

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ
Навчально-науковий інститут міжнародних відносин
Кафедра міжнародної економіки і туризму

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

«ЗОВНІШНЬЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ
МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ВІЙНИ»

КИЇВ – 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ
Навчально-науковий інститут міжнародних відносин
Кафедра міжнародної економіки і туризму

Допущено до захисту
Зав. кафедрою міжнародної економіки і туризму
Доц. Д'яченко Ю.Ю.

« _____ » _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

ЗОВНІШНЬЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ
МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Студент-виконавець:

Григоренко К. А.
(П.І.Б., підпис)

IV курс, група МЕВ-20д
(курс, група)

Науковий керівник

Д'яченко Ю.Ю.
(П.І.Б., підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ.....	5
1.1. Сутність та загально-економічна характеристика зовнішньоекономічної діяльності	5
1.2. Основні принципи управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві	10
1.3. Механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю.....	15
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ НВФ «АДВІСМАШ».....	20
2.1. Загально-господарська характеристика підприємства ТОВ НВФ «Адвісмаш»	20
2.2. Аналіз зовнішньоекономічних операцій на підприємстві ТОВ НВФ «Адвісмаш».....	22
2.3. Ефективність управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві ТОВ НВФ «Адвісмаш».....	35
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПОЛПШЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ НВФ «АДВІСМАШ».....	40
3.1. Страхування ризиків при здійсненні зовнішньоекономічних операцій на підприємстві ТОВ НВФ «Адвісмаш».....	40
3.2. Чинники впливу на процес управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві ТОВ НВФ «Адвісмаш».....	45
3.3. Стратегія виходу підприємства ТОВ НВФ «Адвісмаш» на нові ринки збуту.....	49
ВИСНОВКИ.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	59
ДОДАТКИ.....	64

ВСТУП

Актуальність даного дослідження полягає в необхідності аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємств з метою визначення її впливу на показники фінансово-господарської діяльності підприємств та оцінки перспектив їх розвитку. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності та зовнішньоекономічних зв'язків підприємств України є важливим фактором розвитку економіки та економічної діяльності країни в цілому. Зовнішньоекономічна діяльність в Україні відіграє важливу роль у поліпшенні платіжного балансу і є важливим джерелом доходів бюджету. Найважливіша зовнішньоекономічна діяльність (імпорт і експорт) здійснюється вітчизняними підприємствами. У неділю вони не тільки покращують стан внутрішньої неділі, але й допомагають використовувати експортний та економічний потенціал на світовому ринку. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства створює необхідні умови для сталого економічного розвитку за рахунок розширення його діяльності на міжнародному рівні, придбання нових виробничих ресурсів, технологій і сучасних виробничих організацій. Сучасна економічна трансформація передбачає як поступову інтеграцію вітчизняних підприємств в систему міжнародних економічних відносин, так і прихід в Україну іноземних партнерів. Посилення зовнішньоекономічної діяльності сприяє розширенню виробництва і збільшенню зовнішньоторговельного обороту окремих підприємств і економіки в цілому. Проблема розробки організаційно-управлінських механізмів зовнішньоекономічної діяльності підприємств є предметом наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених: Багрової І.В., Балабанова І.Т., Батченко Л.В., Васюренка В.О., Вовк С.В., Гофмана Н.Ф., Дем'яненко А.Г., Кредісова О.І., Кузьміна О.Є., Михайлової Л.І., Нижника В.М., Пузирьова П.В., Редіна Н.І., Шкурупія О.В., Яковлева А.І. та ін.

Сьогодні українська економіка переживає безпрецедентний шок за всю свою історію. Масове військове вторгнення наших агресивних сусідів завдало серйозного удару по всіх частинах нашої економічної системи. Зокрема, скорочується виробництво важливих видів продукції, що становлять основу експортного потенціалу України. Крім того, закриті порти, через які здійснюється основна частина зовнішньої торгівлі. Транспортно-логістична, соціальна, маркетингова та інженерна інфраструктура була зруйнована по всьому регіону. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств стала неможливою. Спостерігається міграція зарубіжних робітників, деякі з яких переїжджають на захід країни, і сотні тисяч або мільйони людей тимчасово позбавлені активної роботи. В умовах окупації та блокади українських портів, припинення повітряного руху та обмежень торговельних відносин з агресорами (Росією та Білоруссю) західний кордон України є найважливішим портом у світі.

Метою дослідження є розробка рекомендацій щодо вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю промислових підприємств.

Для досягнення цієї мети були поставлені наступні завдання:

- визначити сутність та загально-економічна характеристика зовнішньоекономічної діяльності;
- дослідити основні принципи управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві;
- з'ясувати механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю;
- надати загально-господарську характеристику підприємства ТОВ НВФ «Адвісмаш»;
- зробити аналіз зовнішньоекономічних операцій на підприємстві ТОВ НВФ «Адвісмаш»;
- проаналізувати ефективність управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві ТОВ НВФ «Адвісмаш»;
- охарактеризувати страхування ризиків при здійсненні зовнішньоекономічних операцій на підприємстві ТОВ НВФ «Адвісмаш»;

- визначити чинники впливу на процес управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві ТОВ НВФ «Адвісмаш»;
- розробити стратегію виходу підприємства ТОВ НВФ «Адвісмаш» на нові ринки збуту.

Об'єктом дослідження є процес управління зовнішньоекономічною діяльністю ТОВ НВФ «Адвісмаш».

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади удосконалення та забезпечення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.

Методи та інструменти. Дослідження проводилося з використанням методів аналізу, синтезу, групування, індексування, графіків, індукції та дедукції, а також узагальнення результатів дослідження. Методи дослідження, використані при підготовці роботи, базуються на загальнонаукових та емпіричних методах економіки. Так, для оцінки умов та результатів зовнішньоекономічної діяльності підприємств використовувалися методи економічної статистики, а також абстрагування, систематизації та узагальнення.

Інформаційною базою дослідження є внутрішня інформація підприємств, законодавчі та нормативно-правові акти, що регулюють зовнішньоекономічну діяльність, праці вітчизняних і зарубіжних вчених, наукові публікації у фахових виданнях, статистичні матеріали, довідкова література тощо.

Практичне значення одержаних результатів полягає в дослідженні механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств. Цей механізм являє собою сукупність цілей управління на зовнішньому ринку, критеріїв досягнення цих цілей та методів впливу на ресурси підприємств. Механізм спрямований на комплексну характеристику короткострокових і довгострокових результатів виробничо-господарської діяльності підприємств, особливо при здійсненні ними зовнішньоекономічної діяльності.

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

1.1. Сутність та загально-економічна характеристика зовнішньоекономічної діяльності

Важливою передумовою економічного зростання країни є зовнішньоекономічна діяльність. Це особливо актуально на нинішньому етапі розвитку, коли процеси міжнародної економічної інтеграції, інтернаціоналізації, міжнародного поділу праці та глобалізації світової економіки посилюються. Розвиток перспективного експортного потенціалу забезпечується за рахунок зовнішньоекономічної діяльності. За допомогою зовнішньоекономічної діяльності кожна країна вирішує проблему нестачі енергоресурсів, інноваційних технологій та механічного обладнання [2; 13]. Будь-яка країна в світі самостійно розвиває власні виробничі процеси і досягає економічного зростання, ефективно використовуючи переваги міжнародного поділу праці та міжнародного науково-технічного потенціалу. Інтереси країн, які співпрацюють з іншими країнами, базуються на економічних, політичних та соціальних вигодах, що випливають із міжнародного співробітництва [11-14]. Щоб істотно підвищити ступінь відкритості української економіки, необхідно створити сприятливі умови для виходу підприємств на зовнішні ринки. Розширення доступу підприємств на зовнішні неділі здійснюється в тому випадку, якщо фахівці в галузі зовнішньоекономічної діяльності (далі - ЗЕД) опановують теорію і практику управління і здійснення зовнішньоекономічної діяльності (діяльність здійснюється в разі, якщо).

Суть зовнішньоекономічної діяльності компанії - це комплекс зовнішньоекономічних заходів, здійснюваних у сфері економічної діяльності, включаючи комплексну оцінку і моделювання внутрішнього і зовнішнього середовища компанії, всебічну взаємодію всіх секторів, орієнтованих на отримання прибутку, створення конкурентних переваг. В результаті компанія реалізує вихід на зовнішні позиції, керуючи валютним потоком і отримуючи

прибуток. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності на мікрорівні повинна ґрунтуватися на адаптації підприємства до вимог міжнародної неділі. Неділя неділі, враховуючи важке фінансово-економічне становище багатьох вітчизняних промислових підприємств і високу вартість виходу на зарубіжні ринки, особливо важливо вибирати пріоритетні напрямки розвитку і шукати інші оптимальні можливості, які найбільшою мірою сприяють успіху на зарубіжних ринках. Зовнішньоекономічна діяльність, здійснювана підприємствами в рамках зовнішньоекономічних зв'язків, вважається незамінною галуззю економіки, що позитивно позначається на ефективності виробництва, рівні технологій і якості продукції.:

- суб'єкт організаційно-економічного впливу держави, спрямованого на стимулювання підприємницької діяльності та формування стійких ринкових відносин і механізмів;;

- процес поступової трансформації в структурі суспільного відтворення;
- високий рівень технічної та організаційної творчості в галузі управління соціально-промисловими системами [7].

Сутність зовнішньоекономічної діяльності полягає у взаємодії підприємства з іншими суб'єктами на міжнародному ринку з метою обміну товарами, послугами, капіталом та технологіями. Ця взаємодія може включати експорт імпорту товарів і послуг, залучення іноземних інвестицій, участь у міжнародних проектах, реалізацію спільних підприємств та інше.

Зовнішньоекономічна діяльність має ряд особливостей. По-перше, вона передбачає взаємодію з партнерами з інших країн, що може супроводжуватися культурними, мовними та юридичними відмінностями. По-друге, ця діяльність підлягає впливу міжнародного законодавства та регулюється міжнародними договорами та угодами. По-третє, зовнішньоекономічна діяльність може бути впливована змінами у глобальних економічних тенденціях, таких як зростання зацікавленості у сталому розвитку, торговельні війни, тарифні бар'єри та інші.

Загальноєкономічна характеристика зовнішньоекономічної діяльності включає аналіз впливу цієї діяльності на економіку країни в цілому. Вона може включати такі показники, як обсяг зовнішньої торгівлі, баланс зовнішньої торгівлі, величину іноземних інвестицій, валютні резерви, конкурентоспроможність національних товарів і послуг на міжнародному ринку тощо.

Таким чином, зовнішньоекономічна діяльність є важливою складовою економічного розвитку країни, що передбачає взаємодію підприємств з іноземними партнерами та вплив на загальний стан національної економіки.

Метою ЗЕД є забезпечення економічного зростання, збільшення національного доходу та підвищення добробуту населення. Сутність зовнішньоекономічної діяльності полягає:

1. Міжнародна торгівля:

- експорт: продаж товарів і послуг іншим країнам;
- імпорт: купівля товарів і послуг з інших країн;
- торговельний баланс: різниця між експортом і імпортом.

2. Міжнародні інвестиції:

- прямі іноземні інвестиції (ПІІ): інвестування в реальні активи (заводи, обладнання) за кордоном;
- портфельні інвестиції: купівля акцій, облігацій та інших фінансових інструментів іноземних компаній.

3. Технологічний обмін - трансфер технологій, ліцензії, франчайзинг, які сприяють підвищенню технологічного рівня виробництва в країні.

4. Міграція робочої сили - переміщення робочої сили між країнами з метою працевлаштування.

5. Фінансові потоки - переміщення капіталу між країнами через банківські системи, міжнародні кредити та позики.

ЗЕД має значний вплив на економіку країни, зокрема:

- розширення ринку збуту. Доступ до міжнародних ринків дозволяє виробникам реалізовувати свою продукцію за межами національних кордонів, що сприяє зростанню виробництва та збільшенню доходів;

- економія на масштабі. Вихід на міжнародний ринок дозволяє підприємствам збільшувати обсяги виробництва, що знижує собівартість продукції за рахунок економії на масштабі;

- інновації та модернізація. Участь у ЗЕД сприяє впровадженню нових технологій і методів управління, що підвищує конкурентоспроможність вітчизняних підприємств;

- диверсифікація ризиків. Вихід на міжнародні ринки дозволяє зменшити залежність від внутрішніх економічних коливань та ринкових кон'юктур;

- залучення іноземних інвестицій. Іноземні інвестори привносять капітал, технології та управлінський досвід, що сприяє розвитку економіки;

- поліпшення платіжного балансу. Активний експорт сприяє притоку іноземної валюти, що покращує платіжний баланс країни.

Зовнішньоекономічна діяльність є важливим компонентом економічного розвитку та глобалізації. Це сприяє підвищенню ефективності національної економіки та забезпечує доступ до міжнародних неділь, ресурсів та технологій. Ефективна зовнішня торгівля може значно підвищити конкурентоспроможність країни на світовому ринку та сприяти стійкому економічному зростанню.

Відповідно до Закону України "Про зовнішньоекономічну діяльність", зовнішньоекономічна діяльність - це діяльність, побудована на взаємовідносинах між суб'єктами господарської діяльності України та іноземними суб'єктами господарської діяльності, що має місце як на території України, так і за її межами. Зовнішньоекономічні операції - це сукупність міжнародних торговельних операцій, спрямованих на організацію, проведення та регулювання обміну товарами, послугами та результатами творчої діяльності [10-14].

Аналіз сучасних підходів до трактування поняття «зовнішньоекономічна діяльність» у вітчизняній економічній літературі підтверджує, що ряд науковців, а саме: О.В. Шкурупій, І.В. Багрова, В.О. України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (Додаток А).

Отже, економічна сутність зовнішньоекономічної діяльності (ПП) полягає в наступному: це важливий і потужний фактор економічного зростання та розвитку будь-якої країни (національний аспект ПП); Це шлях до включення економіки кожної країни в систему світового господарства, а отже, і в процесі міжнародного поділу праці та міжнародного співробітництва, що особливо важливо в умовах наростання глобалізаційних тенденцій (регіональних і глобальних аспектів зовн. торгівлі) [20-25].

