

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ ТА СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ
КАФЕДРА ФІНАНСІВ ТА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

ДЕМЧУК Катерина Сергіївна
(студентка групи ЕПМ-20)



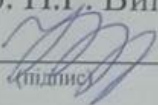
КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

10-2.1
21.12.2023

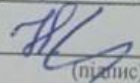
ОРГАНІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА

(представлена на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»
спеціальності 051 «Економіка»
освітньо-професійна програма «Економіка»)

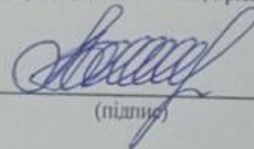
Допущено до захисту
протокол № 14
від 11 грудня 2023 р.
зав. кафедри фінансів
та цифрової економіки,
д.е.н., проф. Н.Г. Виговська


(підпис)

Науковий керівник:
к.е.н., доц. Овандер Н.Л.


(підпис)

Рецензент
к.е.н., доц., Пашченко О.І.
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)


(підпис)

Житомир, 2023 р.

АНОТАЦІЯ

Демчук К.С. Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Магістерська робота представлена на здобуття освітнього ступеня «магістр» газузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 051 «Економіка». – Державний університет «Житомирська політехніка», Житомир, 2023.

У кваліфікаційній магістерській роботі досліджено питання організації зовнішньоекономічної діяльності. Розкрито інструменти управління організацією зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Розроблено пропозиції для удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто».

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, експорт послуг, транспортні перевезення, вантажні перевезення

ANNOTATION

Demchuk K.S. Organization of foreign economic activity of the enterprise. – Manuscript.

The master's thesis is presented for obtaining the master's degree in the field of knowledge 05 "Social and behavioral sciences" specialty 051 "Economics". - Zhytomyr Polytechnic State University, Zhytomyr, 2023.

The issue of organization of foreign economic activity was investigated in the qualifying master's thesis. The tools for managing the organization of foreign economic activities of the enterprise are revealed. Proposals for improving the organization of foreign economic activity of Aurora Auto LLC have been developed.

Key words: foreign economic activity, export of services, transportation, cargo transportation

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1. Економічна сутність та роль зовнішньоекономічної діяльності в господарській діяльності підприємства	7
1.2. Ціль, завдання та функції зовнішньоекономічної діяльності підприємства	19
1.3. Основні інструменти управління та організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві	25
1.4. Нормативно-правове забезпечення в сфері організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства	34
Висновки до розділу 1	39
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТОВ «АВТОРА АВТО»	42
2.1. Аналіз тенденцій розвитку галузі транспортних перевезень в Україні	42
2.2. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Аврора Авто»	48
2.3. Діагностика фінансово-економічного стану підприємства ТОВ «Аврора Авто»	51
2.4. Оцінка ефективності організації зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто»	60
Висновки до розділу 2	65
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АВТОРА АВТО»	68
3.1. Аналіз проблем зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто»	68
3.2. Напрями удосконалення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто» та оцінка їх ефективності	75
Висновки до розділу 3	85
ВИСНОВКИ	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	91

ВСТУП

Актуальність дослідження. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства є важливою та актуальною темою в епоху глобалізації та постійних змін на світовому ринку. Ця проблематика не лише відображає сучасні тенденції у розвитку економіки, але й стає стратегічною складовою успішного функціонування підприємства в умовах посиленої конкуренції.

Наукова важливість дослідження зовнішньоекономічної діяльності полягає в розкритті механізмів взаємодії підприємства з міжнародними партнерами, вивченні ефективних стратегій виходу на зовнішні ринки та аналізі впливу геополітичних та економічних факторів на цей процес.

Актуальність теми проявляється в необхідності підприємств адаптуватися до динамічних умов глобального ринку, враховуючи вплив кризових явищ, тарифних бар'єрів, та інших факторів, що можуть суттєво вплинути на їхню конкурентоспроможність.

Дослідження зовнішньоекономічної діяльності підприємства є ключовим елементом розвитку стратегій економічного зростання та підвищення його стабільності в умовах нестабільності світового економічного середовища. Такий підхід дозволяє розкрити можливості для розширення ринків збуту, підвищення обсягів виробництва та залучення нових інвестицій.

Отже, дослідження зовнішньоекономічної діяльності підприємства є не лише актуальним, але й стратегічно важливим напрямом наукових досліджень у сучасному світі, сприяючи розвитку бізнесу та формуванню ефективних стратегій в умовах глобальної економічної нестабільності.

Огляд наукових досліджень та публікацій. Різні аспекти зовнішньоекономічної діяльності підприємства досліджували такі вчені, як Вічевич А. М., Гребельник О. П., Гришко Н.В., Дідківській М. І., Заєць М.А., Козак Ю.Г., Логвінова Н.С., Новак В.О., Прокушев Є. Ф., Стрельбіцька Н.Є. та інші.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження та розкриття питань організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві. Для досягнення мети дослідження, в роботі було поставлено та вирішено наступні **завдання**:

- дослідити економічну сутність та роль зовнішньоекономічної діяльності в господарській діяльності підприємства;
- визначити ціль, завдання та функції зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- визначити основні інструменти управління та організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві;
- проаналізувати нормативно-правове забезпечення в сфері організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- провести аналіз тенденцій розвитку галузі транспортних перевезень;
- дослідити організаційно-економічну характеристику ТОВ «Аврора Авто»;
- провести діагностику фінансово-економічного стану ТОВ «Аврора Авто»;
- провести оцінку ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто»;
- здійснити аналіз проблем зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто»;
- запропонувати напрями удосконалення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто».

Об'єктом дослідження є процес організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Предметом дослідження є науково-методичні положення та практичні рекомендації щодо удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто».

Методи дослідження. В магістерській роботі використовувались аналіз та синтез для ідентифікації сутності, завдань та цілей зовнішньоекономічної діяльності. Для аналізу господарської діяльності підприємства використовувались математичні методи, статистичні методи та розрахунки.

Інформаційна база дослідження ґрунтується на використанні наукових та методичних розробок вітчизняних та зарубіжних вчених, статей у фахових виданнях, матеріалів конференцій, навчальних посібників, монографій тощо. Інформаційну основу для аналітичного дослідження становлять статистичні дані Державного комітету статистики України, річна фінансова звітність ТОВ «Аврора Авто».

Апробація результатів кваліфікаційної магістерської роботи. Основні результати дослідження оприлюднені на IX Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами» (15 грудня 2023 р., м. Луцьк).

За результатами дипломного дослідження було опубліковано:

Демчук К.С. Тенденції розвитку галузі вантажних автомобільних перевезень в Україні. *Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами: матеріали IX Міжнар. наук.-практ. конф., Луцьк, 15 груд. 2023 р., Луцьк: ЛНТУ, 2023.*

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Обсяг роботи налічує 101 сторінку друкованого тексту, у тому числі: 16 таблиць, 8 рисунків; список використаних джерел – 81 найменування на 8 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Економічна сутність та роль зовнішньоекономічної діяльності в господарській діяльності підприємства

В умовах функціонування ринкової економіки підвищується роль зовнішньоекономічної діяльності. Зовнішньоекономічні чинники здійснюють дедалі більший вплив на темпи, пропорції, характер економічного зростання країн, ціноутворення, регіональний розвиток, рівень життя населення. Підприємства всіх форм власності отримали можливість виходу та здійснення діяльності на зовнішньому ринку. Таким чином, зовнішньоекономічні операції перетворюються на органічну частину їхньої господарської діяльності. Економічні відносини, правовою формою яких виступають зовнішньоекономічні угоди, нині прийнято називати зовнішньоекономічної діяльністю [60].

Розглядаючи зовнішньоекономічну діяльність, слід вивчити всі аспекти, які її складають і формують (рис. 1.1).

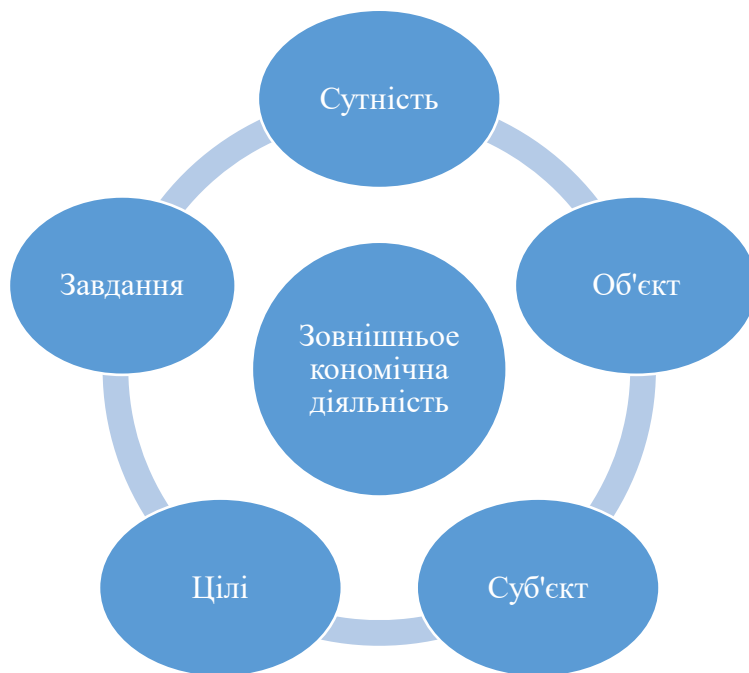


Рис. 1.1. Складові аспекти зовнішньоекономічної діяльності

Розглянемо понятійний апарат, який визначає сутність явища зовнішньоекономічної діяльності. Існують різні підходи до визначення зовнішньоекономічної діяльності:

1) Відокремлений комплекс економічних відносин, що характеризується самостійністю, цілісністю, специфікою регулювання, має власний понятійний апарат, і навіть спеціальний правовий методологічний інструментарій, властивий лише зазначеним відносинам [40];

2) Сфера господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою та науково-технічною кооперацією, експортом та імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок [21];

3) Сфера господарської діяльності, пов'язана з виходом на закордонний ринок для здійснення експортно-імпортних операцій з метою отримання комерційної вигоди [25];

4) Комплекс системоутворюючих факторів, покладених в основу єдиного технологічного процесу виробництва та реалізації експортної продукції відповідно до обраної підприємством зовнішньоекономічної стратегії, а також форм та методів роботи на зарубіжних ринках [23];

5) Один із аспектів зовнішньоекономічних зв'язків, під яким розуміють сферу організаційної, економічної та комерційної діяльності підприємств, спрямованої на взаємодію з іноземними партнерами [57].

Розглянемо різні підходи до визначення поняття зовнішньоекономічної діяльності підприємства (Табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Підходи до визначення поняття зовнішньоекономічної діяльності підприємства

№ пп	Джерело	Визначення
1	Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [35]	Діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами
2	Господарський кодекс України [20]	Зовнішньоекономічною діяльністю суб'єктів господарювання є господарська діяльність, яка в процесі її

		здійснення потребує перетинання митного кордону України майном, зазначеним у частині першій статті 139 цього Кодексу, та/або робочою силою
3	Леонов Я.В. [53]	Зовнішньоекономічна діяльність являє собою таку форму господарювання, яка виходить за межі національних кордонів і пов'язана із залученням до багатоетапного циклу економічних відносин різнонаціональних їхніх суб'єктів
4	Багрова І. [40]	Діяльність суб'єктів господарської діяльності України (частіше підприємств) та іноземних суб'єктів господарської діяльності (іноземних підприємств), яка базується на взаємовідносинах і здійснюється або на території України, або за її межами
5	Бурмістров В., Холодов К. [51]	Галузь діяльності, яка полягає у виробництві товарів та послуг, що призначені для реалізації у сфері міжнародного обміну завдяки проведенню експортних та імпорتنих операцій, а також у різних формах міжнародного обміну капіталом, трудовими ресурсами та об'єктами інтелектуальної власності
6	Новіков О.Є., Садрідінов Ш.Т. [58]	Зовнішньоекономічна діяльність підприємств – це частина їх загальної діяльності, яка визначається як сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних і оперативних-комерційних функцій підприємства відповідно до зовнішньоекономічних зв'язків держави, пов'язаних з виходом підприємства на зовнішній ринок та участю в зовнішньоекономічних операціях, напрямки, форми та методи якої узагальнюються відповідно до процесу виробництва згідно із цілями та задачами підприємства щодо його функціонування та розвитку
7	Тарасюк Г.М., Горшкова Л.О. [75]	На рівні підприємства зовнішньоекономічна діяльність спрямована на укладання та виконання контрактів з іноземними партнерами

Узагальнюючи різні трактування поняття, зовнішньоекономічна діяльність, сформуємо авторське визначення: зовнішньоекономічна діяльність – міжнародні господарські та торговельно-політичні відносини, до сфери яких входять: обмін товарами, спеціалізація та кооперація виробництва, науково-технічна співпраця, надання економічного та технологічного сприяння, створення спільних підприємств та інші форми економічного співробітництва.

Сутність зовнішньоекономічної діяльності полягає в тому, що вона будується на принципі комерційного розрахунку на основі господарської та фінансової самостійності та самоокупності з урахуванням власних валютно-фінансових та матеріально-технічних можливостей [39].

Об'єкти зовнішньоекономічної діяльності – це ресурси всіх видів, товари та послуги, створювані у всіх галузях та сферах національної економіки, цінні папери, науково-технічна продукція, інтелектуальні та інші цінності, за винятком тих об'єктів, які забороняється використовувати у зовнішньоекономічній діяльності [11].

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності – це суб'єкти господарської діяльності різних форм власності, які самостійно здійснюють зовнішньоекономічні операції із закордонними партнерами [5].

Цілі зовнішньоекономічної діяльності полягають у формуванні та реалізації концепції та стратегії розвитку зовнішніх економічних зв'язків та основних принципів зовнішньоекономічної політики держави; забезпечення економічного суверенітету, економічної безпеки та економічних інтересів суб'єктів господарювання та фізичних осіб держави; державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності, включаючи фінансове, валютне, кредитне, митне та інше регулювання, пов'язане з рухом товарів, послуг, робочої сили, капіталу, обміном інтелектуальною власністю, передачею технологій та іншими правовими та іншими діями у зовнішній сфері; підготовка, укладання та виконання міжнародних договорів та інших актів у галузі зовнішніх економічних зв'язків; участь у міжнародних економічних та науково-технічних організаціях та реалізація прийнятих у їх рамках рішень; володіння, користування та розпорядження державною власністю за кордоном; створення та функціонування вільних (спеціальних) економічних зон та однаковість регулювання прикордонної торгівлі на всій території держави [14].

Завдання зовнішньоекономічної діяльності полягає у:

- розширенні збуту продукції шляхом освоєння нових ринків за кордоном, розширення кола покупців товару через його новизну або перевагу за цінами або якістю;
- мінімізації витрат виробництва та питомих витрат на одиницю продукції при оптимізації обсягів виробництва, що перевищують ємність внутрішнього ринку;

- зниженні витрат реалізації товарів шляхом вибору правильної стратегії збуту (створення власної інфраструктури продажів або використання спеціалізованого посередника з його торгово-збутовою мережею, застосування комбінованих схем);

- забезпечення потреб у закупівлях сировини, комплектуючих виробів, новітніх технологій, обладнання та ноу-хау, залучення інжинірингових послуг для виробничих потреб, виходячи з їх унікальності, вищої якості та нижчих цін щодо внутрішнього ринку;

- продовження життєвого циклу продукції шляхом її реалізації на нових ринках, що характеризуються нижчим рівнем потреб та платоспроможного попиту;

- забезпечення повнішого завантаження виробничих потужностей та стабілізації збуту продукції в результаті кооперації;

- мінімізації витрат на оновлення основного капіталу шляхом використання можливостей міжнародного лізингу;

- підвищення якості продукції за допомогою застосування нових технологій, матеріалів, дизайнерських рішень та інших засобів;

- підвищення ефективності вкладення капіталу, насамперед у підприємницькій формі, для економії витрат виробництва, оптимізації виробничо-збутової мережі (наближення до джерел сировини, дешевої робочої сили та ринків збуту), диверсифікації діяльності як засобу забезпечення фінансової стійкості, а також підвищення прибутку на тлі зниження податкових відрахувань [26].

Функції зовнішньоекономічної діяльності – це організація та обслуговування міжнародного обміну природними ресурсами та результатами праці в їх речовій та вартісній формі; міжнародне визнання споживчої вартості продуктів міжнародного поділу праці; організація міжнародного грошового обігу; підвищення валового внутрішнього продукту країни та на цій основі зростання добробуту нації [42].

Принципи зовнішньоекономічної діяльності полягають у відповідності національним інтересам та забезпеченні економічної безпеки країни; врахуванні вимог сучасного світового розвитку, поділу праці, глобалізаційних процесів; формуванні нової моделі зовнішньоекономічного розвитку, яка орієнтована на інтеграцію; забезпечення відповідно до світових стандартів та критеріїв

оптимальних параметрів відкритості національної економіки; паритетність у відносинах з іншими державами; демократизація, демонополізація та деідеологізація зовнішньоекономічних зв'язків; підтримка експортного виробництва на основі критеріїв ефективності та конкурентоспроможності [46].

Аналіз зовнішньоекономічної діяльності здійснюється за допомогою прийомів та способів економічного аналізу, (економічний та фінансовий аналіз, економіко-математичні методи, статистика, теорія ймовірностей та інше), а саме – логічних (деталізація, порівняння, спосіб ланцюгових підстановок, спосіб різниць, інтегральний та ряд інших); статистичних (збір та угруповання середніх показників, застосування індексів, рядів динаміки, методу кореляції та інше) [80].

Джерелами інформації для аналізу зовнішньоекономічної діяльності є дані бухгалтерського, управлінського обліку та звітність. Матеріали, залучені до аналізу, мають бути перевірені на точність арифметичних розрахунків, взаємну узгодженість показників звітності та достовірність облікових даних [22].

Всю систему показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності можна розділити на дві групи – показники ефекту, що визначаються як абсолютні величини, виражаються у відповідних грошових одиницях як різниця між результатами та витратами; показники ефективності, що визначаються на основі співвідношення результатів до витрат, як правило, відносні та виражаються у відносних одиницях.

З позицій національної економіки та суб'єктів господарювання слід проводити оцінку ефективності зовнішньоекономічної діяльності з огляду на те, що сферою виникнення ефекту виступає внутрішнє середовище фірм та національних економік, а сферою прояву отриманої ефективності – зовнішнє економічне середовище [69].

Слід зазначити, що розрізняють загальну та порівняльну ефективність – загальна ефективність обчислюється для оцінки витрат та результатів реалізованих рішень; порівняльна ефективність визначається при виборі одного з варіантів рішення, вона дозволяє виявити економічні переваги одного варіанта порівняно з іншими, визначити рівень оптимальності обраного варіанту [41].

Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності здійснюються на мікро та макро рівнях. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності на макрорівні – це ефект від розвитку зовнішньоекономічної діяльності держави, який проявляється у різних сферах:

- 1) В бюджетній сфері – за рахунок:
 - припливу митних платежів від експорту (імпорту) товарів та послуг;
 - збільшення податкових платежів експортно-орієнтованих та спільних з іноземним капіталом підприємств;
- 2) В інвестиційній сфері – за рахунок:
 - припливу іноземних інвестицій та збільшення внутрішніх інвестицій (від експорту);
- 3) У виробничій сфері – за рахунок:
 - модернізації технологічної та виробничої бази (при імпорті обладнання, торгівлі ліцензіями, організації спільних підприємств, міжнародному фінансовому лізингу);
- 4) У соціальній сфері – за рахунок:
 - збільшення зайнятості при нарощуванні експортного виробництва, відкритті спільних підприємств [27].

Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності на мікрорівні (на рівні підприємств та інших суб'єктів господарювання) передбачає ступінь збільшення одержуваного доходу. Система показників економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності ділиться на дві групи – показники ефекту, що визначаються як абсолютні величини та виражаються у відповідних грошових одиницях як різниця між результатами та витратами; показники ефективності, що визначаються на основі відношення результатів до витрат. Як правило, виражаються у відносних одиницях: відсотках, частках одиниці тощо [18].

Основними напрямками зовнішньоекономічної діяльності, що здійснюється на платній основі, є зовнішньоторговельна діяльність, міжнародне техніко-економічне співробітництво, міжнародне науково-технічне співробітництво,

міжнародне інвестиційне співробітництво, міжнародне співробітництво у сфері валютно-фінансових та кредитних операцій. Розглянемо ці форми більш детально:

1) Зовнішньоторговельна діяльність – це область підприємництва в системі міжнародного обміну товарами, послугами, роботами, інформацією та результатами інтелектуальної діяльності, пов'язана з підготовкою та здійсненням зовнішньоторговельних операцій та угод. Для зовнішньоторговельної діяльності характерні такі форми – експортні операції; імпорتنі операції; реекспортні операції; реімпорتنі операції;

2) Міжнародне техніко-економічне співробітництво – якісно нова форма організації міжнародних економічних відносин, що базується на обміні досягненнями науково-технічного прогресу та передового світового досвіду в умовах інноваційного розвитку та чинного сьогодні п'ятого технологічного укладу, а також в умовах формування відтворювальної системи новітнього (шостого) технологічного укладу з метою створення на цій основі нових технологій, поліпшення умов праці та використання робочої сили, зниження витрат виробництва та підвищення його екологічної ефективності [63]. Міжнародна техніко-економічна співпраця включає такі форми зовнішньоекономічної діяльності: міжнародна виробнича кооперація; спільне спорудження промислових об'єктів; спільне здійснення виробничих програм; співробітництво у сфері спільного здійснення підрядних робіт.

