грошові потоки	-	-60000	+500000	+25000	-	-	+85000
Прибутки з врахуванням змін в робочому капіталі	1010000	1560000	1170000	895000	870000	870000	955000
Амортизація	585000	1170000	780000	585000	390000	195000	195000
ПВФ=4000000-100000=3900000 грн.							
Чистий прибуток	7070000	1092000	819000	626500	609000	609000	668000
Грошовий потік	1292000	2262000	1599000	1211500	999000	804000	863500
Дисконтовані грошові потоки	$1292000/(1+0,15)^1$	$2262000/(1+0,15)^2$	$1599000/(1+0,15)^3$	$1211500/(1+0,15)^4$	$999000/(1+0,15)^5$	$804000/(1+0,15)^6$	$863500/(1+0,15)^7$
	1123478,261	1710396,975	1051368,456	692679,057	496679,5586	347591,3871	324621,63
NPV=5751064,7-4000000=1751064,7 грн.							
IRR=30,77%							

Структура капіталу

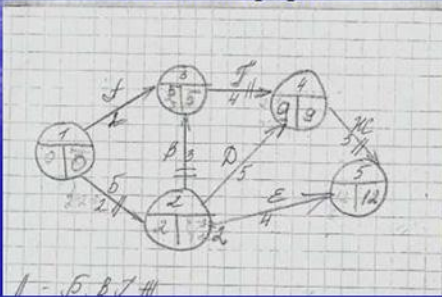
Джерело капіталу	Облікова оцінка, млн. грн.	Вартість джерела, %	w
ЗЗ: кредит 1	1	12	0,25
Кредит 2	2	15	0,5
ЗА	1	30	0,25
WACC=14,85%			

Сіткове планування

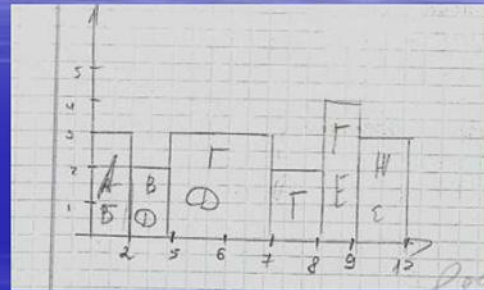
Код операції	Послідовність	Тривалість	СРЧ	ВРЧ	НРЧ
А	-	2	3	3	3
Б	-	2	0	0	0
В	Б	3	0	0	0
Г	АВ	4	0	0	0
Д	Б	5	2	2	2
Е	Б	4	0	0	0
Ж	ГД	3	6	6	6

Сіткове планування

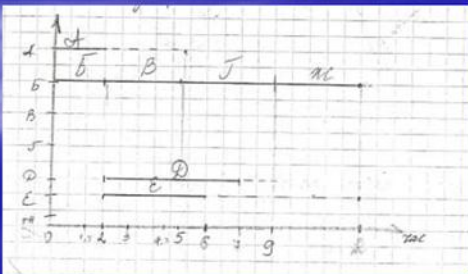
Сітковий графік



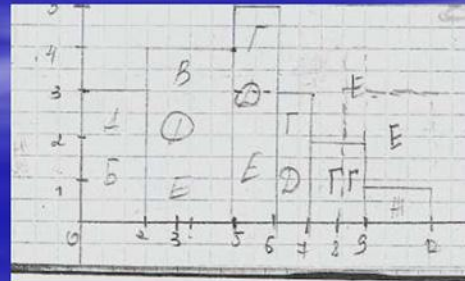
Ресурсна гістограма



Графік Ганта



Ресурсна гістограма



Перелік операцій

- А-пошук промоутерів
- Б-маркетингові дослідження ринку
- В-встановлення ціни, системи знижок
- Г-укладання угоди з промоутерами
- Е-реклама на телебаченні
- Ж-підготовка до збуту
- Д-проведення консультацій з головним офісом PepsiCo

Носії маркетингових ризиків проекту

- Товар
- Ціна
- Комунікації
- Розподіл
- Маркетингові дослідження
- Організація маркетингу на підприємстві
- Ланцюг створення цінності
- Бренд
- Споживач