1.2. Основні принципи управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві

Управління зовнішньоекономічною діяльністю (ЗЕД) на підприємстві є ключовим елементом, що визначає успішність його виходу на міжнародні ринки та ефективну інтеграцію у глобальну економіку. Сучасні підприємства стикаються з низкою викликів, які вимагають виважених стратегічних рішень та ефективного управління для досягнення конкурентних переваг. Основні принципи управління ЗЕД охоплюють різні аспекти діяльності підприємства, включаючи маркетинг, фінанси, логістику, правове забезпечення та ризик-менеджмент.

Зростаюча глобалізація економіки та постійні зміни в міжнародному середовищі вимагають від підприємств адаптивності та гнучкості. Від ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю залежить здатність підприємства використовувати міжнародні можливості, мінімізувати ризики та підвищувати свою конкурентоспроможність. Успішне управління ЗЕД також сприяє залученню іноземних інвестицій, розширенню ринків збуту,

поліпшенню технологічного рівня виробництва та підвищенню кваліфікації персоналу.

Основні принципи управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві є фундаментом, на якому будується стратегія виходу на міжнародні ринки та забезпечується стабільний розвиток в умовах глобальної конкуренції. Ці принципи включають системний підхід, стратегічне планування, врахування специфіки міжнародного бізнесу, дотримання міжнародних стандартів та правових норм, а також ефективну комунікацію та співпрацю з міжнародними партнерами.

Основними принципами, на яких ґрунтується система зовнішньоекономічної діяльності в Україні, є (рис. 1.1):

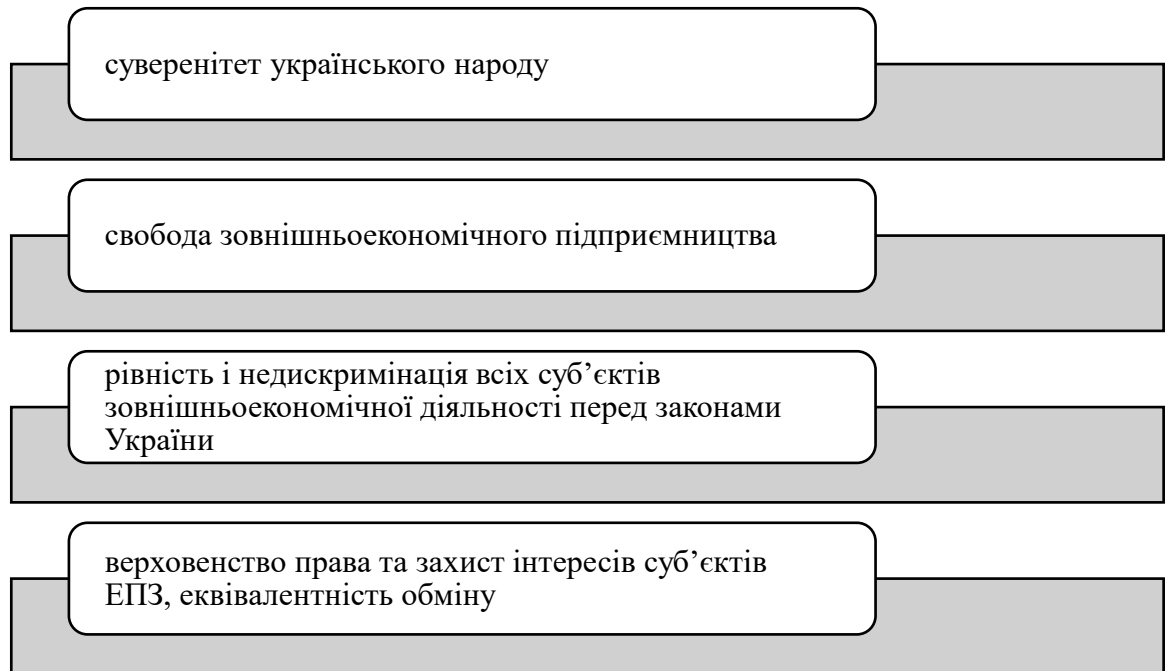


Рис. 1.1 Принципи системи зовнішньоекономічної діяльності в Україні

Принципи зовнішньоекономічної діяльності встановлюються в нормативно-правовій базі даної сфери і засновані на наступних принципах:

- суверенітет народу і свобода ведення зовнішньоекономічної діяльності, а також зобов'язання України неухильно дотримуватися всіх договорів. І зобов'язання в області міжнародних економічних відносин;

- виключне право власності суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності на верховенство закону і законодавства країни, всі отримані ним результати зовнішньоекономічної діяльності;

- юридична рівність і недискримінація, основною характеристикою яких є рівність усіх суб'єктів СЕЗ, незалежно від форми власності, а також система державних прав і дискримінації, не передбачених законом. СЕЗ (особливо іноземні) відрізняються майном, місцем розташування та іншими формами.

- неприпустимість обмежувальної діяльності будь-якої організації, за винятком випадків, передбачених законом;;

- захист інтересів суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності для забезпечення ефективної роботи всіх комерційних організацій на його території: відповідно до норм міжнародного права територія України знаходиться за її межами.;

- захист державних інтересів України як на своїй території, так і за кордоном виключно відповідно до законів та умов підписаних нею міжнародних договорів та міжнародного права;

- еквівалент обмінного курсу, що забороняє демпінг при імпорتنих і експортних операціях.

Найбільш повний список принципів організації міжнародних економічних відносин відображений в Хартії економічних прав і обов'язків держави, документі, прийнятому на IV спеціальній сесії Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй (1974 р.), в якому викладаються наступні принципи [19]. :

- Суверенна рівність усіх держав;
- Невтручання у внутрішні справи та невторчання у внутрішні справи;
- Взаємні та справедливі інтереси;
- Етнічна рівність та право на самовизначення;
- Мирне врегулювання спорів;
- Викорінення несправедливості, яка позбавила країну нормальних засобів розвитку через застосування сили;

- Добросовісне виконання міжнародних зобов'язань;
- Повага прав людини та основних свобод;
- Відсутність прагнення до гегемонії у сфері впливу;
- Сприяння міжнародній соціальній справедливості;
- Міжнародне співробітництво з метою розвитку;
- Вільний доступ до моря для країн, які не мають такого доступу.

Об'єктом зовнішньоекономічної діяльності є суб'єкт з різними формами власності, який самостійно здійснює зовнішньоекономічні операції з іноземними партнерами [5-10].

Стаття 3 Закону України "Про зовнішньоекономічну діяльність". Стаття [2-8] містить перелік суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності в нашій державі наступні::

- Фізичні особи-громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які мають цивільно-правову дієздатність та дієздатність відповідно до законодавства України та мають постійне місце проживання на території України.;

- юридичні особи, зареєстровані в Україні та мають постійне місце проживання на території України (включаючи всі акціонерні товариства та організації, асоціації, профспілки, підприємства, консорціуми, інші торговельні компанії);

- цінні папери та консалтингові компанії, кооперативи, кредитно-фінансові установи, міжнародні асоціації, організації тощо), юридичні особи, власність та / або капітал яких повністю належать іноземним компаніям;

- фізичні, юридичні особи, які відповідно до законодавства України не є юридичними особами, але мають постійне місце проживання на території України та Цивільний кодекс України не забороняє підприємницьку діяльність;

- юридична особа відповідно до законодавства України (філії тощо), не є структурним підрозділом суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності), але має постійне місце на території України;

- спільні підприємства за участю українських компаній та іноземних компаній зареєстровані як такі в Україні та мають постійне місцезнаходження на території України;

- інші галузі економіки, передбачені законодавством України. Незалежно від форми власності та інших характеристик, всі суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності мають право здійснювати будь-які види зовнішньоекономічної діяльності, які прямо не заборонені законодавством України. Особи, які постійно проживають в Україні, мають ці права, якщо вони зареєстровані як підприємці відповідно до законодавства України. Резидентні права надаються особам, які не мають постійного місця проживання на території України та здійснюють господарську діяльність відповідно до законодавства держави, в якій вони постійно проживають, або якщо вони є громадянами. В економічній літературі поняття видів і форм валютних операцій трактується по-різному. Стаття 4 Закону. Стаття II визначає види зовнішньоекономічної діяльності, що здійснюється цим суб'єктом діяльності в Україні [7-13].

Вивчаючи сутність зовнішньоекономічної діяльності, варто звернути увагу на розподіл функцій цієї категорії. Фінансова сутність зовнішньоекономічної діяльності, без її визначення неможливо розкрити соціальну мету зовнішньоекономічної діяльності.

Таким чином, зовнішня торгівля у всіх країнах виконує наступні функції: сприяє координації економічного розвитку на національному та світовому рівнях. Порівняйте внутрішні та глобальні виробничі витрати. Реалізувати переваги міжнародного розподілу праці (IPPL) та сприяти підвищенню ефективності національної економіки. Ці функції притаманні зовнішній торгівлі України з певними деталями, які визначаються поточним рівнем розвитку національної економіки, її реформами та формуванням ринкових відносин.

1.3. Механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю

Підприємство є незалежним учасником економічної діяльності, яке виготовляє товари або надає послуги для задоволення суспільних потреб та отримання прибутку. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства ґрунтується на можливості здобутку економічних переваг через міжнародний поділ праці та ділові відносини. Це означає, що виробництво продукції, її продаж або надання послуг за кордоном може приносити більше вигоди, ніж аналогічна діяльність на внутрішньому ринку. Тому зовнішня торгівля здійснюється з використанням потенційно вигідних країн та партнерів.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства (ЗЕДП) охоплює міжнародне виробниче та науково-технічне співробітництво, експорт та імпорт продукції, а також вхід на зовнішні ринки. Ця діяльність є частиною загальної стратегії підприємства, але має свої особливості, оскільки здійснюється на міжнародному рівні та взаємодіє з іншими суб'єктами господарювання.

Управління зовнішньоекономічною діяльністю (ЗЕД) є складним завданням, яке визначається галузевими особливостями. Це передбачає аналіз ринкової ситуації, встановлення контактів з потенційними партнерами, укладання угод тощо.

Причини, які спонукають підприємства до розвитку зовнішньої торгівлі та виходу на зовнішні ринки, включають наступне:

- Розширення можливостей збуту та збільшення прибутку через ефективний продаж продукції за кордоном.
- Необхідність знаходження нових ринків у зв'язку з обмеженими можливостями росту на внутрішньому ринку.
- Потреба в розміщенні капіталу за кордоном, викликана насиченістю внутрішнього ринку.
- Конкурентний тиск на внутрішньому ринку, який спонукає до пошуку нових ринків.

- Залежність від посередників, що впливає на рішення про виход на зовнішні ринки.
- Потреба в закупівлі сировини, матеріалів та технологій за кордоном для забезпечення виробництва.
- Диверсифікація ризику через розширення зовнішніх ринків, що стає стратегічним кроком для зменшення впливу негативних факторів.
- Оптимізація собівартості через виробництво за кордоном та зменшення податкових платежів, що стає чинником залучення до міжнародного бізнесу.
- Залучення іноземних інвестицій для модернізації та підвищення конкурентоспроможності, що є стратегічною метою для підвищення ефективності виробництва.
- Підвищення репутації компанії на міжнародному ринку, що відіграє важливу роль у позиціонуванні на ринку та залученні нових клієнтів.

Різноманітні чинники впливають на вибір організаційних форм зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД). До них відносяться:

- Мотиви та потреби, які підтримують участь у міжнародному поділі праці, такі як експорт, імпорт, залучення іноземних інвестицій та міжнародне співробітництво.
- Ступінь інтернаціоналізації виробничої діяльності, чи то вже наявна участь у міжнародних відносинах, чи мається намір до неї приєднатися.
- Способи реалізації продукції, чи то через самостійні експортні операції, чи через посередників.
- Розмір компанії та обсяг її фактичного та потенційного експорту, які визначають кількісні параметри валютного менеджменту.

- Постійність зовнішньоекономічних операцій або їх здійснення час від часу, що впливає на стратегії управління та розвитку.

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) є складним процесом, що потребує ретельного та систематичного планування. Це передбачає глибоке та докладне розуміння цілей, які ставляться перед впровадженням ЗЕД, а також основних засобів та стратегій, які спрямовані на досягнення цих цілей.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства проходить кілька етапів:

- Розробка ринкової стратегії для виходу на міжнародний ринок.
- Виконання експортно-імпортних операцій з постачання товарів, послуг та капіталу, включаючи підготовку, укладення та виконання контрактів.
- Здійснення валютних та фінансово-кредитних операцій, включаючи узгодження ціни товару та валюти платежу.
- Створення та участь у діяльності спільних підприємств, що включає спільне підприємництво та спільне володіння майном.
- Проведення міжнародного маркетингу, спрямованого на задоволення потреб конкретних споживачів та отримання прибутку на основі ринкових досліджень та прогнозів.
- Моніторинг національної та міжнародної економічної політики, зокрема ставлення до імпорту товарів, політичну стабільність, валютні обмеження та рівень державного регулювання.

В економічній теорії термін «механізм» визначається як «система або пристрій, що визначає послідовність будь-якого виду діяльності», який «передбачає певну самостійність у виконанні дій» і часто вживається у поєднанні зі словами «економічні», «господарські», «організаційні» та інші. Використання терміна «механізм» передбачає створення такої системи (економічної, господарської, організаційної), яка забезпечує постійний керуючий вплив з метою досягнення певних результатів діяльності.

Механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства включає наступні елементи:

- Розробка стратегії здійснення ЗЕД підприємства.
- Обов'язкове проведення маркетингових досліджень зовнішнього ринку.
- Розробка, укладення та виконання міжнародних контрактів.
- Врахування вимог споживачів продукції та аспектів ціноутворення на зовнішньому ринку.
- Облік зовнішньоекономічної діяльності (виконання контрактів, контроль за діяльністю конкурентів, вивчення ризиків і проблем тощо). [2-15].

Метод контролю зовнішньоекономічної діяльності – це сукупність методів, прийомів і засобів державного впливу на зовнішньоекономічну діяльність [3-7]. Методи контролю зовнішньоекономічної діяльності можна поділити на три групи: економічні, адміністративні та соціальні. До адміністративних методів управління належать [20]:

1. Організаційні методи, які об'єднують систему таких форм управління, як регламентація, стандартизація та організаційно-методичне керівництво, встановлюють правила для підрозділів або окремих працівників. Ці правила визначаються статутом, відомчими положеннями та правилами внутрішнього розпорядку.

2. Правові методи – це сукупність способів дій суб'єкта управління за допомогою правових норм, відносин та активів.

3. Стандартизація встановлює межі технічних, технологічних, економічних та організаційних нормативів.