3) Міжнародне науково-технічне співробітництво це один з напрямків зовнішньоекономічної діяльності, що найбільш динамічно розвивається, який включає спільну розробку науково-технічних проблем, обмін науковими результатами та виробничим досвідом, спільну підготовку кваліфікованих кадрів. Міжнародне науково-технічне співробітництво здійснюється у таких формах: купівля-продаж патентів та ліцензій; спільні наукові дослідження; надання технічної допомоги; навчання персоналу; франчайзинг; надання послуг інженерно-технічного характеру;

4) Міжнародне інвестиційне співробітництво полягає у здійсненні операцій із розміщення коштів підприємств у закордонні фінансові активи, і навіть операцій із

розміщення там грошових коштів у матеріальні і нематеріальні активи щоб одержати підприємницький прибуток. Міжнародне інвестиційне співробітництво включає такі форми зовнішньоекономічної діяльності – прямі іноземні інвестиції; портфельні інвестиції; кредитні угоди; міжнародний фінансовий лізинг; спільне виробництво у межах спільного підприємства [76];

5) Міжнародне співробітництво у сфері валютно-фінансових відносин на рівні підприємств - це коли компанії з різних країн спільно працюють або взаємодіють у справах, пов'язаних із грошовими та фінансовими аспектами їхньої діяльності. Це може включати валютні операції, фінансові угоди, обмін інвестиціями, а також спільні проекти та програми. Коли підприємства вступають у міжнародне співробітництво в сфері валютно-фінансових відносин, це дозволяє їм отримати доступ до нових ринків, джерел фінансування та інших ресурсів. Також це сприяє диверсифікації ризиків та збільшенню конкурентоспроможності на глобальному рівні.

При цьому важливо враховувати різноманітні аспекти, такі як валютні курси, регулювання фінансового ринку та міжнародні податкові аспекти, щоб забезпечити успішне функціонування міжнародних фінансових відносин між підприємствами. Міжнародне співробітництво у сфері валютно-фінансових та кредитних операцій здійснюється у таких формах – надання кредитів та позик; проведення операцій із міжнародних розрахунків; купівля-продаж валюти; проведення валютних операцій із метою страхування (хеджування) валютних ризиків; операції із цінними паперами [3].

Обов'язковими супутніми зовнішньоекономічної діяльності умовами є: виконання певних операцій із забезпечення просування товарів від продавця до покупця; щодо своєчасного надання різноманітних зовнішньоторговельних послуг – транспортних, експедиторських, страхових, банківських; щодо здійснення платіжно-розрахункових операцій, а також забезпечення комерційною та валютно-фінансовою інформацією про кон'юнктуру зовнішніх товарних та грошових ринків [5].

При здійсненні зовнішньоекономічної діяльності слід вивчити різні аспекти діяльності потенційних партнерів, враховуючи різні критерії, такі як:

1) Фінансова політика. Інформація про фінансове становище включає дані про ресурси, які має фірма, про джерела фінансування, про розмір акціонерного та основного капіталу, ступінь платоспроможності та кредитоспроможності, обсяг продажів, розмірі прибутку та збитків, рівень рентабельності та інше;

2) Технологічні можливості, які відображають технічний рівень продукції фірми, технологічну базу, виробничі потужності;

3) Науково-технічний потенціал, який оцінюється обсягом науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, витратами на них, ступенем оновлення продукції;

4) Організація управління. Інформація складається з відомостей про правове становище фірми, обсяг капіталу та контролю за ним, вид об'єднання, структуру апарату управління та інше;

5) Правове регулювання – вивчення норм і правил, які прийняті у країні потенційного партнера і мають пряме чи опосередковане значення для співробітництва;

6) Діловий імідж, який характеризується ретельністю та сумлінністю при виконанні угод, прагненням враховувати пропозицію контрагента, схильність до компромісу. Основним типом інформації, що використовується під час проведення аналізу тієї чи іншої проблеми чи ситуації, є економічна інформація, яка у свою чергу поділяється на такі основні види – статистичні дані; бухгалтерська звітність; оперативна інформація [17].

Результати розвитку зовнішньоекономічної діяльності у світовій економіці передбачають подальше поглиблення міжнародного поділу праці; спільне підприємництво та участь в інших формах торгівлі та обміну; подальше зміцнення політичних, наукових, технічних, культурних та інших зв'язків; збільшення кількості країн світу, які створюють ринкову економіку; успішне функціонування та досягнення повної конвертованості національних валют.

Основними чинниками розвитку зовнішньоекономічної діяльності є підвищення норми прибутку; нерівномірність економічного розвитку різних країн світу; інтенсифікація різних видів виробництва, що викликає збільшення зовнішньоторговельних операцій; відмінність у людських, сировинних, фінансових ресурсах; вивезення капіталу, що здійснюється переважно у межах транснаціональних корпорацій; характер політичних відносин; різний рівень науково-технічного розвитку; особливості географічного положення, природних та кліматичних умов [54].

Розвитку та поглибленню зовнішньоекономічної діяльності сьогодні сприяє глобалізація світової економіки, постійне розширення та розвиток політичних та господарських зв'язків між державами; створення єдиної загальної та регіональних фінансово-кредитних систем, що є основою міжнародної економіки. Спостерігається тенденція до формування багатопольярного світу, зняття дискримінаційних обмежень у торгівлі по відношенню до деяких країн; протекціоністська політика низки держав стосовно зовнішньої торгівлі, налагодження господарських зв'язків між країнами; швидкий розвиток всіх видів транспорту, що полегшує організацію міждержавних перевезень та перевалок вантажів; надшвидкий розвиток засобів зв'язку та систем комунікацій, що істотно спрощує переговорно-договірний процес.

Перешкодами у розвиток зовнішньоекономічної діяльності є відмінності у правовій основі підприємництва, засновані на розбіжності нормативних документів країн-учасниць; валютні обмеження – необхідність конвертації та обміну національних грошей; бюрократичні бар'єри, ускладнена система документообігу, надмірні формальності, корумпованість чиновників; митні бар'єри (високі митні тарифи, складні правила, безглузда втрата часу); існування квот та ліцензій на ввезення та вивезення певних груп товарів [72].

У сучасних умовах зовнішньоекономічна діяльність підприємства є основною ланкою зовнішньоекономічного комплексу країни. Ефективна організація зовнішньоекономічної діяльності безпосередньо позначається на результатах функціонування підприємства – на прибутку, рентабельності, терміні окупності

інвестиційних проектів. Тому розгляд питання організації системи управління зовнішньоекономічною діяльністю є актуальним для будь-якого підприємства.

Організаційна структура управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства визначається, перш за все, цілями та завданнями, які вона покликана вирішувати. Створення розгалуженої структури управління зовнішньоекономічною діяльністю притаманна підприємствам незалежно від їх організаційно-правової форми. Ключовим фактором тут є їх діяльність, що цілком і повністю зосереджена на зовнішніх ринках [15].

Функціональні відділи та служби, що сприяють роботі підприємства, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність, можна поділити на такі групи:

- 1) Група відділів та служб, які здійснюють планування:
 - планово-економічний відділ;
 - валютно-фінансовий відділ;
 - транспортний відділ;
 - бухгалтерський відділ;
- 2) Група відділів, що займаються безпосередньо маркетингом та виходом на зовнішні ринки:
 - інженерно-технічний відділ;
 - відділ аналізу кон'юнктури та цін;
 - відділ реклами та виставок;
 - відділ розвитку спільних підприємств;
 - відділ забезпечення технічного обслуговування;
- 3) Група відділів, що забезпечують прийняття та виконання управлінських рішень:
 - відділ розвитку;
 - відділ кадрів;
 - адміністративно-господарський відділ.

На підприємствах, які беруть активну участь у зовнішньоекономічній діяльності, зовнішньоторговельний апарат існує в основному у двох формах: як частина внутрішньовиробничої структури у вигляді зовнішньоекономічного

відділу і як відносно самостійний підрозділ у вигляді зовнішньоторговельної фірми.

Наступним елементом системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства є домінанти, які визначаються стратегічними та тактичними цілями функціонування підприємства. На ці домінанти можуть впливати як внутрішні, так і зовнішні чинники. При аналізі даних факторів можна говорити про наступну структуру тактичних і стратегічних домінант: потенціал закордонного ринку, зовнішньоекономічна політика країн-експортерів та країн-імпортерів, конкурентна перевага підприємства, система своєчасного та адекватного відображення ситуацій, що складаються на зовнішньому ринку, система синхронізації роботи всіх ланок підприємства.

Таким чином, багатогранність аспектів, що вимагають врахування при функціонуванні підприємства в галузі зовнішньоекономічної діяльності, диктує необхідність побудови раціонально влаштованої системи управління зовнішньоекономічною діяльністю, що включає різні відділи, які відповідають за певні напрямки роботи та функціональні зв'язки між ними [12].

1.2. Ціль, завдання та функції зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Базовою основою зовнішньоекономічної діяльності підприємств, об'єднань та організацій є виробництво експортної продукції, що забезпечується у рамках найважливіших виробничо-господарських функцій.

До складу першої групи зовнішньоекономічних функцій входять розробка експортної стратегії підприємства та вибір форми зовнішньоекономічної діяльності, встановлення міжгалузевих внутрішньогосподарських зв'язків із партнерами, забезпечення виробництва експортної продукції.

Далі обґрунтовується вибір товарних позицій та визначається асортиментна структура відповідно до коду товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності, проводиться оцінка конкурентоспроможності товару, здійснюється

формування вимог до експортного товару: вибір його параметрів, розрахунок одиничних та групових показників ціни пропозиції, встановлення відповідності його міжнародним техніко-економічним нормативам та вимогам до якості [49].

Подальше просування експортної продукції на зовнішній ринок забезпечується в рамках здійснення зовнішньоторговельної діяльності з урахуванням двох інших зовнішньоекономічних функцій.

Друга група зовнішньоекономічних функцій підприємства-експортера (організаційно-економічні) націлена на пошук іноземного партнера та вибір закордонного ринку, форм та методів роботи на ньому, вивчення комплексу обов'язкових процедур у складі технологічного процесу виходу на зовнішній ринок та обставин присутності на ринку в країні свого закордонного партнера, на планування зовнішньоторговельної операції та організацію зовнішньоторговельної реклами [50].

Третя група функцій у складі зовнішньоекономічної діяльності підприємства – оперативно-комерційні, пов'язані з підготовкою, а потім і виконанням зовнішньоторговельної угоди та всіх супутніх їй процесів, включаючи вибір та узгодження економічних, базисних та валютно-фінансових умов зовнішньоторговельного контракту, а також подальший контроль за виконанням розрахунково-платіжних зобов'язань із боку іноземного партнера. Як правило, ці функції виконують безпосередньо зовнішньоторговельні фірми або передаються зовнішньоторговельним посередникам у рамках зовнішньоторговельної діяльності [67].

В основі зовнішньоекономічної діяльності підприємств лежить повний ступінь самостійності у розробці експортної стратегії, у виборі експортного продукту, його товарної номенклатури та складу асортиментних позицій виходячи з виробничо-технологічних можливостей, а також зовнішнього ринку, іноземного партнера, базисних та фінансово-економічних умов зовнішньоторговельних угод, у визначенні експортної ціни та вартості контракту, термінів постачання продукції та способів транспортування [68].

Для більшості підприємств зовнішньоекономічна діяльність є органічною частиною їх виробничо-комерційної діяльності у системі взаємодії як із суміжними підприємствами-партнерами на внутрішньому ринку, так і із зарубіжними партнерами – на зовнішньому. Вона реалізується через сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних та оперативно-комерційних функцій, орієнтованих на зовнішній ринок. Вихід на зовнішній ринок вимагає ринкової орієнтації у системі господарювання, а також у принципах управління виробництвом і збутом, науково-технічній та фінансовій діяльності підприємств, які спираються на маркетингові оцінки та дослідження, з достовірної інформаційної бази [70].

Отже, зовнішньоекономічна діяльність – один із найважливіших чинників розвитку національної економіки. Сучасне підприємство здійснює експортно-імпортні операції самостійно з допомогою реалізації прямих договорів із іноземними партнерами або через посередників – інших суб'єктів господарювання, які надають власні послуги з зовнішньоекономічної діяльності. Вибір правової форми зовнішньоекономічної діяльності перебуває в тісній залежності від економічних можливостей та потреб підприємств. Різноманітність видів та форм зовнішньоекономічної діяльності підприємств сприяє підвищенню ефективності зовнішніх зв'язків держави в цілому, що дозволяє вирішити такі завдання, як збільшення валютних ресурсів та розширення обсягів торгівлі, покращення структури експорту-імпорту, погашення боргів, розширення сфер співробітництва, а також залучення капіталу та впровадження нових технологій [71]. На рівні суб'єкта господарювання зовнішньоекономічна діяльність спрямована на укладання та виконання контрактів із іноземними партнерами.

Будь-який напрямок діяльності підприємства, у тому числі і зовнішньоекономічний, має бути цілеспрямованим. У зв'язку з цим виникає необхідність формування системи взаємодіючих елементів організації, що працюють на досягнення цієї мети, а також форм і методів впливу на них, які забезпечують направлення їх у потрібне русло. Усе це зумовлює формування системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.

Управління зовнішньоекономічної діяльністю – це процес розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень у зовнішньоекономічній діяльності підприємства [73].

Управління зовнішньоекономічною діяльністю – це безперервний процес, куди входять формулювання стратегії зовнішньоекономічної діяльності; розробка та здійснення відповідних заходів для реалізації стратегічного плану розвитку; розробка та впровадження методів контролю для відстеження ефективності прийнятих рішень та успіху у досягненні стратегічних цілей зовнішньоекономічної діяльності підприємства [74].

Виходячи з сутності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, можна виділити цілі та завдання управління зовнішньоекономічною діяльністю (рис. 1.2).

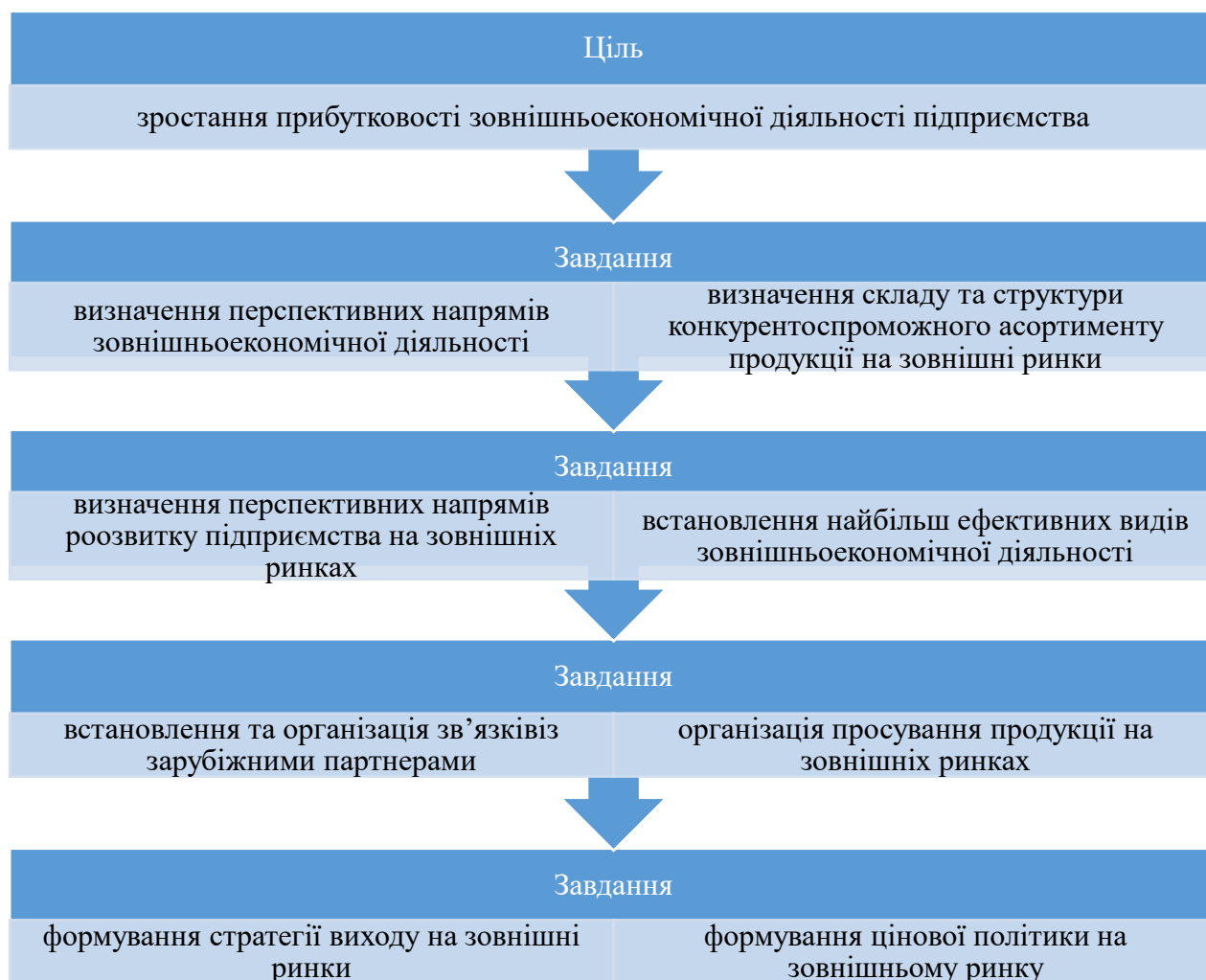


Рис. 1.2. Цілі та завдання управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства

Реалізація зазначеної мети та вирішення поставлених завдань здійснюється через певний набір функцій, тобто через однорідні види управлінської діяльності (Табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Функції системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства [45]

Функція	Опис функції
Планування	Передбачає формування коротко-, середньо- та довгострокових планів розвитку зовнішньоекономічної діяльності, а також розробку бізнес-планів для нових зовнішньоекономічних проєктів, зокрема залучення зовнішніх джерел фінансування
Організація	Формування організаційних підрозділів підприємства для здійснення зовнішньоекономічних операцій, розподіл співробітників на ділянки роботи, наділення їх відповідними функціями, повноваженнями, відповідальністю і визначення форм та методів здійснення зовнішньоекономічної діяльності
Координація	Узгодження задач та функцій зовнішньоекономічної діяльності з іншими відділами та підрозділами підприємства з метою уникнення протиріч у рішеннях та забезпечення злагодженості і оптимізації роботи
Облік	Враховувати результати та оцінювати ефективність зовнішньоекономічної діяльності шляхом визначення прибутковості зовнішньоекономічних угод окремо по кожному виду товару чи послуг і по всіх напрямках зовнішньоекономічної діяльності
Контроль	Контроль зовнішньоекономічних операцій в оперативному та стратегічному режимі, здійснюючи поточний моніторинг реалізації та контроль за виконанням річних, середньо- та короткострокових планів зовнішньоекономічної діяльності, проведення відповідного аудиту по реалізації зовнішньоекономічної та маркетингової стратегії

При прийнятті рішення, пов'язаного із здійсненням зовнішньоекономічної діяльності, підприємству необхідно врахувати низку принципів та питань, що безпосередньо пов'язані з умовами її організації та управління. Як основні принципи виділяють такі (Табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Принципи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства
[48]

Принцип	Опис принципу
Принцип взаємозв'язку економічних та політичних факторів в процесі розробки і реалізації управлінських рішень	При визначенні напрямів розвитку зовнішньоекономічної діяльності необхідно враховувати як політичні так і економічні взаємовідносини держави з країнами, на ринки яких підприємство планує виходити
Принцип раціонального співвідношення централізованих та децентралізованих підходів в процесі розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень	Необхідно визначити перелік питань, які будуть прийматись централізованими методами управління в рамках роботи на національному та зарубіжному ринках, а також перелік питань, які прийматимуться особливими методами залежно від поточної ситуації
Принцип планового ведення діяльності	Реалізується у вигляді стратегічних та поточних планів зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання
Принцип матеріальної та моральної зацікавленості людей в результатах діяльності	Полягає у стимулюванні мотивації працівників до роботи за допомогою збалансованого використання засобів матеріального та морального впливу
Принцип зворотного зв'язку	В процесі взаємодії керованої та керуючої системи необхідний зворотний зв'язок, що надходить від об'єкта управління. Наявність такого зв'язку дозволяє керуючій системі постійно корегувати свої дії, співставляючи їх з реальною дійсністю і на цій основі розробляти, приймати та реалізовувати управлінські рішення

Для управління зовнішньоекономічною діяльністю лише на рівні підприємства потрібна адекватна умовам його роботи структура управління. Організаційна структура управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства визначається, насамперед, тими цілями та завданнями, які вона покликана вирішувати.

У висновку можна констатувати, що зовнішньоекономічна діяльність підприємства є комплексним та багатостороннім процесом, який включає ряд

стратегічно важливих функцій. Базовою основою цієї діяльності є виробництво експортної продукції, яке стає ключовим елементом найважливіших виробничо-господарських функцій підприємства.

Перша група зовнішньоекономічних функцій включає в себе розробку експортної стратегії, вибір форми зовнішньоекономічної діяльності та встановлення міжгалузевих зв'язків із партнерами. Окрім того, обґрунтовується вибір товарних позицій, проводиться оцінка конкурентоспроможності товару та формується вимоги до експортного товару.

Друга група організаційно-економічних функцій спрямована на пошук іноземних партнерів, вибір закордонного ринку та планування зовнішньоторговельної операції. Остання, третя група функцій, пов'язана з оперативно-комерційними аспектами виконання зовнішньоторговельної угоди, включаючи узгодження умов контракту та контроль за розрахунково-платіжними зобов'язаннями.

