

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут неперервної освіти

Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри
Кириленко О.М.
«__» _____ 2020 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ
«МАГІСТР»

Тема: «Підвищення ефективності діяльності підприємства в умовах ЗЕД (на прикладі ПП Авто-2002)»

Виконала: Войцеховська Анастасія Сергіївна
(прізвище, ім'я та по батькові) (підпис, дата)

Керівник: Онопрієнко А.Д.
(прізвище та ініціали) (підпис, дата)

Нормоконтролери з ЄСКД (ЄСПД): _____ Серьогін С.С.
_____ Онопрієнко А.Д.

Київ 2020

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий інститут неперервної освіти
Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств
Освітній ступінь магістр
Напрямок підготовки 073 «Менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Кириленко О.М.

«__» _____ 2019 р.

ЗАВДАННЯ **на виконання дипломного проекту (роботи) студентки** **Войцеховської Анастасії Сергіївни** (прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту (роботи): **«Підвищення ефективності діяльності підприємства в умовах ЗЕД (на прикладі ПП Авто-2002)»**
затверджена наказом ректора від _____ 2019 р. № _____ /ст.
2. Термін виконання роботи: з _____ .2019 р. до _____ 2020 р.
3. Вихідні дані до проекту (роботи): **Статистичні дані, перелік послуг та загальна інформація щодо діяльності транспортного підприємства ПП «Авто-2002», фінансово-економічна звітність підприємства, літературні джерела.**
4. Зміст пояснювальної записки:
Необхідно: дослідити теоретично-методичні основи управління ефективністю діяльності підприємства в умовах ЗЕД; провести аналіз ефективності діяльності підприємства; надати пропозиції щодо підвищення ефективності діяльності підприємства в умовах ЗЕД
5. Перелік обов'язкового графічного матеріалу:

Теоретичний розділ: _ рис. – 1 табл. –5

Аналітико-дослідницький розділ: _ табл. –16, рис. –6; формули – 13_

Проектно-рекомендаційний розділ: _ табл. –7, рис. –3, формули –10

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Етапи виконання дипломного проекту (роботи)	Термін виконання етапів	Примітка
1.	Дослідження та аналіз літературних джерел, наукових видань, юридичних документів, підготовка теоретичного розділу дипломної роботи (перша частина).	21.12.19-29.12.19	виконано
2.	Оформлення списку джерел, які використовувались для написання теоретичної частини дипломної роботи	30.12.19-02.01.20	виконано
3.	Збір та опрацювання статистичних даних діяльності підприємства, аналіз зібраної інформації, підготовка аналітичної частини дипломної роботи (друга частина).	03.01.20-10.01.20	виконано
4.	Оформлення аналітично-дослідницької роботи дипломної роботи	11.01.20-14.01.20	виконано
5.	Обробка отриманої інформації та розробка рекомендацій щодо оптимізації діяльності компанії (третя частина дипломної роботи). Підготовка висновків.	15.01.20-25.01.20	виконано
6.	Оформлення списку літературних джерел, які використовувались для написання дипломної роботи	26.01.20-01.02.20	виконано
7.	Редгування та підготовка кінцевого варіанту дипломної роботи. Перевірка диплома у нормоконтролера	02.02.20-04.02.20	виконано
8.	Підготовка презентації та доповіді до дипломної роботи	05.02.20-06.02.20	виконано
9.	Опрацювання та погодження дипломної роботи з науковим керівником. Отримання відгуку наукового керівника. Подання дипломної роботи на кафедру для допуску до захисту, одержання внутрішньої та зовнішньої рецензій, довідки про успішність.	07.02.20-09.02.20	виконано
10.	Подання дипломної роботи на кафедру менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств	10.02.20	виконано

Студентка _____ (Войцеховська А.С.)

Керівник дипломного проекту (роботи) _____ (Онопрієнко А.Д.)

АНОТАЦІЯ

У дипломній роботі досліджено проблеми ефективності діяльності підприємства в умовах зовнішньоекономічної діяльності та розроблені пропозиції щодо шляхів її підвищення.

У вступі зазначено актуальність та практичну цінність обраної теми дипломної роботи, подано мету, завдання, предмет та об'єкт дослідження, визначені використані у роботі наукові методи дослідження.

В теоретичній частині дипломної розглянуто теоретико-методологічні основи підвищення ефективної діяльності підприємства. У підсумку подані концептуальні засади, застосування стратегічного інструментарію в підвищенні діяльності підприємства також розглянуто світовий досвід напрямів підвищення ефективної діяльності на підприємстві.

Аналітична частина присвячена загальній характеристиці та аналізу господарської та фінансової діяльності ПП «Авто-2002», проаналізовано зовнішньоекономічну діяльність підприємства.

В проектній частині подані основні стратегічні напрямки удосконалення діяльності підприємства та пропозиції щодо підвищення ефективної діяльності ПП «Авто-2002» з оцінкою ефективності запропонованих заходів.

Матеріали дипломної роботи рекомендується використовувати під час проведення наукових досліджень, в навчальному процесі і в практичній діяльності транспортних підприємств.

У висновках узагальнено результати проведеного дослідження.

Ключові слова: ефективність, підвищення ефективної, зовнішньоекономічна діяльність, оцінка результативності.

АННОТАЦИЯ

В дипломной работе исследованы проблемы эффективности деятельности предприятия в условиях внешнеэкономической деятельности и разработаны предложения относительно направлений ее повышения.

Во введении указано актуальность и практическую ценность выбранной темы дипломной работы, представлены цели, задачи, предмет и объект исследования, определены, использованные в работе, научные методы исследования.

Аналитическая часть посвящена общей характеристике и анализу хозяйственной и финансовой деятельности ЧП «Авто-2002», а также анализу внешнеэкономической деятельности предприятия.

В теоретической части дипломной работы рассмотрены теоретико-методологические основы повышения эффективной деятельности предприятия. В итоге представлены концептуальные основы, применение стратегического инструментария в повышении деятельности предприятия также рассмотрен мировой опыт направленный на повышение эффективности деятельности предприятия.

В проектной части представлены основные стратегические направления совершенствования деятельности предприятия и предложения по повышению эффективной деятельности ЧП «Авто-2002» с оценкой эффективности предложенных мероприятий.

Материалы дипломной работы рекомендуется использовать для проведения научных исследований, в учебном процессе и в практической деятельности транспортных предприятий.

В заключении обобщены результаты выполненного исследования.

Ключевые слова: эффективность, повышение эффективной деятельности, внешнеэкономическая деятельность, оценка результативности.

ABSTRACT

In the diploma work the problems of efficiency of activity of the enterprise in the conditions of foreign economic activity are investigated and the proposals on ways of its increase are developed.

The introduction describes the relevance and practical value of the chosen topic of the thesis, presents the purpose, tasks, subject and object of the study, identified scientific methods used in the work.

The analytical brute force is devoted to the general characteristics and analysis of economic and financial activity of PE "Avto-2002", the foreign economic activity of the enterprise is analyzed.

In the theoretical part of the diploma the theoretical and methodological bases of increase of effective activity of the enterprise are considered. As a result, the conceptual foundations are presented, the use of strategic tools in enhancing the activity of the enterprise also examines the world experience of the directions of increasing the effective activity in the enterprise.

The project part presents the main strategic directions for improving the activity of the company and proposals for improving the effective activity of PE "Avto-2002" with an assessment of the effectiveness of the proposed measures.

The diploma work materials are recommended to be used for the teaching of scientific studies, in the educational process and in the practical activity of transport enterprises.

The findings summarize the results of the study.