4. Проінструктувати - навчити працівників найбільш раціональному способу виконання роботи та перевірити їхні знання та вміння.

5. Методи управління операціями спрямовані на уточнення плану, оперативне усунення відхилень від нього та регулювання роботи підрозділу.

6. Спосіб розподілу функцій: кожен працівник виконує свою функцію. Експертний метод – вивчення структури управління, виявлення її слабких місць.

7. Метод порівняння і аналогій - удосконалення елементів управління, організаційних форм і рішень, які зарекомендували себе в компаніях зі схожими умовами.

8. Метод структурування цілей включає кількісну та якісну характеристику, умови реалізації та досягнення, а також розподіл споріднених і взаємопов'язаних цілей. Цей метод може передбачати делегування цілей.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств є невід'ємною частиною їх господарської діяльності, тому платіжний баланс є механізмом управління діяльністю, її комплексним показником ефективності управління. Використання сучасних управлінських послуг та застосування критерію раціональності в ефективних управлінських рішеннях є одним із основних факторів контролю діяльності підприємства та його зовнішньоекономічної діяльності. Якість і ефективність управління зовнішньоекономічною діяльністю фірми полягає в дотриманні побажань споживачів з урахуванням економічного добробуту населення та ефективності збутової діяльності на зовнішньому ринку. Тому підвищення прибутковості зовнішньоекономічної діяльності підприємства залежить від удосконалення механізму контролю за зовнішньоекономічною діяльністю, забезпечення його своєчасного здійснення та вжиття заходів впливу на нього. Вплив факторів підприємства суб'єкта ЕПЗ на проектування його організаційно-економічного механізму сприяє адаптації підприємства до ринку в умовах євроінтеграції та в перспективі визначає місію підприємства.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ НВФ «АДВІСМАШ»

2.1. Загально-господарська характеристика підприємства ТОВ НВФ «Адвісмаш»

ТОВ НВФ «Адвісмаш» – підприємство в галузі машинобудування, яке спеціалізується на виготовленні технологічного обладнання, механізованої техніки, запасних частин та іншої машинобудівної продукції. Воно було засновано у вересні 2004 року на базі машинобудівного заводу ВАТ «АК АДВІС», використовуючи виробничі потужності, обладнання та кваліфікацію машинобудівників. У жовтні 2007 року до складу підприємства ввійшло ОДО «Славутський ремонтно-механічний завод», що має можливості для виробництва нестандартного устаткування, заготівлі чавуну та сталюого лиття.

Метою створення ТОВ НВФ «Адвісмаш» є задоволення потреб населення та промисловості у товарах та послугах, отримання максимально можливого прибутку для забезпечення існування підприємства та розподілу його між учасниками.

Основною продукцією ТОВ НВФ «Адвісмаш» є:

- технологічне обладнання;
- нестандартне обладнання, включаючи з нержавіючої сталі;
- запасні частини і ливарна продукція зі сталі, чавуну, бронзи;
- вироби ливарного виробництва.

Підприємство має матеріально-технічну базу для виконання металообробки, шліфувальних операцій та термічної обробки деталей з другим класом точності. Предметом діяльності ТОВ НВФ «Адвісмаш» є:

- 1) торгівля, громадське харчування та реклама;
- 2) будівництво;
- 3) інформаційні послуги та технології;

- 4) виробництво;
- 5) побутові послуги;
- 6) транспортні та супутні послуги;
- 7) інші види діяльності, відповідно до чинного законодавства України.

ТОВ НВФ «Адвісмаш» має право отримувати ліцензії на виконання певних видів діяльності відповідно до законодавства України. В рамках своїх цілей та завдань підприємство має наступні повноваження:

- укладати угоди з юридичними та фізичними особами та виступати посередником у веденні бізнесу в межах своєї діяльності;
- надавати кредити співробітникам та іншим особам;
- наймати персонал відповідно до умов трудового законодавства;
- продавати продукцію та майно за умовами, встановленими угодою або відповідно до законодавства;
- використовувати, продавати, передавати, обмінювати або здавати в оренду майно відповідно до законодавства;
- здійснювати зовнішньоекономічну діяльність відповідно до законодавства;
- створювати філії та представництва у внутрішній та зовнішній сфері;
- виступати у ролі засновника або учасника інших комерційних організацій;
- бути членом корпоративних та інших асоціацій, що відповідають інтересам суспільства.

Власність ТОВ НВФ «Адвісмаш» визначається статутним капіталом, економічною діяльністю та отриманим доходом. Підприємство володіє майном, яке є результатом виробництва. Це майно було придбане відповідно до закону.

ТОВ НВФ «Адвісмаш» несе відповідальність за свої зобов'язання перед усім своїм майном. Члени підприємства не несуть відповідальності за зобов'язаннями самого підприємства. Учасники підприємства несуть ризик збитків, пов'язаних з його діяльністю, в межах внесених внесків.

Структуру управління ТОВ НВФ «Адвісмаш» зображено на рис. 2.1 (Додаток Б).

Компанія керується менеджерами у своїй повсякденній діяльності. Вони визначають всі питання, що стосуються роботи, за винятком тих, які входять у виключні повноваження Установчих зборів. Менеджери також відповідають за призначення та звільнення посадових осіб у компанії.

Компанія самостійно обирає форму та систему оплати праці, встановлює тарифні ставки, оклади, надбавки та інші види винагороди для своїх співробітників. Вона веде бухгалтерський облік своєї діяльності та складає статистичні звіти. Фінансова діяльність ТОВ НВФ «Адвісмаш» проводиться за планом, затвердженим засновниками, а результати щорічно підлягають затвердженню.

Генеральним директором компанії є власник і засновник, який визначає стратегію та керує її діяльністю. Він відповідає за всі аспекти роботи компанії, у тому числі за укладення контрактів, фінанси та кадри.

Управління компанією здійснюється на основі лінійно-функціональної структури, де кожен менеджер має владу в межах своєї діяльності. Це сприяє швидкому прийняттю рішень та ефективному управлінню ресурсами.

ТОВ НВФ «Адвісмаш» має власний баланс, банківські рахунки, торгові марки та інші активи. Її діяльність відповідає вимогам законодавства та стандартів щодо безпеки та якості.

2.2. Аналіз зовнішньоекономічних операцій на підприємстві ТОВ НВФ «Адвісмаш»

Основне завдання відділу планової економіки ТОВ НВФ «Адвісмаш» - формування єдиної цінової політики суспільства економічної політики, заснованої на аналізі стану і тенденцій розвитку галузі, економічному плануванні та аналізі економічного стану підприємств і підприємств.

Висококваліфіковані спеціалісти в ТОВ НВФ «Адвісмаш» забезпечують раціональну організацію виробничо-господарської діяльності, що призводить до підвищення її ефективності та рентабельності.

Їхні обов'язки включають:

1. Розроблення фінансових планів для компанії.
2. Проведення повного аналізу всіх аспектів корпоративної діяльності.
3. Вдосконалення концепції планування витрат на господарську діяльність та інвестиційні програми.
4. Контроль виконання планових завдань структурними підрозділами.
5. Участь у розробці та затвердженні цін і тарифів на роботи.
6. Проведення роботи з удосконалення організації праці та системи винагороди працівників.

Методологічна підтримка має важливе значення для аналізу. Ефективність аналітичної роботи безпосередньо залежить від обраного методу аналізу та його використання. Відповідальність за методологічний супровід аналітичного процесу зазвичай покладається на фахівців, які займаються аналітичною діяльністю. Шляхом постійного вдосконалення методології комплексного аналізу господарської діяльності та використання передового досвіду у цій сфері, вони забезпечують ефективне управління ресурсами та прийняття обґрунтованих рішень.

Аналіз всієї діяльності компанії або її сегментів всі результати опитування повинні бути зафіксовані у відповідних документах. Це може бути аналітичний звіт (виписка), довідка або висновок.

Аналітичні звіти (описи) зазвичай створюються для зовнішніх користувачів. Якщо результати аналізу призначені для домашнього використання, вони видаються у вигляді сертифіката або висновку.

Зміст аналітичного звіту має бути добре доповнено. Спочатку він повинен був враховувати рівень економічного розвитку підприємства, умови

управління, деталі асортименту і цінової політики, конкурентоспроможність продукції, широту і частку товарного неділі і т.д. він повинен включати загальні теми, які відображають. Репутація компанії та її імідж у діловому світі. Також необхідно вказати позицію продукту на неділю продажів. Кожен продукт на ринку на будь-якому етапі його життєвого циклу (впровадження, зростання і розвиток, зрілість, насичення і занепад).

На відміну від розкриття, зміст звіту або висновку, заснованого на результатах аналізу, є більш конкретним, немає необхідності враховувати недоліки або досягнення, виявлені резерви і загальні характеристики компанії, а також умови її діяльності.

Згідно з таблицею 2.1, ми аналізуємо основні техніко-економічні показники ТОВ НВФ "Адвісмаш".

Таблиця 2.1 Аналіз основних техніко-економічних показників підприємства за 2021-2023 р.

№ з/п	Показники	Одиниця виміру	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Темп росту 2023р. до 2021 р., %
1.	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, робіт, послуг	тис. грн.	30349	46818	46075	151,8
2.	Середньооблікова чисельність:	осіб				
	- працівників		50	54	53	106
	- робітників		24	23	24	100
3.	Середньорічний виробіток одного працівника	тис. грн.	606,98	867	869,34	143,22
4.	Фонд оплати праці	тис. грн.	4628,20	6443,06	7494,7	161,9
5.	Середньомісячна заробітна плата одного працівника	грн.	7713,7	9943	11784,12	152,8
6.	Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	21000	31617	34352	163,6
7.	Чистий прибуток (збиток) всього	тис. грн.	2601	5685	3477	133,7
8.	Витрати на 1 грн. реалізованої продукції	грн.	0,69	0,68	0,75	108,7

9.	Рентабельність/ збитковість продукції, робіт, послуг,	%	12,4	17,9	10,1	81,4
10.	Рентабельність/ збитковість продажу	%	8,6	12,1	7,6	88,4
11.	Середньорічна вартість основних засобів (за залишковою вартістю)	тис. грн.	2589,5	2476,5	3695,5	142.7
12.	Фондовіддача	грн./грн.	11,72	18,91	12,5	106,6

Спостерігається значне зростання цього показника протягом трьох років, що свідчить про успішну діяльність підприємства та його здатність збільшувати обсяги продажів.

За трьома роками зросли як середньооблікова чисельність працівників, так і середньорічний виробіток на одного працівника. Це може свідчити про покращення ефективності роботи працівників.

Фонд оплати праці та середньомісячна заробітна плата обидва ці показники значно зросли протягом трьох років, що свідчить про зростання витрат на оплату праці та можливе підвищення рівня життя працівників. Собівартість реалізованої продукції та витрати на 1 грн. реалізованої продукції ці показники також зросли, що може вказувати на зростання витрат на виробництво та можливе підвищення цін на продукцію.

Незважаючи на зростання чистого доходу, чистий прибуток показує нестабільність і навіть зменшення в 2023 році. Рентабельність також зменшилася, що може свідчити про проблеми у витратності або ціноутворенні. Середньорічна вартість основних засобів та фондовіддача ці показники показують зростання, що може свідчити про розширення виробництва та інвестиції у розвиток підприємства.

Отже, загальна тенденція показників свідчить про розвиток підприємства, але варто приділити увагу питанням ефективності витрат та прибутковості продукції для подальшого зростання стійкості та конкурентоспроможності.

Основними фондами підприємства є засоби праці, які тривалий час (понад 365 днів) функціонують у процесі виробництва, зберігаючи при цьому свою природну речову форму, а їхня вартість переноситься на собівартість виготовленої продукції поступово в міру розвитку. використовується. На підставі цих даних, а також використовуючи баланс підприємства, оцінимо показники стану основних засобів ТОВ НВФ «Адвісмаш» (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 Динаміка показників руху, стану та ефективності використання основних фондів

Показники	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Темп росту 2023 р. до 2021 р., %
Вартість основних засобів на початок періоду, тис. грн.	2781	2398	2555	91,9
Вартість основних засобів на кінець періоду, тис. грн	2398	2555	4836	201,7
Вартість введених протягом року основних засобів, тис. грн.	450	833	3182	707,1
Вартість виведених протягом року основних засобів, тис. грн.	8	144	0	0
Сума нарахованого зносу, тис.грн.	15319	16610	17821	116,3
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,72	0,77	0,76	105,5
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,28	0,23	0,24	85,7
Коефіцієнт оновлення основних засобів	0,04	0,05	0,17	425
Коефіцієнт вибуття основних засобів	0,003	0,06	0	0
Коефіцієнт приросту основних засобів	0,04	0,05	0,2	500
11. Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	2589,5	2476,5	3695,5	142,7
12. Середньорічна вартість виробничого обладнання, тис.грн	1347	1229	2360	175,2
13. Питома вага активної частини основних фондів,%	52,0	49,6	63,8	122,7
14. Середньооблікова чисельність працівників, осіб	74	77	77	104,1
15. Валовий прибуток, тис. грн.	9349	15201	11723	125,4
16. Фондовіддача, грн.	11,7	18,9	12,5	106,8
17. Машиновіддача, грн.	22,5	38,1	19,5	86,7
18. Фондомісткість, грн.	0,09	0,05	0,08	88,9
19. Фондоозброєність, грн.	34,9	32,2	47,9	137,2
20. Технічна озброєність, грн.	26,9	22,8	44,5	165,4
21. Рентабельність/збитковість основних засобів, %	100,4	229,6	94,1	93,7

Загальна вартість ОЗ значно зросла з 2021 по 2023 рік, зокрема вартість на початок і кінець періоду та вартість, введені та виведені протягом року. Це

може свідчити про активні інвестиції у розвиток підприємства та його розширення.

Коефіцієнти зносу та придатності залишаються на відносно стабільному рівні, що свідчить про раціональне використання основних засобів. Проте коефіцієнт оновлення вищий, що може вказувати на інтенсивне оновлення технічного парку підприємства. Середньорічна вартість ОЗ та виробничого обладнання обидва показники значно зросли, що може свідчити про модернізацію та покращення технічного рівня обладнання.

Валовий прибуток також зріс в 2022 році, але зменшився в 2023 році порівняно з 2022 роком. Це може вказувати на певні труднощі або неефективність у фінансовій діяльності підприємства.