Цей аналіз підкреслює необхідність комплексного підходу до зовнішньоекономічної діяльності підприємства та акцентує на важливості вивчення та оптимізації кожної з визначених функціональних груп для досягнення ефективності та конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

1.3. Основні інструменти управління та організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві

Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства є вкрай важливим аспектом його стратегічного розвитку та успіху на глобальному ринку. Здатність ефективно взаємодіяти з міжнародним середовищем не лише визначає конкурентоспроможність компанії, але й впливає на її стійкість та можливість адаптації до змін.

Управління зовнішньоекономічною діяльністю включає в себе ретельне вивчення міжнародних ринків, розробку стратегій взаємодії та адаптації до

культурних, економічних та правових відмінностей. Забезпечення стабільності в умовах глобальної конкуренції передбачає фінансове планування, управління валютними ризиками, а також високий рівень гнучкості та інноваційності.

Управління зовнішньоекономічною діяльністю на рівні підприємства здійснюється за допомогою застосування стратегічних, фінансових, організаційних, інфраструктурно-логістичних, інформаційно-маркетингових та виробничих інструментів (рис. 1.3).

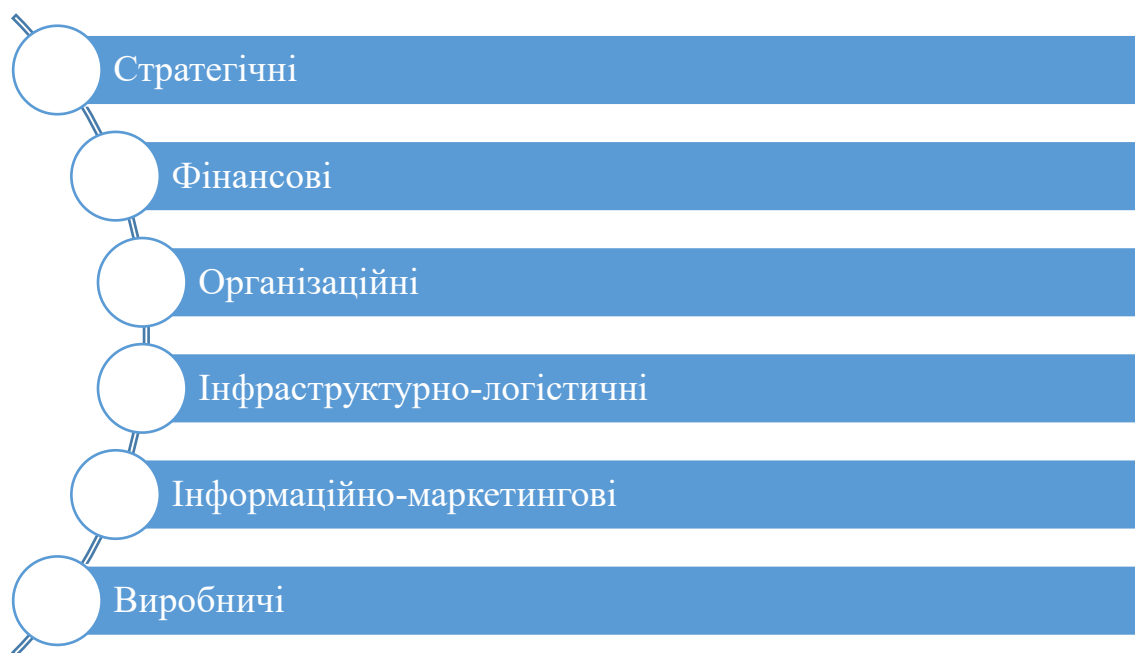


Рис. 1.3. Інструменти управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства

До стратегічних інструментів належать: вибір стратегічного профілю зовнішньоекономічної діяльності; стратегічне планування зовнішньоекономічної діяльності; розроблення базової стратегії; розроблення стратегії зовнішньоекономічної діяльності (у тому числі стратегії імпорту та експорту); стратегічний контроль та інше.

Стратегічні інструменти управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства відіграють визначальну роль у формуванні та реалізації його глобальної стратегії. Одним із ключових аспектів є вибір стратегічного профілю зовнішньоекономічної діяльності, що визначає напрямок і характер взаємодії

підприємства з міжнародним ринком. Це може включати вибір оптимальних ринків збуту чи здійснення імпорту, а також розробку стратегії виходу на нові ринки [52].

Стратегічне планування зовнішньоекономічної діяльності включає в себе ретельний аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на бізнес. Це охоплює економічні, політичні, соціокультурні та технологічні аспекти, а також оцінку конкурентного середовища. Результатом є розробка базової стратегії, яка визначає основні принципи та напрями зовнішньоекономічної діяльності.

Розроблення конкретної стратегії імпорту та експорту є важливою складовою стратегічних інструментів. Це включає визначення товарів чи послуг, які підприємство буде імпортувати або експортувати, вибір ринків та стратегій взаємодії з партнерами. Також важливо враховувати тарифи, мита, валютні ризики та інші фактори, що можуть впливати на ефективність операцій [55].

Стратегічний контроль передбачає постійне відстеження результатів та внесення коректив у стратегію в залежності від змін у міжнародному бізнес-середовищі. Це дозволяє підприємству швидко адаптуватися до змін і залишатися конкурентоспроможним на глобальному ринку.

Таким чином, стратегічні інструменти управління зовнішньоекономічною діяльністю не лише допомагають підприємствам визначити свій шлях на міжнародному ринку, але й забезпечують їм гнучкість, необхідну для ефективного функціонування в умовах постійної зміни ринкового середовища.

До фінансових інструментів належить використання способів здійснення міжнародних розрахунків (у тому числі банківські перекази, чеки у зовнішній торгівлі, векселі та інше); використання методів фінансування зовнішньої торгівлі (зокрема форфейтинг, лізинг та інше); використання способів управління ризиками у міжнародних розрахунках (у тому числі хеджування, вибір валютної ціни та інше); фінансовий контроль та інше).

Фінансові інструменти управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства є критично важливими для забезпечення стабільності та ефективності міжнародних операцій. Використання різноманітних способів міжнародних розрахунків є ключовим елементом цих інструментів. Банківські

перекази, чеки у зовнішній торгівлі, векселі та інші фінансові інструменти дозволяють здійснювати ефективні та безпечні грошові трансакції на міжнародних ринках [10].

Методи фінансування зовнішньої торгівлі, такі як форфейтинг та лізинг, дозволяють підприємствам отримувати необхідні фінансові ресурси для розширення міжнародних операцій. Форфейтинг, наприклад, є ефективним інструментом для отримання передоплати за експортні товари шляхом продажу своїх платіжних вимог фінансовій установі [2].

Управління ризиками у міжнародних розрахунках є невід'ємною частиною фінансових інструментів. Хеджування дозволяє захистити підприємство від валютних коливань, визначаючи конкретні стратегії для мінімізації можливих втрат. Вибір валютної ціни також впливає на фінансовий аспект міжнародних угод, дозволяючи ефективно управляти валютним ризиком та забезпечувати стабільність в операціях [4].

Фінансовий контроль у міжнародній діяльності включає в себе постійний моніторинг фінансових показників, оцінку ефективності фінансових стратегій та вчасні корективи для досягнення поставлених цілей.

Фінансові інструменти управління зовнішньоекономічною діяльністю формують комплексний підхід, який не лише забезпечує фінансову стійкість підприємства на міжнародному ринку, але й сприяє оптимізації операцій та досягненню стратегічних цілей.

У ролі організаційних інструментів виступають: зміна організаційних структур управління зовнішньоекономічною діяльністю; делегування повноважень і відповідальності працівникам; розподіл працівників на ділянки робіт; система менеджменту якості.

Організаційні інструменти управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства визначають ефективність його взаємодії з міжнародним бізнес-середовищем та забезпечують успішне функціонування на глобальних ринках. Одним з ключових аспектів є зміна організаційних структур управління зовнішньоекономічною діяльністю для адаптації до особливостей міжнародних

відносин. Це може включати створення спеціальних міжнародних підрозділів, які спеціалізуються на особливостях зовнішньоекономічних операцій, або реструктуризацію існуючих відділів для більш ефективного вирішення завдань, пов'язаних із зовнішнім ринком [6].

Делегування повноважень та відповідальності працівникам є ще одним важливим елементом організаційних інструментів. Це дозволяє забезпечити більшу гнучкість та оперативність в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю, а також підтримує ефективний обмін інформацією та прийняття рішень на різних рівнях організації.

Розподіл працівників на ділянки робіт є ключовою стратегією для оптимізації та координації процесів зовнішньоекономічної діяльності. Це передбачає чітке визначення функцій та обов'язків різних підрозділів, щоб забезпечити синергію та високий рівень ефективності [6].

Система менеджменту якості є необхідним інструментом для забезпечення високої якості продукції чи послуг, що вивозяться на зовнішні ринки. Це включає в себе встановлення стандартів якості, внутрішній контроль та постійне вдосконалення процесів для відповіді на вимоги міжнародних стандартів та очікувань споживачів [7].

Загалом, організаційні інструменти управління зовнішньоекономічною діяльністю не лише забезпечують структурованість та координацію внутрішніх процесів підприємства, але й створюють умови для ефективної взаємодії з міжнародним бізнес-середовищем та досягнення стратегічних цілей на глобальних ринках.

До інфраструктурно-логістичних інструментів відносять: використання збутових фірм; використання дилерської мережі; створення сервісних центрів; роботу на фондових та валютних біржах; вдосконалення інфраструктури; створення систем автоматизованого керування складом.

Інфраструктурні інструменти управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства грають важливу роль у забезпеченні ефективності та логістики на міжнародних ринках. Використання збутових фірм є одним з ключових аспектів,

що дозволяє підприємствам ефективно впроваджувати свої продукти чи послуги на зовнішніх ринках. Це може включати в себе співпрацю з місцевими агентами, дистриб'юторами або представництвами, які мають глибокі знання місцевих умов та забезпечують ефективний збут продукції [8].

Використання дилерської мережі також відіграє важливу роль у розширенні зовнішньоекономічних операцій. Співпраця з дилерами дозволяє підприємству максимально охоплювати ринок та забезпечує більш ефективний доступ до клієнтів на міжнародному рівні.

Створення сервісних центрів є іншим інструментом для поліпшення зовнішньоекономічних операцій. Це може включати розміщення сервісних підрозділів або центрів обслуговування в стратегічних локаціях для надання послуг підтримки та обслуговування клієнтів на зовнішніх ринках [9].

Участь у фондових та валютних біржах є важливою для управління фінансовими ризиками та забезпечення стійкості в операціях зовнішньоекономічної діяльності. Це може включати валютні операції, захист від валютних коливань та інші фінансові стратегії [16].

Вдосконалення інфраструктури є ключовим елементом для оптимізації логістичних процесів зовнішньоекономічних операцій. Це може включати в себе розвиток та модернізацію транспортних, комунікаційних та складських систем для забезпечення ефективної поставки та обслуговування клієнтів на міжнародних ринках [19].

Створення систем автоматизованого керування складом є важливим інфраструктурним інструментом, що спрощує та оптимізує управління запасами та логістикою. Це дозволяє ефективно вирішувати питання складського управління та забезпечує точність та ефективність в обслуговуванні клієнтів [26].

Інфраструктурні інструменти управління зовнішньоекономічною діяльністю є необхідним елементом для успішного функціонування підприємства на міжнародних ринках, забезпечуючи ефективний збут, логістику та фінансовий успіх.

До інформаційно-маркетингових інструментів відносять: міжнародну сегментацію; цінову, рекламну політику підприємства; участь у виставках та ярмарках; використання засобів Інтернет, автоматизацію зовнішньоекономічної діяльності та інше. До виробничих інструментів відносяться здійснення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт; інвестиційно-інноваційне забезпечення; відтворення основних фондів; систему управління якістю [26].

Інформаційно-маркетингові інструменти управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства відіграють ключову роль у формуванні та утриманні його позицій на міжнародних ринках. Міжнародна сегментація, як перший інструмент, дозволяє підприємствам точно визначити та враховувати особливості різних сегментів міжнародного ринку, адаптуючи свої стратегії до потреб конкретних груп споживачів [38].

Цінова та рекламна політика підприємства є важливими інструментами для привертання уваги та визнання бренду на глобальному ринку. Ефективна цінова стратегія дозволяє підприємствам здобути конкурентну перевагу, враховуючи різні економічні умови та попит на різних ринках. Рекламна політика сприяє створенню позитивного іміджу та підтримці поінформованості про продукцію чи послуги.

Участь у виставках та ярмарках є ефективним інструментом для встановлення та підтримки бізнес-контактів, розширення клієнтської бази та демонстрації нових продуктів чи технологій [43]. Це створює можливість для вивчення конкурентного середовища та аналізу попиту на ринку.

Використання засобів Інтернет є необхідною складовою інформаційно-маркетингових інструментів. Електронна комунікація, веб-сайти, соціальні мережі та інші онлайн-ресурси надають підприємствам можливість швидко та ефективно спілкуватися з клієнтами, проводити маркетингові кампанії та вивчати ринкові тенденції.

Автоматизація зовнішньоекономічної діяльності включає в себе використання технологій для оптимізації та автоматизації процесів управління ланцюгом постачання, обліку та аналізу даних. Це допомагає знизити витрати та підвищити ефективність операцій.

Виробничі інструменти включають в себе науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи для постійного вдосконалення продукції та технологій. Інвестиційно-інноваційне забезпечення та відтворення основних фондів створюють базу для розвитку та конкурентоспроможності підприємства в умовах міжнародного бізнес-середовища. Система управління якістю важлива для забезпечення високих стандартів та виробничої якості продукції.

Узагальнюючи, інформаційно-маркетингові і виробничі інструменти не лише допомагають підприємствам адаптуватися до вимог глобального ринку, але й сприяють їхньому успіхові та стабільності в умовах постійних змін та конкуренції.

Особлива увага зараз приділяється міжнародному економічному співробітництву. Міжнародне економічне співробітництво – це відносини, що виникають між державами у процесах міжнародного поділу праці (міжнародної спеціалізації), координації торговельного обороту, міжнародної виробничої кооперації, науково-технічного обміну, розвитку кредитно-фінансових зв'язків, переміщення інвестицій та трудових ресурсів з метою забезпечення взаємодоповнення національних ринків, стратегічного вирівнювання національних економік, входження до світогосподарських зв'язків [44]. Міжнародне економічне співробітництво супроводжується формуванням багаторівневої системи відносин, серед яких виділяються: міждержавні економічні відносини, що виникають щодо здійснення зовнішньоекономічних угод; міжнародні економічні зв'язки держав із іноземними партнерами; зовнішньоекономічні зв'язки суб'єктів держав та адміністративно-територіальних утворень (прикордонне співробітництво суб'єктів суміжних держав); зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів господарювання, що опосередковує підприємницьку діяльність [47].

Дослідження інструментів управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства вказує на їхню значущість у досягненні успішності на міжнародних ринках, але також висвітлює важливість усвідомлення переваг та недоліків їх застосування.

Переваги включають можливість глобального розширення та здійснення успішних зовнішньоекономічних операцій завдяки ефективним стратегіям,

інфраструктурним удосконаленням та використанню інформаційних технологій. Маркетингові та інформаційні інструменти дозволяють підприємствам привертати увагу клієнтів, розвивати бренд та взаємодіяти з ринком в інноваційний спосіб. Управління фінансами та ризиками, а також оптимізація логістичних процесів, сприяють стійкості та ефективності на міжнародних ринках.

Однак існують і недоліки використання розглянутих інструментів. Наприклад, недостатня адаптація стратегій до конкретних культурних та правових аспектів може призвести до невдач. Також важливо враховувати фінансові ризики та можливі труднощі в управлінні ланцюгом постачання на глобальному рівні. Застосування інфраструктурних інструментів може вимагати значних витрат та вдосконалення, що може бути ресурсозатратним.

Пан [62] пропонує визначати ефективність зовнішньоекономічної діяльності за наступною методикою.

1. Розраховується ряд показників для визначення економічної ефективності експорту:

$$Еб = Ве / (Ст + Тр + Ор)$$

Де:

Еб – базовий коефіцієнт ефективності експорту;

Ве – виторг від експорту;

Ст – собівартість товару;

Тр – транспортні витрати;

Ор – організаційні витрати.

Якщо Еб більше 1, то зовнішньоекономічну діяльність підприємства можна вважати ефективною. Чим вище цей коефіцієнт, тим вище ефективність експорту.

2. Розраховуються показники економічної ефективності імпорту:

$$ЕІМП1 = Цп/Цс$$

$$ЕІМП2 = Оп/Вімп$$

Де:

ЕІМП1 та ЕІМП2 - показники ефективності імпорту;

ОП - обсяг продукції, що випускається, у внутрішніх середньорічних цінах, тис. грн;

ВІМП - витрати на імпорт, тис. грн.

До основних принципів, за якими розраховуються показники економічної ефективності належать:

- достовірність інформації;
- зіставлення різних за часом витрат і результатів виробництва до одного чітко визначеного моменту часу;
- загальний облік усіх наявних складових витрат і результатів;
- необхідність порівняння фактичних даних з плановим рівнем, а також зіставлення витрат з єдиною базою порівняння.

У підсумку, ефективне використання цих інструментів вимагає глибокого розуміння конкретного бізнес-середовища та здатності вирішувати завдання адаптації та інновацій, щоб максимізувати переваги та мінімізувати можливі негативні аспекти управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.

1.4. Нормативно-правове забезпечення в сфері організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Питання організації зовнішньоекономічної діяльності є надзвичайно важливим для кожного підприємства, яке має на меті вихід на зарубіжні ринки. Дане питання також регулюється нормативно-правовими актами. Особливо це актуально у період дії воєнного стану, коли вводяться певні обмеження на імпортно-експортні операції. Всі ці законодавчі зміни підприємство повинно враховувати при організації зовнішньо-економічної діяльності. Загалом різні аспекти здійснення зовнішньоекономічної діяльності регулюються такими нормативно-правовими актами різних рівнів та інституцій (рис. 1.4).

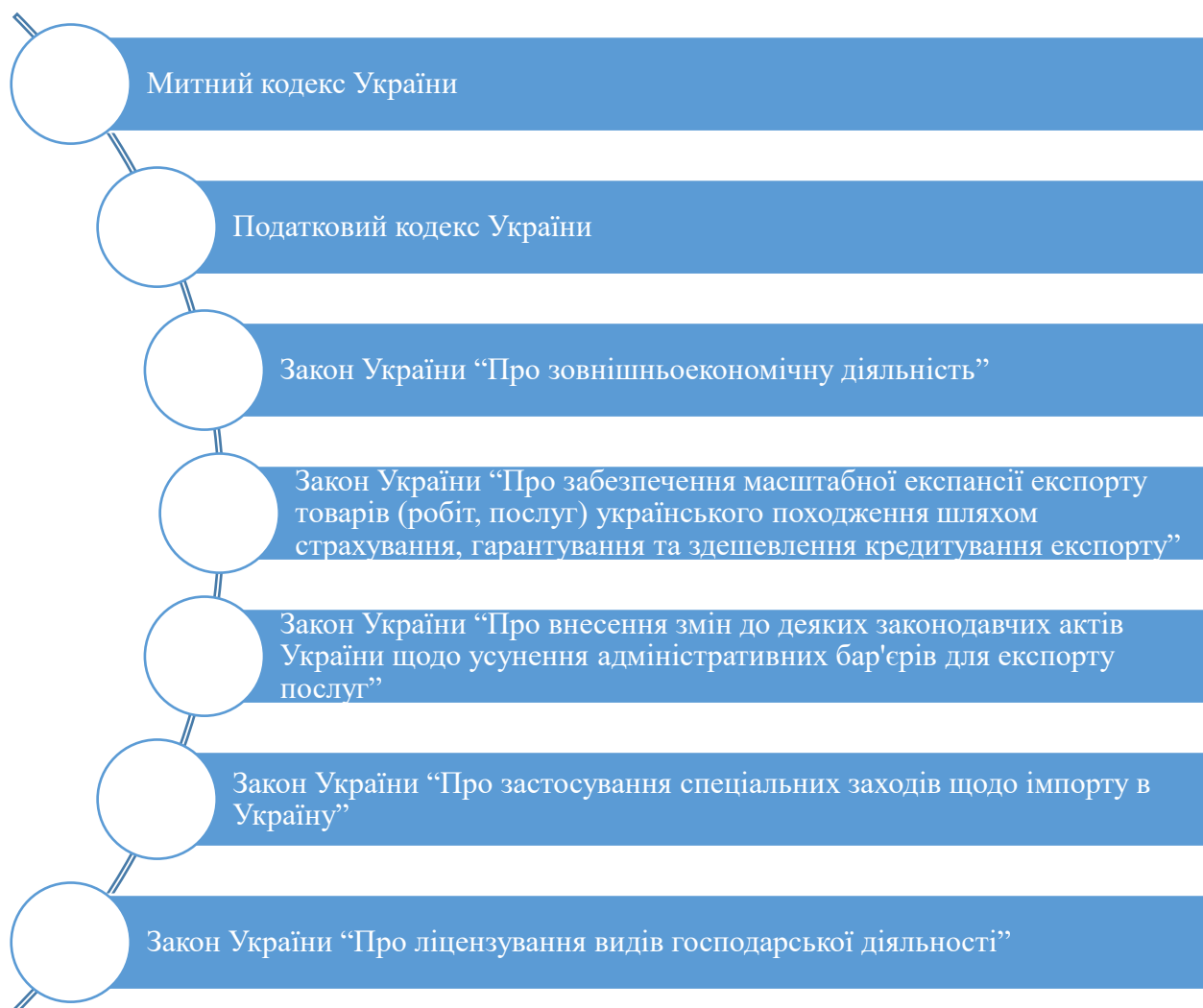


Рис. 1.4. Нормативні документи, що впливають на організацію зовнішньоекономічної діяльності підприємства [56, 64, 28, 29, 31, 66]

Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств та інших суб’єктів господарювання в окремих аспектах призводить до одночасних позитивних та негативних наслідків для розвитку підприємницького сектору економіки країни. Наприклад, документи, які контролюють ситуацію на грошово-кредитному та валютному ринках України, встановлюють валютні обмеження для суб’єктів господарювання, що займаються експортом. Наприклад, валютні обмеження негативно впливають на результати зовнішньоекономічної діяльності, збільшуючи валютний ризик та його негативний вплив на доходи та витрати підприємств.