pepsi



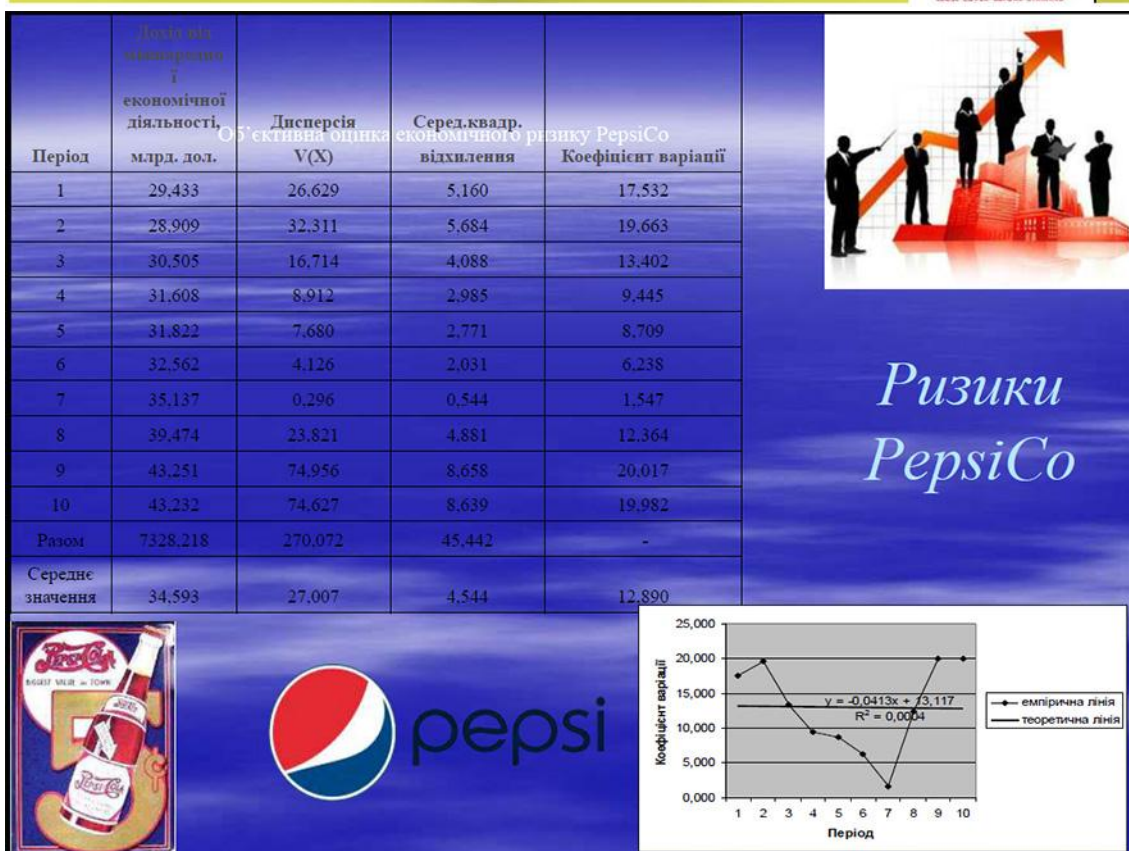
Оцінювання економічного ризику проекту

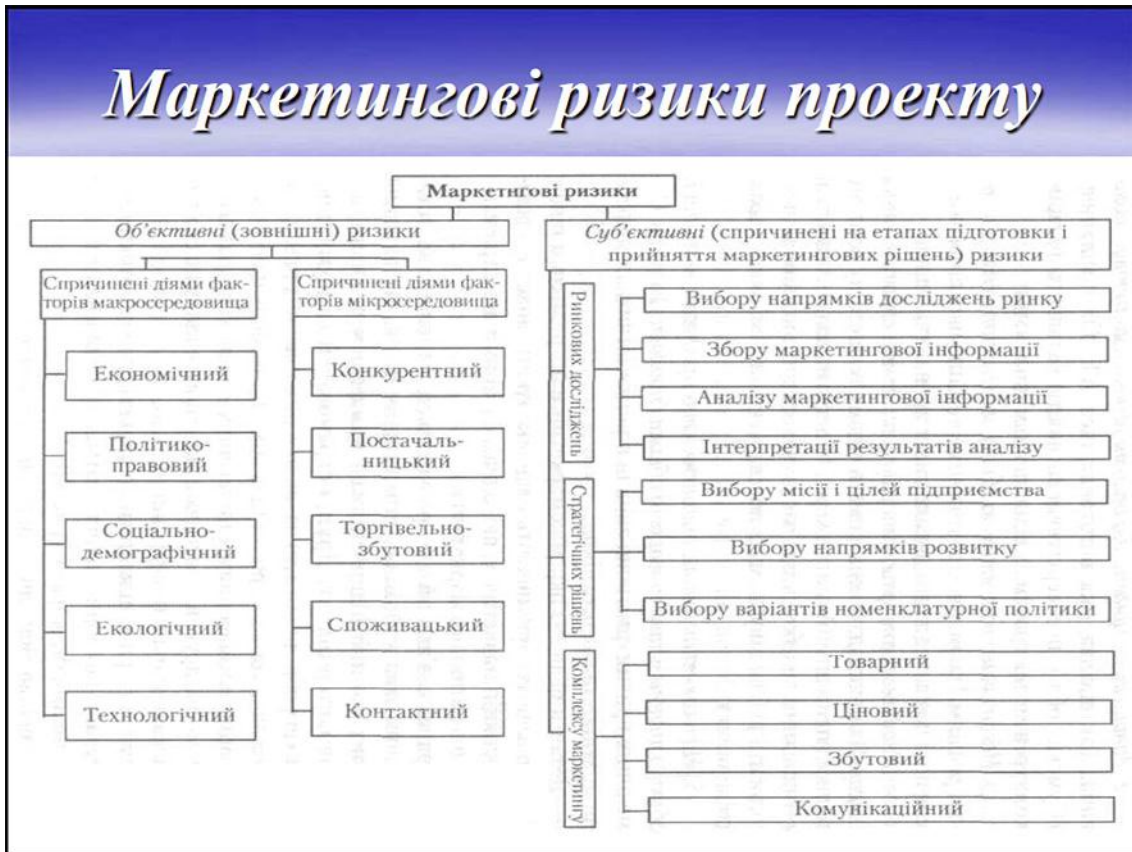
- Обсяг збуту
- Величина прибутку
- Кількість рекламацій
- Кількість позитивних відгуків
- Коефіцієнт інтенсивності контактів
- Маркетингові дослідження



СИСТЕМА КІЛЬКІСНИХ ОЦІНОК ЕКОНОМІЧНОГО РИЗИКУ ПРОЕКТУ

- Ризик в абсолютному вираженні (математичне сподівання, показник дисперсії, середньо квадратичне відхилення).
- Ризик у відносному виразі (коефіцієнт ризику, коефіцієнт варіації).
- Ризик та нерівність Чебишева.
- Допустимий критичний та катастрофічний ризик. Крива щільності розподілу ймовірності настання випадкових втрат.
- Оцінка ризику ліквідності (частка терміноволіквідних інвестицій в їх реальному обсязі, показник ризику ліквідності).
- Коефіцієнт чутливості β .







Ризики проекту



Причини, що зумовлюють ризик, за сферою прояву:

- 1) **внутрішні:**
 - недоліки у системі управління;
 - недоліки організації процесу виробництва;
- 2) **зовнішні:**
 - поведінка контрагентів;
 - похибки у визначенні попиту (Квар=31%);
 - зміни ринкової кон'юнктури;
 - зміни економічних факторів;
 - політичні.









Ризики проекту


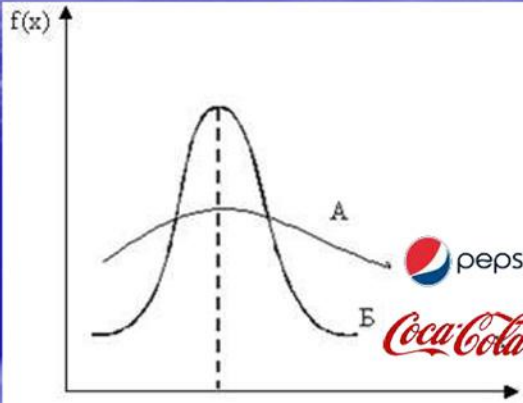





- комерційний;
- соціально-політичний;
- інвестиційний ризик;
- кредитний;
- валютний.