Фондовіддача та машиновіддача показники показують збільшення протягом періоду, що свідчить про підвищення ефективності використання основних засобів та обладнання. Фондомісткість, фондоозброєність та технічна озброєність ці показники зросли, що може вказувати на зростання кількості та якості основних засобів та обладнання.

Рентабельність ОЗ показник показує нестабільність, збільшившись у 2022 році, але зменшившись в 2023 році. Це може свідчити про проблеми у витратності чи ціноутворенні підприємства.

Оборотні кошти - це частина виробничого капіталу підприємства, яка повністю споживається в кожному технологічному циклі виробництва продукції і повністю переносить всю свою вартість на собівартість цієї продукції. Ефективність їх використання розберемо в таблиці. 2.3.

Таблиця 2.3 Динаміка показників ефективності використання оборотних активів за 2021-2023 рр.

Показник	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Відхилення 2023 р. від 2021 р. (+,-)
1. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції робіт, послуг, тис.грн.	30349	46818	46075	15726
2. Середньорічна вартість оборотних засобів, тис. грн.	2589,5	2476,5	3695,5	1106

3. Матеріальні витрати, тис. грн.	11621	21555	24409	12788
4. Валовий прибуток, тис. грн.	9349	15201	11723	2374
5. Коефіцієнт оборотності оборотних активів	1,77	2,43	1,88	0,11
6. Рентабельність/збитковість оборотних активів, %	14,3	25,9	14,2	-0,1
7. Період обороту оборотних активів, днів	203	148	191	-12
8. Прибуток на 1 грн. матеріальних витрат, грн.	0,22	0,26	0,14	-0,08
9. Матеріаломісткість, грн.	0,55	0,68	0,71	0,16
10. Матеріаловіддача, грн.	1,81	1,47	1,41	-0,4

Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, робіт, послуг:

Загальний обсяг чистого доходу зріс значно з 2021 по 2022 рік, але зменшився трохи в 2023 році. Це може свідчити про нестабільність в продажах або зміни в стратегії ціноутворення.

Середньорічна вартість оборотних засобів значення цього показника також зросло значно, що може вказувати на збільшення запасів або оборотних засобів, що вимагають додаткових витрат. Матеріальні витрати значення цього показника також зросло, що свідчить про збільшення витрат на матеріали для виробництва. Хоча валовий прибуток зріс в 2022 році, він зменшився в 2023 році. Це може свідчити про погіршення рентабельності виробництва або збільшення витрат.

Коефіцієнт оборотності оборотних активів цей показник показує кількість оборотів оборотних активів за період. Хоча значення підвищилося в 2022 році, воно знову зменшилося в 2023 році. Це може свідчити про меншу ефективність використання оборотних активів у 2023 році порівняно з попередніми роками.

Рентабельність/збитковість оборотних активів цей показник також показує нестабільність, зростаючи у 2022 році, але знову зменшившись в 2023 році. Це може свідчити про зміну в рентабельності виробництва.

Період обороту оборотних активів цей показник показує час, необхідний для обертання оборотних активів. Зменшення в 2023 році порівняно з 2022

роком може вказувати на ускладнення у виробничих процесах або управлінні запасами.

Матеріаломісткість та матеріаловіддача обидва показники також змінилися у 2023 році, що може вказувати на зміни в співвідношенні між використанням матеріалів та виробництвом продукції.

Персонал підприємства (кадри, трудові ресурси) - це група працівників, що входять до його облікового складу. Для стабільної та безперебійної роботи важлива злагодженість персоналу. Тому розглянемо показники руху кадрів на ТОВ НВФ «Адвісмаш» (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 Дані про рух робочої сили на підприємстві

№ з/п	Показники	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Відхилення 2023 р. від 2021 р., (+/-)
	Чисельність персоналу, всього, осіб.	50	54	53	3
1.	Прийнято працівників, осіб	17	13	26	9
2.	Вибуло працівників, всього, осіб	13	14	22	9
3.	К - оборот по прийому	34	24,07	49,05	15,05
4.	К - оборот по вивільненню	26	25,92	41,51	15,51
5.	К – плинність кадрів	26	25,92	41,51	15,51

Загалом, чисельність персоналу зросла з 50 осіб у 2021 році до 53 осіб у 2023 році. Це свідчить про розвиток підприємства та збільшення потреби у робочій силі.

За період з 2021 по 2023 рік підприємство зазнало змін у прийомі та звільненні працівників. При цьому, у 2023 році було прийнято найбільшу кількість працівників (26 осіб), а також було зафіксовано найбільше число вибуттів (22 особи), що свідчить про зростання масштабів діяльності підприємства.

Коефіцієнти обороту по прийому та вивільненню (49.05 та 41.51 відповідно у 2023 році) демонструють високу динаміку руху працівників на підприємстві. Крім того, коефіцієнт плинності кадрів також високий (41.51 у 2023 році), що може вказувати на інтенсивну зміну персоналу та можливі проблеми з утриманням працівників.

Отже, можна зробити висновок, що підприємство має активну динаміку руху робочої сили, яка може впливати на його ефективність та стабільність. Наявність великої кількості вибуттів може вимагати уваги до політики утримання персоналу та можливих причин, які стимулюють відхід працівників.

Для аналізу динаміки заробітної плати за останні три роки використаємо дані таблиці 2.5.

Таблиця 2.5 Динаміка фонду оплати праці за 2021-2023 рр.

№ п/п	Показники	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Відхилення 2023 р. до 2021 р.	
					в абс. вираж.	%
1.	Фонд оплати праці, всього, тис.грн.	4628,20	6443,06	7494,7	2866,5	161,9
2.	Фонд основної заробітної праці, тис.грн.	2763,04	4158,2	4629,5	1866,46	167,6
	у % до фонду оплати праці	59,7	64,5	61,8	2,1	103,5
3.	Фонд додаткової заробітної плати, всього, тис.грн. у тому числі:	1859,86	2278,06	2856,5	996,64	153,6
	–надбавки та доплати	138,7	208,4	310,3	171,6	223,7
	–премії та винагороди	1568,9	2156,8	1774,8	205,9	113,1
	–виплати внаслідок зростання споживчих цін	-	-	-	-	-
	у % до фонду оплати праці	40,2	35,4	38,1	-2,1	94,8
4.	Заохочувальні та компенсаційні виплати, всього, тис.грн.	5,3	6,8	8,7	3,4	164,2
	у тому числі:					
	–матеріальна допомога	5,3	6,8	8,7	3,4	164,2
	–соціальні пільги	-	-	-	-	-
	у % до фонду оплати праці	0,1	0,1	0,1	0	100
5.	Оплата за невідпрацьований час, тис.грн.	416,8	572,4	622,7	205,9	149,4
	у % до фонду оплати праці	9,0	8,9	8,3	-0,7	92,2
6.	Нарахування на заробітну плату (ЄСВ), тис.грн.	80,42	127,97	133,96	53,54	166,6

Протягом трьох років фонд оплати праці збільшився з 4628,20 тис. грн у 2021 році до 7494,7 тис. грн у 2023 році. Це зростання вказує на підвищення обсягів виплат працівникам, що може бути зумовлено як збільшенням обсягів

роботи, так і підвищенням заробітних плат. Такі зміни свідчать про те, що підприємство прагне відповідати ринковим умовам і забезпечувати конкурентоспроможні умови праці.

Основний фонд заробітної плати зріс на 167,6%, що демонструє значне збільшення фіксованої оплати праці на підприємстві. Це може бути пов'язано з підвищенням базових ставок заробітної плати, що свідчить про зростання фінансової спроможності підприємства. Фонд додаткової заробітної плати, який включає надбавки, доплати, премії та інші винагороди, також зріс на 153,6%. Це вказує на посилення системи стимулювання працівників і впровадження додаткових заохочень для підвищення їх продуктивності та мотивації.

Витрати на заохочувальні та компенсаційні виплати зросли на 164,2%, що може свідчити про посилення соціального захисту працівників і розширення соціальних програм. Це важливий показник, який свідчить про турботу підприємства про добробут своїх працівників і бажання забезпечити їм надійний соціальний захист. Нарахування на заробітну плату зросли на 166,6%, що, ймовірно, пов'язано зі збільшенням фонду оплати праці та підвищенням заробітних плат. Це може бути результатом як зростання чисельності працівників, так і підвищенням їх кваліфікації та продуктивності.

Таким чином, загальна тенденція показує стійке зростання витрат на оплату праці та соціальний захист працівників протягом трьох років. Це може свідчити про розширення обсягів діяльності підприємства, його фінансову стабільність та підвищення значення утримання кваліфікованого персоналу. Підприємство інвестує у своїх працівників, що сприяє підвищенню їх задоволеності, лояльності та продуктивності, а також зміцнює його конкурентоспроможність на ринку.

Одним з напрямків роботи в області бухгалтерського обліку та фінансів є зобов'язання своєчасно виплачувати податкові зобов'язання. Проаналізуємо розрахунок ТОВ НВФ «Адвісмаш» з використанням бюджету по таблиці 2.6.

Аналізуючи дані розрахунків бюджетних компаній, можна зробити

висновок, що компанія несе відповідальність за сплату податків, оскільки в 2021-2023 роках майже всі податки були сплачені в повному обсязі.

Таблиця 2.6 Розрахунки з бюджетом

Назва податків	2021 р.			2022 р.			2023 р.		
	Нараховано, тис. грн	сплачено, тис. грн.	у % до нарахованої суми	Нараховано, тис. грн	сплачено, тис. грн.	у % до нарахованої суми	Нараховано, тис. грн	сплачено, тис. грн.	у % до нарахованої суми
ЄСВ	80,42	80,42	100	127,97	127,97	100	133,96	133,96	100
ПДВ	225,96	93,57	41,4	258,67	196,14	75,8	358,15	390,9	109,1
Податок на прибуток	220,6	220,6	100	377,36	377,36	100	162,48	162,48	100
ПДФО	69,4	69,4	100	96,8	96,8	100	115,1	115,1	100
Всього	596,4	463,99	77,8	860,8	798,27	92,7	769,69	802,44	104,3

Нарахування податків зросли з 596,4 тис. грн. у 2021 році до 769,69 тис. грн. у 2023 році. Це свідчить про зростання обсягів операцій та доходів підприємства протягом цього періоду.

Варто звернути увагу на зміну відсотка сплаченого податку відносно нарахованого. У 2021 році співвідношення складало 77,8%, у 2022 році - 92,7%, а у 2023 році - 104,3%. Це може свідчити про зміну в ефективності управління фінансами підприємства та його фінансову стійкість.

За трьома роками суттєво зросли нарахування ПДВ (з 225,96 тис. грн. у 2021 році до 358,15 тис. грн. у 2023 році) та податку на прибуток (з 220,6 тис. грн. у 2021 році до 377,36 тис. грн. у 2022 році), що може вказувати на зростання обсягів реалізації та прибутковості підприємства. Сплата єдиного внеску та податку на доходи фізичних осіб залишалася стабільною протягом трьох років, що свідчить про певну консистентність у відносинах з працівниками та контролю за їхніми доходами.

Отже, загальна динаміка показує на збільшення обсягів операцій та доходів підприємства, а також на певну ефективність управління фінансами та сплати податків.

Для повної характеристики ТОВ НВФ «Адвісмаш» створимо зведену таблицю фінансових показників (табл. 2.7) і охарактеризуємо їх.

Таблиця 2.7 Зведена таблиця фінансових показників підприємства

№ з/п	Показник	Нормативне значення	На кінець року			Відхилення 2023 р. від 2021 р. (+/-)
			2021	2022	2023	
1.	Аналіз майнового стану підприємства					
1.1.	Коефіцієнт зносу основних засобів	зменшення	0,72	0,77	0,76	0,04
1.2.	Коефіцієнт оновлення основних засобів	збільшення	0,04	0,05	0,17	0,13
1.3.	Коефіцієнт вибуття основних засобів	повинен бути менше, ніж коефіцієнт оновлення ОЗ	0,003	0,06	0	-0,003
2.	Аналіз ліквідності підприємства					
2.1.	Коефіцієнт покриття	>1	8,5	6,5	5,8	-2,7
2.2.	Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,6 - 0,8	5,1	3,3	2,5	-2,6
2.3.	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0 збільшення	0,002	0,09	0,37	0,368
2.4.	Чистий оборотний капітал, тис. грн.	>0 збільшення	15114	16311	20294	5180
3.	Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства					
3.1.	Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	>0,5	0,18	0,11	0,18	0
3.2.	Коефіцієнт фінансування	<1 зменшення	0,21	0,13	0,21	0
3.3.	Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами	>0,1	0,88	0,85	0,83	-0,05
3.4.	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	>0 збільшення	4,3	6,7	4,2	-0,1
4.	Аналіз ділової активності підприємства					
4.1.	Коефіцієнт оборотності активів	збільшення	1,46	1,91	1,88	0,42
4.2.	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	збільшення	6,6	12,9	13,6	7
4.3.	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	збільшення	15,1	15,7	10,8	-4,3

4.4.	Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	зменшення	55	28	27	-28
4.5.	Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	зменшення	24	23	33	9
4.6.	Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	збільшення	2,9	3,2	2,7	-0,2
4.7.	Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача)	збільшення	11,7	18,9	12,5	0,8
4.8.	Коефіцієнт оборотності власного капіталу	збільшення	10,2	12,9	8,3	-1,9
5.	Аналіз рентабельності підприємства					
5.1.	Коефіцієнт рентабельності активів	>0 збільшення	0,13	0,26	0,13	0
5.2.	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	>0 збільшення	0,75	2,3	0,72	-0,03
5.3.	Коефіцієнт рентабельності діяльності	>0 збільшення	0,09	0,12	0,08	-0,01
5.4.	Коефіцієнт рентабельності продукції	>0 збільшення	0,12	0,18	0,10	-0,02

Коефіцієнт зносу основних засобів збільшився з 0,72 до 0,76, що свідчить про певне старіння основних засобів підприємства. Коефіцієнт оновлення основних засобів значно зріс з 0,04 до 0,17, що вказує на активне оновлення основних засобів у 2023 році. Коефіцієнт вибуття основних засобів знизився з 0,003 у 2021 році до 0 у 2023 році, що означає відсутність вибуття основних засобів у 2023 році.

Коефіцієнт покриття знизився з 8,5 у 2021 році до 5,8 у 2023 році, але залишається значно вищим за нормативне значення >1 , що свідчить про достатню платоспроможність підприємства. Коефіцієнт швидкої ліквідності зменшився з 5,1 до 2,5, але залишається вищим за нормативний діапазон 0,6-0,8. Коефіцієнт абсолютної ліквідності значно зріс з 0,002 до 0,37, що свідчить про покращення можливості підприємства негайно покривати свої зобов'язання.