Keywords: efficiency, increase of effective activity, foreign economic activity, performance evaluation.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	7
ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЗЕД	
1.1 Визначення поняття ефективність діяльності підприємства та основні показники її діяльності.	10
1.2 Сутність ефективності в умовах зовнішньоекономічної діяльності підприємств.....	16
1.3 Методи підвищення ефективності в умовах зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	25
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПП «АВТО-2002» В УМОВАХ ЗЕД.....	32
2.1 Загальна характеристика діяльності ПП «Авто-2002».....	32
2.2 Аналіз господарської діяльності ПП «Авто-2002».....	38
2.3 Аналіз ефективності ПП «Авто-2002» в міжнародному конкурентному середовищі.....	43
РОЗДІЛ 3 ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЗЕД.....	57
3.1 Шляхи покращення ефективності діяльності підприємства на міжнародному транспортному ринку.....	57
3.2 Рекомендації щодо підвищення ефективності діяльності ПП «Авто-2002» в умовах зовнішньоекономічної діяльності.....	66
3.3 Прогнозування ефективності розроблених пропозицій на ПП «Авто-2002».....	74
ВИСНОВКИ.....	84
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	90
Додаток А Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва.....	96

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

- ЗЕД – зовнішньоекономічна діяльність підприємств
- ПП – приватне підприємство
- ЗМІ – засоби масової інформації
- КРІ – ключовий показник результату діяльності
- ПДВ – податок на додану вартість
- ПКУ – Податковий кодекс України
- ДСТУ – Державні стандарти України
- КВЕД – Класифікатор видів економічної діяльності
- ПТК – Пункт технічного контролю
- СОТ – Світова організація торгівлі

ВСТУП

Сьогодні в рамках економічних реформ, які відбуваються в країні, одна з нагальних потреб - це перегляд застарілих структур та методів управління в сфері послуг, що допоможе усунути перешкоди для її розвитку як в рамках сектору так і в рамках всієї економічної системи України.

Ключове місце в даній системі займає категорія «ефективність», яка застосовується майже в усіх сферах і галузях знань.

Основною вимогою для економічного розвитку як окремих суб'єктів господарювання, так і економіки держави загалом необхідно, є те що вона повинна виконуватись в умовах оптимального використання виробничих ресурсів, мінімальних витратах та максимальній прибутковості виробництва, тобто діяльність підприємства повинна бути ефективною.

Проблема оцінювання ефективності посідає важливе місце. Дана проблема має велике значення. У зв'язку з цим, розгляд основних аспектів оцінювання ефективності діяльності підприємства в сучасних умовах становить великий теоретичний і практичний інтерес.

Актуальність теми дослідження, яка подана в дипломній роботі на тему: «Підвищення ефективності діяльності підприємства в умовах ЗЕД (на прикладі ПП Авто-2002)» полягає в тому, що підвищення ефективності займає важливе місце в системі управління діяльністю підприємства. Запропоновані стратегічні цілі підвищення ефективності діяльності підприємства можуть бути використані для розвитку будь-якого підприємства.

Дослідження ефективності діяльності підприємства в умовах зовнішньоекономічної діяльності, особливо в питаннях її підвищення розглянуто в науковій літературі таких українських науковців, як Мазаракі А. А., Анікін Б.О. Новак В.О., Кириченко, Г.О., Міротин Л.Б. та інші. Більшість цих науковців розглядають сутність вирішення даного питання через міжнародні господарські та торговельні відносини. Однак багато питань щодо зовнішньоекономічної діяльності, і стратегічного планування в тому числі, в

умовах сучасної ринкової економіки і специфіки її розвитку в Україні, потребують постійного дослідження та аналізу. Недостатня обізнаність в даних питаннях може негативно вплинути на практичне здійснення підвищення ефективності діяльності підприємств.

Мета дослідження полягає в розробці теоретичних та методичних положень, предметів і напрямів підвищення ефективності діяльності підприємства в умовах зовнішньоекономічної діяльності на основі дослідження закономірностей ринкової економіки, принципів менеджменту, сучасних форм і методів стратегічного планування.

Реалізація мети дослідження обумовила постановку та вирішення наступних завдань:

- визначити поняття ефективності діяльності підприємства;
- дослідити особливості економічної ефективності в умовах зовнішньоекономічної діяльності підприємств;
- обґрунтувати методи підвищення ефективності в умовах зовнішньоекономічної діяльності підприємств;
- надати організаційно-економічну характеристика ПП «Авто-2002»;
- проаналізувати господарську діяльність підприємства;
- здійснити аналіз ефективності підприємства в міжнародному конкурентному середовищі;
- обґрунтувати шляхи покращення ефективності діяльності підприємства на міжнародному транспортному ринку;
- розробити рекомендації щодо підвищення ефективності діяльності ПП «Авто-2002» в умовах зовнішньоекономічної діяльності;
- здійснити прогнозування пропозицій по підвищенню ефективності діяльності ПП «Авто-2002».

Предметом дослідження є система підвищення ефективності підприємства в умовах зовнішньоекономічної діяльності.

Об'єктом дослідження є процес формування та розвитку системи підвищення ефективності в діяльності ПП «Авто-2002» в умовах зовнішньоекономічної діяльності.

Методи дослідження. У дослідженні використані: аналіз та теоретичної основи дослідження (при дослідженні поняття та економічної сутності ефективності діяльності). Наукова методологія дослідження базується на системному підході до управління ЗЕД з використанням таких методів наукового дослідження як експертні оцінки, економіко-статистичний аналіз, логіко-структурний аналіз та ін. Статистичні методи дослідження були використані під час розкриття методики аналізу ефективності діяльності на підприємстві ПП «Авто-2002»..

Структура і обсяг роботи. Дипломна робота складається з вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел і додатків.

У вступі обґрунтована актуальність обраної теми, визначена мета, основні завдання, об'єкти дослідження, розкрита практична цінність розроблених пропозицій і рекомендацій.

В першому розділі дипломної роботи «Теоретично-методичні основи управління ефективністю діяльності підприємства в умовах ЗЕД» досліджено особливості ринку транспортних послуг. Розкрито економічну сутність поняття «ефективність» та основні фактори, які впливають на неї. Визначені ключові показники ефективності.

В другому розділі дипломної роботи «Аналіз ефективності діяльності підприємства ПП «Авто-2002» в умовах ЗЕД» подана загальна характеристика діяльності, проаналізовано ефективність управління господарською діяльністю ПП «Авто-2002», проведено аналіз конкурентів ПП «Авто-2002» в міжнародному конкурентному середовищі.

В третьому розділі дипломної роботи «Пропозиції щодо підвищення ефективності діяльності підприємства в умовах ЗЕД» запропоновано шляхи покращення ефективності діяльності транспортного підприємства на міжнародному транспортному ринку, наведено рекомендації підвищення

ефективності діяльності ПП «Авто-2002» в умовах зовнішньоекономічної діяльності підприємства в умовах ЗЕД та спрогнозовано ефективність родроблених пропозицій на підприємстві.

У висновках та рекомендаціях сформульовані основні підсумки та пропозиції щодо підвищення ефективністю діяльності на підприємстві.

Одержані результати дослідження дипломної роботи можуть бути використані при вдосконаленні системи підвищення ефективністю діяльності на будь-якому підприємстві. Реалізація завдань оцінки та підвищення ефективністю діяльності передбачає чіткого розуміння того, що являє собою «ефективність» як економічна категорія.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЗЕД

1.1. Визначення поняття ефективність діяльності підприємства та основні показники її діяльності

На сучасному етапі світового економічного прогресу сфера транспортних послуг має провідну роль та стає досить помітною у соціальному та економічному житті промислово розвинених країн. Новий соціально орієнтований вектор економічного розвитку вимагає від вищезазначеного сектора реформування його основних елементів у системі управління. Реформи економіки України повинні враховувати зміни в сфері транспортних послуг, що обумовлює необхідність розробки нових теоретичних принципів функціонування сектору послуг щодо соціально орієнтованого розвитку.

Основними тенденціями, що спостерігаються у сфері внутрішнього обслуговування є [38]:

- активний розвиток сфери транспортних послуг завдяки загальному збільшенню видів послуг, новим технологіям, зростанню кількості конкурентів на ринку надання даного виду ослуг;
- диференціація рівня якості обслуговування з подальшими кроками до захисту прав споживачів.

Загалом, стан сфери транспортних послуг України можна оцінити як такий, який є однією з найважливіших галузей економіки України. Від стабільної й ефективної роботи транспорту значною мірою залежить добробут населення, розвиток національної економіки та безпека держави [10].

Транспорт — це галузь матеріального виробництва, що здійснює перевезення людей та вантажів. Транспорт належить до галузі виробництва матеріальних послуг (рис. 1.1) [30].



Рис. 1.1. Місце транспорту в структурі суспільного виробництва [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 122]

До матеріальних послуг належать види діяльності, у процесі яких не здійснюється перетворення форм матерії і продуктом яких є особлива споживча вартість, що виражається в суспільній корисності самої праці.