Основи ведення зовнішньоекономічної діяльності визначено в Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність», який є загальним нормативно-правовим документом, що регулює ряд питань, пов'язаних зі здійсненням господарських операцій підприємствами на закордонних ринках товарів і послуг, капіталу тощо. Положення даного закону окреслюють види та суб'єктів, принципи здійснення та правила регулювання зовнішньоекономічної діяльності, а також особливості укладання зовнішньоекономічних договорів (контрактів) та правила оподаткування і принципи митного регулювання діяльності суб'єктів господарювання. Крім того, розкриваються такі питання, як ведення розрахунків та кредитування суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, страхування і ліцензування, відповідальність та порядок розгляду спорів при здійсненні зовнішньоекономічних операцій.

Законом визначено поняття зовнішньоекономічної діяльності, експорту, імпорту, товару (ст. 1), а також принципи (ст. 2), суб'єкти (ст. 3), види зовнішньоекономічної діяльності (ст. 4). Відповідно до ст. 5 цього Закону, врегульовано право на здійснення ЗЕД. Усі суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності мають однакове право здійснювати будь-які її види, прямо не заборонені законами України, незалежно від форм власності та інших ознак. Цією ж статтею забороняється втручання державних органів у зовнішньоекономічну діяльність її суб'єктів у випадках, не передбачених цим Законом. Закон закріплює поняття зовнішньоекономічного договору (контракту), врегульовує правила його укладання (ст. 6), визначає основи (ст. 7) та напрями державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, встановлює органи, які здійснюють це регулювання та їхню компетенцію (ст. 9-10), регулює порядок страхування (ст. 15), ліцензування і квотування зовнішньоекономічної діяльності (ст. 16), заборону окремих видів експорту й імпорту (ст. 17), порядок установлення і застосування технічних, фармакологічних, санітарних, фітосанітарних, ветеринарних і екологічних стандартів і вимог (ст. 18), спеціальних імпортних процедур (ст. 19), заходів щодо захисту економічної конкуренції (ст. 20), регулювання державного замовлення (ст. 21), обліку зовнішньоекономічних операцій (ст. 22), створення та

функціонування спеціальних правових режимів зовнішньоекономічної діяльності (розд. III), захисту прав і законних інтересів держави та інших суб'єктів (розд. IV), низку інших питань [1].

До системи національного зовнішньоекономічного законодавства, яка ґрунтується на Законі «Про зовнішньоекономічну діяльність», також належать Закони України «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну», «Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції» [34], «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту» [30], «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту» [22], «Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності» [32] тощо.

Крім названих, також слід виокремити Закон України «Про міжнародне приватне право» [36], у Преамбулі якого зазначено, що «цей Закон установлює порядок урегулювання приватноправових відносин, які хоча б через один із своїх елементів пов'язані з одним або кількома правопорядками, іншими, ніж український правопорядок», а тому й зарахування цього нормативно-правового акта до системи джерел зовнішньоекономічного законодавства цілком доцільне.

Необхідною умовою перетинання митного кордону України під час експорту продукції є виконання митних формальностей, порядок здійснення яких регулюється Митним кодексом України. Їх визначення наведено у п. 29 ч. 1 ст. 4 МК України: сукупність дій, що підлягають виконанню відповідними особами і митними органами, а також автоматизованою системою митного оформлення з метою дотримання вимог законодавства України з питань митної справи. Ст. 7 МК України визначає зміст митної справи як установлений порядок і умови переміщення товарів через митний кордон України, їх митний контроль та митне оформлення, застосування механізмів тарифного і нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, справляння митних платежів, ведення митної статистики, обмін митною інформацією, ведення Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності, здійснення відповідно до закону державного контролю нехарчової продукції під час її ввезення на митну територію України,

запобігання та протидію контрабанді, боротьбу з порушеннями митних правил, організацію і забезпечення діяльності митних органів та інші заходи, спрямовані на реалізацію державної митної політики.

Під час укладання договорів у ході експортних операцій контрагенти зобов'язані використовувати затверджене МЗС «Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)» [65], яке закріплює основні умови укладання договорів купівлі-продажу. А деякі аспекти цих договорів закріплені у спеціальних правових актах.

Здійснення платежів у іноземній валюті регулюється Законом України «Про валюту і валютні операції» [33]. Закон визначає правові засади здійснення валютних операцій, валютного регулювання та валютного нагляду, права та обов'язки суб'єктів валютних операцій і вповноважених установ та встановлює відповідальність за порушення ними валютного законодавства.

Оподаткування прибутку від експортних операцій здійснюється на підставі Податкового кодексу України, згідно з яким операції з вивезення товарів за межі митної території України підлягають оподаткуванню за нульовою ставкою; об'єктом оподаткування є прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом коригування (збільшення або зменшення) фінансового результату до оподаткування (прибутку або збитку), визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності (п. 134.1.1).

В основу законодавчої бази страхування експортних операцій покладено Закон України «Про забезпечення масштабної експансії експорту товарів (робіт, послуг) українського походження шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту», яким визначаються засади державної підтримки експортної діяльності шляхом страхування, перестрахування, гарантування, часткової компенсації відсоткової ставки за експортними кредитами.

З метою запобігання демпінгу використовується Указ Президента України Закон України «Про міжнародний комерційний арбітраж» виходить з визнання

корисності арбітражу (третейського суду) як методу, що широко застосовується для вирішення спорів, які виникають у сфері міжнародної торгівлі, й необхідності комплексного врегулювання міжнародного комерційного арбітражу в законодавчому порядку.

Висновки до розділу 1

Зовнішньоекономічна діяльність – міжнародні господарські та торговельно-політичні відносини, до сфери яких входять: обмін товарами, спеціалізація та кооперація виробництва, науково-технічна співпраця, надання економічного та технологічного сприяння, створення спільних підприємств та інші форми економічного співробітництва.

Основними чинниками розвитку зовнішньоекономічної діяльності є підвищення норми прибутку; нерівномірність економічного розвитку різних країн світу; інтенсифікація різних видів виробництва, що викликає збільшення зовнішньоторговельних операцій; відмінність у людських, сировинних, фінансових ресурсах; вивезення капіталу, що здійснюється переважно у межах транснаціональних корпорацій; характер політичних відносин; різний рівень науково-технічного розвитку; особливості географічного положення, природних та кліматичних умов.

Розвитку та поглибленню зовнішньоекономічної діяльності сьогодні сприяє глобалізація світової економіки, постійне розширення та розвиток політичних та господарських зв'язків між державами; створення єдиної загальної та регіональних фінансово-кредитних систем, що є основою міжнародної економіки.

Управління зовнішньоекономічною діяльністю включає в себе ретельне вивчення міжнародних ринків, розробку стратегій взаємодії та адаптації до культурних, економічних та правових відмінностей. Забезпечення стабільності в умовах глобальної конкуренції передбачає фінансове планування, управління валютними ризиками, а також високий рівень гнучкості та інноваційності.

Управління зовнішньоекономічною діяльністю на рівні підприємства здійснюється за допомогою застосування стратегічних, фінансових, організаційних, інфраструктурно-логістичних, інформаційно-маркетингових та виробничих інструментів.

Дослідження інструментів управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства вказує на їхню значущість у досягненні успішності на міжнародних ринках, але також висвітлює важливість усвідомлення переваг та недоліків їх застосування.

Переваги включають можливість глобального розширення та здійснення успішних зовнішньоекономічних операцій завдяки ефективним стратегіям, інфраструктурним удосконаленням та використанню інформаційних технологій. Маркетингові та інформаційні інструменти дозволяють підприємствам привертати увагу клієнтів, розвивати бренд та взаємодіяти з ринком в інноваційний спосіб. Управління фінансами та ризиками, а також оптимізація логістичних процесів, сприяють стійкості та ефективності на міжнародних ринках.

Однак існують і недоліки використання розглянутих інструментів. Наприклад, недостатня адаптація стратегій до конкретних культурних та правових аспектів може призвести до невдач. Також важливо враховувати фінансові ризики та можливі труднощі в управлінні ланцюгом постачання на глобальному рівні. Застосування інфраструктурних інструментів може вимагати значних витрат та вдосконалення, що може бути ресурсозатратним.

Для більшості підприємств зовнішньоекономічна діяльність є органічною частиною їх виробничо-комерційної діяльності у системі взаємодії як із суміжними підприємствами-партнерами на внутрішньому ринку, так і із зарубіжними партнерами – на зовнішньому. Вона реалізується через сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних та оперативно-комерційних функцій, орієнтованих на зовнішній ринок. Вихід на зовнішній ринок вимагає ринкової орієнтації у системі господарювання, а також у принципах управління виробництвом і збутом, науково-технічній та фінансовій діяльності підприємств,

які спираються на маркетингові оцінки та дослідження, з достовірної інформаційної бази.

Перша група зовнішньоекономічних функцій включає в себе розробку експортної стратегії, вибір форми зовнішньоекономічної діяльності та встановлення міжгалузевих зв'язків із партнерами. Окрім того, обґрунтовується вибір товарних позицій, проводиться оцінка конкурентоспроможності товару та формується вимоги до експортного товару.

Друга група організаційно-економічних функцій спрямована на пошук іноземних партнерів, вибір закордонного ринку та планування зовнішньоторговельної операції. Остання, третя група функцій, пов'язана з оперативно-комерційними аспектами виконання зовнішньоторговельної угоди, включаючи узгодження умов контракту та контроль за розрахунково-платіжними зобов'язаннями.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТОВ «АВТОРА АВТО»

2.1. Аналіз тенденцій розвитку галузі транспортних перевезень в Україні

Транспортна галузь є однією з фундаментальних засад функціонування економіки будь-якої країни світу та основою її інтеграції у міжнародне господарство. Саме тому стабільність діяльності суб'єктів господарювання у цій сфері набуває чималої важливості. В Україні вантажоперевезення здійснюються такими видами транспорту, як:

- залізничний;
- автомобільний;
- водний;
- трубопровідний;
- авіаційний.

Переваги та недоліки кожного з видів транспорту наведено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1.

Основні переваги та недоліки видів транспорту

Вид транспорту	Переваги	Недоліки
Залізничний	– невисока собівартість перевезень – надійність – незалежність від погодних умов – універсальність – відносно висока швидкість перевезення	– значні капіталовкладення в інфраструктуру – обмеженість у перевезенні безпосередньо на підприємство – олігополія серед перевізників
Автомобільний	– висока мобільність – висока швидкість – універсальність – висока маневреність – незалежність від погодних умов	– відносно низька завантажувальність – високий рівень собівартості перевезень – необхідність відновлювати дорожнє покриття
Водний	– здатність перевозити габаритні вантажі	– низька швидкість перевезення – залежність від погодних умов

	– низька собівартість перевезення – використання природних шляхів сполучення – необмежена пропускна здатність морських шляхів	– перевезення в обмежену кількість пунктів – великі капіталовкладення в портові споруди
Трубопровідний	– низька собівартість перевезення – висока пропускна здатність – незалежність від погодних умов – низька трудомісткість обслуговування	– обмеженість у спеціалізації вантажів – неможливість транспортування малих обсягів вантажів – великі капіталовкладення в прокладку трубопровідних шляхів
Авіаційний	– найвища швидкість перевезення – перевезення на великі відстані – високий рівень збереження вантажу	– залежність від погодних умов – висока собівартість перевезень – обмеження за габаритами вантажу

За даними Державної служби статистики України, у 2018 р. найбільшу частку вантажів перевезено автомобільним транспортом (71% від загальної кількості). Найменша кількість перевезень була зафіксована за авіаційним видом транспорту (менше 0,1%). Структуру обсягів перевезених вантажів за видами транспорту за 2018 р. представлено на рис. 2.1.

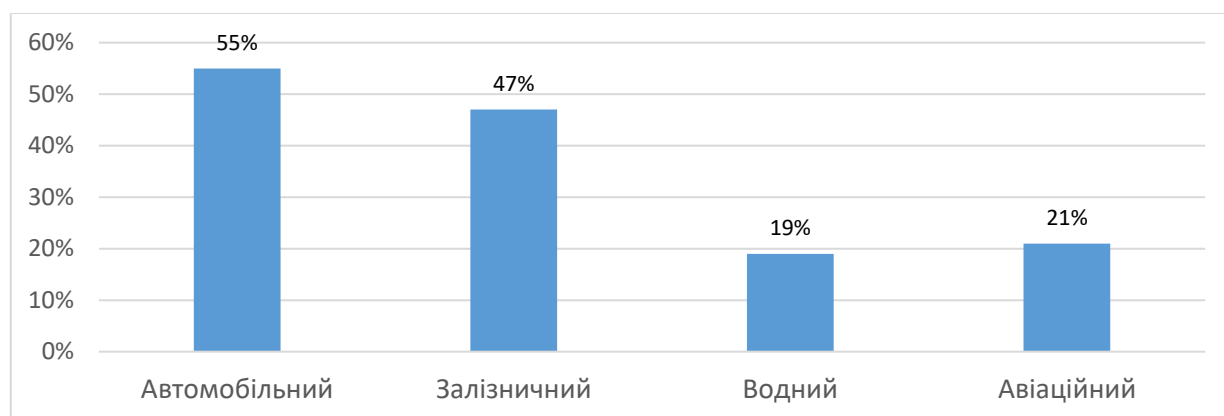


Рис. 2.1. Обсяги перевезених вантажів в Україні за видами транспорту за 2022 р. [13]

З рис. 2.1 можна зробити висновок, що автомобільні перевезення мають велику частку серед загальної кількості вантажоперевезень. Це свідчить про значну залежність добробуту національної економіки від стабільності функціонування цієї сфери. Для того щоб зробити висновки про стан автотранспортної галузі, необхідно дослідити дані щодо обсягу перевезень вантажів автомобільним транспортом за 2008-2021 рр. (рис. 2.2).

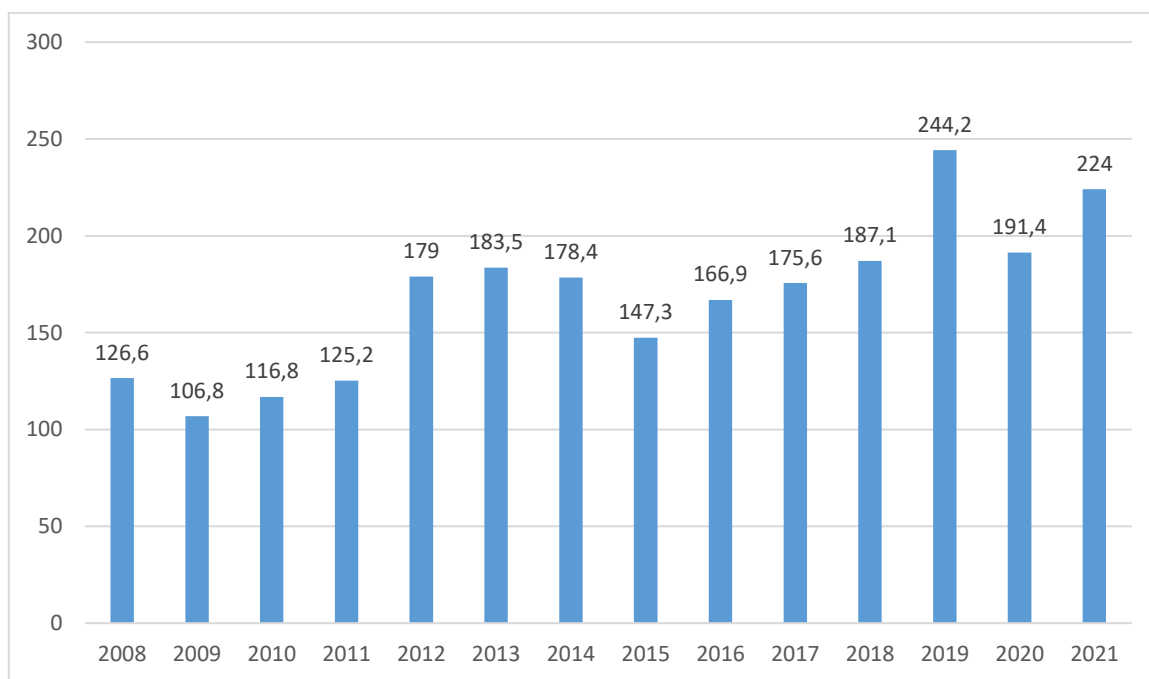


Рис. 2.2. Обсяг перевезених вантажів автомобільним транспортом в Україні за 2008-2021 рр., млн. т. [59]

Більш наглядно динаміку обсягу перевезених вантажів автомобільним транспортом за 2008–2021 рр. представлено на рис. 2.2.

Беручи до уваги те, що Державна служба статистики України з 2014 р. обробляє дані без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях, можна зробити висновок, що автотранспортна галузь із кожним роком усе більше розвивається та нарощує обсяги. Ріст показників спричинений зростанням ділової активності національного бізнесу та інтеграційними процесами зі світовим господарством.

Проаналізувавши дані щодо міжнародних перевезень автомобільним транспортом (як було зазначено вище, статистичні дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях), можна зробити висновок, що спостерігається позитивний тренд, спричинений посиленням торговельного співробітництва України з іншими країнами світу.

Для більшого уявлення про активність автотранспортної галузі України доцільно порівняти обсяги перевезень вантажів автомобільним транспортом з європейськими країнами (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

**Перевезення автомобільним транспортом за видами вантажів у 2021 році
в Україні (тис./т)**

Назва продукції	Перевезено вантажів – всього	З них у міжнародному сполученні
продукція сільського господарства, мисливства, лісового господарства, рибальства	21953,05	504,04
кам'яне і буре вугілля, сира нафта та природний газ	4157,59	35,89
руди металеві та інша продукція добувної промисловості; торф; уранові та торієві руди	69352,37	139,81
харчові продукти, напої та тютюнові вироби	17675,80	1285,27
текстиль та вироби текстильні; шкіра та вироби зі шкіри	197,81	142,34
деревина та вироби з деревини та корка (крім меблів); вироби з соломки та матеріалів рослинних для плетіння; целюлоза, папір і вироби з паперу; друковані матеріали й записані носії інформації	4422,60	976,80
кокс і продукти нафтопереробки	7631,34	419,67
речовини та продукти хімічні, волокна штучні та синтетичні; вироби гумові та пластмасові; паливо ядерне	2132,64	612,63
продукція мінеральна неметалева інша	13798,30	544,76
основні метали; готові металеві вироби, крім машин і устаткування	5113,87	694,92
машини й устаткування, не віднесені до інших угруповань; офісні машини та комп'ютери; електричні машини і прилади, не віднесені до інших угруповань; радіо- і телевізійне устаткування і прилади, обладнання зв'язку; медичне обладнання, точні та оптичні прилади; наручні та інші годинники	2062,23	508,13
транспортні засоби	691,72	158,98
меблі; інші промислові товари, не віднесені до інших угруповань	2672,56	1052,10
вторинна сировина; комунальні та інші відходи	4373,20	27,22
пошта, поштові відправлення	419,74	10,86

устаткування і матеріали, що їх використовують при транспортуванні вантажів	519,62	179,27
вантажі, що їх транспортують у зв'язку із переїздом (переміщенням) домогосподарств та офісів; багаж та речі туристів; транспортні засоби, що їх транспортують для ремонту; інші некомерційні вантажі, не віднесені до інших угруповань	128,43	25,58
групові вантажі	2500,77	190,00
неідентифіковані вантажі	1436,90	128,84
інші види вантажів, не віднесені до попередніх угруповань	18788,98	1528,61
Усього	180029,52	9165,72

Що стосується безпосередньо операційної діяльності, то її результати та рентабельність виглядають так (рис. 2.3).