Ризики проекту

Криві щільності розподілу ймовірностей випадкових втрат по проектам

Презентація 2 на тему “Переговори з американським партнером”

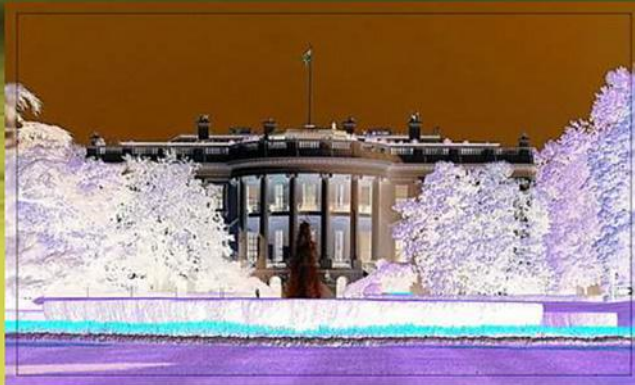


Зміст презентації

- 1. Особливості ведення бізнесу в США.***
- 2. Способи встановлення контактів з партнером.***
- 3. План проведення переговорів:***
 - 3.1. протокольні заходи;***
 - 3.2. позапротокольні заходи.***
- 4. Ключові моменти остаточного укладання угоди.***



Особливості ведення бізнесу в США



- цілеспрямоване прагнення американців до одержання максимального прибутку якнайшвидше;
- американці індивідуалісти і прагнуть діяти самостійно, навіть інколи нехтуючи вказівками керівництва;
- американці завжди розробляють фінансовий план, якого будуть дотримуватись;

Особливості ведення бізнесу в США



- намагання досягти спочатку згоди загалом, а деталі розробляють в подальшому;
- американці рідко зважають на культуру та особливості інших народів;
- твердий юридичний контроль за контрактом;
- англо-американська система права, яка ґрунтується на рішеннях справ.



Обов'язково мати при собі

- кредитні картки за високим лімітом: Visa, MasterCard, Amex;
- телефонні картки: AT&T, MCI, Sprint.



Встановлення контактів з партнером

№	Дата	Опис	Сума
1006	22.07.2003	000 "Мелітополь"	18000
1029	09.07.2003	000 "ІВМТ "Тарабля"	24000
117	06.06.2003	000 "ДОМОСТРОЙ"	10000
1125	22.07.2003	АНО ПОЛТ "Мир харькова"	21000
1020	17.07.2003	НО "Фонд підтримки та розвитку аграрної та туристичної"	63000
1170	16.07.2003	АНО Селекційно-сільськогосподарська	20000
4008	17.06.2003	000 "Мелітополь"	47000
1362	23.07.2003	000 "ІВМТ "Тарабля"	53000
1287	09.06.2003	000 "ДОМОСТРОЙ"	13000
4329	09.06.2003	АНО ПОЛТ "Мир харькова"	18000
4402	18.06.2003	НО "Фонд підтримки та розвитку аграрної та туристичної"	40000
4061	04.07.2003	АНО Селекційно-сільськогосподарська	150000
1096	03.09.2003	000 "Мелітополь"	91000
1288	25.07.2003	000 "ІВМТ "Тарабля"	
1446	30.07.2003	000 "ДОМОСТРОЙ"	
1450	11.06.2003	АНО ПОЛТ "Мир харькова"	
1454	11.06.2003	НО "Фонд підтримки та розвитку аграрної та туристичної"	

Maveks



Maveks

Підприємство "Техніка для бізнесу" пропонує програмний продукт "Maveks" на ліцензійних дисках.

Способи встановлення контактів з партнером:

- оферта;
- реклама.



Вільні оферти на поставку 250 ліцензійних дисків з програмним забезпеченням були одночасно розіслані 3 фірмам. Фірма Beta Ltd підтверджує оферту твердою контрoferтою. У США акцепт набуває чинності з моменту відсилання письмового акцепту.

Встановлення контактів з партнером



Підприємство "Техніка для бізнесу" як експортер використовує такий спосіб встановлення контактів з контрагентом, як рекламні оголошення у засобах масової інформації. Воно розміщує рекламні оголошення у засобах масової інформації, направляє на адресу потенційних покупців каталоги, проспекти з товарами, що пропонуються, організовує і проводить рекламну кампанію на ринку країни-імпортера

Технічні переговори



- Друкована реклама

Рекламне звернення

За допомогою нашого програмного забезпечення Ви з легкістю автоматизуєте процес ведення бізнесу для економії часу і зменшення затрат вашої праці. Ми гарантуємо ваш успіх у бізнесі і в роботі. Наші програми сумісні з управлінськими системами "Парус 8.0", "М-2", "АС+", "Scala", "Ваар"; можливість роботи з Інтернетом. Усе це тільки для ВАС!

Наша адреса: м. Львів, вул. Я.Мудрого 10.



- Стаття в спеціалізованому журналі "Chip"
- Сертифікат відповідності

Комерційні переговори



Пропозиція української фірми отримана американською фірмою 4.08.2009 р. на продаж 1000 DVD-дисків з ліцензійними програмами на умовах "DAF кордон України" з поставкою у 2010 р. Ціна пропозиції - 169,93 USD. Платіж: аванс - 25% (2010 р.), інкасо - 40% (2011 р.), розстрочка - 35% на 4 роки при 7% вартості кредиту (2011 р.).



Протокольні заходи



- Відвідування Оперного театру у Львові
- Екскурсія по визначних місцях Львова
- Риболовля на Шацьких озерах





Американські гості відвідали під час екскурсії визначні місця Львова



Вечеря у ресторані



*Американська їжа – частково італійська,
частково англійська, частково німецька,
частково мексиканська, частково
китайська...*





Американці п'ють багато соків, їдять багато м'яса, фруктів та овочів й не дуже багато хліба. Особливо популярне вино Бордо. До холодних закусок подають горілку, до рибних страв — червоне вино, до м'яса — червоне вино кімнатної температури, до десерту — охоложене шампанське.