Транспортна послуга — це не лише перевезення вантажів і пасажирів, а й будь-яка операція, що не входить до складу процесу перевезення, але пов'язана з ним [33].

До послуг транспорту належать:

- перевезення вантажів;
- навантажувально-розвантажувальні операції;
- зберігання вантажів;
- підготовка транспортних засобів до процесу перевезення;
- надання транспортних засобів на умовах оренди, прокату;
- транспортно-експедиційні та додаткові операції, що здійснюються при перевезенні вантажів, обслуговуванні підприємств, організацій, населення;
- перегін нових і відремонтованих транспортних засобів.

Основним видом послуг транспорту є перевезення вантажів, що, здебільшого, супроводжується іншими видами послуг (навантажування,

розвантажування, експедирування та ін.). Сучасні умови вимагають доповнення зазначених послуг маркетинговими, комерційними, інформаційними послугами, послугами страхування та ін.

Діяльність, пов'язана з наданням транспортних послуг, характеризується певними особливостями [47]:

- послуги не можуть існувати поза процесом їхнього надання, отже, не можуть накопичуватися;

- продаж послуг — це фактично продаж самої праці, отже, якість послуг — це якість самого процесу праці;

- сутність послуги обмежує її можливість заміни на ринку, оскільки послуга являє собою конкретну споживчу вартість лише в певний час, у певному місці;

- послугам транспорту властиві значні коливання попиту як у часі, так і в просторі;

- відсутність можливостей для усунення нерівномірностей попиту на послуги, особливо під час піків попиту;

- пропозиції послуг властива низька гнучкість стосовно пристосування до попиту, що змінюється у часі та просторі;

- пропозиція транспортних послуг є менш надійною технологією порівняно з пропозиціями інших послуг (вплив метеорологічних та кліматичних умов);

- створення додаткової провізної здатності для безперервного задоволення всіх коливань попиту потребує значних витрат.

Таким чином, виникає потреба сконцентруватись на тих показниках, які визначають якість діяльності та визначають її роль у забезпеченні відповідного рівня надання транспортних послуг.

Термін «послуга» повинен розглядатись як діяльність, яка виконується для задоволення конкретних потреб та інших можливостей, наданих кожному. Вона повинна бути тією складовою, яка надасть можливість вирішити потребу в підвищенні ефективності діяльності підприємств, які працюють у сфері послуг [40].

Специфіка ринку транспортних послуг полягає в тому, що для успішної діяльності на цьому ринку необхідно не тільки аналізувати основні тенденції його розвитку, стан зовнішнього і внутрішнього середовища, але і здійснювати маркетинг товарних ринків [54]. Останнє визначається тим, що наявність попиту на певну продукцію спричиняє за собою необхідність її транспортування покупцю. Здійснення маркетингу товарних ринків дозволяє транспортно-експедиційним компаніям виявляти нові сегменти, розширювати клієнтську базу і своєчасно адаптуватися до можливих змін кон'юнктури на даному ринку.

Здійснення транспортно-експедиційної діяльності знаходиться під впливом ринкового середовища, складовою частиною якої є взаємодія суб'єктів ринку. Необхідність надання комплексу транспортних послуг вимагає від транспортно-експедиційних підприємств розробки і ухвалення відповідних стратегічних рішень в області реалізації сервісу і раціональної організації і управління поточними процесами. Вживання логістичних інструментаріїв в діяльності транспортно - експедиційних підприємств направлено не тільки на організацію і контроль процесу доставки вантажу, але і пов'язано із створенням інфраструктури, належної якості [48].

Послуги транспортно – експедиційного підприємства полегшують роботу вантажовідправників в частці організації доставки продукції і дозволяють вибрати раціональний спосіб і маршрут транспортування. Можливість і здатність транспортно – експедиційного підприємства якісно реалізовувати запитані ринком транспортні послуги роблять вплив на підвищення їх конкурентоспроможності і приводять до задоволення вимог вантажовідправників і вантажоодержувачів в процесі руху товару.

Світовий досвід провідних західних фірм доводить переваги співробітництва з транспортно – експедиційного підприємства. За даними опитування трьохсот п'ятдесяти американських фірм різних галузей з метою вивчення участі транспортно – експедиційного підприємства у логістичній

діяльності вантажовласників і перспектив такого співробітництва, експедитори надають вантажовласникам наступні основні види послуг [65]:

- виконання розрахунків з вантажоодержувачем (цю функцію передають експедиторам 70% проаналізованих підприємств);
- складування продукції і сировини (22%);
- вибір самого вигідного варіанта поставки (22%);
- узгодження з перевізником існуючих тарифів (21%);
- контроль просування вантажів (15%);
- створення інформаційних систем для зберігання і обробки даних (13%);
- експлуатація рухового складу, що належить фірмі (11%);
- моніторинг руху товаропотоку (7%);
- контроль рівня матеріальних запасів (7%).

Саме такий перелік послуг, які надають транспортно-експедиторські компанії, робить їх діяльність ефективною.

Оскільки термін «ефективність» неоднозначний, він потребує додаткового теоретичного аналізу [57] (табл. 1.1).

Проведений нами аналіз літературних джерел довів, що ми можемо виділити основні точки зору даного поняття «ефективність», як: результативність управління; показник успішності випуску товарів і послуг [81].

У контексті даного дослідження доцільно розглянути трактування поняття «ефективність», як: економічна, суспільна, виробнича, соціальна, та технічна, ефективність. Усі разом узяті види ефективності складають синергічну ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства [39].

Сутність ефективності діяльності підприємства трактується більшістю економістів як досягнення максимальних результатів в інтересах суспільства при мінімально можливих витратах [74].

Економічна теорія визначає категорії ефективності як результативності виробничого процесу, виробничої системи або конкретної форми господарства.

Торетичний аналіз визначення поняття «ефективність»

Автор	Трактування визначення
1	2
Даль В.І. [32]	Ефективність – в макроекономічному аналізі – показник випуску товарів і послуг в розрахунку: - на одиницю витрат; - на одиницю витраченого капіталу; - на одиницю сукупних витрат усіх виробничих ресурсів.
Сурмін Ю. [79]	Ефективність це показник успішності функціонування системи для досягнення встановлених цілей;
Андрійчук Р. В. [7]	Економічна ефективність – відношення між отримуваними результатами виробництва – продукцією і матеріальними послугами, з одного боку, і витратами праці та засобів виробництва – з іншого;
Блейк Р. [16]	Ефективність економічна – результативність економічної діяльності, економічних програм і заходів, що характеризується відношенням отриманого економічного ефекту, результату до витрат чинників, ресурсів, що зумовило отримання цього результату, досягнення найбільшого обсягу виробництва із застосуванням ресурсів певної вартості;
Устенко О. [78]	Ефективність являє собою комплексне відображення кінцевих результатів використання засобів виробництва та робочої сили за певний період часу;
Шеремет А., Сайфулін Р. [88]	Ефективність це складна категорія, що характеризується результативністю роботи підприємства та рентабельністю його капіталу. Ресурсів або продукції;
Петті В., Кене Ф. [69]	Ефективність це результативність управління стосовно дій суб'єкта управління - уряду держави.

Гончарук А. Г. дає визначення поняття «економічна ефективність підприємства», шляхом порівняння різних факторів, які впливають на економічну ефективність підприємства та підкреслюються внутрішні та зовнішні фактори [29]. Слід звернути увагу, що внутрішні фактори мають вплив на управлінську та організаційну структуру підприємства та пов'язані з нею технічні, управлінські та кадрові особливості (таб. 1.2).

Осипов П. В. також вионав розподіл факторів на дві групи [67]:

1. Зовнішні фактори, які відображають загальний економічний розвиток України і не залежить від суб'єкта господарювання. Вплив ця група факторів відображається на матеріалі, об'єктах, комунальних цінах, ціні транспортування, ціні води та інші матеріальні послуги, відсоткова ставка, амортизація, розподіл страхування та інше обов'язкові платежі.

Таблиця 1.2.