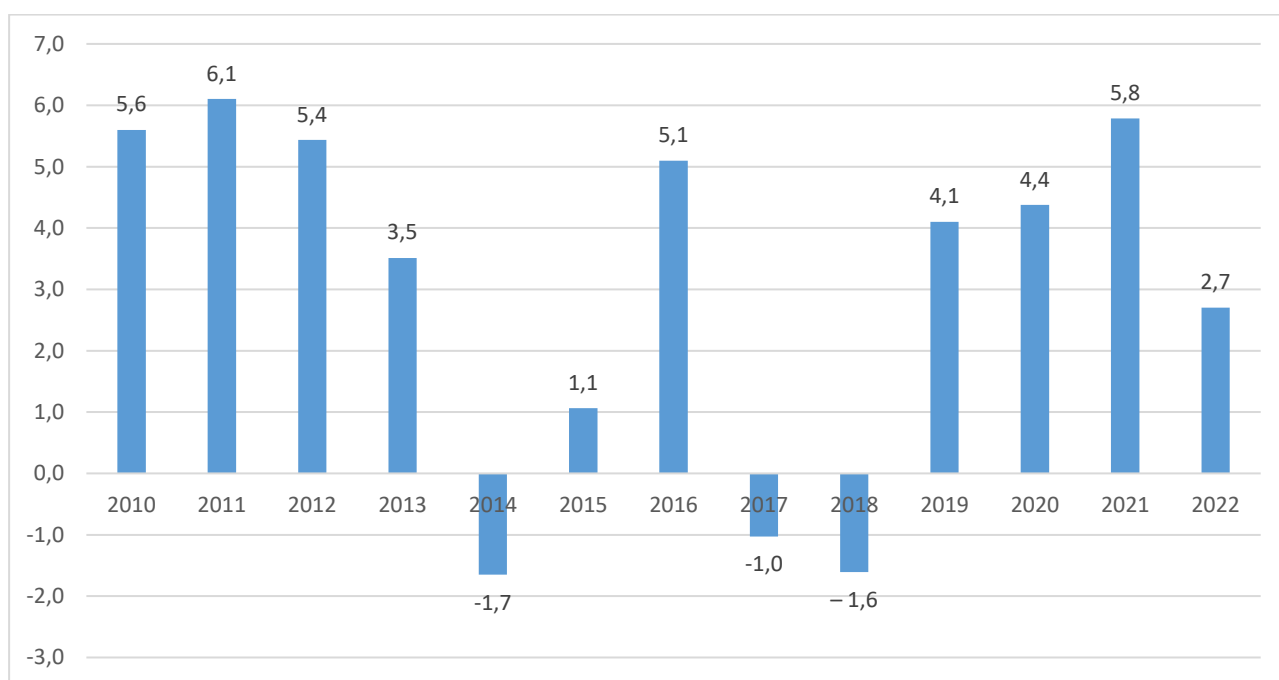


Рис. 2.3. Рентабельність операційної діяльності підприємств за видом економічної діяльності «Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність» за 2010-2017 рр. в Україні [24]

Рентабельність операційної діяльності транспортної галузі не характеризується стабільністю. Це свідчить про наявність проблем, які деструктивно впливають на розвиток транспортних підприємств. Автомобільний транспорт є обслуговуючою ланкою господарського комплексу. Від якості та своєчасності доставки вантажів і пасажирів залежать робота інших галузей, які є споживачами транспортних послуг, та розвиток господарського комплексу

України у цілому. Автотранспортне підприємство, що досягло достатнього рівня економічної безпеки, є захищеним від впливу дестабілізуючих чинників внутрішнього і зовнішнього середовища та досягає високої ефективності своєї господарської діяльності, яка сприяє його розвитку. Проте недосконалість чинного законодавства України, значне податкове навантаження та висока вартість ресурсів перешкоджають сталому розвитку та зростанню економічної привабливості цієї сфери.

На нашу думку, вирішенню основних проблем автотранспортних підприємств та транспортної галузі у цілому сприятиме низка заходів, які необхідно запровадити, серед них:

- зниження податкового навантаження або часткова компенсація витрат на ресурсне забезпечення автотранспортним підприємствам, які здійснюють міжнародні вантажоперевезення;

- лобіювання з боку держави щодо збільшення квоти видачі дозволів на міжнародні перевезення для України;

- проведення якісної реконструкції транспортних шляхів для підвищення транзитної привабливості України та зниження витрат вітчизняних підприємств на ремонт транспортних засобів;

- запровадження методик управління економічною безпекою автотранспортних підприємств для ефективної протидії впливу зовнішніх та внутрішніх загроз.

Транспортна галузь в Україні має досить високий потенціал, ураховуючи вигідне географічне положення та обсяги автомобільних вантажоперевезень порівняно з іншими європейськими країнами. Прибутковість цієї сфери здебільшого залежить від вартості енергоресурсів, валютних коливань та обсягів квот та міжнародні перевезення з боку інших країн. Запровадивши заходи з підвищення рівня економічної безпеки та зростання державної підтримки, можна досягти значної ефективності функціонування транспортної галузі та підйому національної економіки України у цілому.

2.2. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Аврора Авто»

Товариство з обмеженою відповідальністю «Аврора Авто» (ТОВ «Аврора Авто») є самостійною юридичною особою, має власну гербову печатку та кутовий штамп. Має власну назву, власний баланс та кореспондентський рахунок. Крім того, воно може виступати у ролі позивача або відповідача у судових і арбітражних справах. Підприємство функціонує на підставі Установчого Договору та Статуту, діючи відповідно до чинного законодавства України.

Від власного імені товариство укладає різноманітні угоди, зокрема із замовниками (клієнтами), набуває майнові та особисті немайнові права, а також здійснює різнопланову господарську, торговельно-посередницьку, сервісну та іншу діяльність.

Сфера діяльності охоплює внутрішні перевезення небезпечних вантажів та небезпечних відходів вантажними автомобілями, а також міжнародні перевезення вантажів вантажними автомобілями (за винятком небезпечних вантажів та небезпечних відходів).

Основні цілі діяльності включають організацію та надання послуг у сфері інформації, залучення юридичних та фізичних осіб до активного інвестування у діяльність капіталовкладень, а також різноманітні інші види діяльності, включаючи благодійну, з метою підвищення добробуту та задоволення потреб населення та бізнесу, а також отримання прибутку.

Організаційна структура управління ТОВ «Аврора Авто» відповідає поставленим цілям, місії, стратегії та тактиці підприємства і представляє собою вертикальну структуру, де кожен підрозділ спрямований на виконання конкретних функцій. (рис. 2.4):



Рис. 2.4. Загальна схема управління суб'єктом господарювання

Вищим органом управління є директор, який приймає рішення щодо управління усіх аспектів діяльності товариства. Директор реалізує свої повноваження та здійснює пряме керівництво підлеглими, тобто ці взаємовідносини відбуваються в організаційній ієрархії від верху до низу та виражаються, як правило, у формі наказу, розпорядження, команди, вказівки тощо. Лінійні відносини орієнтовані в організаційній ієрархії знизу вгору та виражаються у формі поради, рекомендації альтернативного вирішення та ін.

Директор має повноваження діяти від імені товариства, а саме, відкривати та закривати розрахункові та інші рахунки в банківських установах, укладати договори, включаючи трудові, видавати вказівки, обов'язкові для всіх працівників товариства до виконання, підписувати документи товариства, видавати накази в межах компетенції, видавати доручення, представляти товариство у всіх підприємствах, установах, організаціях, здійснювати пошук клієнтів та постачальників.

Загальна кількість працівників на кінець 2022 року становила 12 осіб.

Підприємство може здійснювати різні види діяльності, які передбачені установчими документами. Основні види діяльності підприємства (за КВЕД):

49.41 Вантажний автомобільний транспорт

45.20 Технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів

46.71 Оптова торгівля твердим, рідким, газоподібним паливом і подібними продуктами

49.42 Надання послуг перевезення речей (переїзду)

52.21 Допоміжне обслуговування наземного транспорту

52.24 Транспортне оброблення вантажів

Основними елементами операційного середовища підприємства є споживачі, конкуренти, постачальники та інші ділові партнери. Зовнішнє середовище і опосередковано впливає на підприємство. Розвиток зовнішнього оточення супроводжувався ускладненням і розширенням кількості факторів, які по-різному впливають на діяльність підприємства, зокрема екологічні, культурні, психологічні та ін. Водночас значно зросла кількість можливих альтернатив розвитку, що значно ускладнює вибір оптимального.

В таблиці 2.3 наведено аналіз надання послуг ТОВ «Аврора Авто»:

Таблиця 2.3

Аналіз надання основних видів послуг

№п/п	Види продукції (робіт, послуг)	Обсяги виробництва, тис. грн.			Відхилення 2022 до 2020 р.	
		2020 р.	2021 р.	2022 р.	+ / -	%
1	Експедиційні послуги	43,6	47,1	16,5	-27,1	-62
2	Транспортні послуги	2458,6	2458,6	860,5	-1598,1	-65
	РАЗОМ	2502,2	2540,7	889,3	-1612,9	-64

Основними постачальниками товарів і послуг ТОВ «Аврора Авто» є:

- ТОВ «Афрако» - запчастини до вантажних авто;
- ТОВ «АВТОДИСТРИБ'ЮШИН КАРГО ПАРТС» - автомобільні шини до вантажних авто;
- ТОВ «Гроцький Транс» - діагностика та ремонт транспортних засобів;
- ТОВ «Делла ІТ» - інформаційні послуги.

Основними споживачами послуг ТОВ «Аврора Авто» є:

- ТОВ «Оптова компанія Магніт» - транспортні послуги;

- ПрАТ «Київський картонно-паперовий комбінат - транспортні послуги;
- IMPERIO LIMITED - транспортні послуги;
- ТОВ «Карголенд» - транспортні послуги.

2.3. Діагностика фінансово-економічного стану підприємства ТОВ «Аврора Авто»

З метою забезпечення стійкої тенденції розвитку фінансово-господарської діяльності підприємства в умовах постійного поглиблення конкурентної конфронтації, необхідно проводити об'єктивну оцінку фінансового стану підприємства. Фінансовий стан підприємства визначається рівнем забезпеченості власними оборотними коштами, своєчасністю здійснення розрахункових операцій і рівнем платоспроможності. Оцінка фінансового стану підприємства вказує на спрямованість діяльності в конкретних сферах, де необхідно зосереджувати увагу. Відповідно до цього, результати аналізу надають відповідь на питання, щодо того, які конкретні заходи є найзначущими для удосконалення фінансового стану підприємства в певний період його функціонування. В таблиці 2.4. наведені основні показники ефективності господарської діяльності ТОВ «Аврора Авто» за 2020-2022 рр.

Аналізуючи показники ефективності господарської діяльності ТОВ «Аврора Авто» за 2020-2022 рр. (табл. 2.4), можна визначити ключові тенденції та висновки. Чистий дохід від реалізації продукції значно зменшився на 43,90%, зменшившись з 15446,5 тис. грн. у 2020 році до 8664,24 тис. грн. у 2022 році. Це є суттєвим показником негативних змін у фінансовому стані підприємства та може вказувати на проблеми в управлінні обсягами продажу чи конкурентоспроможності.

Собівартість реалізованої продукції також відзначилася значним зменшенням на 56,24%, зменшившись з 11895,6 тис. грн. у 2020 році до 5205,24 тис. грн. у 2022 році. Це може свідчити про зниження виробничих витрат або оптимізацію виробничих процесів.

Таблиця 2.4

Показники ефективності господарської діяльності ТОВ «Аврора Авто»

№ з/п	Показники	Роки			Відхилення 2022р. до 2020 р.	
		2020	2021	2022	+/-	%
1	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	15446,5	13329,6	8664,24	-6782,26	-43,90
2	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	11895,6	11567,2	5205,24	-6690,36	-56,24
3	Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	288,6	301,3	105,45	-183,14	-63,45
4	Рентабельність господарської діяльності, %	1,9	2,6	1,2	-0,65	-34,85

Чистий прибуток підприємства також вражає величезним спадом на 63,45%, зменшуючись з 288,6 тис. грн. у 2020 році до 105,45 тис. грн. у 2022 році. Це говорить про важливі фінансові труднощі та можливий негативний вплив зовнішніх чинників на прибутковість підприємства.

Рентабельність господарської діяльності також втратила 34,85% свого значення, знизившись з рівня 2,6% у 2021 році до 1,2% у 2022 році. Це свідчить про важливі виклики у забезпеченні ефективності та прибутковості бізнесу.

Узагальнюючи, результати аналізу вказують на серйозні фінансові проблеми та втрату прибутковості у діяльності ТОВ «Аврора Авто». Потрібно уважно переосмислити стратегії управління, фокусуючись на зменшенні витрат та вдосконаленні виробничих процесів, а також шукати можливості для збільшення обсягів продажу послуг та вдосконалення конкурентоспроможності на ринку.

Перейдемо до аналізу показників ефективності використання ресурсів ТОВ «Аврора Авто» за 2020-2022 рр. табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Показники ефективності використання ресурсів

№ з/п	Показники	Роки			Відхилення 2022 р. до 2020 р.	
		2020	2021	2022	+/-	%
1	Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	1070,45	1210,05	1321,62	111,57	9,22
2	Середньорічна вартість оборотних активів, тис. грн.	4217,8	3648,45	3295,86	-352,59	-9,66
3	Середньооблікова чисельність персоналу, осіб	13	14	12	-2	-14,28
4	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	15446,5	13329,6	8664,24	-4665,36	-35
5	Продуктивність праці, тис. грн./на 1 особу	1188,19	952,11	722,02	-230,09	-24,16
6	Фондовіддача	14,43	11,02	6,55	-4,46	-40,51
7	Фондомісткість	0,07	0,09	0,15	0,06	69,48
8	Фондоозброєність, тис. грн.	82,34	86,43	110,13	23,70	27,42
9	Коефіцієнт обороту оборотних активів, об.	3,66	3,65	2,62	-1,02	-27,97
10	Тривалість одного обороту оборотних активів, дн.	99	100	138,84	38,84	38,84

Аналізуючи показники ефективності використання ресурсів підприємства за 2020-2022 роки, можна зробити декілька ключових висновків.

Середньорічна вартість основних засобів зросла з 1070,45 тис. грн. у 2020 році до 1321,62 тис. грн. у 2022 році, що свідчить про розвиток і розширення активів

підприємства. Зростання цього показника на 9,22% вказує на позитивні тенденції у використанні основних засобів.

Середньорічна вартість оборотних активів відзначилася зменшенням з 4217,8 тис. грн. у 2020 році до 3295,86 тис. грн. у 2022 році. Це зниження на 9,66% може вказувати на оптимізацію оборотних активів або зменшення їхнього обсягу для підтримання ефективності.

Середньооблікова чисельність персоналу зменшилася з 13 осіб у 2020 році до 12 осіб у 2022 році, що може бути результатом оптимізації структури персоналу та впровадження ефективних бізнес-процесів.

Чистий дохід від реалізації продукції суттєво зменшився на 35%, з 15446,5 тис. грн. у 2020 році до 8664,24 тис. грн. у 2022 році. Це може бути результатом різних факторів, таких як зменшення обсягів продажів або зміни в ринкових умовах.

Продуктивність праці та фондівіддача також зменшилися на 24,17% та 40,51% відповідно, що вказує на зниження ефективності використання праці та капіталовкладень.

Фондомісткість значно зросла на 69,49%, що може вказувати на покращення використання основних засобів в порівнянні з середньообліковою чисельністю персоналу.

Фондоозброєність підприємства збільшилася на 27,43%, що може вказувати на зростання вартості основних засобів в порівнянні з їхньою виробничою ефективністю.

Коефіцієнт обороту оборотних активів та тривалість одного обороту оборотних активів зменшилися на 27,98% та збільшилися на 38,85% відповідно. Це може вказувати на те, що підприємство стало менш ефективним у використанні своїх оборотних активів.

Найбільше зростання спостерігається в рентабельності використання основних і оборотних засобів, яка збільшилася на 2883,15%. Це може бути пов'язано зі значним зменшенням чистого доходу від реалізації продукції, що призвело до високого відсотка в розрахунку цього показника.

Загалом, аналіз показників ефективності вказує на суттєві зміни в діяльності підприємства за розглянутий період. Зниження чистого доходу та продуктивності праці, разом із збільшенням рентабельності використання засобів, свідчать про необхідність удосконалення стратегії та управління ресурсами для забезпечення стабільного розвитку.

Проведемо оцінку майнового стану ТОВ «Аврора Авто» за 2020-2022 рр. (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Показники майнового стану ТОВ «Аврора Авто» тис. грн.

№ з/п	Показники	Роки			Відхилення 2022р. до 2020 р.	
		2020	2021	2022	+/-	%
1	2	3	4	5	6	7
1	Зареєстрований (пайовий) капітал	400	400	400	0	0
2	Власний капітал	1203,5	1503,4	1592,1	388,6	5,89
3	Залучений капітал	4458,3	2551,8	4340,1	-118,2	70,07
4	Дебіторська заборгованість	1608,5	1538,2	3182,2	1573,7	106,87
5	Кредиторська заборгованість	1987	2345,7	3122,6	1135,6	33,12
6	Загальна вартість активів	5661,8	4055,2	5843,3	181,5	44,09
7	Тривалість погашення дебіторської заборгованості, днів	46	43	62	16	44,18
8	Тривалість погашення кредиторської заборгованості, днів	52	59	68	16	15,25
9	Рентабельність власного капіталу, %	27,3	22,3	6,62	-20,68	-70,31

Аналізуючи показники майнового стану ТОВ «Аврора Авто» за 2020-2022 роки, можна визначити ключові аспекти та висновки щодо фінансової стабільності та управління капіталом.

Зареєстрований (пайовий) капітал залишився сталим на рівні 400 тис. грн., що свідчить про стабільність власності та невелике змінення в цьому аспекті.

Власний капітал підприємства зріс на 388,6 тис. грн., що становить 5,89% збільшення. Це може вказувати на позитивний розвиток підприємства та збільшення власних ресурсів.

Залучений капітал зменшився на 118,2 тис. грн., або ж на 70,07%. Це може бути результатом змін в стратегії фінансування та залежності від зовнішніх джерел капіталу.

Дебіторська заборгованість значно зросла на 1573,7 тис. грн., або на 106,87%. Це може вказувати на збільшення кількості несплачених рахунків та можливі проблеми з вчасними платежами від клієнтів.

Кредиторська заборгованість також збільшилася на 1135,6 тис. грн., що представляє 33,12% зростання. Це може бути результатом взаємовідносин з постачальниками та може впливати на ліквідність підприємства.

Загальна вартість активів зросла на 181,5 тис. грн., що складає 44,09% збільшення. Це свідчить про загальне зміцнення майнового стану підприємства.

Тривалість погашення дебіторської заборгованості зросла на 16 днів, що може вказувати на затримки в отриманні платежів від клієнтів.

Тривалість погашення кредиторської заборгованості також збільшилася на 16 днів, що може впливати на фінансову ліквідність підприємства.

Рентабельність власного капіталу впала на 20,68%, відображаючи великий відсоток втрати доходності. Це може вказувати на ефективність використання власних ресурсів та необхідність ретельного аналізу стратегій управління.

Узагальнюючи, аналіз майнового стану ТОВ «Аврора Авто» підкреслює необхідність управління заборгованістю, збільшення ефективності фінансових операцій та оптимізації стратегії капіталовкладень для забезпечення стабільності та стійкості підприємства.

Перейдемо до оцінки фінансового стану ТОВ «Аврора Авто» - таблиця 2.7.

Таблиця 2.7

Оцінка фінансового стану ТОВ «Аврора Авто»

№ з/п	Показник	Роки			Відхилення 2022 р. до 2020 р., +/-
		2020	2021	2022	
1	Загальний коефіцієнт покриття (платоспроможності)	0,97	1,01	1,08	0,11
2	Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,93	0,86	0,72	-0,21
3	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,04	0,005	0,01	-0,03
4	Частка оборотних активів в загальній сумі активів	0,79	0,80	0,68	-0,11
5	Коефіцієнт автономії	0,19	0,21	0,37	0,18
6	Маневреність робочого капіталу	-1,84	8,07	4,47	6,31
7	Коефіцієнт фінансової залежності	5,37	4,70	2,69	-2,68
8	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-0,12	0,07	0,14	0,26
9	Співвідношення власного капіталу і поточних зобов'язань	0,23	0,27	0,59	0,36
10	Коефіцієнт фінансової стабільності	0,23	0,27	0,59	0,36
11	Фінансовий леверидж	4,37	3,70	1,69	-2,68

Аналізуючи фінансовий стан ТОВ «Аврора Авто» за період 2020-2022 років, можна визначити ряд ключових тенденцій та висновків щодо платоспроможності, ліквідності та фінансової стабільності підприємства.

Загальний коефіцієнт покриття (платоспроможності) підприємства зріс на 0,11 відносно 2020 року, досягнувши значення 1,08 у 2022 році. Це свідчить про певне поліпшення платоспроможності підприємства та його здатність виконувати фінансові зобов'язання.

Коефіцієнт швидкої ліквідності суттєво зменшився на 0,21, досягнувши 0,72 у 2022 році. Це може свідчити про складність конвертації оборотних активів у готівку та інші легко ліквідні активи.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності підприємства відносно 2020 року зменшився на 0,03, досягнувши 0,01 у 2022 році. Це може вказувати на складність конвертації оборотних активів у готівку та банківські еквіваленти.

Частка оборотних активів в загальній сумі активів суттєво зменшилася на 0,11, досягнувши 0,68 у 2022 році. Це може свідчити про зміни в структурі активів підприємства.

Коефіцієнт автономії значно зріс на 0,18, досягнувши 0,37 у 2022 році. Це може вказувати на збільшення власних ресурсів підприємства в порівнянні з залученим капіталом.

Маневреність робочого капіталу показала позитивний ріст на 6,31, досягнувши 4,47 у 2022 році. Це може свідчити про покращення управління оборотним капіталом.

Коефіцієнт фінансової залежності значно зменшився на 2,68, досягнувши 2,69 у 2022 році. Це може свідчити про зниження залежності підприємства від зовнішнього фінансування.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу значно зріс на 0,26, досягнувши 0,14 у 2022 році. Це може вказувати на збільшення можливостей підприємства в управлінні власним капіталом.

Співвідношення власного капіталу і поточних зобов'язань значно зросло на 0,36, досягнувши 0,59 у 2022 році. Це може свідчити про збільшення фінансової стійкості та зниження ризиків.

Коефіцієнт фінансової стабільності підприємства показав ріст на 0,36, досягнувши 0,59 у 2022 році. Це може вказувати на загальне поліпшення стабільності фінансової ситуації підприємства.

Фінансовий леверідж значно зменшився на 2,68, досягнувши 1,69 у 2022 році. Це може свідчити про зниження використання фінансового позикового капіталу та зменшення фінансового ризику.