Чистий оборотний капітал збільшився на 5180 тис. грн, що вказує на зростання фінансової стійкості підприємства. Коефіцієнт платоспроможності

(автономії) залишився на рівні 0,18, що значно нижче нормативного значення $>0,5$.

Коефіцієнт фінансування залишився на рівні 0,21, що також значно нижче нормативного значення <1 . Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами трохи знизився з 0,88 до 0,83, але залишається значно вищим за нормативне значення $>0,1$. Коефіцієнт маневреності власного капіталу трохи знизився з 4,3 до 4,2, але все ще перевищує нормативне значення >0 .

Підприємство демонструє позитивні тенденції в оновленні основних засобів, покращенні абсолютної ліквідності та чистого оборотного капіталу. Проте є певні виклики, такі як погіршення ліквідності, зниження рентабельності та платоспроможності. Рекомендується зосередитися на підвищенні ефективності використання активів, поліпшенні управління оборотними засобами та зростанні рентабельності для забезпечення стабільного розвитку підприємства.

2.3. Ефективність управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві ТОВ НВФ «Адвісмаш»

ТОВ НВФ «Адвісмаш» це машинобудівне підприємство, яке спеціалізується на виробництві технологічного обладнання, механізованої техніки, запасних частин та іншої машинобудівної продукції. Успішність та ефективність зовнішньоекономічної діяльності цього підприємства залежить від кількох ключових факторів, які можна розглянути детальніше.

Оцінка потреб та вимог потенційних клієнтів на зовнішніх ринках є критично важливою для ефективного планування та реалізації зовнішньоекономічної діяльності. Це включає в себе такі ключові аспекти:

Таблиця 2.7 Оцінка потреб та вимог потенційних клієнтів

Показник	Методи дослідження	Очікувані результати
Визначення цільових ринків	Аналіз макроекономічних показників, вивчення торгових звітів та статистики	Ідентифікація перспективних ринків для збуту продукції

Вивчення споживчих переваг	Опитування, фокус-групи, аналіз споживчих відгуків	Розуміння потреб, вимог та очікувань споживачів
Аналіз трендів та тенденцій	Аналіз галузевих звітів, ринкових оглядів	Визначення актуальних тенденцій та майбутніх змін на ринку
Оцінка конкурентоспроможності	Порівняльний аналіз продукції, технічні та функціональні характеристики	Ідентифікація унікальних переваг продукції
Визначення цінової чутливості	Економетричний аналіз, тестування цін	Визначення оптимального цінового діапазону для продукції
Прогнозування попиту	Статистичний аналіз, моделювання попиту	Оцінка потенційного обсягу продажів на різних ринках

Оцінка потреб та вимог потенційних клієнтів, а також конкурентний аналіз є важливими складовими процесу дослідження ринку. Вони дозволяють ТОВ НВФ «Адвісмаш» адаптувати свою продукцію та маркетингові стратегії до умов зовнішніх ринків, підвищити конкурентоспроможність та ефективність зовнішньоекономічної діяльності.

Розробка унікальної пропозиції цінності для закордонних клієнтів є важливим етапом, що дозволяє підкреслити унікальні переваги продукції ТОВ НВФ «Адвісмаш» та виділити її на ринку.

Таблиця 2.8 Брендинг та позиціонування

Етапи	Методи	Очікувані результати
Дослідження ринку	SWOT-аналіз, фокус-групи, опитування клієнтів	Розуміння потреб і вподобань закордонних клієнтів
Визначення унікальної цінності	Конкурентний аналіз, бенчмаркінг	Формування унікальної пропозиції цінності
Розробка бренду	Креативні сесії, консультації з маркетинговими агентствами	Створення бренду, що відображає цінності та переваги продукції
Позиціонування на ринку	Сегментація ринку, визначення цільової аудиторії	Чітке позиціонування продукції у свідомості цільових клієнтів
Визначення ключових меседжів	Розробка комунікаційної стратегії	Визначення основних меседжів, які доноситимуть унікальну цінність
Візуальна ідентифікація	Розробка логотипу, слоганів, дизайн продуктів	Створення візуальної ідентифікації, яка асоціюється з брендом
Тестування бренду	Опитування, аналіз зворотного зв'язку	Перевірка ефективності бренду та його сприйняття клієнтам

Використання різних каналів просування дозволяє охопити широку аудиторію та ефективно донести інформацію про продукцію до потенційних клієнтів.

Таблиця 2.9 Реклама та PR

Канал просування	Методи	Очікувані результати
Виставки та конференції	Участь у міжнародних виставках, організація стендів, проведення презентацій	Підвищення обізнаності про продукцію, встановлення контактів з потенційними клієнтами
Інтернет-маркетинг	SEO, контекстна реклама, таргетинг у соціальних мережах	Збільшення трафіку на сайт, підвищення конверсії та продажів
Соціальні мережі	Створення контенту, реклама у соціальних мережах, робота з лідерами думок	Підвищення залученості аудиторії, формування лояльності до бренду
Публікації в ЗМІ	Прес-релізи, статті, інтерв'ю в галузевих виданнях	Підвищення авторитету компанії, формування позитивного іміджу
Рекламні кампанії	Розробка рекламних матеріалів, медіа-планування, запуск рекламних кампаній	Підвищення впізнаваності бренду, стимулювання попиту на продукцію
Е-mail маркетинг	Розсилки новин, промо-акцій, інформаційних бюлетенів	Підтримка контакту з клієнтами, інформування про новинки та акції
Програми лояльності	Впровадження бонусних програм, знижок для постійних клієнтів	Підвищення повторних продажів, зміцнення відносин з існуючими клієнтами

Ефективна стратегія просування продукції ТОВ НВФ «Адвісмаш» включає комплексний підхід до брендингу та позиціонування, а також використання різних каналів реклами та PR. Це дозволяє забезпечити високу впізнаваність бренду, підвищити залученість клієнтів та збільшити обсяги продажів на зовнішніх ринках.

Хеджування передбачає використання фінансових інструментів для мінімізації валютних ризиків, що виникають у зв'язку з коливаннями обмінних курсів. Метою є захист компанії від непередбачуваних змін курсів, які можуть вплинути на доходи та витрати. Диверсифікація передбачає роботу на ринках з різними валютами для зменшення ризиків, пов'язаних з коливаннями курсів. Це дозволяє знизити вплив негативних змін курсів однієї валюти на загальну фінансову ситуацію підприємства.

Управління валютними ризиками на підприємстві ТОВ НВФ «Адвісмаш» є важливим аспектом для забезпечення фінансової стабільності та ефективної діяльності на зовнішніх ринках. Використання хеджування та диверсифікації дозволяє знизити негативний вплив валютних коливань, забезпечити стабільність доходів і витрат, а також підвищити конкурентоспроможність підприємства.

Ефективне фінансове планування та контроль витрат є важливими складовими успішної зовнішньоекономічної діяльності ТОВ НВФ «Адвісмаш». Бюджетування допомагає підприємству планувати свої фінансові ресурси та забезпечувати досягнення стратегічних цілей, тоді як контроль витрат дозволяє уникати перевитрат та забезпечувати ефективне використання ресурсів. Ці процеси разом сприяють підвищенню фінансової стабільності та конкурентоспроможності підприємства на міжнародних ринках.

Ефективне управління логістикою та ланцюгом постачання є критично важливим для забезпечення безперебійної роботи підприємства, мінімізації витрат та підвищення конкурентоспроможності на ринку. Оптимізація логістичних процесів включає в себе зменшення транспортних витрат та оптимізацію складських операцій. Зменшення транспортних витрат та покращення складських операцій дозволяють підприємству знизити загальні витрати, підвищити ефективність та конкурентоспроможність на ринку. Використання сучасних технологій та методів управління забезпечує безперебійну роботу логістичних процесів та сприяє досягненню стратегічних цілей підприємства.

Прогнозування попиту та впровадження інформаційних систем є важливими складовими ефективного управління запасами на підприємстві ТОВ НВФ «Адвісмаш». Використання прогнозних моделей дозволяє точно передбачати майбутній попит і оптимізувати рівні запасів, а впровадження ERP-систем забезпечує точний контроль запасів і планування закупівель. Ці заходи сприяють зниженню витрат, підвищенню ефективності та забезпеченню безперебійного постачання продукції клієнтам.

Укладання контрактів та захист інтересів є важливими аспектами зовнішньоекономічної діяльності ТОВ НВФ «Адвісмаш». Розробка стандартних умов контрактів, проведення переговорів, юридична перевірка та включення арбітражних застережень забезпечують стабільну та ефективну співпрацю з закордонними партнерами. Використання юридичних консультацій та страхування ризиків сприяють мінімізації фінансових втрат та захисту інтересів підприємства у разі спорів.

Таблиця 2.10 Процес укладання контрактів

Етапи	Дії	Очікувані результати
Розробка стандартних умов	Включення основних умов, адаптація до ринку	Захист від ризиків, підвищення ефективності співпраці
Переговори та узгодження	Проведення переговорів, узгодження термінів	Взаємоприйнятні умови контракту, своєчасна доставка
Юридична перевірка	Аналіз юридичним відділом, врахування міжнародних норм	Відповідність законодавству та міжнародним стандартам

Впровадження нових технологій та автоматизація виробничих процесів є важливими складовими підвищення ефективності та якості продукції на ТОВ НВФ «Адвісмаш». Використання сучасних технологій дозволяє знизити витрати, скоротити час виробництва та забезпечити стабільну високу якість продукції. Автоматизація процесів сприяє зменшенню людського фактора, підвищенню точності та ефективності виробництва.

Ефективне управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві ТОВ НВФ «Адвісмаш» передбачає використання комплексного підходу, що включає в себе ретельний аналіз ринкових умов, компетентний фінансовий менеджмент, оптимізацію логістичних процесів, виконання юридичних вимог, систематичний розвиток персоналу, впровадження передових технологічних рішень і використання сучасних інформаційних технологій. Гармонійна взаємодія всіх цих складових сприяє стійкому зростанню та підвищенню конкурентоспроможності підприємства на міжнародних ринках.

**РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПОЛІПШЕННЯ УПРАВЛІННЯ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ
ТОВ НВФ «АДВІСМАШ»**

**3.1. Страхування ризиків при здійсненні зовнішньоекономічних операцій
на підприємстві ТОВ НВФ «Адвісماش»**

Кожна компанія піддається різним ризикам під час своєї зовнішньоекономічної діяльності. Валютний ризик являє собою особливу категорію ризику, яка виникає тільки тоді, коли бізнес здійснює зовнішньоекономічну діяльність. Оскільки ризики валютних курсів специфічні, світова практика гарантує різні типи таких ризиків. З точки зору міжнародної торгівлі ризик - це загроза збитків через недбалість іншої сторони або зміни політичних, економічних чи інших обставин іншої сторони. Тому для ефективного управління міжнародними розрахунками і зовнішньоекономічною діяльністю в цілому дуже важливо знати всі види ризиків, що виникають в процесі міжнародної торгівлі, і заходи, які мінімізують або повністю усувають ці ризики. Була створена класифікація для класифікації ризиків на операційний ризик, кредитний ризик та ринковий ризик.

Операційний ризик - це ризик збитків, пов'язаний з діями і бездіяльністю співробітників, а також з існуючими недоліками в процедурах управління і системах контролю підприємства. До них відносяться помилки в роботі, незаконні транзакції, зловживання неадекватною кваліфікацією або персоналом, ризики розкриття внутрішньої інформації та ризики, пов'язані з певним грудня певного фонду або інших активів, а також інші ризики протягом певного періоду часу.

Ринковий ризик відноситься до ризику збитків, пов'язаних з коливаннями ринкових цін, але з ризиком зміни фундаментальних характеристик ринку, таких як процентні ставки, обмінні курси, ціни акцій та співвідношення різних факторів впливу.

Мінливість цих факторів. Ризик зовнішньоекономічної діяльності [38] включає 8 типів: ризик країни, митний ризик, валютний ризик, ризик міжнародного маркетингу, ризик міжнародних перевезень (ризик судноплавства), ризик міжнародних контрактів, ризик, пов'язаний з іноземними аналогами, та ризик міжнародного конкурентного середовища. Країновий ризик-до таких ризиків відносяться політичні та економічні події, що відбуваються в країні, які можуть призвести до збитків при веденні зовнішньоекономічної діяльності. Як правило, вони обумовлені державною політикою, що регулює економічні та зовнішньоекономічні відносини. Митний ризик пов'язаний з виникненням проблем при митному оформленні. В рамках цього ризику митним брокерам може бути важко вчасно надати остаточно заповнені документи, отримати дозвіл на експорт за кордон та труднощі після отримання цього дозволу. Валютний ризик є важливим фактором ефективності міжнародної торгівлі. Валютний ризик впливає на бізнес не тільки при укладанні зовнішньоторговельних контрактів, але і під час торгових операцій, виконання ф'ючерсів і опціонів [22].

Ці ризики включають інформаційні, інноваційні та опортуністичні ризики [18]. Транспортний ризик-це ризик, що виникає у зовнішньоекономічній діяльності при укладенні зовнішньоекономічного контракту, тобто при транспортуванні товарів від продавця (постачальника) до покупця. Ризик міжнародного контракту полягає в можливості порушення та невиконання підрядником умов контракту.

Зокрема, імпортер може скасувати або змінити замовлення в односторонньому порядку. Швидше, це пов'язано з тим, що за певних обставин експортер не дотримується умов контракту або не дотримується умов поставки, якості та кількості товарів, асортименту продукції тощо. Конфлікти з компаніями-одноденками, конфлікти з шахрайськими організаціями, проблеми і збитки в результаті неправомірних дій іноземного контрагента і т.д. ризики, пов'язані з іноземними контрагентами, в тому числі. Ризик міжнародного конкурентного середовища полягає в тому, що певні продукти

великих конкуруючих компаній працюють на світовому ринку, що часто ускладнює роботу малих підприємств. Він мінімізує або прогнозує збитки, коли велика компанія виходить на неділю і відбувається подія з високим ризиком. Зменшення втрат та мінімізація ризиків - це не однакові поняття. Це пов'язано з тим, що перше означає зменшення ймовірності втрат або зменшення ймовірності несприятливих подій [24].