Фактори, що впливають на економічну ефективність підприємства

Фактори економічної ефективності підприємства	
внутрішні	зовнішні
<ul style="list-style-type: none"> – структура, технічний рівень та зношеність основних фондів; – структура, рівень підготовки, мотивація та персонал – кваліфікація; – якість управління та організації внутрішніх – послуги; – виплати, грошові та соціальні стимули для персоналу. 	<ul style="list-style-type: none"> – соціально-політичні фактори; – грошові фактори; – економічні фактори та фактори попиту; – державне регулювання; – науково-технічні фактори; – фактори навколишнього середовища; – психологічні фактори; – інші зовнішні фактори.

2. Внутрішні фактори пов'язані з результатами діяльності бізнесу. До цього фактору належать: обсяг виручки, система заробітної плати, рівень ефективності використання та повторення виробничих елементів [67].

Особливий інтерес в будь-якій економічній ситуації викликає співвідношення між витратами і результатами діяльності організації. Об'єктивна необхідність всебічної економії суспільної праці визначається значною мірою тим, що суспільні потреби в кожен даний відрізок часу перевищують наявні в розпорядженні суспільства ресурси - матеріальні, трудові, фінансові. Звідси і впливає сутність економічної ефективності, яка полягає в необхідності при даних ресурсах, шляхом їх всілякої економії забезпечувати найбільшою мірою збільшуються суспільні потреби.

Очевидно, що при виборі шляхів і способів задоволення потреб в необхідної продукції - народногосподарських і індивідуальних - слід виходити з найменших витрат суспільної праці, тобто домагатися, щоб ці витрати проводилися з найбільшою економічною ефективністю.

Ефективність діяльності підприємства, з економічної точки зору, виражається в ряді сукупних основних показників [72]:

- рентабельність капіталу (активів підприємства);

- оборотність капіталу;
- витрати (на 1 одиницю реалізованої продукції);
- рентабельність виробництва.

Важливе місце в процесі оцінювання функціонування будь-якого підприємства має аналіз ефективності його діяльності, яка зумовлює можливі варіанти розвитку підприємства та зміцнює його конкурентні позиції на ринку.

«Ключовий показник результату діяльності» (КРІ) - це інструмент, який допомагає аналізувати ефективність певної діяльності, а також рівень досягнення поставлених цілей.

Впровадження КРІ допомагає повністю змінити картину. КРІ дозволяють проводити контроль ділової активності співробітників, підрозділів і компанії в цілому і вивести підприємство на новий рівень.

КРІ включає в себе не тільки поняття ефективності, а й поняття результативності. При всій удаваній близькості цих термінів, вони мають суттєву різницю:

1. Ефективність висловлює співвідношення між досягнутими результатами і витраченими ресурсами і визначає здатність компанії до реалізації своїх цілей і планів із заданим якісним рівнем, вираженим певними вимогами: часом, витратами, ступенем досягнення мети.

2. Результативність - це здатність підприємства орієнтуватися на результат (ступінь досягнення запланованих результатів). Таким чином, КРІ в значенні «ключовий показник результату діяльності» більш об'ємний і містить в собі як ступінь.

Що стосується практичного застосування КРІ, цей показник вводиться на підприємствах для того, щоб було зручно вимірювати результати роботи фірми в цілому, окремих підрозділів і безпосередньо співробітників.

Ключові показники ефективності можна розділити на два типи [27]:

1. Кінцеві - відображають результати діяльності після закінчення періоду. До них відносяться фінансові показники, які показують потенціал, але не передають поточну ефективність підрозділів і компанії в цілому;

2. Оперативні (випереджальні) - дають можливість управляти ситуацією в межах звітного періоду з метою досягнення заданих результатів по його закінченні. Вони кажуть про поточну ситуацію в компанії, паралельно показуючи, які грошові потоки можуть бути в майбутньому, а також демонструють якість процесів і продукції і ступінь задоволеності клієнтів.

За видами ключові показники можуть бути наступними:

- КРІ результату - показують кількість і якість результату;

- КРІ витрат - показують витрачені ресурси;

- КРІ функціонування - відносяться до показників виконання бізнес-процесів і дозволяють оцінити, наскільки відповідає процес необхідному алгоритмом його виконання;

- КРІ продуктивності - похідні показники, що характеризують співвідношення отриманого результату і часу, витраченого на його отримання;

- КРІ ефективності (показники ефективності) - це також похідні показники, які характеризують співвідношення отриманого результату до витрат ресурсів.

Ключові показники потрібні не тільки керівництву компанії - по ним зручніше працювати і самим співробітникам, особливо тим, чий дохід безпосередньо залежить від результатів праці. Працівникам компанії КРІ дозволяє легко розрахувати кроки, які потрібні для досягнення необхідного результату.

У компаніях, що займаються прямими продажами, в основному використовуються КРІ ефективності, які показують співвідношення кількості дзвінків, зустрічей з клієнтами до кількості продажів.

Кількісна визначеність і зміст критерію відображаються в конкретних показниках ефективності виробничо-господарської та іншої діяльності суб'єктів господарювання. Формуючи систему показників ефективності діяльності суб'єктів господарювання, доцільно дотримуватися певних принципів, а саме [89]:

- забезпечення органічного взаємозв'язку критерію і системи конкретних показників ефективності діяльності;

- відображення ефективності використання всіх видів використаних ресурсів;
- можливості застосування показників ефективності в управлінні різними ланками діяльності в організації;
- виконання провідними показниками стимулюючої функції в процесі використання наявних резервів зростання ефективності виробництва.

Центральне місце при виконанні аналізу ефективності діяльності підприємства займає кількість перевезень, яке здійснює підприємство. Якщо визначений вид транспорту, то має бути проведений аналіз специфічного ринку транспортних послуг, на якому діє, як правило, достатньо велика кількість перевізників, що мають різну організаційно-правову форму [64].

Таблиця 1.3

Ранжування критеріїв вибору перевізника

№ п/п	Назва критерію	Ранжування
1	2	3
1.	Надійність часу доставки	1
2.	Тарифи перевезень «від дверей до дверей»	2
3.	Сумарний час організації перевезень «від дверей до дверей»	3
4.	Готовність перевізника до зміни тарифів	4
5.	Фінансова стабільність підприємства	5
6.	Наявність додаткового обладнання з вантажопереробки	6
7.	Якість сервісного обслуговування	7
8.	Наявність додаткових послуг по комплектації та доставки вантажу	8
9.	Витрати пов'язані з перевезенням вантажу	9
10.	Експедирування перевезень	10
11.	Рівень кваліфікації співробітників	11
12.	Контроль за перевезеннями	12
13.	Гнучкість організації співпраці з перевізниками	13
14.	Гнучкість схем маршрутизації перевезень	14
15.	Сервісне обслуговування вантажу	15
16.	Організація процесу замовлення	16
17.	Якісна організація надання транспортних послуг	17
18.	Використання спеціального обладнання	18

Найпростіший алгоритм вибору перевізника, подібний розглянутому вище, може бути використаний для попередньої (грубої) оцінки. Для остаточного вибору застосовуються, як правило, більш складні кількісні методи і моделі,

заснованні, наприклад, на теоретичному апараті дослідження операцій, методи функціонально-вартісного аналізу тощо. Нажаль у вітчизняній транспортній літературі практично відсутні роботи, в яких були б висвітлені питання логістичного вибору перевізників вантажів [88]. Поряд з перевізником основним логістичним посередником в перевезенні є транспортно-експедиційна фірма (або експедитор). За договором транспортної експедиції одна сторона (експедитор) зобов'язується за винагороду і за рахунок іншої сторони (клієнта - відправника вантажу або вантажоодержувача) виконати або організувати виконання визначених договором експедиції послуг, пов'язаних з перевезенням вантажу.

Договором транспортної експедиції можуть бути передбачені обов'язки експедитора організувати перевезення вантажу транспортом і за маршрутом, обраними експедитором або клієнтом, обов'язок експедитора укласти від свого імені або від імені клієнта договір (договори) перевезення вантажу, забезпечити відправку і одержання вантажу, а також інші обов'язки, пов'язані з передачею.

Додатковими послугами, надаваними експедитором клієнту, як правило, є:

- отримання документів для експорту-імпорту вантажів;
- виконання митних формальностей;
- перевірка кількості та стану вантажу;
- вантаження-розвантаження транспортних засобів;
- сплата мита, зборів та інших витрат, пов'язаних з транспортуванням;
- зберігання, складування, сортування, комплектація груза;
- інформаційні послуги, страхування і т.ін.