Узагальнюючи, фінансовий аналіз ТОВ «Аврора Авто» вказує на певне поліпшення платоспроможності та фінансової стійкості, але зазначає погіршення ліквідності. Підприємство має тенденцію до збільшення власних ресурсів, але важливо управляти зобов'язаннями та забезпечити оптимальний баланс між власним та залученим капіталом.

Аналізуючи комплекс фінансових показників ТОВ «Аврора Авто» за період 2020-2022 років, можна зробити кілька загальних висновків. Підприємство показало певне поліпшення в платоспроможності та фінансовій стійкості, що відображається у зростанні загального коефіцієнта покриття та автономії. Зменшення коефіцієнта швидкої ліквідності може вказувати на складність конвертації оборотних активів у готівку, що може бути важливою точкою для подальшого вивчення та оптимізації. Управління робочим капіталом відображає певний позитивний ріст, що свідчить про покращення у цьому напрямку.

Зауважимо також на зниження фінансового леверіджу, що свідчить про обмежене використання зовнішніх фінансових ресурсів та зменшення ризику. Проте, важливо врахувати, що зменшення коефіцієнта швидкої ліквідності та невеличка зміна у рентабельності господарської діяльності можуть вимагати уваги до оптимізації внутрішніх процесів та стратегічного планування.

Загальна стійкість підприємства виявляється у збільшенні фінансової незалежності та розширенні співвідношення власного капіталу до поточних зобов'язань. Ці тенденції можуть свідчити про вдалий розвиток стратегії фінансового управління, зорієнтованої на забезпечення сталого розвитку та оптимізацію фінансової структури підприємства.

Загалом варто зазначити, що погіршення фінансового становища пов'язане із військовими діями і обмеженням експорту транспортних послуг у 2022 році. Саме цей фактор є визначальним у погіршенні тенденцій фінансового становища ТОВ «Аврора Авто»

2.4. Оцінка ефективності організації зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто»

Товариство самостійно здійснює зовнішньоекономічну діяльність згідно чинного законодавства.

Предметом зовнішньоекономічної діяльності Товариства є:

- Експорт та імпорт послуг, товарів та капіталів;
- Надання іноземним юридичним та фізичним особам послуг, що становлять предмет діяльності Товариства;
- Представлення інтересів іноземних юридичних та фізичних осіб на території України, представлення інтересів юридичних та фізичних осіб України за її межами;
- Спільна підприємницька діяльність з іноземними підприємствами та організаціями і проведення з ними спільних господарських операцій на території України та за її межами;
- Міжнародні фінансові операції та операції з цінними паперами, у відповідності з законодавством України;
- Інвестиційна та інноваційна діяльність;
- Кредитні розрахункові операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності;
- Інші види зовнішньоекономічної діяльності не заборонені прямо і у виключній формі законами України.

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства – це складна категорія, яка поєднує у собі параметри, що характеризують розвиток внутрішнього та зовнішнього ринків. Для того, щоб показники ефективності давали на практиці правильну відповідь на питання про доцільність реалізації підприємством тих чи інших зовнішньоторговельних операцій, варто правильно обрати критерій ефективності.

Головним критерієм оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства є максимальне отримання чистого доходу від експортних операцій.

Відповідно до цього критерію, слід обирати найкращі варіанти співробітництва з зовнішніми торговельними партнерами. Кількісна оцінка цього критерію здійснюється на основі порівняння сукупного ефекту тих чи інших варіантів зовнішньоекономічного співробітництва підприємства та сумарних витрат, пов'язаних з його реалізацією.

Найважливіша проблема полягає у тому, що оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання передбачає розрахунок ефективності конкретних зовнішньоекономічних угод і операцій, а також рентабельності і ефективності сукупної зовнішньоекономічної діяльності окремих фізичних і юридичних осіб-суб'єктів ЗЕД, що на практиці вимагає розроблення спеціалізованих показників, які б об'єктивно відображали стан діяльності підприємства.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства ТОВ «Аврора Авто» здійснюється межах експорту послуг.

Розглянемо сегментацію експортних послуг зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто» за географічною ознакою за 2020 рік, які наведені в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Сегментація експортних послуг ТОВ «Аврора Авто» за географічною ознакою, 2020 р.

Назва країни	Найменування послуги	Вартість експорту послуг, тис. од	Назва валюти	Вартість експорту послуг, тис.грн.
Беліз	Транспортно-експедиційні послуги автомобільного транспорту	9,00	Євро	247,5
Білорусь	Транспортно-експедиційні послуги автомобільного транспорту	2,35	Долар США	58,75
Естонія	Транспортно-експедиційні послуги	9,5	Євро	261,25

	автомобільного транспорту			
Литва	Транспортно-експедиційні послуги автомобільного транспорту	4,30	Євро	118,25
Велика Британія	Транспортно-експедиційні послуги автомобільного транспорту	86,8	Євро	2387,0
Угорщина	Транспортно-експедиційні послуги автомобільного транспорту	4,20	Євро	115,5
Словаччина	Транспортно-експедиційні послуги автомобільного транспорту	3,00	Євро	82,5
Молдова	Транспортно-експедиційні послуги автомобільного транспорту	2,40	Долар США	60,0

Можна зробити висновок, що за 2020 рік найбільшого доходу за транспортно-експедиційні послуги підприємство отримало від транспортування товару до Великої Британії – 86,8 тис. євро, а найменше - Білорусь та Молдова, 2,35 і 2,40 тис. доларів відповідно.

В таблиці 2.9. наведено сегментацію експортних послуг зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто» за географічною ознакою за 2021 рік.

За даними таблиці 2.9 можна побачити, що у 2021 році кількість країн, куди транспортується товар, значно зменшилась порівнюючи з 2020 роком. Найбільше доходу 35,54 тис. євро, підприємство отримало від надання послуг до країни Словаччини, а лише 1,10 тис. євро – до Литви.

Таблиця 2.9

Сегментація експортних послуг ТОВ «Аврора Авто» за географічною ознакою, 2021 р.

Назва країни	Найменування послуги	Вартість експорту послуг, тис. од	Назва валюти	Вартість експорту послуг, тис.грн.
Литва	Транспортно-експедиційні послуги автомобільного транспорту	1,10	Євро	37,95
Об'єднані Арабські Емірати	Транспортно-експедиційні послуги автомобільного транспорту	4,65	Євро	160,43
Велика Британія	Транспортно-експедиційні послуги автомобільного транспорту	25,80	Євро	890,1
Словаччина	Транспортно-експедиційні послуги автомобільного транспорту	35,54	Євро	1226,13

В таблиці 2.10 наведено сегментацію експортних послуг зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто» за географічною ознакою за 2022 рік.

Таблиця 2.10

Сегментація експортних послуг ТОВ «Аврора Авто» за географічною ознакою, 2022 р.

Назва країни	Найменування послуги	Вартість експорту послуг, тис. од	Назва валюти	Вартість експорту послуг, тис.грн.
Словаччина	Транспортно-експедиційні послуги автомобільного транспорту	63,14	Євро	1957,34
Румунія	Транспортно-експедиційні послуги	3,55	Євро	110,05

	автомобільного транспорту			
Литва	Транспортно-експедиційні послуги автомобільного транспорту	1,75	Євро	54,25
Болгарія	Транспортно-експедиційні послуги автомобільного транспорту	1,90	Євро	58,9

Аналізуючи дані таблиці 2.10 можна сказати, що найменше доходу за транспортно-експедиційні послуги підприємство отримало від транспортування товару до Болгарії 1,90 тис. євро, а найбільше до Словаччини - 63,14 тис. євро.

Узагальнені показники експорту послуг ТОВ «Аврора Авто» за 2020-2022 роки наведено в таблиці 2.11.

Управлінням зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві ТОВ «Аврора Авто» займається Директор, який займається укладанням договорів та угод в зовнішньоекономічній діяльності підприємства і веденням переговорів.

Отже, тепер можна розрахувати показник ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто».

Таблиця 2.11

Сегментація експортних послуг ТОВ «Аврора Авто» за географічною ознакою, 2020-2022 р.р.

Країна	Вартість експорту послуг, тис.грн.		
	2020	2021	2022
Беліз	247,5	0	0
Білорусь	58,75	0	0
Естонія	261,25	0	0
Литва	118,25	37,95	54,25
Велика Британія	2387,0	890,1	0
Угорщина	115,5	0	0
Словаччина	82,5	1226,13	1957,34
Молдова	60,0	0	0
Об'єднані Арабські Емірати	0	160,43	0
Румунія	0	0	110,05
Болгарія	0	0	58,9

Показник «ефективність експорту» визначається шляхом відношення чистої виручки в іноземній валюті за реалізований товар, переведений у гривні за офіційним курсом на день надходження валютної виручки, до вартості експорту у внутрішніх цінах.

В таблиці 2.12 наведений розрахунок показника «ефективність експорту» ТОВ «Аврора Авто».

Таблиця 2.12

Показники ефективності експорту ТОВ «Аврора Авто», тис грн

Показники	Роки			Відхилення 2022 р. до 2020 р.
	2020	2021	2022	%
1	2	3	4	5
Вартість послуг у зовнішніх цінах	3984,4	2079,79	1848,23	-53
Вартість послуг у внутрішніх цінах	7917	13366,71	11481,37	45
Ефективність експорту	0,50	0,16	0,16	-68

Отже, зробивши розрахунки і проаналізувавши ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТОВ «Аврора Авто», можна сказати, що за останні два роки зовнішньоекономічна діяльність підприємства була не змінною та не достатньо ефективною, так як тільки 16% експортних послуг становить в загальному чистому доході підприємства. Такий результат підприємства залежить від того, що підприємство від експортних послуг отримує дохід у валюті, та з кожним роком курс валюти змінюється.

Висновки до розділу 2

Товариство з обмеженою відповідальністю «Аврора Авто» (ТОВ «Аврора Авто») є самостійною юридичною особою, що діє від власного імені. Сфера діяльності охоплює внутрішні перевезення небезпечних вантажів та небезпечних

відходів вантажними автомобілями, а також міжнародні перевезення вантажів вантажними автомобілями (за винятком небезпечних вантажів та небезпечних відходів).

Основні цілі діяльності включають організацію та надання послуг у сфері інформації, залучення юридичних та фізичних осіб до активного інвестування у діяльність капіталовкладень, а також різноманітні інші види діяльності, включаючи благодійну, з метою підвищення добробуту та задоволення потреб населення та бізнесу, а також отримання прибутку.

Аналізуючи комплекс фінансових показників ТОВ «Аврора Авто» за період 2020-2022 років, можна зробити кілька загальних висновків. Підприємство показало певне поліпшення в платоспроможності та фінансовій стійкості, що відображається у зростанні загального коефіцієнта покриття та автономії. Зменшення коефіцієнта швидкої ліквідності може вказувати на складність конвертації оборотних активів у готівку, що може бути важливою точкою для подальшого вивчення та оптимізації. Управління робочим капіталом відображає певний позитивний ріст, що свідчить про покращення у цьому напрямку. Проте, важливо врахувати, що зменшення коефіцієнта швидкої ліквідності та невеличка зміна у рентабельності господарської діяльності можуть вимагати уваги до оптимізації внутрішніх процесів та стратегічного планування.

Транспортна галузь є однією з фундаментальних засад функціонування економіки будь-якої країни світу та основою її інтеграції у міжнародне господарство. За даними Державної служби статистики України, у 2018 р. найбільшу частку вантажів перевезено автомобільним транспортом (71% від загальної кількості).

На нашу думку, вирішенню основних проблем автотранспортних підприємств та транспортної галузі у цілому сприятиме низка заходів, які необхідно запровадити, серед них:

- зниження податкового навантаження або часткова компенсація витрат на ресурсне забезпечення автотранспортним підприємствам, які здійснюють міжнародні вантажоперевезення;

- лобіювання з боку держави щодо збільшення квоти видачі дозволів на міжнародні перевезення для України;
- проведення якісної реконструкції транспортних шляхів для підвищення транзитної привабливості України та зниження витрат вітчизняних підприємств на ремонт транспортних засобів;
- запровадження методик управління економічною безпекою автотранспортних підприємств для ефективної протидії впливу зовнішніх та внутрішніх загроз.

Головним критерієм оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства є максимальне отримання чистого доходу від експортних операцій. Відповідно до цього критерію, слід обирати найкращі варіанти співробітництва з зовнішніми торговельними партнерами. Кількісна оцінка цього критерію здійснюється на основі порівняння сукупного ефекту тих чи інших варіантів зовнішньоекономічного співробітництва підприємства та сумарних витрат, пов'язаних з його реалізацією.

Зробивши розрахунки і проаналізувавши ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТОВ «Аврора Авто», можна сказати, що за останні два роки зовнішньоекономічна діяльність підприємства була не змінною та не достатньо ефективною, так як тільки 16% експортних послуг становить в загальному чистому доході підприємства. Такий результат підприємства залежить від того, що підприємство від експортних послуг отримує дохід у валюті, та з кожним роком курс валюти змінюється.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АВТОРА АВТО»

3.1. Аналіз проблем зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто»

На основі проведеного аналізу фінансово-господарської діяльності ТОВ «Аврора Авто» важливо провести аналіз проблем зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто». Однією з основних проблем може бути зменшення чистого доходу від реалізації послуг, що може свідчити про труднощі в експорті чи конкуренції на зовнішніх ринках. Зменшення чистого доходу від реалізації продукції може бути серйозною проблемою, яка вказує на потенційні труднощі в експорті чи конкуренції на зовнішніх ринках для ТОВ «Аврора Авто». Декілька факторів може впливати на цю ситуацію.

По-перше, можливо, підприємство стикається із зростанням конкуренції на зовнішніх ринках, де інші компанії можуть пропонувати аналогічні послуги за більш привабливими цінами або умовами. Це може призвести до зниження обсягу продажів та, відповідно, чистого доходу.

По-друге, можливо, є труднощі в експорті послуг через зовнішні обставини, наприклад страк польських перевізників, які заблокували пункти пропуску. Крім цього, можливі зміни в тарифах або торговельних угодах, що може створити додаткові обмеження або витрати для компанії. Також валютні коливання та ризики можуть впливати на прибутковість експортних операцій.

Наслідки цієї проблеми можуть включати погіршення фінансового стану підприємства, скорочення інвестицій у розвиток, труднощі у погашенні зобов'язань та можливе зменшення конкурентоспроможності на ринку. Реагування на цю проблему може вимагати перегляду стратегії маркетингу, підвищення якості продукції, адаптації до змін в економічному середовищі та ефективного управління витратами для відновлення стабільності та прибутковості у зовнішньому економічному середовищі.

Також варто звернути увагу на зниження середньорічної вартості оборотних активів, що може вказувати на неефективне використання ресурсів у зовнішньоекономічній діяльності.

Зниження середньорічної вартості оборотних активів у контексті зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто» може вказувати на потенційні проблеми у використанні ресурсів і вимагає уважного аналізу. Причина цього може полягати у різних факторах.

По-перше, можливо, підприємство зіткнулося із збільшенням витрат на оборотні активи, такі як запаси, дебіторська заборгованість чи інші елементи. Це може бути спричинено неефективним управлінням запасами, несвоєчасними розрахунками з покупцями чи іншими факторами, що призводять до збільшення вартості оборотних активів.

По-друге, можливо, підприємство стикається з нестабільністю на зовнішніх ринках, що може призводити до непередбачуваних коливань у попиті на послуги транспортних перевезень та експедиційні послуги. Така нестабільність може вимагати додаткових витрат на управління оборотними активами та пристосування до змін у попиті та умовах ринку.

Наслідки цієї проблеми включають зниження ліквідності підприємства, можливість виникнення зобов'язань перед кредиторами та втрату конкурентоспроможності через неефективне використання ресурсів. Для подолання цих викликів підприємство може вжити заходів, таких як оптимізація управління оборотними активами, адаптація до змін у зовнішньому середовищі та удосконалення стратегій управління ресурсами для підвищення ефективності у зовнішньоекономічній сфері.

Додатково, проблемою може стати зменшення продуктивності праці та фондівіддачі, що впливає на загальну ефективність діяльності при взаємодії з зовнішніми ринками. Зменшення продуктивності праці та фондівіддачі у діяльності ТОВ «Аврора Авто», яке впливає на взаємодію з зовнішніми ринками, може бути наслідком декількох можливих причин та мати важливі наслідки.

По-перше, низька продуктивність праці може бути результатом неефективного управління персоналом або низького рівня мотивації співробітників. Враховуючи, що основу штату складають водії, то ймовірно, що є проблема низької мотивації.

По-друге, зменшення фондівіддачі може свідчити про неефективне використання ресурсів та активів. Можливі причини такого явища включають застарілі транспортні засоби, погане управління запасами, транспортні проблеми.

Наслідки цих проблем можуть бути серйозними. Зменшення продуктивності праці може призвести до втрати конкурентоспроможності на зовнішніх ринках через збільшення витрат на надання послуг з транспортних перевезень та експедиторські послуги. Низька фондівіддача може обмежити можливості підприємства розширювати спектр надання послуг та впливати на прибутковість.

Для вирішення цих проблем, підприємство може впроваджувати стратегії для підвищення продуктивності праці, такі як підвищення кваліфікації персоналу та модернізація транспортних засобів і обладнання. Оптимізація управління запасами та ефективне використання ресурсів також можуть сприяти підвищенню фондівіддачі та загальної ефективності діяльності підприємства.

Фінансові показники, такі як рентабельність господарської діяльності, можуть бути погіршеними, що вимагає уваги до стратегії ціноутворення та фінансового планування при експорті.

Фінансові показники, зокрема рентабельність господарської діяльності, є ключовими показниками фінансового здоров'я підприємства у контексті зовнішньоекономічної діяльності. Погіршення цих показників може виникнути з кількох причин та викликати серйозні наслідки для експортної стратегії та фінансового планування.

Однією з основних причин може бути неправильна стратегія ціноутворення. Занадто низька або занадто висока ціна на послуги при експорті може впливати на загальний обсяг продажів та конкурентоспроможність підприємства на зовнішніх ринках.

Додатковою причиною може бути невдалий фінансовий план, який не враховує ризики та витрати, пов'язані з експортом. Великі витрати на логістику, митні платежі, зміни валютних курсів та інші економічні фактори можуть значно впливати на фінансовий результат підприємства.

Наслідками таких проблем може бути зниження прибутковості, важкість втримання конкурентоспроможності та негативний вплив на загальний фінансовий стан підприємства. Недооцінка витрат та ризиків може також вести до фінансових труднощів та обмежувати можливості розвитку на зовнішніх ринках.

Для вирішення цих проблем важливо провести детальний аналіз витрат та ризиків експорту, а також належним чином адаптувати стратегію ціноутворення. Ретельне фінансове планування, орієнтоване на управління ризиками, може покращити стабільність та прибутковість підприємства на зовнішніх ринках.

Також важливо зазначити, що збільшення коефіцієнта обороту оборотних активів може вказувати на швидше обертання ресурсів, але водночас це може створити додатковий тиск на управління запасами та постачальниками.

Збільшення коефіцієнта обороту оборотних активів, в цілому, є позитивним показником, оскільки вказує на більш ефективне використання ресурсів та швидше обертання активів. Проте, цей показник може створити додатковий тиск на управління запасами та постачальниками, що вимагає уважного аналізу та управлінських рішень.

Однією з можливих причин збільшення коефіцієнта обороту оборотних активів може бути покращення управління запасами. Оптимізація рівня запасів може призвести до ефективнішого використання ресурсів, але водночас може створити тиск на утримання необхідних запасів для безперебійного виробництва та постачання.

Ще однією причиною може бути поліпшення системи управління господарськими кредитами. Якщо компанія зменшує терміни отримання грошей від клієнтів та оптимізує умови кредитування, це може позитивно вплинути на оборотність активів, але може створити проблеми в управлінні ліквідністю та фінансовим потоком.

Наслідками цього збільшення може бути підвищений тиск на постачальників в умовах великого обсягу замовлень та швидкого обороту товарів. Компанії можуть стикатися з викликами у забезпеченні постійного доступу до необхідних ресурсів та вчасної поставки запасних частин до автомобілів. Отже, хоча збільшення коефіцієнта обороту оборотних активів вказує на позитивні зрушення в управлінні ресурсами, необхідно уважно балансувати цей показник, забезпечуючи ефективність діяльності та забезпечення усіх ланок ланцюга постачання.

Загалом на діяльність ТОВ «Аврора Авто» впливає також загальноекономічна ситуація в Україні, що склалася в умовах війни. Зокрема, на зовнішньоекономічну діяльність ТОВ «Аврора Авто» впливають:

1. Зменшення експорту та імпорту. Воєнний конфлікт може призвести до обмеження торговельних відносин та зниження обсягів експорту та імпорту.

2. Девальвація та нестабільність валютного курсу. Геополітична нестабільність може спричинити коливання курсу національної валюти та зростання інфляції, що вплине на вартість імпортованих товарів та загальну економічну стабільність.

3. Зменшення інвестицій. Нестабільність може вплинути на рішення іноземних інвесторів вкладати кошти в українські проекти, що може призвести до зменшення інвестиційного потоку.

4. Ускладнення логістики та транспортування. Війна може призвести до обмежень у роботі транспортної інфраструктури, що ускладнить логістику та поставки товарів.

5. Погіршення позиції на міжнародних ринках. Збільшення геополітичної нестабільності може призвести до втрати деяких зовнішніх ринків для українських компаній.

6. Економічна нестабільність. Загалом, війна та геополітична нестабільність можуть створити економічні труднощі та неспокій серед бізнес-спільноти.