Підписання контракту

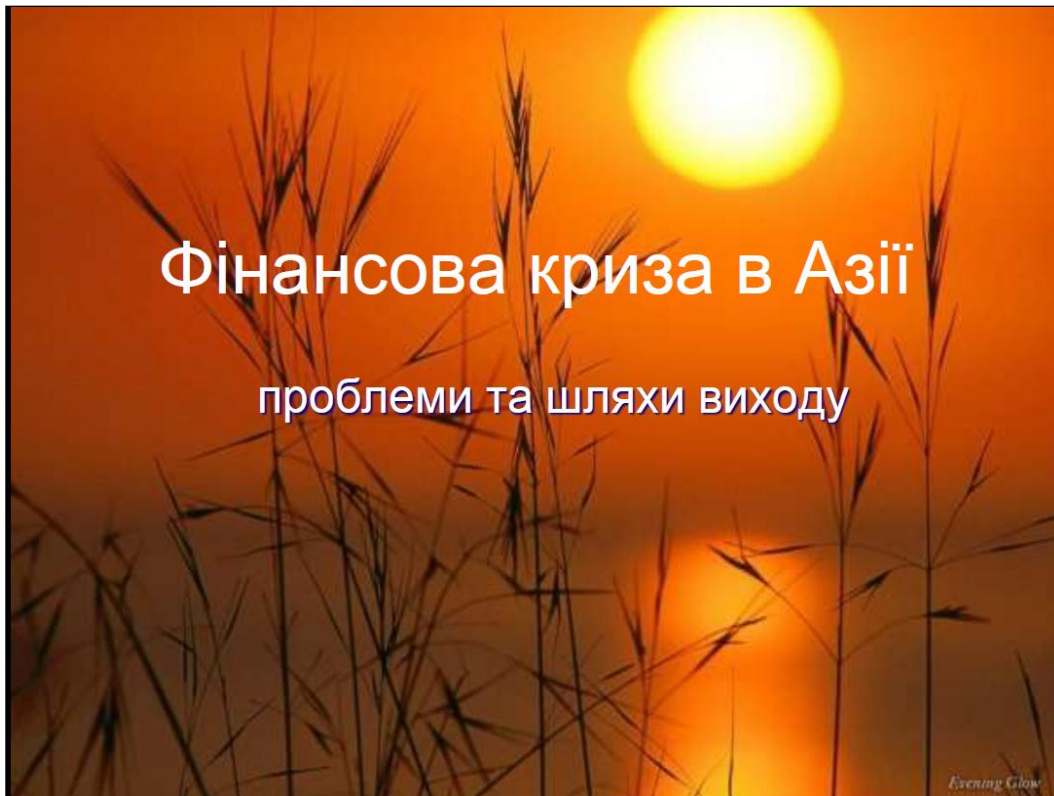


Американська сторона погодилась купити 1000 DVD-дисків з ліцензійними програмами на умовах "DAF кордон України" з поставкою у 2010 р. Ціна - 169,93 USD. Платіж: аванс - 25% (2010 р.), інкасо - 40% (2011 р.), розстрочка - 35% на 4 роки при 7% вартості кредиту (2011 р.).

Позапротокольні заходи



**Презентація 3 на тему “Фінансова криза в Азії:
проблеми та шляхи виходу”**



Регіони Азії :



- Північна (Росія)
- Східна (КНР, Республіка Корея, Монголія, Японія, а Гонконг, Тайвань)
- Південно-Східна (Індонезія, Малайзія, Східний Тимор, Бруней, Філіппіни, Сінгапур, Таїланд, В'єтнам, Лаос, Камбоджа, М'янма)
- Південна (Індія, Пакистан, Іран, Бангладеш, Афганістан, Непал, Бутан, Шрі-Ланка, Мальдіви)
- Центральна (Казахстан, Туркменістан, Узбекистан, Таджикистан, Киргизстан)
- Західна – Країни Близького Сходу та Перської затоки (Саудівська Аравія, Кувейт, Ірак, Іран, ОАЕ, Оман, Бахрейн, Катар, Ємен, Сирія, Ліван, Ізраїль, Йорданія, Ємен, Кіпр, Грузія, Азербайджан, Вірменія)



Причини фінансової кризи:

- Падіння цін на основні товари національного експорту
- Нерівномірність економічного розвитку країн у межах світового господарства, засилля ТНК
- Особливості вивезення капіталу, насамперед портфельних інвестицій
- Недосконалість світової валютної системи
- Нераціональна структура виробництва в ряді країн регіону
- Трансформаційні процеси в економіці
- Політична нестабільність
- Глобальний дисбаланс заощаджень

Етапи фінансової кризи в Азії

1. Неефективний розподіл кредитних ресурсів, наданих країнам Азії.
2. Поглиблення кризових явищ через інвестиційні інтервенції в країни, які стали епіцентром світової фінансової кризи.
3. Розгортання кризи.

Шляхи подолання кризи в Азії

- Зміцнення внутрішнього попиту
- Розширення торгівлі між країнами регіону
- Збереження динаміки реформ у фінансовому секторі
- Виявлення нових джерел зростання для активізації приватного попиту
- Зміцнення міжнародного співробітництва у сфері економічної політики
- Вдосконалення антикризового фінансового управління на підприємствах

Фінансова криза в Північній Азії (Росія):

● Причини кризи

експерти схильні виділяти 4 чинники:

1. «Американська фінансова катастрофа»
2. Падіння цін на нафту
3. Прорахунки керівництва країни
4. Неконкурентоспроможність окремих російських виробників

19 травня – Російські біржові індекси досягають свого максимуму, 2487,92 пункту.

На вихід з кризи в Росії витратили 2,7 трлн. рублів

- фінансування робочих місць,
- допомогу банкам
- підтримку проблемних підприємств.

Росія 2008-2009рр.

Найбільше криза торкнулася
автомобілебудування
і машинобудування



На думку аналітиків BofA-Merrill Lynch, основними факторами приросту російського ВВП в 2010р. стануть високі ціни на нафту і приплив капіталу в країну у обсязі 40 млрд. \$ та заходи фіскального стимулювання і відновлення кредитування російської економіки в другому півріччі 2010р.

Шляхи виходу:

таргетування інфляції,
секвестр бюджетів,
монетарні заходи
(подорожчання кредитів)

Фінансова криза в Східній і Південно – Східній Азії

Проблеми:

- зниження обсягів експорту
- зниження темпу приросту ВВП (Приріст становив: Китай – 7,9%, Корея 2,3%)
- підвищення темпів інфляції
- відтік капіталів, зменшення ліквідності (Корея)
- дефіцит платіжного балансу
- зменшення золотовалютних резервів

Шляхи виходу:

- розроблені програми економічного стимулювання (обсяг допомоги у Китаї, Японії та Південній Кореї - 1,2 трлн. дол. США)
- створення стабілізаційного фонду (120 млрд. дол.) для вирішення проблем з платіжними балансами та короткостроковою ліквідністю (АСЕАН, Китай, Гонконг, Японія, Корея)
- скасування неефективних інвестиційних проєктів (В'єтнам - 7,8% всього бюджету інвестицій)
- розвиток азіатських ринків облігацій.