1.2. Сутність ефективності в умовах зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

В даний час спосєрїгається поглиблене застосування складних операцій, пов'язаних з просуванням товарів та послуг від виробника-продавця до покупця, транспортними, експедиційними та страховими операціями, а також операціями, які охоплюють широкий спектр економічного, фінансового, грошово-правового характеру у всіх видах зовнішньоекономічних відносин.

Підприємство є суб'єктом господарювання, який на основі використання економічних ресурсів виробляє та продає товари, виконує роботи, надає послуги.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств - це сфера їх економічної діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою інтеграцією та кооперацією, експортом та імпортом продукції та послуг, доступом бізнес-структур до зовнішнього ринку [41].

Усі бізнес-структури, здатні виробляти товари або надавати послуги. Виробники конкурентоспроможної продукції мають право самостійно здійснювати експортно-імпортні операції. У зв'язку з цим діяльність будь-якої структури бізнесу, яка виходить на зовнішній ринок, істотне значення може мати зовнішньоекономічну діяльність. Вихід на ринок підприємницької структури можна здійснювати самостійно і через іноземних посередників, тобто спеціалізованих зовнішньоторговельних організацій. У міжнародній практиці ці організації зазвичай продають на світовому ринку продукцію малих та середніх підприємств, але іноді їхні послуги працюють і великих підприємств, не маючи свого зовнішньоторговельного апарату.

Крім того, зовнішньоторговельна організація надає інші послуги з посередництва, такі як: позики клієнтам, укладення договорів з транспортними та страховими компаніями, посередництво в платіжних операціях тощо [46].

В даний час більше половини світової товарної біржі здійснюється через зовнішньоторговельні підприємства-посередники. Їх залучення спрямоване на підвищення ефективності зовнішньоторговельних операцій, використання умов, надання всіх необхідних бізнес-послуг.

Таким чином, певні бізнес-структури або група підприємств, що виходять на глобальний рівень, можуть самостійно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність, створюючи іноземне підприємство, яке може бути створене на загальному балансі підприємницької структури або на балансі з правосуб'єктністю.

Потрібно враховувати і розуміти, що ряд виробництва і фінансові показники підприємства, а саме, показники ефективності іноземних економічних активів та показники фінансової стійкості безпосередньо залежать від загальної стабільності суб'єкта господарювання. Тільки стабільна зовнішньоекономічна діяльність стане ключем до фінансових стабільностей і стабільності підприємства в цілому, тоді як високі показники ефективності досягається, як правило, лише за умови достатності рівня стабільності зовнішньоекономічної діяльності.

Важливо зазначити, що стійкість підприємства означає здатність розвиватися і функціонувати у постійно мінливому ринковому середовищі, яке визначається різними і численні фактори. Оскільки підприємство є і об'єктом, і суб'єктом господарської діяльності, які можуть різними способами впливати на динаміку цих факторів, загалом, виділяються дві групи факторів: зовнішні та внутрішні [49]

Розглянемо детальніше зовнішні фактори стійкості. Ці фактори характеризують:

1. Дії, що проводяться на міжнародному, федеральному та регіональному рівнях. До цієї групи належать: державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності; рівень суб'єктів господарювання у міжнародних договорах та угоди, що визначають провадження зовнішньоекономічної діяльності;

2. Наявність стабільного попиту на продукцію підприємства на зовнішніх ринках;

3. Організація страхових процедур зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

4. Рівень розвитку інфраструктури зовнішньоекономічної діяльності в регіоні та країн;

5. Інвестиційний клімат країни та її регіонів [68].

Під час здійснення будь-якої зовнішньоекономічної діяльності підприємства можливе виникнення ризиків, які поділяються на зовнішні та внутрішні фактори стійкості підприємства.

До так званих внутрішніх факторів ризику стійкості підприємств належать [50]:

- транспортні ризики;
- ризики несплати за експортні поставки;
- ризики непоставки імпортом;
- ризики, пов'язані зі збитками через зміни валютних курсів;
- ризики, пов'язані із стихійними лихами та нестабільністю держави

тощо.

Якщо говорити про внутрішні фактори стійкості, конкурентоспроможності підприємства то її продукція займає центральне місце.

Поняття конкурентоспроможності можна розглядати двома способами [62]. З одного боку, конкурентоспроможність - це властивість об'єкта, що характеризує ступінь задоволення певного попиту в порівнянні з найкращими подібними об'єктами, передбаченими в даний ринок. З іншого боку, конкурентоспроможність - це здатність протистояти конкуренції з аналогічними об'єктами на конкретному ринку.

Коли ми говоримо про конкурентоспроможність підприємства, ми маємо насамперед сконцентруватись на його продукції або послугі, яка надається, що в свою чергу характеризується споживчими властивостями та ціною.

Отже, виход підприємства на міжнародний ринок і підвищення його конкурентоспроможності сприяє складна взаємодія різних умов, які можуть бути об'єднані в наступні моменти:

1. Структура та якість факторів виробництва та послуг, які надає підприємство;

2. Обсяг та структура попиту, на які розраховує компанія;
3. Відсутність або наявність конкурентних та суміжних галузей;
4. Наявність ніш вільної торгівлі на світовому ринку, що сприяє входу до них;
5. Ведення господарської діяльності підприємства;
6. Стабільність економічних зв'язків всередині країни.

В таб. 1.4 подано, сумарно, всі фактори вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Основними методами регулювання зовнішньоекономічних відносин є фінансові, валютні, кредитні, митне, тарифне та нетарифне регулювання; забезпечення експортного контролю; визначення політики у сфері сертифікації товарів у зв'язку з їх імпортом та експортом; адміністративні засоби регулювання [49].

Специфічний механізм регулювання зовнішньоекономічної діяльності визначається укази Президента та урядові рішення, які конкретизують законодавчі положення. Вони встановлюють порядок ліцензування та котирування у зовнішній торгівлі, ставки митних платежів виплати та порядок їх стягнення.

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності забезпечується використанням відповідних інструментів та засобів вибу ефективних методів впливу [50].

Методи державного регулювання поділяються на:

- тарифне регулювання;
- нетарифне регулювання;
- регулювання відноситься до економічних методів регулювання, а до нетарифного регулювання
- адміністративні методи.

Таблиця 1.4

Фактори вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Напрямки вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності	Фактори стійкості зовнішньоекономічної діяльності	
	Внутрішні	Зовнішні
1	2	3
Підвищення внутрішньої стабільності зовнішньоекономічної діяльності підприємства	Наявність стабільного попиту з боку окремих партнерів.	– Підвищення конкурентоспроможності; – Своєчасне забезпечення всіх договірних зобов'язань; – Збільшення кількості та розвиток взаємовідносин з іноземними партнерами.
Підвищення інтегральної стійкості зовнішньоекономічної діяльності підприємства	– Наявність стабільного попиту з боку всіх провідних партнерів;; – Партнерська участь у міжнародних угодах та проєктах; – Сприятливий інвестиційний клімат в країні;	– Підвищення конкурентоспроможності; – Впровадження комбінації поєднання зовнішнього та внутрішнього ринків, що призведе до цілісної стабільності; – Підвищення стабільності відносин з партнерами зовнішнього та внутрішнього ринків.
Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства	– Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності; – Рівень інфраструктури зовнішньоекономічної діяльності в регіоні.	– Збільшення виробництва та експорту продукції; – Збільшення якості надання послуг; – Зниження собівартості; – Поліпшення якості продукції; – Зростання прибутку.
Підвищення фінансової стабільності підприємства	– Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності; – Страхування зовнішньоекономічної діяльності.	– Збільшення частки власного капіталу підприємства; – Збільшення прибутку.

Основним тарифним методом регулювання зовнішньоекономічної діяльності є митний тариф (мито) [60].