Окрім того, у ТОВ «Аврора Авто» також є конкуренти. Найбільш прямими конкурентами ТОВ «Аврора Авто» є компанії ZAMMLER [81], ТОВ «Дженерал Транс Альянс Логістик» [78], ТОВ «Автологістика» [77], ТОВ «Н-Транс» [79].

Найближчим конкурентом ТОВ «Аврора Авто» є саме компанія ZAMMLER, яка також спеціалізується на перевезенні різних груп вантажів та активно здійснює міжнародні перевезення. В цьому контексті важливо проаналізувати ринкову позицію конкурента для виявлення його сильних та слабких сторін. Це може допомогти ТОВ «Аврора Авто» у виявленні напрямів удосконалення своєї діяльності на основі виявлення слабких сторін конкурента та посилення своєї діяльності у цьому напрямку.

Найбільш поширеним та ефективним інструментом є SWOT аналіз, який використовується для оцінки ринкової позиції компанії. Розглянемо всі елементи SWOT матриці для конкурента ТОВ «Аврора Авто» - компанії ZAMMLER:

Сильні сторони (Strengths):

1. Досвід і репутація: ZAMMLER має великий досвід у сфері автомобільних перевезень і гарну репутацію.
2. Сучасне обладнання: ZAMMLER використовують сучасне обладнання та автомобілі, що забезпечує ефективність і надійність їхніх послуг.
3. Географічна розгалуженість: ZAMMLER має широку мережу місць обслуговування транспорту, це може бути великою перевагою.

Слабкі сторони (Weaknesses):

1. Високі витрати: Якщо у них велика кількість витрат або неефективні процеси, це може бути слабкою стороною.
2. Залежність від палива: Якщо вони сильно залежать від паливних ресурсів, коливання цін можуть впливати на їхні витрати.
3. Недостатня інноваційність: Якщо вони не впроваджують нові технології або підходи в систему управління, це може обмежити їхню конкурентоспроможність в майбутньому.

Можливості (Opportunities):

1. Розширення сервісів: ZAMMLER може розглядати можливості для розширення свого спектру послуг або входження на нові ринки.
2. Використання технологій: Використання новітніх технологій може покращити ефективність та якість їхніх послуг.

3. Партнерства: Можливість укласти стратегічні партнерства може допомогти ZAMMLER розширити свої можливості та присутність на зарубіжних ринках.

Загрози (Threats):

1. Конкуренція: ZAMMLER може стикатися зі зростаючою конкуренцією в галузі автомобільних перевезень.

2. Зміни в законодавстві: Зміни в правовому середовищі можуть впливати на їхню діяльність і витрати.

3. Економічні коливання: Економічні труднощі або коливання можуть впливати на попит на їхні послуги.

ТОВ «Аврора Авто» має унікальну можливість використати слабкі сторони та загрози, виявлені у конкурента ZAMMLER, для свого власного розвитку. Наприклад, можна скористатися слабкістю конкурента у високих витратах, вдосконаливши внутрішні процеси та оптимізувавши витрати у власному бізнесі. Залежність ZAMMLER від палива може надати ТОВ «Аврора Авто» можливість шукати та впроваджувати більш екологічно чисті технології або джерела енергії, зменшуючи тим самим вплив коливань цін на пальне.

Також, враховуючи конкуренцію в галузі автомобільних перевезень, ТОВ «Аврора Авто» може розглядати можливості для розширення своєї географічної присутності та впровадження нових послуг, що дозволить привертати нових клієнтів і збільшувати свій ринковий вплив.

Загалом, використовуючи аналіз слабких сторін та загроз конкурента, ТОВ «Аврора Авто» може розробляти стратегії, спрямовані на підвищення ефективності, розширення ринкових можливостей та адаптацію до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі, що сприятиме стабільному та сталому розвитку компанії.

3.2. Напрями удосконалення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто» та оцінка їх ефективності

На сьогоднішній день, велика кількість українських підприємств активно беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності, це безпосередньо пов'язано з тим, що внутрішній ринок України не здатний забезпечити споживання всієї кількості продукції, яку пропонують виробники, саме тому підприємства змушені розширювати свої ринки збуту. Відповідно вони виходять на зовнішні ринки збуту, де наявна дуже сильна конкуренція з боку іноземних підприємств. Для того, щоб зайняти певну нішу на іноземному ринку, українські підприємства визначають стратегічні напрями розвитку, удосконалюють експортну діяльність, підвищують якість продукції – це дає їм змогу досягти довгострокової конкурентної переваги.

Розглянемо деякі напрями удосконалення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто», яке займається наданням транспортних та експедиційних послуг на міжнародному ринку.

1) Важливо визначити ті країни, що є привабливими для співпраці та детально вивчити існуючі зовнішньоекономічні зв'язки. Підприємство повинно провести ретельний аналіз системи міжнародної торгівлі, вивчити економічне середовище країни, де воно безпосередньо має діяти, і врахувати політичні, культурні та правові особливості цього середовища. Для досягнення конкурентоспроможності на зовнішньому ринку, підприємство повинно сформулювати стратегію, визначивши основний напрямок, який акцентується на внутрішні можливості та ринкові умови.

Дана стратегія повинна враховувати наступні фактори:

- встановлення чітких цілей виходу на зовнішній ринок;
- оцінка попиту на транспортні та експелиторські послуги за кордоном;
- вивчення потенціалу та розміру зовнішнього ринку;
- аналіз кон'юнктури ринку, наявності послуг-аналогів, конкурентів та інших аспектів.

2) Важливим фактором для удосконалення зовнішньоекономічної діяльності є аналіз та оцінка сильних та слабких сторін підприємства.

Аналіз сильних сторін дозволить підприємству оцінити перспективи підприємства на зовнішньому ринку, а аналіз слабких сторін – небезпеки зі сторони зовнішнього ринку.

3) Доцільно удосконалити маркетингову складову своєї діяльності. Для цього необхідно здійснювати більш ефективні маркетингові заходи, до них відносять:

- Оптимізація веб-присутності. Покращення веб-сайту, забезпечення його інформативністю та зручністю використання. Важливо, щоб клієнти можливо найшвидше отримували необхідну інформацію про послуги та умови співпраці.

- Цифровий маркетинг. Використання соціальних мереж, контекстної реклами та електронної пошти для просування послуг. Ретаргетинг може допомогти залучити та утримати увагу потенційних клієнтів.

- Онлайн-платформи і брокери. Реєстрація на міжнародних платформах та брокерах для транспортних послуг, що дозволить розширити аудиторію та отримати нові контракти.

- Участь у виставках та конференціях. Активна участь у виставках та конференціях з логістики та транспорту для залучення уваги клієнтів та партнерів.

- Контент-маркетинг. Створення інформативного та цікавого контенту про транспортні та логістичні аспекти на веб-сайті, блозі, а також у соціальних мережах.

- Система лояльності та знижки. Впровадження програм лояльності для постійних клієнтів та знижок для обсягів перевезень.

- Співпраця зі страховими компаніями. Надання комплексних послуг, що включають страхування вантажів, що може бути привабливим для клієнтів.

- Маркетингові дослідження. Проведення аналізу конкурентів та досліджень ринку для розуміння потреб та очікувань клієнтів.

4) Визначення привабливості ринку в зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Для цього варто провести матричний аналіз.

При проведенні матричного аналізу ЗЕД підприємства найчастіше використовуються такі матриці:

- матриця BCG – аналіз темпів зростання та частки ринку;
- матриця GEM – аналіз порівняльної привабливості ринку та конкурентоспроможності;
- матриця Shell/DPM – аналіз привабливості ресурсоємної галузі в залежності від конкурентоспроможності.

5) Далі варто провести аналіз зовнішнього середовища, який включає в себе оцінку постачальників, конкурентів та споживачів, а також аналіз послуг підприємства. Даний аналіз проводиться шляхом складання карти стратегічних груп для визначення положення підприємства серед конкурентів та напрямів його розвитку в наявному конкурентному середовищі.

6) Підвищення технічного рівня підприємства, а, відповідно, це дасть змогу підвищити якість послуг і конкурентоздатність підприємства на міжнародних ринках.

7) Залучення до управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства висококваліфікованих фахівців.

8) Раціональна маршрутизація перевезень. Це найбільш досконалий спосіб організації транспортних вантажних перевезень, який здійснює суттєвий вплив на прискорення обороту транспортного засобу при раціональному і ефективному його використанні.

Створення маршрутів дозволить точно визначити обсяг перевезень вантажів з постачально-збутових підприємств, кількісний склад транспортних засобів, що здійснюють ці перевезення, сприяє скороченню їх простоїв під навантаженням і розвантаженням, ефективному використанню рухомого складу. Разом з тим маршрутизація перевезень дозволяє підвищити продуктивність авто при одночасному зниженні кількості рухомого складу, що надходить на підприємство торгівлі при тому ж обсязі перевезень.

9) Кваліфікація персоналу. Підвищення якості та ефективності перевезень вантажів залежить від вироблення пропозицій щодо вдосконалення організації,

комерційних умов і методів управління транспортним процесом, в т. ч. від розробки і своєчасного коригування правил, положень та інструкцій з комерційної експлуатації.

10) Управління експортною діяльністю на підприємстві. Цей блок передбачає моніторинг процесу прийняття рішень стосовно експортної діяльності, включаючи планування, визначення методів ведення діяльності, встановлення відповідальності різних відділів та координації їх діяльності в рамках здійснення експортної діяльності підприємства.

11) Управління ресурсами, які пов'язані з основною виробничою та з експортною діяльністю підприємства. Моніторинг управління ресурсами включає моніторинг за раціональним використанням наявних ресурсів: капітальних, технічних, технологічних, трудових, маркетингових, інформаційних, задіяних безпосередньо у експортній діяльності підприємства.

12) Оцінка експортної діяльності підприємства. Включає системну оцінку та оцінку процесу експортної діяльності. Системна оцінка експортної діяльності включає моніторинг та оцінку ефективності експортної діяльності за допомогою методів внутрішнього контролю. Результати такого моніторингу можуть бути стимулом для прийняття підприємством певних заходів, спрямованих на удосконалення експортної діяльності. Оцінка процесу експортної діяльності являє собою моніторинг та оцінку на таких стадіях експортної діяльності підприємства:

- вивчення закордонного ринку збуту;
- підготовка виробництва продукції на експорт;
- виробництво експортованої продукції;
- реалізація експортованої продукції;
- після продажне обслуговування.

Серед основних заходів удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві пропонуємо наступні: створення окремого структурного підрозділу, який буде відповідати за успішність ведення зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві, проведення маркетингових досліджень нових ринків та виявлення умов виходу на них, вибір партнерів для

ведення зовнішньоекономічної діяльності, збір необхідної інформації конкурентів, проведення SWOT-аналізу для розробки стратегії розвитку підприємства та удосконалення механізму зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Втілення в життя вище запропонованих заходів на підприємстві, без сумніву значно покращить якість його роботи у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

В сучасних умовах все більш ефективним інструментом залучення нових клієнтів є соціальні мережі. Маркетинг в соціальних медіа – це ефективний інструмент, за допомогою якого відвідувачі залучаються на сайт із соціальних мереж. Увагу споживачів можна одержати, купити за допомогою реклами. Довіру цільової аудиторії купити не можна, її можна лише заробити. Соціальні мережі – це сучасний інструмент для взаємодії з цільовою аудиторією. Сьогодні аудиторія соціальних мереж можна порівняти з аудиторією телевізійних телеканалів, тільки вона уважніша й активніша. SMM має більше спільного з мережевим PR, ніж із рекламою. SMM це безпосередня робота у спільнотах, які охоплюють цільову групу користувачів. Це інструменти прямої та прихованої взаємодії з цільовою аудиторією.

Завдання, які можна вирішувати за допомогою SMM включають:

- брендинг, просування бренду;
- підвищення лояльності та популярності;
- PR;
- збільшення відвідуваності сайту компанії.

SMM поки що відноситься до інструментів нестандартного просування, але, на сьогоднішній день, є найбільш перспективним. Маркетинг у соціальних мережах затребуваний як великими компаніями, лідерами ринку, так і як компаніями малого та середнього бізнесу, які використовують SMM для власного просування та налагодження контакту зі своїми споживачами.

Традиційні інструменти маркетингу в соціальних медіа включають наступне:

- Створення, оформлення, наповнення матеріалами, ведення блогу на різних платформах;
- Просування блогу;

- Інформаційні повідомлення у тематичних спільнотах, підтримка дискусій, відповіді на коментарі;
- Робота з популярними тематичними форумами: запуск та підтримка обговорень, прихований маркетинг (агенти впливу);
- Ведення дискусій від імені компанії (прямий маркетинг);
- Пряма реклама в тематичних спільнотах та на сторінках популярних блогерів;
- Вірусний маркетинг;
- Моніторинг позитивної та негативної інформації, створення позитивного інформаційного фону;
- Оптимізація інтернет ресурсів компанії під соціальні медіа (SMO).

SMM не має миттєвого ефекту, але дає довгостроковий результат за умови його цільового та правильного використання. Його основною перевагою є відносно мала вартість вкладень порівняно з можливим ефектом від проведених заходів.

Якщо порівнювати використання соціальних медіа з традиційною рекламою (наприклад, банерною), виявляється ряд переваг просування своєї компанії через спільноти:

- невисока вартість рекламної кампанії (ціна за один контакт коштує мінімум вдвічі дешевше за традиційну рекламу, при цьому кожен контакт є реальною цінністю),
- ширше та точніше охоплення цільової аудиторії. Більше того, соціальні мережі за своєю популярністю перевершують усі традиційні ресурси, не перевищуючи хіба що актуальності пошукових систем;
- можливість отримувати швидкий зворотний зв'язок від клієнтів та оперативно реагувати на нього,
- підвищення лояльності покупців внаслідок «олюднення» бренду компанії.

Реклама в соціальних мережах не настільки явна, вона не розглядається користувачами як нав'язувана. Вона скоріше сприймається як рекомендації знайомих, як думка цікавих людей лідерів спільнот і це викликає більшу довіру.

Є й ще один значний плюс – соціальні медіа не схильні до кризи і взагалі впливу будь-яких зовнішніх чинників, вони не залежать від політичної та економічної обстановки в країні чи регіоні. Єдина небезпека, на яку вони можуть наражатись – це падіння відвідуваності. У цьому випадку можна перейти на більш затребувану користувачами платформу.

Сучасні соціальні мережі дають можливість отримувати докладні звіти про рейтинг використання посилань, статей, споживання контенту на веб-ресурсі компанії тощо. Організація сама може відслідковувати популярність створеної спільноти чи групи серед користувачів, дії учасників на своїй платформі (наприклад, за допомогою Google Webmaster Tools, Facebook Insights) – бачити, що приваблює цільову аудиторію, а що ні, дізнаватися думки про той чи інший продукт тощо. Все це зрештою дозволяє створити лояльну базу споживачів.

Використання соціальних мереж для реклами ТОВ «Аврора Авто» в сфері вантажних перевезень може надати значних переваг порівняно з традиційною рекламою, зокрема банерною. Низька вартість рекламної кампанії в соціальних мережах вражає – ціна за один контакт виявляється мінімум удвічі дешевше порівняно з традиційною рекламою. Кожен контакт стає реальною цінністю, що забезпечує більш ефективне використання бюджету.

Широкі та точні охоплення цільової аудиторії також стає ключовим аспектом. Соціальні мережі перевершують традиційні ресурси за популярністю та актуальністю, забезпечуючи більший досяг та взаємодію з потенційними клієнтами.

Можливість отримання швидкого зворотного зв'язку від клієнтів та оперативної реакції є ще однією вагомою перевагою. Це дозволяє підтримувати актуальність та адаптувати стратегії в реальному часі, щоб задовольняти потреби аудиторії.

Підвищення лояльності покупців стає можливим завдяки більш невимушеному сприйняттю реклами в соціальних мережах. Користувачі відчують, що отримують рекомендації від знайомих чи думки цікавих лідерів спільнот, що викликає більшу довіру.

Усе це робить рекламу в соціальних мережах ефективним інструментом для просування компанії ТОВ «Аврора Авто», сприяючи збільшенню обсягів перевезень та привабленню нових клієнтів.

Для ТОВ «Аврора Авто» пропонуємо зробити рекламну кампанію у мережі Facebook для залучення нових клієнтів. Розглянемо кожен етап реклами вантажних перевезень для ТОВ «Аврора Авто» в соціальній мережі Facebook:

1. Визначення цільової аудиторії. Цільовою аудиторією є бізнеси, що потребують вантажних перевезень, виробничі підприємства, магазини електронної комерції тощо. Важливо врахувати географічні особливості та розташування потенційних клієнтів.

2. Створення привабливого контенту. В рекламі доцільно розмістити фото і відео вантажівок, які використовує ТОВ «Аврора Авто». Також потрібно публікувати інформацію про сучасні технології та технічний стан автопарку, підкреслювати переваги, такі як швидкість доставки, страхування вантажів та інше.

3. Використання таргетованої реклами. Рекламу необхідно налаштувати у визначеному географічному регіоні – Україна та країни сусіди, в яких ТОВ «Аврора Авто» здійснює перевезення». Крім того, необхідно використати параметри таргетування, такі як галузь діяльності, розмір компанії, потреби у вантажних перевезеннях тощо.

4. У рекламі необхідно робити акцент на безпеку та надійність. Слід розмістити інформацію про професійних водіїв та їх досвід, підкреслити безпекові заходи та страхування вантажів під час перевезень.

5. Також варто ретельно продумати стимулювання до дії. В рекламі треба додати заклик до дії, наприклад, «Отримайте безкоштовну консультацію з логістики» або «Запитайте про індивідуальні тарифи».

6. Публікації про проекти та клієнтів. Важливо розмістити у соціальній мережі та на офіційному сайті відгуки клієнтів, які продемонструють успішність перевезень та високу якість надання послуг для потенційних клієнтів.

7. Моніторинг та аналіз результатів. За результатами проведеної рекламної кампанії треба проводити аналіз її результативності. Це цілком можна зробити

аналітичними інструментами рекламного кабінету Facebook для відстеження взаємодії та конверсій.

Розглянемо розрахунок економічного ефекту від використання SMM просування для ТОВ «Аврора Авто». Цільовою аудиторією для рекламної кампанії є компанії, які продають товари з доставкою за кордон. Рекомендуємо виділити бюджет для реклами у розмірі 1000 дол. США. Це дозволить зробити масштабну рекламу орієнтовану на велику кількість показів. Метою рекламної кампанії є залучення нових клієнтів для вантажних перевезень. Очікуваний відсоток конверсії становить 5%. Тобто з усіх, хто переглянув рекламу, 5% стануть новими клієнтами.

Крім того, очікується, що кожен новий клієнт укладе угоду на перевезення вантажів на суму 2000 дол. США.

В залежності налаштувань, вартість одного кліка на рекламу становить 5 центів, таким чином, за 1000 доларів можна отримати 20000 переходів на рекламу за умови 100% конверсії. Проте, конверсія на цьому етапі очікується на рівні 10%, таким чином, кількість кліків і переходів по рекламному оголошенню складе 2000.

За нашим очікуванням, конверсія в покупку становитиме 5%, тобто 5% з тих, хто перейшов по рекламі замовлять перевезення вантажів. Таким чином, це становитиме 100 клієнтів. Вартість угоди на перевезення для кожного клієнта становить 2000 дол., отже загальна вартість нових контрактів становитиме 200000 дол. США.

Економічний ефект від рекламної кампанії розраховується як очікуваний прибуток (200000 дол.) за вирахуванням рекламного бюджету (1000 дол.) і становить 199000 дол. США.

Відобразимо зазначені розрахункові показники у формі таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

**Основні показники розрахунку економічного ефекту рекламної кампанії
у соціальній мережі Facebook**

Показник	Значення
Бюджет на рекламу, дол. США	1000
Вартість кліку, дол. США	0,05
Кількість переглядів за бюджет	20000
Відсоток кліків, %	10
Кількість кліків	2000
Відсоток конверсії, %	5
Кількість нових клієнтів	100
Оцінкова вартість угоди, дол. США	2000
Очікуваний прибуток, дол. США	200000

Використання соціальних мереж для розвитку діяльності ТОВ «Аврора Авто» може виявитися важливим кроком у збільшенні обсягів перевезень та пошуку нових клієнтів. Сучасний світ передбачає онлайн-взаємодії, і соціальні мережі стали потужним інструментом для залучення уваги та встановлення контактів.

Створення стратегії SMM дозволить ТОВ «Аврорі Авто» ефективно комунікувати про свої переваги та послуги, спрямовані на вантажні перевезення, з цільовою аудиторією. Регулярна публікація інформації про нові можливості, розширення географії обслуговування, а також використання візуального контенту, наприклад, фото та відео з транспортними засобами, створить привабливий образ компанії та стимулює інтерес клієнтів.

Особливий акцент на взаємодію з аудиторією, відповіді на запитання та коментарі, а також проведення рекламних акцій через соціальні мережі сприятиме активізації взаємодії з потенційними та існуючими клієнтами. Важливо використовувати аналітичні інструменти для визначення ефективності кампаній та адаптації стратегії відповідно до відгуків та поведінки аудиторії.

За допомогою SMM, ТОВ «Аврора Авто» може визначити нові можливості для росту бізнесу, привертаючи увагу та довіру клієнтів. Взаємодія зі своєю аудиторією через соціальні мережі стане не тільки засобом реклами, але й

платформою для встановлення стійких відносин та розвитку довгострокових клієнтських зв'язків.