Фінансова криза в Західній Азії

Проблеми:

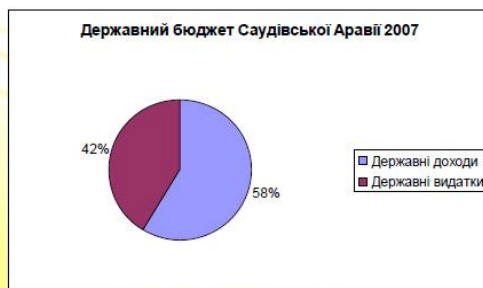
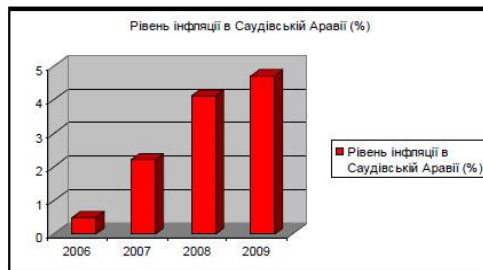
- зниження цін на нерухомість;
- уповільнення міжбанківського кредитування;
- падіння цін на нафту;



Шляхи виходу:

- Країни цього регіону в незначній мірі відчувають вплив фінансової кризи. Адже фінансові установи країн Перської затоки, є незалежними і віддаленими від загальносвітових.
- Країни мають достатній обсяг власних фінансових резервів (запас нафтодоларів)
- Уряди країн виділяють кошти для подальшої передачі банкам для збільшення їхньої ліквідності (ОАЕ 20млрд.дол)
- Надаються гарантії для банківських депозитів, міжбанківських позик
- Зменшення кількості видобутку нафти
- Збільшення інвестицій завдяки будівельним проєктам (ОАЕ- 54 млрд. дол., Кувейт 24 млрд. дол)
- Строга система управління оборотними коштами (Кувейт)

Саудівська Аравія



Фінансова криза в Південній Азії

Проблеми:

- різке падіння цін на акції
- скорочення золотовалютних резервів
- відтік іноземного капіталу
- скорочення експорту
- підвищення темпу інфляції

Шляхи виходу:

- Стабілізація процентних ставок і обмінного курсу

Фінансова криза в Центральній Азії



Проблеми:

- зменшення обсягів виробництва будівельної галузі
- масове безробіття

Шляхи виходу:

- таргетування інфляції,
- секвестр бюджетів,
- монетарні заходи
(подорожчання кредитів)



ДОДАТКИ

Договір технології економічних операцій на експорт

Контракт № 2647/99

Львів

01

листопада 2019 р.

Фірма "Beta" Лтд, надалі "Отримувач", з одного боку, та фірма "Техніка для бізнесу", надалі "Відправник", з другого боку, уклали цей Контракт про наступне:

1. ПРЕДМЕТ КОНТРАКТУ ТА ЗАГАЛЬНА СУМА КОНТРАКТУ

Відправник зобов'язується поставити, а Отримувач – прийняти та оплатити DVD-плеєри аміачну селітру, у подальшому – ТОВАР, у кількості 1 млн. кг, на загальну суму 5000 тис. грн..

2. КІЛЬКІСТЬ І ЯКІСТЬ ТОВАРУ

Товар повинен бути якісним, мати торговельну цінність, не містити отруйні речовини, повинен бути вільний від токсичних матеріалів. За якістю Товар повинен відповідати встановленим нормам. Якість, вага і стан Товару визначаються під час та на місці розвантаження згідно Сертифікатів, виданих незалежною інспекційною по бажанню та за рахунок Отримувача.

3. БАЗИСНІ УМОВИ ПОСТАВКИ

Оскільки договір підписано на основі поставки FOB, то "Відправник" виконав постачання, коли Товар перейшов через поручні судна в порту відвантаження. Це означає, що з цього моменту усі витрати і ризики чи втрати ушкодження товару повинні нести Отримувач. На Відправника покладається обов'язок по митному очищенню Товару для експорту.

4. ЦІНА І ЗАГАЛЬНА ВАРТІСТЬ КОНТРАКТУ

Валюта контракту - грн. Умова поставки FOB. Загальна вартість контракту складає 5000 тис. грн., за курсом НБУ-8,2 грн. за 1 дол. США. Витрати на доставлення (сплачуються Отримувачем Товару) включають: оплату страхування вантажу на шляху; витрати на фрахт; оплату митних зборів, платежів при перетині митного кордону. Застереження про зміну курсу валюти платежу 0,7%.

5. УМОВИ ПЛАТЕЖУ

Оплата вартості Товару здійснюється шляхом 100% перерахування на рахунок Відправника вартості товару. Днем оплати вважати день списання коштів з рахунку Отримувача. Всі витрати, які пов'язані з проведенням взаємних розрахунків та платежів, несе Отримувач. Плата здійснюється в грн. прямим банківським переказом на валютний рахунок Продавця, вказаний у даному Контракті.

6. ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ

Складовою частиною даного Договору є застереження про форс-мажор (настання обставин непередбаченої сили, тобто надзвичайні та невідворотні обставини, при конкретних умовах конкретного періоду часу).

До обставин непередбаченої сили Сторони даного Договору відносять таке:

- явища стихійного характеру (землетрус, паводок, блискавка, сель, зсув ґрунту, тощо)
- війна та військові дії, вибухи, епідемії:
- мораторій органів влади та управління, акти органів влади, що безпосередньо стосуються предмету даного Договору;
- страйки, мітинги, організовані в установленому порядку;
- перекриття вулиць органами ДАІ, аварії і затори на дорогах, ремонт дорожнього покриття чи будівель з відповідним перекриттям вулиць.

Дія форс-мажорних обставин повинна бути підтверджена довідкою компетентного органу.

У разі настання форс-мажорних обставин Сторона, яка не може виконати свої зобов'язання за цим Договором, повинна повідомити іншу Сторону протягом доби про початок та закінчення обставин форс-мажору, причому повідомлення про наявність та тривалість обставин форс-мажору повинно бути підтверджено Торговою палатою. При невиконанні Контракту понад 2 місяців Отримувач має право анулювати весь Контракт або його частину.

7. САНКЦІЇ ТА РЕКЛАМАЦІЇ

У випадку невиконання договірних обов'язків винна Сторона відшкодовує іншій Стороні причинені збитки, а також сплачує штраф у розмірі 0,4% від вартості товару за кожен день затримки виконання обов'язків.

Рекламації приймаються на протязі 30 днів з дати поставки Товару за наявності акту, складеного за участі компетентного представника незацікавленої організації, або комерційного акту, якщо недостача або псування виникла в дорозі.

8. РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ, УРЕГУЛЮВАННЯ СПОРІВ У СУДОВОМУ ПОРЯДКУ

Сторона, яка виступає ініціатором розірвання цього Договору, повинна письмово попередити іншу Сторону про свій намір розірвати даний Договір не менше як за 30 календарних днів до передбачуваного дня розірвання. На день дострокового розірвання цього Договору між Сторонами повинні бути проведені всі взаєморозрахунки.