Розмір мита можна визначити двома способами:

- у вигляді певної величини на одиницю обсягу товару (в валюті);
- у відсотках від митної вартості товару.
- нетарифні методи, такі як ліцензування, квоти, використовуються для регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

При виході на міжнародний ринок слід також визначити критерії відбору світового ринку, з метою мінімізації витрат на здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Крім того, у будь-якому випадку менеджерам, керівникам економічної, в тому числі зовнішньоекономічної діяльності бізнес-структур, необхідно знати валютні, фінансові, правові аспекти виходу на світовий ринок, кон'юнктуру ринку, ціноутворення та визначати ефективність реалізації експортно-імпорتنі операції. Отже, різноманітність форм та методів зовнішньоекономічної діяльності підприємницької структури - це здатність не лише керувати підприємницькою діяльністю для прийняття рішень щодо продажу продукції, вибираючи найефективніші засоби збуту продукції, а також послуг на різних зовнішніх ринках, враховуючи їх ситуацію.

Слід зазначити, що до основних видів зовнішньоторговельних угод, пов'язаними з транспортуванням товарів, є імпорتنі та експортні операції.

В імпорتنих угодах фіксується купівля та ввезення іноземних товарів для безпосередньої реалізації їх на внутрішньому ринку країни-імпортера або для обробки та переробки даного товару з подальшою реалізацією нової готової продукції у себе в країні або за кордоном [53].

В експортних угодах фіксуються операції з продажу та вивезення товарів для реалізації їх на зовнішньому ринку [69].

Визначено, що «простоти проходження митних процедур» Україна значно відстає від інших країн. Більшість з цих країн є членами СОТ. Враховуючи географічне розположення країни даний показник відіграє важливу роль в глобальному ланцюгу перевезень. Враховуючи це Україна, найближчим часом повинна знайти шляхи спрощення митних процедур, наприклад, шляхом використання е-документації для прискорення оформлення товарів на митниці.

Для оформлення процедури проходження експортного оформлення вантажу необхідний наступний перелік документів:

- транспортна докладна;
- сертифікат походження;
- комерційний інвойс;

- пакувальний лист;
- звіт щодо попереднього огляду відправки митницею;
- сертифікат щодо відповідності технічним стандартам (ветеринарний сертифікат).

імпортного оформлення вантажу необхідний наступний такий перелік документів:

- транспортна накладна;
- попереднє повідомлення;
- сертифікат походження;
- комерційний інвойс;
- консульський інвойс;
- митна імпортна декларація;
- митний транзитний документ;
- розписка щодо обміну обладнання;
- звіт щодо попереднього огляду відправки митницею;
- сертифікат щодо відповідності технічним стандартам (ветеринарний сертифікат).

Загалом, інтегральні показники України щодо експортно-імпортного оформлення зведені в табл. 1.5. В таблицю зведена порівняльна інформація щодо найкращих практик з простоти виконання експортно-імпортних операцій та практик близьких до економіки України країн, серед яких Україна має порівняно кращі умови для виконання зовнішньоекономічних договорів, але має значні недоліки в порівнянні з провідними країнами щодо даного питання [55].

Однією з різновидів зовнішньоторговельних угод є комісійні та консигнаційні угоди. Перша операція передбачає певну комісійну винагороду за посередницьку діяльність. При консигнаційній операції даючий доручення консигнант направляє товар для реалізації своєму іноземному Консигнатору, тобто фірмі, що виконує це доручення через склад або посередників.

Таблиця 1.5

Перелік рошових та часових витрат та кількість документів необхідних для оформлення експортно-імпортних операцій

Назва країни	Кількість документів необхідних для виконання експортних операцій	Термін часу для експортних операцій (дні)	Витрати на експортні операції (в дол. США на 20-футовий контейнер)	Кількість необхідних документів для імпортних операцій	Час на імпортні операції (дні)	Витрати на імпортні операції (в дол. США на 20-футовий контейнер)
1	2	3	4	5	6	7
Найкраща практика						
Канада	3					
Китай			390			
Німеччина		5		5		
Сінгапур					3	367
Досліджувана країна						
Україна	6	31	1045	10	39	1065
Близькі за практикою країни						
Казахстан	12	89	2730			
Киргизька республіка	13	64	2500	13	75	2450
Молдова	6	32	1425	7	35	1545
Таджикистан	10	82	3000	11	83	4500
Узбекистан	7	80	2550	11	104	4050

У практиці міжнародних економічних відносин застосовується також ряд інших угод.

В даний час можна говорити про те, що економічні контракти і угоди регулюють широке коло питань господарських взаємовідносини держав, зокрема: експорт, імпорт та перевезення вантажів; платежі; кредит; валютно-фінансові відносини; науково-технічне співробітництво; транспортні та інші питання.

Міждержавні торговельні контракти та угоди визначають загальну правову та економічну основу. Одним з таких документів є контракт купівлі – продажу. Він являє собою правовий документ, на підставі якого регулюються взаємовідносини безпосередніх учасників зовнішньоторговельної операції. У міжнародній комерційній практиці переважна частина зовнішньоторговельних угод оформляється за допомогою контракту купівлі – продажу [70].

1.3. Методи підвищення ефективності в умовах зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

З метою підвищення продуктивності діяльності компанії слід розробити спеціальні комплексні заходи, такі як оптимізація бізнес-процесів, спрямованих на підвищення ефективності роботи.

Підвищення ефективності діяльності підприємства - одна з центральних проблем економіки. Для успішного вирішення різноманітних економічних і соціальних завдань немає іншого шляху, крім різкого підвищення ефективності всього суспільного виробництва [76].

Сутність проблеми підвищення ефективності діяльності полягає в тому, щоб на кожну одиницю витрат - трудових, матеріальних і фінансових - досягати максимально можливого збільшення обсягу прибутку. Виходячи з цього, єдиним макроекономічним критерієм ефективності діяльності стає зростання продуктивності суспільної праці.

Шляхи підвищення ефективності роботи компанії - це складна система заходів, пов'язаних із підвищенням продуктивності праці в різних сферах функціонування компанії. Існує ряд показників, що характеризують рівень ефективності виробничої діяльності. До таких показників належать [79] :

- прибутковість;
- ліквідність;
- продуктивність робочої сили;
- інтенсивність праці;
- коефіцієнт виробництва;
- використання ресурсів;
- капіталомісткість тощо.

Конкурентоспроможність компанії також є одним з найважливіших показників ефективності виробничої діяльності. У більшості компаній є спеціальні працівники, які відповідають за оптимізацію бізнес-процесів. Вони постійно дотримуються всіх поточних показників компанії і можуть

запропонувати відповідні дії для того, щоб зробити роботу компанії більш ефективною. Іноді компанія не може бути конкурентоспроможною з кількох причин. Один з них - неоптимальні підходи до бізнес-процесів. Ось чому сучасні підприємства та компанії усвідомлюють необхідність оптимізації бізнес-процесів, яку слід періодично забезпечувати відповідно до масштабів бізнесу.

Одним з ключових факторів ефективності підприємства є також швидкий розвиток науки і техніки. Створення нових технологій, розробка високотехнологічного обладнання та нових виробництв обладнання, надання нових видів послуг. Все це забезпечує підвищення ефективності підприємства [43].

Перш за все, цей фактор підвищує продуктивність праці. Потім це скорочує витрати на виробництво. Підвищує якість надання послуг. І, нарешті, це покращує стандартизацію управління робочим місцем та зміцнює порядок та дисципліну.

Однак було б розумно зауважити, що процес покращення ефективності діяльності підприємства є складним процесом, який дуже часто вимагає оптимізації бізнес-процесів.

Серед основних факторів, які свідчать про необхідність оптимізації:

- відсутність або недосконалість єдиної інформаційної системи;
- надзвичайно повільне прийняття рішень в компанії;
- рішення компанії виконуються повільно і не належним чином;
- відсутність регламенту прав, обов'язків, відповідальності серед персоналу компанії;
- виконання загальних робочих завдань займає багато часу.

Регулювання бізнес-процесів необхідне в таких випадках:

1. При виникненні потреби в підвищенні ефективності діяльності підприємства;
2. При зміні системи менеджменту на підприємстві;
3. При впровадженні нових інформаційних систем;

4. При зміні прав власності підприємства;

5. У випадку, коли організація бізнес-процесів не ефективна.

Вдосконалення бізнес-процесів - це комплекс методів та підходів, які дають можливість підвищити ефективність роботи підприємства.

Оптимізація бізнес-процесів - це процес, який можна використовувати на кожному організаційному рівні компанії: менеджером, який збирається змінити відносно простий процес у своєму відділі; вищим керівництвом, метою якого є впровадження чогось нового в масштабі цілого; підприємства з метою підвищення ефективності роботи підприємства в цілому.