Висновки до розділу 3

Проаналізувавши фінансово-економічне та ринкове становище ТОВ «Аврора Авто», можемо стверджувати, що однією з основних проблем зовнішньоекономічної діяльності може бути зменшення чистого доходу від реалізації послуг, що може свідчити про труднощі в експорті чи конкуренції на зовнішніх ринках. Зменшення чистого доходу від реалізації продукції може бути серйозною проблемою, яка вказує на потенційні труднощі в експорті чи конкуренції на зовнішніх ринках для ТОВ «Аврора Авто». Також варто звернути увагу на зниження середньорічної вартості оборотних активів, що може вказувати на неефективне використання ресурсів у зовнішньоекономічній діяльності.

Додатково, проблемою може стати зменшення продуктивності праці та фондівіддачі, що впливає на загальну ефективність діяльності при взаємодії з зовнішніми ринками. Зменшення продуктивності праці та фондівіддачі у діяльності ТОВ «Аврора Авто», яке впливає на взаємодію з зовнішніми ринками, може бути наслідком декількох можливих причин та мати важливі наслідки.

Для вирішення цих проблем, підприємство може впроваджувати стратегії для підвищення продуктивності праці, такі як підвищення кваліфікації персоналу та модернізація транспортних засобів і обладнання. Оптимізація управління запасами та ефективне використання ресурсів також можуть сприяти підвищенню фондівіддачі та загальної ефективності діяльності підприємства.

Запропоновано наступні напрями удосконалення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто», яке займається наданням транспортних та експедиційних послуг на міжнародному ринку.

1) Важливо визначити ті країни, що є привабливими для співпраці та детально вивчити існуючі зовнішньоекономічні зв'язки.

2) Важливим фактором для удосконалення зовнішньоекономічної діяльності є аналіз та оцінка сильних та слабких сторін підприємства.

3) Доцільно удосконалити маркетингову складову своєї діяльності.

4) Визначення привабливості ринку в зовнішньоекономічній діяльності підприємства.

5) Далі варто провести аналіз зовнішнього середовища, який включає в себе оцінку постачальників, конкурентів та споживачів, а також аналіз послуг підприємства.

6) Підвищення технічного рівня підприємства, а, відповідно, це дасть змогу підвищити якість послуг і конкурентоздатність підприємства на міжнародних ринках.

7) Залучення до управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства висококваліфікованих фахівців.

8) Раціональна маршрутизація перевезень.

9) Підвищення кваліфікації персоналу.

10) Управління експортною діяльністю на підприємстві за рахунок моніторингу прийняття управлінських рішень.

11) Управління ресурсами, які пов'язані з експортною діяльністю підприємства.

12) Оцінка експортної діяльності підприємства.

Серед основних заходів удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві пропонуємо наступні: створення окремого структурного підрозділу, який буде відповідати за успішність ведення зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві, проведення маркетингових досліджень нових ринків та виявлення умов виходу на них, вибір партнерів для ведення зовнішньоекономічної діяльності, збір необхідної інформації конкурентів, проведення SWOT-аналізу для розробки стратегії розвитку підприємства та удосконалення механізму зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Втілення в життя вище запропонованих заходів на підприємстві, без сумніву значно покращить якість його роботи у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

ВИСНОВКИ

За результатами написання магістерської кваліфікаційної роботи та проведеного дослідження на тему «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства», можемо зробити такі висновки.

1. Зовнішньоекономічна діяльність – це міжнародні господарські та торговельно-політичні відносини, до сфери яких входять: обмін товарами, спеціалізація та кооперація виробництва, науково-технічна співпраця, надання економічного та технологічного сприяння, створення спільних підприємств та інші форми економічного співробітництва. Розвитку та поглибленню зовнішньоекономічної діяльності сьогодні сприяє глобалізація світової економіки, постійне розширення та розвиток політичних та господарських зв'язків між державами; створення єдиної загальної та регіональних фінансово-кредитних систем, що є основою міжнародної економіки.

2. Управління зовнішньоекономічною діяльністю включає в себе ретельне вивчення міжнародних ринків, розробку стратегій взаємодії та адаптації до культурних, економічних та правових відмінностей. Забезпечення стабільності в умовах глобальної конкуренції передбачає фінансове планування, управління валютними ризиками, а також високий рівень гнучкості та інноваційності. Управління зовнішньоекономічною діяльністю на рівні підприємства здійснюється за допомогою застосування стратегічних, фінансових, організаційних, інфраструктурно-логістичних, інформаційно-маркетингових та виробничих інструментів. Дослідження інструментів управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства вказує на їхню значущість у досягненні успішності на міжнародних ринках, але також висвітлює важливість усвідомлення переваг та недоліків їх застосування.

3. Перша група зовнішньоекономічних функцій включає в себе розробку експортної стратегії, вибір форми зовнішньоекономічної діяльності та встановлення міжгалузевих зв'язків із партнерами. Окрім того, обґрунтовується вибір товарних позицій, проводиться оцінка конкурентоспроможності товару та

формується вимоги до експортного товару. Друга група організаційно-економічних функцій спрямована на пошук іноземних партнерів, вибір закордонного ринку та планування зовнішньоторговельної операції. Остання, третя група функцій, пов'язана з оперативно-комерційними аспектами виконання зовнішньоторговельної угоди, включаючи узгодження умов контракту та контроль за розрахунково-платіжними зобов'язаннями.

4. Аналіз фінансових показників ТОВ «Аврора Авто» за період 2020-2022 років, показав певне поліпшення в платоспроможності та фінансовій стійкості, що відображається у зростанні загального коефіцієнта покриття та автономії щодо яких спостерігається зростання + 0,11% та +0,18% відповідно у 2022 році порівняно з 2020 роком. Зменшення коефіцієнта швидкої ліквідності на 0,21% може вказувати на складність конвертації оборотних активів у готівку, що може бути важливою точкою для подальшого вивчення та оптимізації. Управління робочим капіталом відображає певний позитивний ріст (зростання маневреності робочого капіталу на 6,31%), що свідчить про покращення у цьому напрямку. Проте, важливо врахувати, що зменшення коефіцієнта швидкої ліквідності на 0,21% та рентабельності господарської діяльності на 34,85% можуть вимагати уваги до оптимізації внутрішніх процесів та стратегічного планування.

5. Вирішенню основних проблем автотранспортних підприємств та транспортної галузі у цілому сприятиме низка заходів, які необхідно запровадити, серед них: зниження податкового навантаження або часткова компенсація витрат на ресурсне забезпечення автотранспортним підприємствам, які здійснюють міжнародні вантажоперевезення; лобіювання з боку держави щодо збільшення квоти видачі дозволів на міжнародні перевезення для України; проведення якісної реконструкції транспортних шляхів для підвищення транзитної привабливості України та зниження витрат вітчизняних підприємств на ремонт транспортних засобів; запровадження методик управління економічною безпекою автотранспортних підприємств для ефективної протидії впливу зовнішніх та внутрішніх загроз.

6. Головним критерієм оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства є максимальне отримання чистого доходу від експортних операцій. Відповідно до цього критерію, слід обирати найкращі варіанти співробітництва з зовнішніми торговельними партнерами. Кількісна оцінка цього критерію здійснюється на основі порівняння сукупного ефекту тих чи інших варіантів зовнішньоекономічного співробітництва підприємства та сумарних витрат, пов'язаних з його реалізацією. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТОВ «Аврора Авто» показав, що за останні два роки зовнішньоекономічна діяльність підприємства була не змінною та не достатньо ефективною, так як тільки 16% експортних послуг становить в загальному чистому доході підприємства. Такий результат підприємства залежить від того, що підприємство від експортних послуг отримує дохід у валюті, та з кожним роком курс валюти змінюється.

7. До основних проблем здійснення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто» можна віднести зменшення чистого доходу від реалізації послуг, що може свідчити про труднощі в експорті чи конкуренції на зовнішніх ринках. Також варто звернути увагу на зниження середньорічної вартості оборотних активів, що може вказувати на неефективне використання ресурсів у зовнішньоекономічній діяльності. Додатково, проблемою може стати зменшення продуктивності праці та фондівддачі, що впливає на загальну ефективність діяльності при взаємодії з зовнішніми ринками. Зменшення продуктивності праці та фондівддачі у діяльності ТОВ «Аврора Авто», яке впливає на взаємодію з зовнішніми ринками, може бути наслідком декількох можливих причин та мати важливі наслідки. SWOT аналіз найбільш прямого конкурента ТОВ «Аврора Авто» - компанії ZAMMLER показав, що ТОВ «Аврора Авто» може використати слабкі сторони конкурента для покращення своїх ринкових позицій.

8. Для вирішення цих проблем запропоновано наступні напрями удосконалення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Аврора Авто», яке займається наданням транспортних та експедиційних послуг на міжнародному ринку: 1) визначити ті країни, що є привабливими для співпраці та

детально вивчити існуючі зовнішньоекономічні зв'язки; 2) аналіз та оцінка сильних та слабких сторін підприємства; 3) удосконалити маркетингову складову своєї діяльності; 4) визначити привабливість ринку цільових країн в зовнішньоекономічній діяльності підприємства; 5) провести аналіз зовнішнього середовища, який включає в себе оцінку постачальників, конкурентів та споживачів, а також аналіз послуг підприємства; 6) підвищити технічний рівень підприємства, а, відповідно, це дасть змогу підвищити якість послуг і конкурентоздатність підприємства на міжнародних ринках; 7) залучити до управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства висококваліфікованих фахівців; 8) раціональна маршрутизація перевезень; 9) підвищити кваліфікацію персоналу; 10) здійснювати управління експортною діяльністю на підприємстві за рахунок моніторингу прийняття управлінських рішень; 11) управління ресурсами, які пов'язані з експортною діяльністю підприємства; 12) здійснювати оцінку експортної діяльності підприємства.

Запропоновано механізм просування послуг ТОВ «Аврора Авто» у цифровому середовищі, зокрема за допомогою реклами у Facebook. За нашими підрахунками рекламна кампанія із бюджетом 1000 дол. Може забезпечити очікуваний прибуток у розмірі 200000 дол. За умови конверсії у покупку на рівні 5%.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабак О. Основні види відповідальності суб'єктів господарювання у зовнішньоекономічній діяльності. *Господарське право*. 2009. № 10. С. 144–148.
2. Багрова І.В. Зовнішньоекономічна Діяльність підприємств: Підручник для вузів. К.: центр навчальної літератури, 2014. 580с.
3. Баєва О.І., Васильченко О. О. Особливості управління ризиками в логістиці зовнішньоекономічної діяльності. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 18. С. 17–21.
4. Бахрамов Ю.М., Глухів В.В. Організація зовнішньоекономічної діяльності. Особливості менеджменту: Навчальний посібник. К: Видавництво “Лань”, 2021. 448с.
5. Береславська О.І. Теоретичні засади формування механізму валютного регулювання. *Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право)*. 2011. № 2 (53). С. 60-67.
6. Близняк Ю.І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVI Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів (27-28 квітня 2017 р., Київ)*. К.: КНУТД, 2017. Т. 3: Економіка інноваційної діяльності підприємств. С. 149-150.
7. Браїлян І.В. Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVI Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів (27-28 квітня 2017 р., Київ)*. К. : КНУТД, 2017. Т. 3 : Економіка інноваційної діяльності підприємств. С. 105-106.
8. Брояка А.А. Перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств АПК. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2020. № 1. С. 146-159.
9. Бубенко С.П. Організаційно-економічний механізм експортної діяльності підприємства. *Фінанси України*. 2019. № 10. С. 32-33

10. Бугас В.В., Самійленко М.А. Реалії зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних і іноземних підприємств. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/52.pdf (дата звернення 11.10.2023)
11. Борисенко О.П. Система державного контролю за зовнішньоекономічними операціями в Україні та напрями її вдосконалення. *Вісник Академії митної служби України*. 2013. № 2 (42). С. 82–88.
12. Вакульчик О.М., Дубицький Д.П. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Вісник Академії митної служби України. Серія: “Економіка”*, 2012. № 2 (48).
13. Вантажні перевезення в Україні за підсумками 2022 року скоротились удвічі. URL: <https://dia.dp.gov.ua/vantazhni-perevezennya-v-ukraini-za-pidsumkami-2022-roku-skorotilis-udvichi/> (дата звернення 11.10.2023)
14. Вітко Ю.Д. Морфологічний аналіз сутності поняття зовнішньоекономічна діяльність підприємств. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес*. 2016. № 249. С. 101–109
15. Вічевич А.М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. Львів : Афіша, 2004. 140 с.
16. Галас Л.І. Стратегія зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств: поняття та її основні функції. *Інноваційна економіка*. 2021. № 1-2. С. 68-73.
17. Голинський Ю.О., Павелчак А.В. Митно-тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності та його удосконалення. *Молодий вчений*. 2018. № 10 (2). С. 749–752.
18. Голинський Ю.О., Муляр В.В. Митна політика та її вплив на менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. *Молодий вчений*. 2018. №10 (2). С. 745–748.
19. Горященко Ю.Г. Інноваційні підходи в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю підприємств. *Молодий вчений*. 2021. № 3(2). С. 345-350.

20. Господарський кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення 08.10.2023)
21. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: 3-тє видання. К.: Центр учбової літератури, 2008. 432 с
22. Гребельник О.П. Митна справа: Підручник. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 472 с.
23. Гришко Н.В. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні та незалежний аудит. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2013. № 2 (66).
24. Державна служба статистики України. Рентабельність операційної та усієї діяльності підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства (2010-2022). URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 05.10.2023)
25. Дідківській М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч посібник. К.: Знання, 2006. 462 с.
26. Долгополов К. І. Теоретичні засади зовнішньоекономічної діяльності. Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи» : матеріали третьої всеукраїнської наукової Інтернет-конференції (6 грудня 2018 р., м. Київ). Київ : КНУТД, 2018. С. 396-401.
27. Завгородній А.В. Принципи зовнішньоекономічної діяльності: національний та регіональний виміри. *Український журнал прикладної економіки*. 2019. № 4.1. С. 85–93.
28. Закон України “Про забезпечення масштабної експансії експорту товарів (робіт, послуг) українського походження шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту”. URL: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUK EwiQmq6g-JGDAXVbQvEDHdTyB-IQFnoECA8QAQ&url=https%3A%2F%2Feca.gov.ua%2Fwp-content%2Fuploads%2F2019%2F01%2F01-Zakon-pro-EKA.doc&usg=AOvVaw2y-q66kn0XWk3mDYcHAjdt&opi=89978449> (дата звернення 11.10.2023)

29. Закон України “Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну”. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/332-14#Text> (дата звернення 11.10.2023)

30. Закон України “Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/330-14#Text> (дата звернення 11.10.2023)

31. Закон України “Про ліцензування видів господарської діяльності”. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text> (дата звернення 11.10.2023)

32. Закон України «Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/351-14#Text> (дата звернення 11.10.2023)

33. Закон України «Про валюту і валютні операції». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19#Text> (дата звернення 11.10.2023)

34. Закон України «Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/468/97-вр#Text> (дата звернення 11.10.2023)

35. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text> (дата звернення 11.10.2023)

36. Закон України «Про міжнародне приватне право». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2709-15#Text> (дата звернення 11.10.2023)

37. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник. Видання 6-те, перероб. та доп. / за ред. Козака Ю. Г. К.: Центр учбової літератури, 2019. 292 с.

38. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навч. посіб. до проведення практичних занять для студ. галузі знань 07 «Управління та адміністрування», за спеціальністю 073 «Менеджмент». / КПП ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: А.Р. Дунська , Г.П. Жалдак. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2019. 95 с.

39. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навчальний посібник / [Козак Ю.Г., Логвінова Н.С. та ін.]; за ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, М.А. Зайця. 4-те вид., перероб. та доп. К.: Освіта України, 2012. 272 с.

40. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник // І.В. Багрова, Н.І. Рєдіна, В.Є. Власюк, О.О. Гетьман / За ред. д-ра екон. наук, проф. І.В. Багрової. К.: Центр навч. літ., 2004. 580 с
41. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств. навч. посіб. / уклад.: А. Р. Дунська, Г. П. Жалдак. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2019. 64 с.
42. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : конспект лекцій / уклад. Макара Оксана Василівна. Луцьк : ПП «Поліграфія», 2020. 90 с.
43. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Текст] : навч. посіб. / О. М. Калініна ; Нац. авіац. ун-т ім. М. Є. Жуковського "Харків. авіац. ін-т". - Харків : ХАІ, 2021. 47 с.
44. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Текст] : підручник / [А.А. Мазаракі та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А.А. Мазаракі та д-ра екон. наук, проф. Т.М. Мельник ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 651 с.
45. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: організація та управління : навчальний посібник / О. М. Котиш, І. В. Мілько. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. 183 с.
46. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: практикум : навчальний посібник / Л.О. Чернишова, В.О. Козуб, Л.Л. Носач, К.Ю. Величко, О.І. Печенка. Харків : Форт, 2017 . 238 с.
47. Зовнішньоекономічна діяльність України в системі глобальних конкурентних відносин: агропродовольчий вимір [Текст] : [колект.] монографія / [О. І. Павлов та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. О. І. Павлова ; Одес. нац. акад. харч. технологій, Каф. економіки пром-сті. Одеса : Астропринт, 2019. - 269 с.
48. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон : монографія. Ю. Г. Козак, Н. В. Притула, О. А. Єрмакова та ін. Київ : Центр навчальної літератури, 2016. 240 с.
49. Зовнішньоекономічна діяльність-3 [Текст] : [навч. посіб.] / І. І. Дахно, В. М. Алієва-Барановська ; [за ред. І. І. Дахна]. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 355 с.

50. Ковтун Е.О. Формування ефективного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2020. № 6. С. 285-290. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2020_6_49.

51. Конспект лекцій «Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання»: підруч. Тернопіль: Екон. думка, 2011. 365 с.

52. Конспект лекцій до вивчення дисципліни «Управління ризиками в ЗЕД» для студентів галузі знань 0305 «Економіка і підприємництво» денної форми навчання, освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» / Укладач Н.Є. Стрельбіцька. Тернопіль: ТНЕУ, 2010. 81 с.

53. Леонов Я.В. Організаційно-економічний механізм інноваційного розвитку підприємств водопостачання: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Я. В. Леонов ; Харк. нац. акад. міського госп-ва. Х., 2008. 22 с.

54. Малишко Є.О. Аналіз зв'язку посередників та суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. № 25 (1). С. 149-153.

55. Машталір Я.П. Оцінка методів обмеження економічного ризику у зовнішній діяльності підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2007. № 4. С. 200–202.

56. Митний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text> (дата звернення 11.10.2023)

57. Новак В.О., Мостенська Т.Л., Гуріна Г.С., Ільєнко О.В. Зовнішньоекономічна діяльність: підручник. К: Кондор, 2012, 552 с.

58. Новіков О.Є., Садридінов Ш.Т. Систематизація наукових поглядів щодо визначення сутності терміна «зовнішньоекономічна діяльність». Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». 2014. № 2. Т. 2. С. 183–186.

59. Обсяги перевезених вантажів за видами транспорту. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/tr/opv/arh_opv_u.htm (дата звернення 11.10.2023)

60. Особливості зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/18_3_2018ua/4.pdf (дата звернення 11.10.2023)

61. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 05.10.2023)

62. Пан М.П. «Основи зовнішньоекономічної діяльності» – «Економіка і підприємництво» / М.П Пан, В.І. Торкатюк, О.С. Вороніна. Харків: ХНАМГ, 2008. 56 с.

63. Платонова І.О. Теоретичні засади механізмів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Інвестиції: практика та досвід. 2020. №13–14. С. 125–129.

64. Податковий кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення 07.10.2023)

65. Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0833-01#Text> (дата звернення 08.10.2023)

66. Постанова Кабінету Міністрів України “Про затвердження переліків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню, та квот на 2023 рік”. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1466-2022-п#Text> (дата звернення 11.10.2023)

67. Решетняк К. Експортно-імпортні операції як основа зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Управління розвитком*. 2017. No 3. С. 30–32.

68. Рибаківа Т. О. Механізм фінансового регулювання зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання. *Економічний вісник університету*. 2021. Вип. 51. С. 128-136. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/escvu_2021_51_19. (дата звернення 09.10.2023)

69. Рум'янцев А.П. Зовнішньоекономічна діяльність: навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 292 с.

70. Синецкий Б.І. Зовнішньоекономічні операції: організація і техніка: підручник. К.: Міжнародні відносини, 2018. 324 с.
71. Смирнов В.В. Экспортно-импортні операції в міжнародному бізнесі. К., 2017. 328 с.
72. Степаненко О.І. Особливості аналізу та оцінки виконання договірних зобов'язань за експортними операціями. Економіка: проблеми теорії та практики: Зб. наук. праць. №195, Том І. Дніпропетровськ: ДНУ, 2014. С. 68-74.
73. Стровский В.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. К., 2016. 365 с.
74. Стровский С.Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Підручник для вузів. К.: Знання, 2011. 823 с.
75. Тарасюк Г.М., Горшкова Л.О. Підходи до вирішення проблем зовнішньоекономічної діяльності підприємств України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 21. С. 412–415. URL: [http:// global-national.in.ua/archive/21-2018/80.pdf](http://global-national.in.ua/archive/21-2018/80.pdf) (дата звернення 11.10.2023)
76. Тибінка Г. Аналіз зовнішньоторговельної діяльності України. *Вісник Львівського національного аграрного університету: економіка АПК*. 2020. № 27. С. 68.
77. ТОВ «Автологістика». URL: <https://www.avtologistika.com>
78. ТОВ «Дженерал Транс Альянс Логістик». URL: <https://www.gtal.com.ua>
79. ТОВ «Н-Транс». URL: <https://ntrans.com.ua>
80. Хрупович С.Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. Тернопіль, 2017. 137с.
81. ZAMMLER. URL: <https://www.zammler.com.ua/services/perevozki/avtoperevozki/ukraine/> (дата звернення 11.10.2023)