Спори, що виникають під час укладання, зміни, розірвання та виконання цього Договору, розв'язуються шляхом ведення переговорів, листування та у порядку, установленому законодавством. У разі неможливості вирішення спорів шляхом

переговорів, вони вирішуються згідно з чинним законодавством України в судовому порядку.

9. ДОДАТКОВІ УМОВИ ТА ІНШІ УМОВИ КОНТРАКТУ

Договір складено у 2-х автентичних екземплярах українською мовою, по одному екземпляру для кожної Сторони.

Всі додатки до даного Контракту є його невід'ємною частиною.

Після підписання цього Договору всі попередні переговори за ним, листування, попередні договори, протоколи про наміри та будь-які інші усні або письмові домовленості Сторін з питань, що так чи інакше стосуються цього Договору, втрачають юридичну силу, але можуть братися до уваги при тлумаченні умов цього Договору.

Права та обов'язки Сторін за даним контрактом не можуть бути передані будь-якій фізичній чи юридичній особі без письмової згоди обох Сторін.

Контракт набуває сили з дати його підписання.

Термін дії цього Договору встановлюється з 01.11.2019 року до 01.12.2019 року.

10. Реквізити та юридичні адреси сторін

Виконавець

ТзОВ «Техніка для бізнесу»
Свідоцтво АОО № 061330 від 10.08.16 р.
03127, м. Львів, вул. Я. Мудрого, 7 кв. 185
р/р №5897365789574
АК« Електронбанк» МФО 325879
ЄДРПОУ 34010251

Василенко С. М.

Абонент

ТзОВ "Beta"
Свідоцтво АОО № 061330
01024, м. Новоросійськ
р/р № 69873657895874
в "ОТР-Bank" МФО 325879
ЄДРПОУ 35010257

Петров Л. Р.

Договір транспортно-експедиційного обслуговування

ДОГОВІР №264799/99

транспортно-експедиційного обслуговування

м. Львів

“01” листопада 2019 р.

Фірма "Техніка для бізнесу", надалі "Експедитор", що діє на підставі Статуту, з однієї сторони, та фірма "Beta", надалі "Отримувач", що діє на підставі Статуту, з іншої сторони, надалі "Сторони", уклали даний договір про наступне:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

- 1.1. Даний договір регулює взаємовідносини Сторін при виконанні Експедитором доручень Отримувача на організацію транспортно-експедиторського обслуговування (ТЕО) вантажів номенклатури Замовника.
- 1.2. Виконуючи обов'язки за цим договором, згідно умов п. 1.1., Експедитор може надавати такі види транспортно-експедиційних послуг як організація перевезення вантажів різними видами транспорту, організація робіт, пов'язаних з прийманням, накопиченням, подрібненням, складуванням, зберіганням, зважуванням, митним оформленням вантажів Замовника та інше, а також може укладати договори від свого імені, або вчиняти інші дії, необхідні для виконання зобов'язань, визначених цим договором.

2. ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

2.1. Обов'язки Експедитора:

- 2.1.1. На підставі письмового запиту (пропозиції) про перевезення вантажу, направленою факсимільним зв'язком (електронною поштою), узгоджувати з Замовником маршрут та умови перевезення вантажу та направляти йому для підписання

Протокол погодження договірної ціни, який є невід'ємною частиною Договору.

2.1.2. Погоджувати з залізницями – учасницями перевізного процесу тарифи та умови перевезення вантажів Отримувача з врахуванням роду і обсягів вантажів.

2.1.3. Після надходження оплати (авансових платежів) на рахунок Експедитора, надсилати Отримувачу дозвіл на відправлення вантажів в терміни і в обсягах, погоджених з Експедитором, а також інструкцію по заповненню перевізних документів.

2.1.4. Повідомляти Отримувача не пізніше, ніж за один місяць до терміну введення нових тарифів та ставок на транспортно-експедиційних обслуговування вантажів міжнародного сполучення.

2.1.5. За окремим дорученням Отримувача, за його рахунок інформувати його про рух та місце знаходження вантажу.

2.1.6. Надавати Отримувачу інші транспортно-експедиційні послуги за згодою сторін.

2.1.7. За необхідності відступати від вказівок Отримувача, зокрема в разі виникнення загрози пошкодження вантажу, безпеці людей і довкіллю, Експедитор зобов'язаний попередньо отримувати згоду Отримувача на таке відступлення. У разі, якщо немає можливості попередньо повідомити про це або якщо відповідь на такий запит не отримано Експедитором у належний за наявними обставинами строк, Експедитор має право діяти на свій розсуд, повідомивши Отримувача про свої дії, як тільки таке повідомлення стане можливим.

2.2. Обов'язки Отримувача:

2.2.1. Надавати Експедитору письмовий запит (пропозиції) (по факсу, електронною поштою) на перевезення вантажів з визначенням маршруту перевезення.

2.2.2. Узгоджувати умови перевезення та підписувати Протокол погодження договірної ціни протягом 2-х днів з моменту отримання його по факсу або електронним зв'язком .

2.2.3. Здійснювати своєчасно оплату згідно умов Договору, а також відшкодовувати витрати, які поніс Експедитор, виконуючи надане йому доручення.

2.2.4. Своєчасно оформляти залізничні документи на перевезення, із внесенням необхідних даних, у відповідності до інструкцій Експедитора.

2.2.5. Сплачувати Експедитору додаткові платежі та збори, невраховані при узгодженні вартості перевезення, необхідність яких виникла на шляху проходження вантажу, а також додаткові витрати, які виникли в результаті оголошення цінності вантажу, при наявності документального підтвердження.

2.2.6. Сплачувати Експедитору витрати пов'язані з перевіркою вантажів митними та іншими контролюючими органами, інші витрати нараховані залізницею, при наявності документального підтвердження.

2.2.7. Для надання послуг за цим Договором надавати Експедитору відповідне доручення, яке є невід'ємною його частиною.

3. ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

3.1. Отримувач здійснює 100% попередню оплату в розмірі заявленого обсягу перевезення вантажів шляхом перерахування коштів на розрахунковий рахунок Експедитора на підставі виставлених рахунків протягом 5 банківських днів.

3.2. Розрахунки за послуги здійснюються Отримувачем безпосередньо з тими організаціями, які надають ці послуги.

4. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

4.1. Сторони несуть матеріальну відповідальність за невиконання або неналежне виконання своїх обов'язків за умовами цього Договору. У випадку порушень зобов'язань за Договором винна Сторона повинна негайно усунути порушення та вжити заходів для усунення їх наслідків.