Добре організована програма оптимізації бізнес-процесів може дати вашій компанії багато вагомих результатів, а саме:

- ефективно надані компанією послуги, які задовольняють вимоги ваших клієнтів;

- надасть можливість перегляду стратегії залучення персоналу з метою вдосконалення знань та навичок, а також підвищення професійного рівня персоналу;

- отримати можливість заощадити свій час і гроші, спростивши складні та дорогі процедури;

- абсолютно нові бізнес-процеси, які допоможуть вашому підприємству надати максимально якісні послуги для клієнтів, і, в той же час, зменшивши витрати.

Організаційні та економічні аспекти також важливі для підвищення ефективності підприємницької діяльності. Їх значення зростає разом із зростанням промислових масштабів та із ускладненням економічних зв'язків. Цей аспект необхідний для подальшого розвитку та вдосконалення виробничої та соціальної інфраструктури, що, у свою чергу, впливає на рівень ефективності виробництва. Дуже часто ця сфера вимагає також оптимізації бізнес-процесів. Це необхідно для вдосконалення форм та методів управління, планування та фінансового стимулювання економічного механізму в цілому.

Один з варіантів підвищення зовнішньоекономічної діяльності підприємства – це співпраці з іноземним партнером (або партнерами) - підрядника, правильний вибір якого багато в чому залежить від знань про структуру бізнесу, ролі провідних фірм, їх методів збутової діяльності, фінансових та виробничих можливостей та інші фактори [45].

Процес вибору іноземного партнера ґрунтується на чинному законодавстві України та проходить у кілька етапів [2, 5]:

- Перший етап відбору іноземного партнера починається з підготовчого етапу. Полягає він у тому, що український партнер думає та визначає цілі, що стосуються організації зовнішньоекономічної діяльності.

Виходячи з цілей, пошуку та вибору іноземного партнера. Пошук потенційного закордонного партнера, використовуючи пропозиції від закордонних партнерів за допомогою особистих контактів або через посередника спеціалізованих інформаційно-консультативних організацій.

У будь-якому випадку важливо отримати переконливі докази надійності як ділового партнера майбутнього, його конкурентоспроможності та фінансового добробуту. У цьому сенсі звернення на договірних засадах за допомогою професіоналів, скажімо, від госпрозрахункового підрозділу Торгово-промислової палати України, більш гарантовано отримання обґрунтованої інформації. Корисно також використовувати посилення на ділову інформацію, яка публікується в Україні, а також рекламу, що публікується в періодичних виданнях.

Для вибору найбільш сприятливого варіанту вибору іноземного партнера потрібно попереднє вивчення всіх основних економічних, технічних та організаційних умов зовнішньоекономічної діяльності.

- Другий етап - проведення попередніх переговорів з потенційним іноземним партнером та підготовка техніко-економічного обґрунтування зовнішньоекономічної діяльності.

Ініціатива створення організації зовнішньоекономічної діяльності можлива з будь-якої сторони і фактично є запрошенням до переговорів з цього питання.

Вони є вираженням взаємної зацікавленості потенційних партнерів у спільній зовнішньоекономічній діяльності, а також є першорядними питаннями як предметом діяльності, принципами співробітництва тощо. Попередні переговори щодо організації зовнішньоекономічної діяльності самі по собі не накладають жодних правових норм мита. Тому дозволяється паралельно проводити такі переговори з різними партнерами. Однак слід зазначити, що фінансування попереднього дослідження проєктів зовнішньоекономічної діяльності здійснюється зацікавленою стороною на власний ризик, а її витрати навіть після офіційної організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницької структури не є компенсує.

Третя фаза - це розробка та затвердження документів про організацію створення партнера з зовнішньоекономічної діяльності, які мають завершитися укладанням договору.

Партнери зовнішньоекономічної діяльності мають право укладати будь-які види зовнішньоекономічних договорів, крім тих, які прямо або у винятковій формі заборонені законами України.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПП «АВТО-2002» В УМОВАХ ЗЕД

2.1. Загальна характеристика діяльності ПП «Авто-2002»

Приватне підприємство «Авто-2002» (ПП «Авто-2002») - це транспортне підприємство, яке за кількісним показником є малим підприємством, основний профіль якого є сервісне обслуговування транспорту та вантажні перевезення автомобільним транспорт.

Офіційна дата реєстрації 02.06.2003 р. Юридична адреса ПП «Авто-2002»: Україна, Полтавська область, м. Кременчук, вул. Олеко Дундича, 1к. Організаційно-правова форма господарювання – приватна. Офіційний власник підприємства - фізична особа, яка є водночас директором і власником майна. На даний момент цю посаду обіймає Левченко Олександр Григорович, який здійснює управління ПП «Авто-2002».

Свою діяльність ПП «Авто-2002» розпочало з послуги таксі.

З 2005 року підприємство придбало вантажний автотранспорт і основним видом діяльності стало надання послуг з вантажних перевезень, а також послуг спеціальної будівельної техніки.

Активний розвиток та ефективна діяльність надала можливість займатись такими видами діяльності як:

- передрейсовий та післярейсовому технічному огляду автомобілів і медичний огляд водіїв;

- технічна діагностика автотранспорту на відповідність вимогам ДСТУ.

Діяльність підприємства регулюється Цивільним та Господарським Кодексами України, статутом підприємства, а також іншими нормативно-правовими документами і законодавчими актами України (Закон України «Про транспорт», Закон України «Про автомобільний транспорт», Закон України «Про дорожній рух» тощо).

Підприємство є юридичною особою у відповідності з законодавством України. ПП «Авто-2002» має свою емблему та інші реквізити; володіє, користується та розпоряджається майном, що йому належить; має свій баланс; поточні рахунки, включаючи валютний в установах банків; круглу печатку, штампи, бланки з найменуванням підприємства.

Сьогодні (згідно з останніми даними офіційної перевірки, яка відбулась 01.03.219 р.) приватне підприємство «Авто-2002» реалізує вантажні перевезення автомобільним транспортом по території України та здійснює такий перелік послуг:

- надання послуги по перевезенню вантажів;
- передрейсовому й післярейсовому технічному огляду автомобілів;
- технічна діагностика автомобільного транспорту;
- монтажне обслуговування при шиномонтажі;
- медичному обслуговування персоналу;
- послуги по встановлення додаткового обладнання (тахографі, навігаційн системи тощо).

Основною місією ПП «Авто-2002» є надання якісних послуг та отримання прибутку від діяльності.

До видів діяльності підприємства за КВЕД-2010 належать:

- 45.20 – технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів;
- 45.31 – оптова торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів;
- 45.32 – роздрібна торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів;
- 49.41 – вантажний автомобільний транспорт;
- 71.20 – технічні випробування та дослідження.

Державне регулювання в галузі автомобільного транспорту спрямоване на гарантування безпеки та якості перевезень, створення ефективного ринку перевезень в умовах добросовісної конкуренції, задоволення потреб суспільства і економіки у наданні послуг автомобільного транспорту, дотримання

національної безпеки, забезпечення ефективного споживання ресурсів та зменшення техногенного впливу на довкілля.

ПП «Авто-2002» надає такі послуги:

- послуги спецтехніки (крани, маніпулятори, автовишки);
- вантажоперевезення по Україні (самоскиди, довгоміри);
- вантажний, легковий шиномонтаж;
- продаж вантажних шин;
- тахографи: установка, калібрування, обслуговування;
- послуги медика, механіка;
- технічний контроль транспортних засобів (техогляд).
- До переліку основних послуг по шиномонтажу відносять:
- усунення гриж відкритого та закритого типу;
- встановлення киток корда в зоні пошкодження шляхом заміни на більш міцну кевларову нитку;
- ремонт пошкоджень до 30см;
- реставрація та відновлення протекторного слою;
- ремонт шин;
- рехтовка дисків;
- регулювання тиску в шинах;
- аргонна зварка дисків;
- полімерна (порошкова) покраска дисків;
- локальний та швидкий ремонт бордюрів, зацепів, сколів та пошкоджень на дисках;
- ремонт коліс (пошкодження ниток корда відкритого або закритого типу);
- сезонне зберігання щин;
- ошиповка шин, доошиповка, відновлення ремонтним шипом;
- заміна колодок;
- нарізка протекторного слою;
- ремонт, заміна, налаштування датчиків тиску на будь-який автомобіль;

- заміна та встановлення двірників;
- балансування коліс.