Процес управління зовнішньоекономічними ризиками повинен включати наступні основні елементи рис. 3.1 [28]:

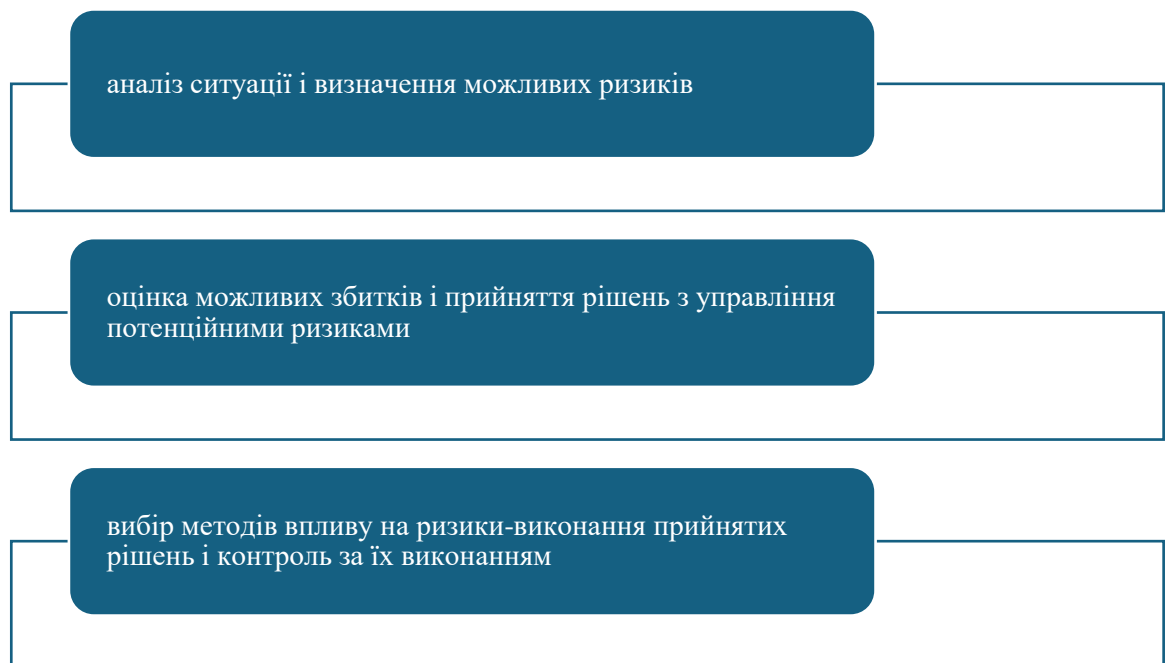


Рис. 3.1 Процес управління зовнішньоекономічними ризиками

Залежно від результатів виявлення та аналізу ризиків можуть бути прийняті різні рішення:

- запобігання;
- пом'якшення наслідків;
- оптимізація;
- прийняття;
- розподіл або передача;
- ідентифікація ризиків;
- неприйняття ризику-це відмова від дій, які можуть викликати ризик.

У разі недотримання встановлених принципів управління ризиками приймаються відповідні рішення. Наприклад, сума збитків і додаткових витрат, які можуть бути пов'язані зі зменшенням ризику або передачею іншій особі, для підприємця необґрунтовані. Сума можливих збитків залежить від очікуваного прибутку (прибутку) і т.д. значно перевищує. Неприйняття ризику - це найпростіший і фундаментальний аспект в системі управління ризиками. Це дозволяє повністю уникнути можливих втрат і невизначеностей. У той же час для підприємців уникнення ризиків часто означає відмову від прибутку. Отже, якщо подія (проект), пов'язана з ризиком, буде несправедливо відхилена, збитки виникнуть через невикористані можливості. Ризикувати-значить повністю або частково покласти відповідальність за ризик на підприємця. У цьому випадку вони вирішили покрити можливі збитки за свій рахунок. Неприйняття ризику - це відхилення від запобіжного заходу, пов'язаного з ризиком. Але для осіб, які приймають рішення, відмова від ризику часто означає відмову від прибутку.

Обмеження є важливим способом зменшення ризику і використовуються, коли банки пропонують позики або беруть позики на чекових рахунках. Це обмеження також застосовується при продажу товарів у кредит, наданні позики або визначенні суми капіталовкладень. Самострахування-це група заходів внутрішнього страхування ризиків, спрямованих на забезпечення нейтралізації негативних фінансових наслідків у процесі корпоративного розвитку [23]. Страхування зовнішньоекономічної діяльності підприємства-це міжнародна економічна справа (страховий випадок), спрямована на захист майнових прав підприємства за рахунок майнового фонду (страхування), що складається з внесків, що сплачуються підприємством під час настання певної події).

Метою страхування зовнішньоекономічної діяльності є матеріальні або матеріальні вигоди, пов'язані з усіма видами зовнішньоекономічних відносин (фінансові, комерційні, кредитні, промислові, науково-технічні відносини, інвестиції тощо). Страхувальними компаніями у зовнішньоекономічній діяльності

можуть бути корпорації, державні установи. У забезпеченні зовнішньоекономічних зв'язків беруть участь дві ключові організації: страхувальники та страхові компанії. Страхова компанія - це юридична особа, яка, відповідно до встановленого законодавства або двосторонніх угод, отримала ліцензію на проведення страхової діяльності. Страхувальник може бути як юридичною, так і фізичною особою, зацікавленою у страхуванні та укладенні договорів зі страховими компаніями. Страхування зовнішньоекономічної діяльності охоплює різні види страхування, спрямовані на захист інтересів суб'єктів внутрішньої та зовнішньої економічної діяльності в умовах міжнародного співробітництва. Страхування відповідальності включає:

1. Страхування судноплавства (страхування вантажів - "вантаж", морське страхування, страхування повітряних суден, автомобілів - "корпус", страхування імпорتنих та експортних кредитів).

2. Страхування будівельної техніки (страхування гарантійної відповідальності за післяпродажне обслуговування, страхування відповідальності за будівельно-монтажні роботи).

3. За кордоном, від пожеж та інших небезпек. Захист власності нерезидентів від пожеж та інших небезпек.

4. Обов'язкове страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів за польоти за кордон; приватні нотаріуси, аудитори та інші види комерційної діяльності. У зовнішній торгівлі цей тип включає страхування іноземців від нещасних випадків на території приймаючої країни, страхування громадян країни, які перебувають за кордоном в туристичних або ділових поїздках, медичне страхування, страхування пасажирів і транспортних працівників під час міжнародних перевезень.

У зв'язку зі специфікою своєї діяльності та виробничого профілю, підприємство ТОВ НВФ «Адвісмаш» активно здійснює зовнішньоекономічну діяльність, яка включає в себе експорт та імпорт продукції, укладання

міжнародних контрактів, торгівлю з-понад кордоном, а також інші міжнародні операції.

Оскільки зовнішньоекономічна діяльність пов'язана з різними ризиками, які можуть вплинути на фінансову стабільність та репутацію підприємства, ТОВ НВФ «Адвісмаш» вживає заходів для захисту своїх інтересів через страхування ризиків. Це включає в себе укладання страхових полісів, спеціально розроблених для зовнішньоекономічних операцій, з метою покриття можливих втрат від різних небезпек та ризиків, таких як транспортні аварії, неплатежі, зміни валютних курсів, політичні та економічні небезпеки і так далі.

3.2. Чинники впливу на процес управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві ТОВ НВФ «Адвісмаш»

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства може бути згрупована за різними характеристиками, і на неї впливають багато факторів, які мають досить розширену класифікацію характеристик. Фактори, що впливають на управління іноземною валютою, поділяються на 2 основні групи: зовнішні та внутрішні фактори. Внутрішні фактори діють всередині компанії і визначаються її діяльністю. Зовнішні фактори мікросередовища-це фактори, що виникають внаслідок державної політики, діяльності конкурентів та середовища, в якому працює бізнес. Він має наслідки на державному рівні, на якому працює компанія [8]. Компанія повинна виявляти і враховувати всі фактори, що впливають на розвиток зовнішньоекономічної діяльності. Це мінімізує ризики, пов'язані з цією діяльністю. Завдання підвищення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства не може розглядатися окремо від управління всією економічною діяльністю. Слід також зазначити, що підприємствам необхідно враховувати внутрішні фактори, що впливають на ефективність економічної діяльності, і що завдання держави як зовнішнього чинника полягає у створенні ідеальної правової бази. Ми не

можемо передбачити всі фактори, що впливають на наше внутрішнє та зовнішнє середовище. Навіть досить сильна компанія не може повністю усунути невизначеність, що виникає при прийнятті управлінських рішень. У сучасних умовах політичний фактор є важливим фактором, що впливає на процес зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТОВ НВФ «Адвісмаш». Війна Росії проти України завдала величезної шкоди всій українській економіці та українським компаніям. Згідно з новим звітом Світового банку, його загальна сума оцінюється в 34,9 мільярда фунтів стерлінгів.

Чинники, що впливають на процес управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві ТОВ НВФ «Адвісмаш», можуть бути різноманітними і включати в себе такі аспекти:

1. Економічні чинники. Зміни валютних курсів, економічна стабільність в країнах-партнерах, зростання або зниження попиту на продукцію, торгові бар'єри та інші фактори можуть впливати на вирішення стратегічних питань щодо зовнішньоекономічної діяльності.

2. Політичні чинники. Зміни в законодавстві, політична нестабільність в країнах-партнерах, відносини міжнародного співробітництва та конфлікти можуть створювати ризики та впливати на стратегію зовнішньоекономічної діяльності.

3. Технологічні чинники. Швидкі зміни в технологіях виробництва та інновації можуть впливати на конкурентоспроможність продукції на міжнародному ринку і вимагати постійного оновлення виробничих процесів та обладнання.

4. Культурні та міжкультурні чинники. Різниці в культурних особливостях, мовних бар'єрах, підходах до бізнесу та споживацьких уподобаннях можуть становити виклик для ефективного ведення міжнародного бізнесу та вимагати адаптації стратегій комунікації та маркетингу.

5. Логістичні та транспортні чинники. Швидкість доставки, надійність транспорту, вартість логістичних послуг та інші фактори можуть впливати на конкурентоспроможність компанії на міжнародному ринку та ефективність її логістичних процесів.

6. Юридичні чинники. Різні правові норми та регуляції у країнах-партнерах, податкові ставки, митні тарифи та інші юридичні аспекти можуть впливати на стратегії зовнішньоекономічної діяльності та вимагати дотримання різних правових вимог.

Урахування цих чинників є важливим для ефективного управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві ТОВ НВФ «Адвісмаш» і дозволяє зменшити ризики та максимізувати переваги в міжнародному бізнесі.

У сучасних умовах на процеси зовнішньоекономічної діяльності автомобільних підприємств ТОВ НВФ «Адвісмаш» впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори. До факторів внутрішнього середовища, позитивно впливає на розвиток даного виду діяльності ТОВ НВФ «Адвісмаш», відносяться [25]:

- наявність в компанії ефективного власника;
- відсутність боргових зобов'язань в компанії;
- затребувані товари;
- висококваліфікований персонал.

Російська військова агресія призвела до багатьох тимчасових змін у законах, що регулюють зовнішньоекономічну діяльність. Зокрема, введені нові правові норми валютного, податкового та митного регулювання. На жаль, цей закон нестабільний і вимагає, щоб нові поправки відстежувалися майже щодня. Регулюючі процедури в умовах воєнного стану мають певні особливості, причина яких полягає в обмежених фінансових і фізичних можливостях держави. Слід зазначити, що складність військової ситуації в Україні вимагає пошуку нових механізмів, що впливають на зовнішню торгівлю, і того, як раціонально комбінувати інструменти для стимулювання і обмеження міжнародної торговельної діяльності держави. Сьогодні складність

регулювання ЕПС пов'язана з необхідністю держави насильно підтримувати конкурентоспроможність на світовому ринку і максимізувати доходи бюджету в умовах обмежених можливостей розвитку бізнесу і функціонування національної економіки. Щоб зберегти високу цінність національних інтересів та економічної безпеки, необхідно вжити деяких заходів щодо інтеграції внутрішньої економічної системи у світовій та економічній структурі. Однак війна змінила як практику організації зовнішньої торгівлі, так і основи управління зовнішньоекономічними відносинами як фактор, що накладає безліч обмежень на функціонування економіки.

Тому краще доручити державному регулюванню зовнішньої торгівлі, що знаходиться на військовому стані, оптимізувати торговельні відносини. З одного боку, він підтримує імпорт товарів, які є найбільш важливими для держави і мають високу цінність як для економіки, так і для громадян. З іншого боку, збільшення експорту високоякісної продукції як засіб збагачення державного бюджету фінансовими ресурсами. Таким чином, державні автовиробники на шляху до зміни правової бази регулювання зовнішньоекономічної діяльності шукають ефективні способи відновлення і управління зовнішньоекономічною діяльністю, відкриття нових неділь для товарів і пошуку партнерів по імпорту.

3.3. Стратегія виходу підприємства ТОВ НВФ «Адвісмаш» на нові ринки збуту

Розвиток міжнародної торгівлі та глобалізація економіки створюють унікальні можливості для підприємств розширити свою діяльність на нові ринки. У цьому контексті зовнішньоекономічна діяльність набуває великого значення, оскільки дозволяє компаніям не лише збільшити свій обсяг продажів, але й забезпечити стабільний рівень доходу та здійснити ризикову диверсифікацію. Зовнішньоекономічна діяльність відкриває нові горизонти для підприємств, дозволяючи їм зайняти вигідні позиції на світовому ринку, підвищуючи свою конкурентоспроможність та фінансову стабільність.

Особлива увага буде приділена розробці стратегії входу на ринок Гонконгу, який є одним із найбільш динамічних і перспективних ринків у регіоні. Для досягнення цієї мети необхідно вирішити низку ключових завдань, що включають в себе детальний аналіз ринкових умов, вибір оптимальної стратегії входу, розробку комплексних маркетингових і логістичних планів, а також ефективного управління фінансовими та ризиковими аспектами міжнародної діяльності. Ці завдання є критично важливими для успішного проникнення на ринок Гонконгу та забезпечення довгострокового успіху на цьому ринку.

Результати дослідження будуть надзвичайно корисними для практичного впровадження стратегій та рішень, спрямованих на розширення міжнародної присутності підприємства та забезпечення його конкурентоспроможності на глобальному ринку. Впровадження цих стратегій дозволить підприємствам ефективніше використовувати свої ресурси, адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі та займати лідируючі позиції на міжнародних ринках. Застосування результатів дослідження сприятиме стабільному розвитку підприємства, підвищенню його економічної ефективності та стійкості у конкурентному середовищі.