4.2. Сторона, яка порушила свої зобов'язання та отримала претензію, зобов'язана розглянути її та надати відповідь по суті (підтвердити згоду на повне або часткове її задоволення чи повідомити про повну або часткову відмову в її задоволенні) не пізніше 30 днів з дати отримання претензії. Датою пред'явлення претензії є дата поштового відомства про прийняття листа до відправлення.

4.2. У разі оформлення залізничних документів з порушенням умов Договору, в тому числі: відсутності коду платника, відсутності документів необхідних для виконання митних, санітарних та інших формальностей, що викликало затримку вагонів або контейнерів з зовнішньоторговельними вантажами на прикордонних станціях, Отримувач відшкодовує Експедитору витрати, пов'язані із зберіганням вантажу та інші витрати.

4.3. У разі несплати Отримувачем платежів, Експедитор вправі притримувати вантаж, що знаходиться в його володінні, до моменту сплати плати Експедитору і відшкодування витрат, здійснених ним в інтересах Отримувача.

4.4. Сторона, яка притягла третю особу до виконання своїх обов'язків за цим Договором, несе перед другою Стороною відповідальність за невиконання або неналежне виконання обов'язків третьою особою, як за свої особисті.

5. ВИРІШЕННЯ СУПЕРЕЧОК

5.1. Всі суперечки між сторонами вирішуються шляхом переговорів, у випадку неможливості дійти згоди суперечки вирішує Арбітражний суд за місцем знаходження позивача.

5.2. Претензії, які випливають з цього договору, повинні бути заявлені протягом 3 місяців з часу виникнення підстав для їх пред'явлення.

5.3. Сторона, яка отримала претензію зобов'язана розглянути її і відповісти по суті претензії: підтвердити згоду на повну чи часткову можливість задовольнити її або повідомити про повну чи

часткову відмову в її задоволенні не пізніше 1 місяця з дати отримання претензії.

6. ІНШІ УМОВИ ДОГОВОРУ

6.1. Договір вступає в силу 01.11.2019 р. і діє до 01.12.2019 р.

6.2. Якщо ні одна зі сторін за 20 днів до закінчення договору не повідомить іншу в письмовій формі про розірвання договору, термін його дії продовжується на наступний річний термін.

6.3. Всі зміни та доповнення до цього договору дійсні лише у випадку, коли вони викладені в письмовій формі і підписані представниками обох Сторін.

Реквізити та юридичні адреси сторін

Виконавець

ТзОВ «Техніка для бізнесу»
Свідоцтво АОО № 061330 від 10.08.16 р.
03127, м. Львів, вул. Я. Мудрого, 7 кв. 185
р/р №5897365789574
АК« Електронбанк» МФО 325879
ЄДРПОУ 34010251

Василенко С. М.

Абонент

ТзОВ "Beta"
Свідоцтво АОО № 061330
01024, м. Новоросійськ
р/р № 69873657895874
в "ОТР-Bank" МФО 325879
ЄДРПОУ 35010257

Петров Л. Р.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеев І. В., Кондрат І. Ю., Ярошевич Н. Б. Страхові послуги: навч. посібник. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2006. 204 с.
2. Базилевич В. Д., Базилевич К. С. Страхова справа. К.: Знання, 1997. 216 с.
3. Борщ Л. М., Герасимова С. В. Інвестування: теорія і практика: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2007. 685 с. (Вища освіта ХХІ століття).
4. Босак А. О., Григор'єв О. Ю., Дарміць Р. З., Скибінський О. С., Чернобай Л. І. Міжнародна економіка: прикладний аспект: навч. посіб. для студ. напряму 6.0501 «Економіка і підприємництво» з курсу «Міжнародна економіка» / Національний ун-т «Львівська політехніка». Л.: НУ «Львівська політехніка», 2006. 228 с.
5. Витвицький Я. С. (ред.), Витвицька У. Я., Данилюк М. О., Устенко А. О., Цигилик І. І. Економіка підприємства: навч. посібник. Івано-Франківськ: Полум'я, 2001. 320 с.
6. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Важинський Ф. А., Гуштан Т. В. Економіка зарубіжних країн: підручник. Львів: Видавництво ННВК «АТБ», 2020. 183 с.
7. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Лазур С. П., Важинський Ф. А. Міжнародна економіка в таблицях, схемах, формулах, задачах і прикладах: навчальний посібник. Львів: Видавництво ННВК «АТБ», 2019. 258 с.
8. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Важинський Ф. А., Індус К. П. Міжнародні фінанси і фінансовий менеджмент в задачах та прикладах: навчальний посібник. Львів: Вид-во ННВК «АТБ», 2020. 161 с.
9. Георгіаді Н. Г., Передало Х. С., Князь С. В. Основи зовнішньоекономічної діяльності: навчальний посібник. 2-ге вид. Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2009. 236 с.

10. Горбач Л. М. Страхова справа: навч. посібник. Луцьк: Ред-вид. відділ «Вежа», 2001. 181 с.
11. Дэниелс Джон Д., Радеба Ли Х. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции / пер. с англ., 6-е изд. М.: «Дело Лтд», 1994. 784 с.
12. Дмитренко Г. А. Стратегічний менеджмент: цільове управління персоналом організацій: навч. посібник. К.: МАУП, 1998. 188 с.
13. Економіка підприємства: підручник / ред. С. Ф. Покропивний. К.: КНЕУ, 2006. 528 с.
14. Загородній А. Г., Вознюк Г. Л. Фінансово-економічний словник. Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2005. 714 с.
15. Калашников В. А. Словарь рыночной экономики. М.: НВЦ «Маркетинг», 1993. 56 с.
16. Киперман Г. Я., Сурганов Б. С. Популярный экономический словарь. М.: Экономика, 1993. 252 с.
17. Киреев А. П. Международная экономика. В 2-х ч. Ч. I. Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства: учебное пособие для вузов. М.: Международные отношения, 1998. 416 с.
18. Киреев А. П. Международная экономика. В 2-х ч. Ч. II. Международная макроэкономика: открытая экономика и макроэкономическое программирование: учебное пособие для вузов. М.: Международные отношения, 1999. 488 с.
19. Ковальчук В. М. Загальна теорія економіки. Тернопіль: Астон, 1998. 368 с.
20. Козик В. В., Панкова Л. А., Григор'єв О. Ю., Босак А. О. Міжнародна економіка та міжнародні економічні відносини: навч. посібник. К.: Вікар, 2003. 368 с.
21. Колодійчук А. В. Інноваційний розвиток промисловості: завдання управління при врахуванні умов недосконалої конкуренції: монографія. Львів: Ліга-Прес, 2015. 324 с.