Стратегія виходу підприємства ТОВ НВФ «Адвісмаш» на ринок Гонконгу може включати такі етапи:

1. Аналіз ринку. Проведення досліджень щодо ринку Гонконгу, включаючи аналіз попиту на продукцію компанії, конкурентну ситуацію, правове середовище та економічні перспективи.

Правове середовище Гонконгу сприятливе для бізнесу. Низькі податки, простий процес реєстрації компаній та стабільна правова система створюють сприятливі умови для здійснення зовнішньоекономічних операцій.

Гонконг - це один з найбільших фінансових центрів світу з високим рівнем доходів населення та швидкими темпами економічного зростання.

Прогнозується подальше зростання попиту на машинобудівну продукцію в регіоні.

Аналіз ринку Гонконгу показує, що цей регіон має великий потенціал для розвитку бізнесу компанії ТОВ НВФ "Адвісмаш". За умови впровадження ефективної стратегії виходу на ринок, компанія може збільшити свою частку на ринку та здійснити успішні зовнішньоекономічні операції.

2. Вибір стратегії. Визначення оптимальної стратегії для входу на ринок Гонконгу, яка може включати експорт продукції безпосередньо або через посередників, створення спільних підприємств або партнерських зв'язків з місцевими компаніями.

Вибираючи оптимальну стратегію для входу на ринок Гонконгу для компанії ТОВ НВФ "Адвісмаш", враховуючи характер її діяльності та особливості цього ринку, рекомендуємо обрати стратегію експорту продукції безпосередньо. Ось детальний розподіл цього вибору та відповідних заходів:

План дій для виходу на ринок Гонконгу передбачає експорт продукції безпосередньо з метою забезпечення прямого контролю над процесом збуту та формування цін, що відповідає потребам ринку. Цей стратегічний підхід спрямований на побудову тісних відносин з клієнтами та гарантує високий рівень обслуговування, забезпечуючи таким чином конкурентну перевагу на ринку.

1. Проведення глибокого аналізу попиту на продукцію на ринку Гонконгу, включаючи ретельне вивчення потреб споживачів та аналіз конкурентів для визначення оптимальних стратегій виходу на ринок.
2. Розробка комплексної маркетингової стратегії, спрямованої на успішне просування продукції на ринку Гонконгу, що базується на виявлених конкурентних перевагах та враховує специфіку місцевого попиту.
3. Визначення найефективніших каналів дистрибуції та розробка логістичних рішень для забезпечення оптимального постачання продукції на ринку, враховуючи особливості торговельних потоків та інфраструктуру регіону.

4. Укладання стратегічних контрактів з місцевими дистриб'юторами або ключовими роздрібними мережами для забезпечення швидкого та ефективного розповсюдження продукції серед цільової аудиторії.
5. Надання вищого рівня обслуговування клієнтам та активна підтримка післяпродажного сервісу, спрямована на підвищення лояльності клієнтів та забезпечення позитивного досвіду співпраці.

Обрана стратегія експорту продукції безпосередньо є оптимальним вибором для входу на ринок Гонконгу для компанії ТОВ НВФ "Адвісмаш". Вона дозволяє забезпечити прямий контроль над процесом збуту та побудувати прямі відносини з клієнтами. Однак успішність цієї стратегії буде залежати від ефективності маркетингових заходів, каналів дистрибуції та якості обслуговування клієнтів на ринку Гонконгу. Ретельне вивчення ринкових умов та правильне виконання заходів буде ключем до успіху компанії на новому ринку.

3. Маркетинг та продаж. Розроблення маркетингових стратегій для просування продукції на ринку Гонконгу, включаючи адаптацію продукції до місцевих вимог і смаків споживачів, проведення рекламних кампаній та просування через різноманітні канали збуту.

Процес адаптації продукції до місцевих вимог і смаків споживачів передбачає проведення досліджень ринку для виявлення уподобань і потреб місцевих споживачів. Цей процес включає в себе аналіз різних аспектів, таких як культурні вподобання, технологічні тенденції та конкурентні переваги на ринку. Після цього відбувається розроблення продукції, яка відповідає місцевим вимогам та смакам, з урахуванням виявлених особливостей. Наприклад, у випадку ринку Гонконгу, який активно використовується любителями новітніх технологій, можна сконцентруватися на виробництві технологічно вдосконаленого обладнання з функціями, що відповідають цьому попиту.

Рекламні стратегії та просування також є важливими елементами успішного виходу на ринок. Під час проведення рекламних кампаній

використовуються різноманітні медіа-канали, такі як телебачення, радіо, Інтернет та соціальні медіа, для залучення уваги до продукції та підвищення її відомості серед цільової аудиторії. Крім того, організація презентацій та участь у виставках сприяють просуванню продукції та розбудові контактів з потенційними клієнтами.

Щодо каналів збуту, важливо використовувати різноманітні стратегії, такі як укладення угод з місцевими дистриб'юторами та онлайн-платформами, щоб забезпечити ефективний розподіл продукції на ринку. Роздрібні магазини, онлайн-платформи, дистриб'ютори, агенти, а також прямі продажі через власні точки продажу або виставки - це лише деякі з каналів, які можуть бути використані для максимізації досягнення цільової аудиторії та забезпечення успішного виходу на ринок.

Таблиця 3.1 Маркетинг та продаж на ринку Гонконгу

Етап	Заходи	Термін виконання	Відповідальна особа
1.	Проведення досліджень ринку	Місяць 1-2	Маркетинговий відділ
2.	Розроблення нових моделей продукції	Місяць 3-4	Відділ розробки продукції
3.	Запуск рекламних кампаній	Місяць 5-6	Маркетинговий відділ
4.	Укладення контрактів з дистриб'юторами	Місяць 7-8	Відділ продажу
5.	Проведення презентацій та участь у виставках	Місяць 9-10	Маркетинговий відділ

Використання комплексної маркетингової стратегії, яка включає адаптацію продукції, проведення рекламних кампаній та розширення каналів збуту, є ключовим для успішного входу на ринок Гонконгу. Професійно організовані заходи з маркетингу та продажу допоможуть підприємству привернути увагу місцевих споживачів і забезпечити стабільний попит на свою продукцію.

4. Логістика та постачання. Організація логістичних процесів для забезпечення постачання продукції на ринок Гонконгу, включаючи вибір оптимальних транспортних маршрутів, митні процедури та складське управління.

Оптимальні транспортні маршрути. Проведення аналізу доступних транспортних маршрутів для поставки продукції на ринок Гонконгу, враховуючи вартість, час доставки та безпеку. Вибір найефективнішого транспортного засобу, який може бути морський, повітряний або наземний транспорт. Наприклад, для швидко перетинаючих великі відстані може бути оптимальним використання повітряних перевезень, а для масових вантажів - морських перевезень.

Митні процедури. Дотримання всіх митних правил та процедур для експорту продукції в Гонконг, включаючи підготовку необхідної документації та виконання митних формальностей. Врахування митних обмежень та тарифів при розрахунку витрат на поставку продукції. Наприклад, деякі товари можуть підлягати спеціальним митним обмеженням або тарифам, які слід враховувати при плануванні поставок.

Складське управління. Вибір оптимальних складських приміщень для зберігання продукції перед поставкою на ринок Гонконгу. Організація ефективної системи складського управління, включаючи приймання, відправлення та контроль за запасами. Мінімізація часу, витрат та ризиків, пов'язаних із складуванням продукції.

Таблиця 3.2 Логістика та постачання на ринок Гонконгу

Етап	Заходи	Термін виконання	Відповідальна особа
1.	Аналіз транспортних маршрутів	Місяць 1-2	Логістичний менеджер
2.	Підготовка митної документації	Місяць 3-4	Митний брокер
3.	Вибір оптимального складського приміщення	Місяць 5-6	Логістичний менеджер
4.	Розробка системи складського управління	Місяць 7-8	Складський керівник
5.	Постачання продукції на ринок Гонконгу	Місяць 9-10	Логістичний менеджер

Організація логістичних процесів та постачання є ключовим етапом для успішного входу на ринок Гонконгу. Ефективне вирішення логістичних

завдань допоможе забезпечити своєчасну та ефективну поставку продукції та знизить ризики затримок чи втрат в процесі доставки.

5. Фінансове планування. Розробка фінансових стратегій і бюджетів для проникнення на ринок Гонконгу передбачає оцінку витрат і потенційного прибутку, а також аналіз фінансових ризиків та розроблення стратегій для їх управління.

Оцінка витрат та потенційного прибутку включає проведення детального аналізу витрат, пов'язаних з входом на ринок Гонконгу, з урахуванням різних аспектів, таких як маркетингові витрати, логістика, митні обов'язки, юридичні послуги та інші. Також проводиться прогнозування потенційного обсягу продажів та визначення очікуваного прибутку від входу на цей ринок. Наприклад, аналіз витрат на маркетинг може включати витрати на рекламні кампанії та участь в виставках.

Вивчення фінансових ризиків охоплює аналіз потенційних фінансових ризиків, таких як валютні ризики, ризики затримок у платежах та зміни фіскальної політики. Після цього розробляються стратегії управління цими ризиками з метою зменшення їх впливу на фінансовий стан підприємства. Наприклад, може бути укладено договори на захист від валютних ризиків або створено резервний фонд для компенсації можливих затримок у платежах.

Фінально, розробляються детальні фінансові плани і бюджети на період входу на ринок Гонконгу, враховуючи всі очікувані витрати та потенційні надходження коштів. Також визначаються ресурси, необхідні для реалізації стратегії входу на ринок, та планується їх ефективне використання.

Таблиця 3.3 Фінансове планування на ринок Гонконгу

Показник	Сума, USD
Витрати на маркетинг	50 000
Витрати на логістику	30 000
Митні обов'язки	20 000
Юридичні послуги	15 000
Інші витрати	10 000
Загальні витрати	125 000
Очікуваний обсяг продажів	200 000
Прибуток	75 000

Згідно з відомостями у таблиці 3.3, заплановані витрати на входження на ринок Гонконгу оцінюються у 125 000 USD, що охоплює витрати на маркетинг, логістику, митні обов'язки, юридичні послуги та інші необхідні витрати. Прогнозується, що загальний обсяг продажів складе 200 000 USD, що призведе до очікуваного чистого прибутку в розмірі 75 000 USD.

Отже, підприємство ТОВ НВФ «Адвісмаш» може розраховувати на позитивний фінансовий результат від входження на ринок Гонконгу. Ефективне фінансове планування дозволяє компанії оптимально використовувати ресурси та забезпечує досягнення поставлених цілей.

Отже, підприємство готове фінансово реалізувати свій вхід на ринок Гонконгу, з упевненістю очікуючи стабільного прибутку. Адекватне фінансове планування є важливим етапом успішного входу на ринок Гонконгу. Аналіз витрат, розробка стратегій управління ризиками та реалістичне складання бюджетів допоможе підприємству ефективно керувати фінансовими ресурсами та досягти очікуваних фінансових результатів. 6. Управління ризиками. Визначення потенційних ризиків, пов'язаних з входом на ринок Гонконгу, таких як валютні ризики, політичні та економічні ризики, та розроблення стратегій їх управління.

Валютні ризики. Цілеспрямоване вивчення можливих змін валютних курсів і їх впливу на фінансові показники підприємства. Розроблення стратегій хеджування для захисту від негативних коливань валютних курсів.

Політичні та економічні ризики. Аналіз політичної стабільності та економічних перспектив країни. Розроблення планів дій для випадку змін у законодавстві або економічній ситуації.

Стратегії управління ризиками. Створення команди, відповідальної за моніторинг і управління ризиками. Впровадження системи контролю та звітності щодо ризиків. Розроблення запасних планів дій для мінімізації впливу негативних подій на діяльність підприємства.

Таблиця 3.4 Управління ризиками

Ризик	Ймовірність	Вплив	Стратегія управління
Зміни валютного курсу	Висока	Великий	Хеджування
Політична нестабільність	Середня	Великий	Розвиток запасних планів
Економічна рецесія	Висока	Великий	Диверсифікація ринків

Ефективне управління ризиками є ключовим фактором успішного входу на ринок Гонконгу. Аналіз потенційних ризиків, розроблення стратегій їх управління та систематичний моніторинг є необхідними етапами підготовки для успішного впровадження бізнесу на новому ринку.

7. Моніторинг та аналіз результатів. Постійний моніторинг результатів діяльності на ринку Гонконгу, аналіз ефективності стратегії та внесення необхідних коректив у діяльність компанії з метою досягнення успішного виходу на цей ринок.

Постійний моніторинг результатів. Створення системи збору та аналізу даних щодо продажів, витрат, ринкової частки та інших ключових показників. Проведення регулярних оглядів, оцінка виконання стратегічних цілей та виявлення потенційних проблем.

Аналіз ефективності стратегії. Порівняння планових та фактичних результатів для оцінки ефективності виконання стратегій. Виявлення успішних та неуспішних аспектів діяльності на ринку Гонконгу та визначення причин їх виникнення.

Внесення коректив у діяльність компанії. Розроблення плану корективних заходів на основі результатів аналізу. Реалізація заходів для покращення стратегій маркетингу, продажу, логістики та управління ризиками.

Постійний моніторинг та аналіз результатів є важливим етапом у впровадженні стратегії виходу на ринок Гонконгу. Цей процес дозволяє компанії своєчасно виявляти проблеми та вносити корективи у свою діяльність з метою досягнення успіху на новому ринку.

В цілому, розроблена стратегія виходу на ринок Гонконгу включає комплекс заходів, спрямованих на успішне розширення діяльності компанії на

новий ринок. Цей підхід дозволяє знизити ризики і забезпечити ефективне функціонування на конкурентному міжнародному ринку.

ВИСНОВКИ

Зовнішньоекономічна діяльність є одною з найважливіших складових економічного розвитку країни, що передбачає взаємодію підприємств з іноземними партнерами та вплив на загальний стан національної економіки.

Зовнішня торгівля у всіх країнах виконує функцію координації економічного розвитку на національному та світовому рівнях. Порівняйте внутрішні та глобальні виробничі витрати. Реалізація переваг міжнародного розподілу праці (PPPL) сприяє підвищенню ефективності національної економіки. Ці функції притаманні зовнішній торгівлі України з певними деталями, що визначаються поточним рівнем розвитку національної економіки, її реформами та формуванням ринкових відносин.

Застосування сучасних управлінських послуг та використання критерію раціональності в ефективних управлінських рішеннях є одним із основних факторів, що забезпечують контроль діяльності підприємства та його зовнішньоекономічної діяльності. Сучасні управлінські послуги дозволяють підвищити продуктивність і конкурентоспроможність підприємств, забезпечуючи стратегічне планування та оптимізацію ресурсів. Раціональність управлінських рішень сприяє мінімізації витрат, підвищенню прибутковості та стабільності на ринку, що є важливим для успішного функціонування як окремих підприємств, так і економіки в цілому.

ТОВ НВФ «Адвісмаш» – підприємство в галузі машинобудування, яке спеціалізується на виготовленні технологічного обладнання, механізованої техніки, запасних частин та іншої машинобудівної продукції. Підприємство демонструє позитивні тенденції в оновленні основних засобів, покращенні абсолютної ліквідності та чистого оборотного капіталу. Проте є певні виклики, такі як погіршення ліквідності, зниження рентабельності та платоспроможності. Рекомендується зосередитися на підвищенні ефективності використання активів, поліпшенні управління оборотними

засобами та зростанні рентабельності для забезпечення стабільного розвитку підприємства.

Ефективне управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві ТОВ НВФ «Адвісмаш» передбачає комплексний підхід, який включає аналіз ринку, фінансовий менеджмент, оптимізацію логістики, дотримання юридичних вимог, розвиток персоналу, впровадження технологічних інновацій та використання сучасних інформаційних технологій. Всі ці елементи повинні працювати в тісній взаємодії для забезпечення стійкого розвитку та підвищення конкурентоспроможності підприємства на міжнародних ринках.

Оскільки зовнішньоекономічна діяльність пов'язана з різними ризиками, які можуть вплинути на фінансову стабільність та репутацію підприємства, ТОВ НВФ «Адвісмаш» вживає заходів для захисту своїх інтересів через страхування ризиків. Це включає в себе укладання страхових полісів, спеціально розроблених для зовнішньоекономічних операцій, з метою покриття можливих втрат від різних небезпек та ризиків, таких як транспортні аварії, неплатежі, зміни валютних курсів, політичні та економічні небезпеки і так далі.

В цілому, розроблена стратегія виходу на ринок Гонконгу включає комплекс заходів, спрямованих на успішне розширення діяльності компанії на новий ринок. Цей підхід дозволяє знизити ризики і забезпечити ефективне функціонування на конкурентному міжнародному ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адамик В Міжнародні та вітчизняні ініціативи з регулювання електронної торгівлі / В Адамик, А. Поріцька // Вісник економіки. - 2021. - Вип. 2. - С. 66-79.
2. Бабанін О. Деякі проблеми розвитку зовнішньої торгівлі України // Зовнішня торгівля. - 2020. - № 1. - С. 8-14.
3. Бахрамов Ю.М., Глухів В.В. Організація зовнішньоекономічної діяльності. Особливості менеджменту: Навчальний посібник. - К: Видавництво "Лань", 2021. - 448с.
4. Білоусько Т. Ю. Міжнародна торгівля як фактор підвищення глобальної конкурентоспроможності України / Т. Ю. Білоусько // Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки. - 2018. - № 2. - С. 233-241.
5. Близняк Ю. І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства / Ю. І. Близняк ; наук. кер. О. О. Волошенко // 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.
6. Брояка А. А. Перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств АПК / А. А. Брояка // Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. - 2020. - № 1. - С. 146-159.
7. Бубенко С. П. Організаційно-економічний механізм експортної діяльності підприємства // Фінанси України. - 2019. - № 10. - С. 32-33
8. Галас Л. І. Стратегія зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств: поняття та її основні функції / Л. І. Галас // Інноваційна економіка. - 2021. - № 1-2. - С. 68-73.
9. Гнатенко, І. (2021). Сучасні управлінські та інформаційно-безпекові підходи формування інноваційного кластерного угруповання в умовах COVID-19 на засадах сталості, децентралізації та євроінтеграції.

Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації, (1-2), 68-77.

10. Гнатенко, І. (2021). Управлінські, маркетингові та фінансові підходи оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту взаємодії підприємств в умовах зміни споживчих переваг. Економічний дискурс, (1-2), 111-121.

11. Горященко Ю. Г. Інноваційні підходи в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю підприємств / Ю. Г. Горященко, А. Р. Пильгун, А. М. Швець // Молодий вчений. - 2021. - № 3(2). - С. 345-350.

12. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

13. Дербеньова Я. В. Публічне управління зовнішньоекономічною діяльністю з урахуванням регіональних особливостей / Я. В. Дербеньова, А. І. Артеменко, В. М. Малярєвський, В. В. Царук, К. М. Юрченко // Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. - 2021. - № 27. - С. 22-30. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Piir_2021_27_5.

14. Закон України "Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон" від 13.10.1992 № 2673-ХІІ // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1992, N 50, ст.676.

15. Закон України "Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту" від 22.12.1998 № 330-ХІV (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1999, N 9-10, ст.65.

16. Закон України "Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту" від 22.12.1998 N 331-ХІV (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1999, N 12-13, ст. 80.

17. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" від 16.04.1991 № 959-ХІ (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, N 29, ст. 377.

18. Закон України "Про митну справу в Україні" N 92-IV (92-15) від 11.07.2002 (Закон втратив чинність з 01.01.2004 року на підставі Кодексу) // ВВР, 2002, N 38-39, ст.288

19. Закон України "Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті" від 23 вересня 1994 р. № 185/94-ВР(із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1994, N 40, ст.364.

20. Закон України "Про приєднання України до Женевської конвенції 1930 року про гербовий збір стосовно переказних векселів і простих векселів" від 06.07.1999 № 828-XIV // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1999, N 34, ст.292

21. Закон України "Про транзит вантажів" від 20.10.1999р. №1172-XIV (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1999, N 51, ст.446.

22. Закон України «Про акціонерні товариства» від 17.09.2008 № 514-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/514-17>.

23. Закон України Про Митний тариф України від 05.04.2001 № 2371-III // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, N 24, ст.125) (із змінами та доповненнями)

24. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Текст] : навч. посіб. / О. М. Калініна ; Нац. авіац. ун-т ім. М. С. Жуковського "Харків. авіац. ін-т". - Харків : ХАІ, 2021. - 47 с.

25. Капелюшна Т. В. Діагностика та тенденції розвитку міжнародної торгівлі в Україні / Т. В. Капелюшна, О. М. Гавриш, В. П. Пильнова. // Ефективна економіка. - 2020. - № 11. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_11_72.

26. Ковтун Е. О. Формування ефективного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства / Е. О. Ковтун // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2020. - № 6.

- С. 285-290. - Режим доступу:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2020_6_49.

27. Кузнєцова Т. В. Конкурентні переваги роботизованих підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності / Т. В. Кузнєцова, О. М. Паламарчук // Економічний вісник університету. - 2021. - Вип. 51. - С. 73-79. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/есvu_2021_51_12.

28. Кульганік О. М. Сучасні процеси міжнародної торгівлі України в умовах глобалізації / О. М. Кульганік. // Ефективна економіка. - 2019. - № 10.

29. Лакіза В. В. Особливості застосування електронної торгівлі суб'єктами господарювання в умовах міжнародної економічної діяльності / В. В. Лакіза, Р. Д. Бала. // Ефективна економіка. - 2020. - № 11.

30. Левченко О. М. Механізми активізації зовнішньоекономічної діяльності інноваційно-інтегрованих структур / О. М. Левченко, О. В. В'юник // Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки. - 2020. - Вип. 5. - С. 152-162. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2020_5_16.

31. Охріменко, І. В., Вдовенко, Н. М., Овчаренко, Є. І., & Гнатенко, І. А. (2021). Інновації в системі стратегічного управління безпекою національної економіки в умовах ризиків та невизначеності глобалізації. Економіка та держава, (8), 4-9.

32. Поважний О. С. Засади системи державного регулювання міжнародної торгівлі та місце митної політики в ньому / О. С. Поважний, К. Є. Мойсеєнко. // Ефективна економіка. - 2019. - № 7.

33. Подольна В. В. Сутність та особливості класифікації маркетингових стратегій розвитку підприємств / В. В. Подольна, І. В. Семенюк // Економічний простір . - 2020. - № 72. - С. 230-239.

34. Прокопишин О. С. Розроблення прогнозів експортно-імпортних операцій у системі зовнішньоекономічної діяльності / О. С. Прокопишин // Управління економікою: теорія та практика. - 2020. С. 252-260.

35. Пузирьова П. В. Концепція функціонування та стратегії розвитку підприємств готельно-ресторанної сфери / П. В. Пузирьова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2019. – № 7-8 (218-219). – С. 52-58.

36. Пузирьова П. В. Основи забезпечення економічного зростання через інформаційно-маркетингові технології в контексті інтеграції освіти / П. В. Пузирьова, О. Грищенко // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації» : тези доповідей, м. Київ, 10 листопада 2020 р. – Київ : КНУТД, 2020. – С. 168-170.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця 1.1. Визначення поняття «зовнішньоекономічна діяльність» за працями сучасних науковців

	Автор	Сутність поняття «зовнішньоекономічна діяльність»
1	Господарський кодекс України	господарська діяльність, яка потребує перетину майна через митний кордон України
2	Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»	діяльність українських та іноземних суб'єктів господарювання на основі взаємовідносин між ними як на території України, так і за її межами
3	Економічна енциклопедія	сфера економічної діяльності держави і підприємств, яка тісно пов'язана із зовнішньою торгівлею, експортом та імпортом товарів, зовнішніми кредитами та інвестиціями, реалізацією спільних проектів з іншими країнами.
4	О.В. Шкурупій	сфера економічної діяльності, пов'язана з міжнародним виробничим і науково-технічним співробітництвом, експортом та імпортом продукції, а також виходом компанії на зовнішній ринок
5	І.В. Багрова	діяльність суб'єктів господарювання України (найчастіше підприємств) та суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності (іноземних компаній), що ґрунтується на взаємовідносинах і здійснюється як на території України, так і за її межами.
6	В.О. Васюренко	частина господарської діяльності окремого суб'єкта, яка визначається сукупністю виробничо-господарських, організаційно-господарських та оперативно-комерційних функцій у здійсненні зовнішньоекономічних зв'язків держави у зв'язку з участю цього суб'єкта у зовнішньоекономічній діяльності. операції відповідно до завдань, пов'язаних з їх розробкою
7	Дідківський М.І.	складова господарської діяльності компанії та як важливий фактор економічного зростання, що створює умови для більш інтенсивного розвитку інтеграційних процесів на мікрорівні
8	Гузенко Г.М., Гайдученко Ю. О.	процес розвитку економічних відносин між національними підприємствами суспільного виробництва та їх іноземними партнерами як на території України, так і за її межами

Додаток Б

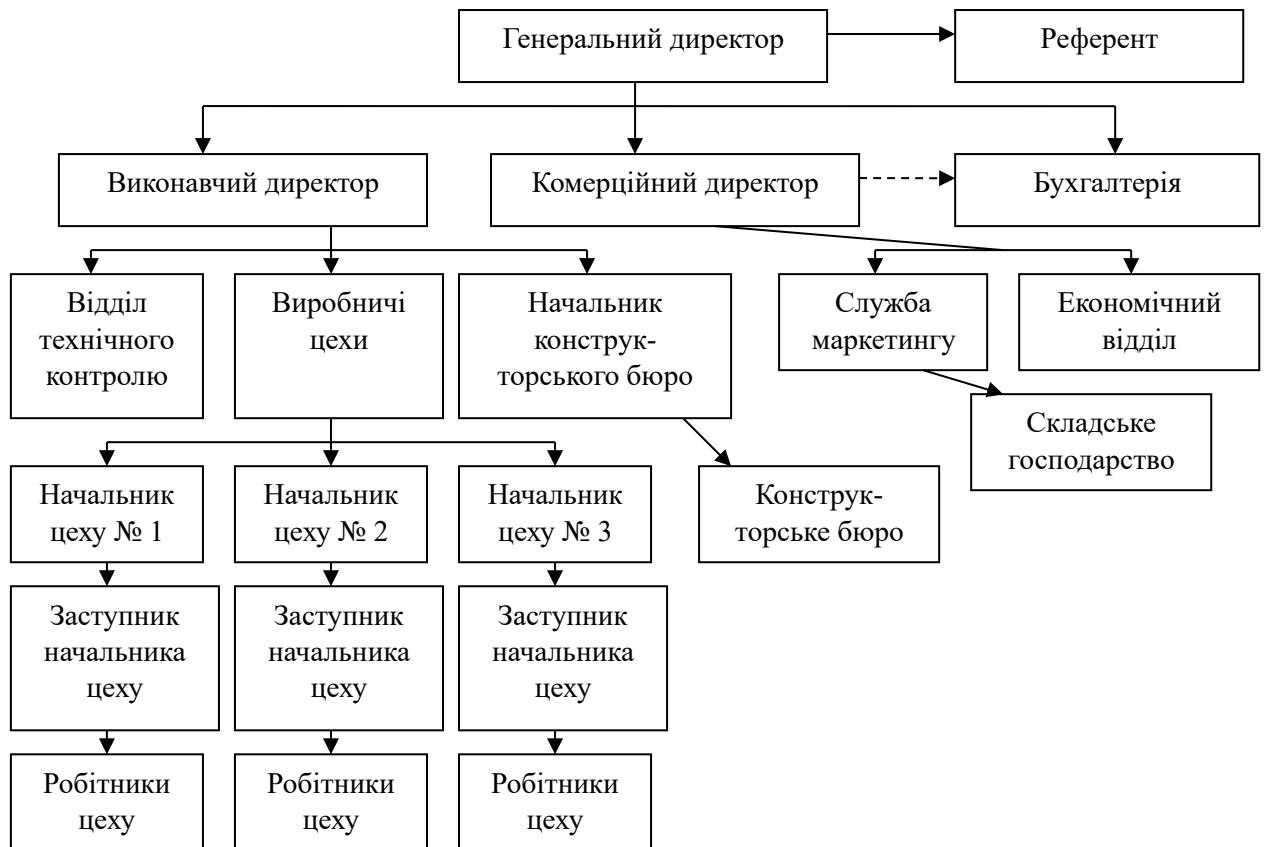


Рис. 2.1. Організаційна структура ТОВ НВФ «Адвісмаш»