22. Колодійчук А. В., Чобаль Л. Ю., Молнар О. С., Данило С. І. Транснаціональні корпорації в таблицях і схемах: навчальний посібник. Львів: Видавництво ННВК «АТБ», 2020. 182 с.
23. Костіна Н. І., Алексеев А. А., Василик О. Д. Фінанси: система моделей і прогнозів: навч. посібник. К.: Четверта хвиля, 1998. 304 с.
24. Крылова Г. Д., Соколова М. И. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций: учеб. пособие для вузов. М.: Банки и биржи: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. 519 с.
25. Кузьмін О. Є., Завербний А. С., Іващук Н. Л. Міжнародні страхові послуги: навчальний посібник. Львів: Видавництво «Растр-7», 2009. 444 с.
26. Курочкін Г. Ф. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка: навч. посібник. К., 2004. 272 с.
27. Куценко В. І., Удовиченко В. П., Остафійчук Я. В. Соціальна держава: проблеми теорії, методології, практики. К.: Заповіт, 2003. 228 с.
28. Линдерт П. Х. Экономика мирохозяйственных связей / пер. с англ.; [общ. ред. и предисл.: О. В. Иванова]. М.: Прогресс, 1992. 520 с.
29. Лук'янова В. В., Головач Т. В. Економічний ризик. К.: Академвидав, 2007. 464 с.
30. Маркетинг: Энциклопедия / ред. М. Бейкер. СПб.: Питер, 2002. 1200 ил. (Сер. «Бизнес-класс»).
31. Матвійчук А. В. Аналіз і управління економічним ризиком. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2005. 224 с.
32. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения: учебник / 3-е изд., перераб. и доп.; ред. Л. Н. Красавина. М.: Финансы и статистика, 2007. 576 с.
33. Міграційні явища та процеси: поняття, методи, факти: довідник / У. Я. Садова (наук. ред.), В. С. Кравців та ін.; Інститут регіональних досліджень НАН України. Львів, 2009. 228 с.

34. Нижник Н. Р., Ситник Г. Л., Білоус В. Т. Національна безпека України (методологічні аспекти, стан і тенденції розвитку): навч. посіб. К.: Преса України, 2000. 304 с.
35. Нікбахт Е., Гропеллі А. Фінанси / пер. з англ. К.: Основи, 1993. 383 с.
36. Ноздріна Л. В., Ящук В. І., Полотай О. І. Управління проектами: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2010. 432 с.
37. Основи митної справи: навч. посіб. / 2-ге вид., перероб. і доп.; ред. П. В. Пашко. К.: Т-во «Знання», КОО, 2002. 318 с.
38. Орланюк-Малицкая Л. А. Платежеспособность страховых компаний. М.: Анкил, 1994. 152 с.
39. Подольчак Н. Ю. Стратегічний менеджмент: навч.-метод. посібник. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2006. 224 с.
40. Портер Майкл Э. Конкуренция: учеб. пособие / пер. с англ. М.: Изд. дом «Вильямс», 2000. 495 с.
41. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. М.: ИНФРА-М, 1997. 496 с.
42. Савельев Є. В. Міжнародна економіка: підручник. 3-тє вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2008. 622 с.
43. Сідун В. А., Пономарьова Ю. В. Економіка підприємства: навчальний посібник / вид. 2-ге, перероб. та доп. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 356 с.
44. Словарь современной экономической теории Макмиллана. М.: ИНФРА-М, 1997. 608 с. («Библиотека словарей ИНФРА-М»)
45. Соколенко С. И. Глобальные рынки XXI столетия: перспективы Украины. К.: Логос, 1998. 568 с.
46. Стадницький Ю. І., Бакушевич І. В., Стадницька Ю. Ю. Просторова економіка: навчальний посібник. Тернопіль: ТІСІТ, 2011. 400 с.
47. Степанов А. Н. Информатика: учебник для вузов. 5-е изд. СПб.: Питер, 2007. 765 с.

48. Стеченко Д. М. Розміщення продуктивних сил і регіоналістика: підручник. К.: Вікар, 2006. 400 с.
49. Технологія зовнішньоекономічних операцій: Методичні вказівки до виконання індивідуальної роботи для студентів напрямів 6.0502 «Менеджмент» та 6.0501 «Економіка і підприємництво» денної форми навчання / укл.: Р. В. Шуляр, О. Ю. Григор'єв, А. О. Босак, Н. О. Шпак, Н. Ю. Подольчак, І. Б. Олексів. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2005. 15 с.
50. Цигилик І. І., Бирик Я. Р., Ємбрик М. Я., Паращич В. Ф. Економіка підприємства (в питаннях і відповідях): навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 212 с.
51. Шульц С. Л. Економічний простір України: формування, структурування та управління. Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 2010. 390 с. (Серія «Проблеми регіонального розвитку»).
52. Эддоус М., Стэнсфилд Р. Методы принятия решений. М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997. 590 с.
53. Ярошевич Н. Б., Колісник М. К. Підприємництво і менеджмент: навч. посібник. Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2007. 292 с.
54. Budnikowski A. Ekonomia międzynarodowa: Podręcznik. Warszawa: PWE «Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne», 2017. 496 s.
55. Głuchowski J., Huterski R., Jaaskelainen V., Nielsen P. Zarządzanie finansami w korporacjach międzynarodowych: Podręcznik. Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 2001. 256 s.
56. Liberska B. (red.). Globalizacja a korporacje transnarodowe. Globalizacja – mechanizmy i wyzwania. Warszawa: Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, 2002.
57. Zorska A. Korporacje transnarodowe: Podręcznik. Warszawa: PWE «Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne», 2007. 348 s.

Навчальне видання

Колодійчук А.В., Гуштан Т.В., Молнар О.С., Василюха Н.В., Чобаль Л.Ю.

Міжнародні перевезення в міжнародній економіці

Комп'ютерне макетування: П. С. Попадюк

© Ужгородський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, 2021

Підп. до друку 12.05.2021. Формат 64x84/16. Папір оф. №1.
Офс. друк. Ум.-друк. арк. 9,89. Тираж 100 прим.

Оригінал-макет виготовлено в ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України».
79026, Львів, вул. Козельницька, 4.

Видавництво ННВК «АТБ»

Видрукувано в ПП «Арал»
Адреса: м. Львів, вул. Козельницька, 4