Вартість на шиномонтажні роботи ПП «Авто-2002» у 2019 році подано в табл. 2.1, а в табл. 2.2 – прейскурант цін на шиномонтаж легкових автомобілів.

Таблиця 2.1

Ціни на послуги шиномонтажу ПП «Авто-2002» за 2019 рік

№ з/п	Назва послуги	Вартість послуги грн. з ПДВ	
		Легкові автомобілі	Вантажні автомобілі
1	2	3	4
1.	Заміна тормозних колодок	від 100,00	від 150,00
2.	Усунення гриж відкритого та закритого типу	від 150,00	від 150,00
3.	Вулканізація	200,00 – 700,00	400,00 – 800,00
4.	Регулювання тиску в шинах	від 20,00	від 20,00
5.	Рихтовка дисків	(метал) від 80,00 (легкосплавні) від 150,00	(метал) від 80,00 (легкосплавні) від 150,00
6.	Порошкова покраска дисків	360,00-500,00	600,00-850,00
7.	Ремонт коліс (пошкодження ниток корда відкритого або закритого типу)	1,5-2см - від 250,00 2,5-4см - від 400,00 5-6 см - від 500,00	1,5-2см - від 250,00 2,5-4см - від 400,00 5-6 см - від 500,00
8.	Нарізка протектора	від 100,00	від 100,00
9.	Зварка тріщ аргонном	від 200,00	від 200,00
10.	Обтягування коліс автомобіля	від 20,00	Від 30,00

Дуже часто користувачі змушені використовувати послуги шиномонтажу через неухважність, а не тільки коли відбулось реальне пошкодження, тобто коли відбувається незначне, на перший погляд, пошкодження, яке з часом приводить до серйозних проблем. Станції шиномонтажу обладнані сучасною технікою, які здатні визначити найменші пошкодження, а досвідчені працівники здатні якісно виконати будь-які види робіт.

Крім того підприємство займається продажем шин для автомобілів та надає інші додаткові послуги на вигідних умовах, а саме:

- можливість виконати шиномонтаж безпосередньо на місці придбання шин;
- отримання певної знижки на шиномонтажні роботи (за умовою покупки шин у підприємства);
- отримання (при необхідності) безкоштовних консультацій фахівців з усіх питань, пов'язаних з шинами і шиномонтажними роботами.

Таблиця 2.2

Ціни на шиномонтажні роботи легкових автомобілів на підприємстві ПП
«Авто-2002» за 2019 рік

№ з/п	Діаметр диска	Шиномонтаж з встановленням грн. з ПДВ		Покраска дисків грн. з ПДВ	Балансування грн. з ПДВ	Ремонт камери грн. з ПДВ	Монтаж/Демонтаж грн. з ПДВ	Боковий поріз шини грн. з ПДВ
		Стальні	Легко-сплавні					
1	R 13	25,00	30,00 - 35,00	400,00	35,00	від 10,00	20,00	25,00 + латка кордова 30,00
2	R 14	30,00	35,00 – 40,00	550,00	40,00			
3	R 15	32,00	37,00 – 42,00	575,00	50,00			
4	R 16	35,00	40,00 – 45,00	600,00	55,00			
5	R 17	37,00	42,00 – 47,00	650,00	65,00			
6	R 18	40,00	45,00 – 50,00	700,00	70,00			
7	R 19	42,00	47,00 – 52,00	725,00	75,00			
8	R 20	45,00	50,00 – 55,00	750,00	80,00			
9	R 21	45,00	50,00 – 55,00	775,00	90,00			
10	R 22	45,00	50,00 – 55,00	850,00	95,00			
11	Газель	50,00		850,00	50,00-100,00			

Підприємство «Авто-2002» займається встановленням та обслуговуванні тахографів, який використовується для контролю автотранспорту. За допомогою подібних пристроїв здійснюється моніторинг експлуатації транспорту. ПП «Авто-2002» пропонує аналогові цифрові тахографи, а також комплектуючі до них.

Встановлення тахографів надає можливість отримати відомості про час роботи і відпочинку водія, величину швидкості руху, пробіг автомобіля і час

роботи двигуна. Грамотне налаштування, калібрування, техобслуговування і своєчасний ремонт дозволяють безперервно реєструвати зазначені раніше параметри.

Обладнаний на території підприємства медичний кабінет застосовується для проходження водіями передрейсового медичного огляду. Основна ціна медогляду є визначення стану здоров'я водіїв перед рейсом, встановлення факту вживання алкогольних або психотропних і наркотичних речовин, заборонених медичних препаратів, залишкових алеогольна інтоксикація (похмільного синдрому), можлива фізична втома.

Для підвищення якості обслуговування ПП «Авто-2002» пропонує технічний огляд автомобілів з відміткою про проходження в дорожньому листі. Висококваліфіковані механіки виконують передрейсовий технічний огляд автотранспорту.

На підприємстві функціонує пункт технічного контролю (ПТК), на якому діє сертифікована універсальна лінія технічної контролю, яка дозволяє проводити перевірку стану будь-якого колісного технічного транспортного засобу.

Сучасне технологічні засоби, якими обладнане підприємство, дозволяє контролювати всі необхідні параметри при проходженні автомобілями обов'язкового технічного контролю.

При проходженні технічного контролю на кожний транспортний засіб, який визнаний технічно справним, складається протокол перевірки його технічного стану, який видається власнику транспортного засобу. У документі (протоколі проходження технічного контролю) зазначається термін чергового проходження обов'язкового технічного контролю транспортного засобу.

Для виконання обслуговування клієнтів ПП «Авто-2002» застосовує лише якісну спецтехніку, яка регулярно проходить планове технічне обслуговування.

На підприємстві використовуються наступне обладнання:

- вантажопідіймальні крани (10, 14, 16, 20, 25 т);

- підйомники (автовишки) (22, 26 м);
- крани-маніпулятори (від 10 до 20 т);
- самоскиди (до 30 т);
- довгоміри (до 14 м).

Вся спецтехніка застрахована і управляється тільки високо-кваліфікованим персоналом. Перелік основних послуг та їх вартість подані в таб. 2.3.

Таблиця 2.3.

Перелік основних послуг ПП «Авто-2002» із застосуванням спецтехніки за 2019 рік та їх вартість.

№ з/п	Найменування техніки	Вартість 1 години роботи, грн. (без ПДВ)	ПДВ 20%	Вартість 1 години роботи, грн. (з ПДВ)
1	Автокран 10-14 т стріла 16 м	188,67	37,72	250,00
2	Автокран 16-18 т стріла 22 м	228,33	45,66	300,00
3	Автокран 25 т стріла 22 м	270,00	54,00	350,00
4	Автокран 25 т стріла 32+8 м	311,67	62,32	400,00
5	Автовишка	170,00	34,00	200,00
6	Тягач (площадка, самоскид)	203,33	40,66	250,00
7	Маніпулятор	270,00	54,00	350,00

Якісно організований процес вантажоперевезення транспортної діяльності компанії ПП «Авто-2002» дозволяє слідкувати за збереженням вантажу, у відповідності з правилами транспортної експедиції. Другою важливою умовою якісної організації вантажних перевезень є дотримання строків поставки, що дає можливість знизити вартість перевезення, а також вирішити будь-які інші питання, що виникають при вантажоперевезеннях.

До основних послуг компанії відносяться:

- аналіз заявки клієнта та умов перевезення;

- організація прямого автомобільного перевезення вантажу по всій Європі;
- організація перевезення різнотипних (консолідованих) вантажів;
- допоміжні та консультаційні послуги;
- надання митно-брокерських послуг;
- допомога в проходженні карантинного та фіто-санітарного контролю;
- декларування вантажу;
- виконання та занесення в реєстр платежів;
- розробка маршруту доставки вантажу до зазначеного місця;
- визначення термінів транспортування;
- організація страхування вантажів;
- оформлення документів, що відносяться до вантажоперевезення;
- інформаційна підтримка процесу перевезення вантажу;
- визначення строків, умов та послідовності виконання оплати.

Трудовий колектив ПП «Авто-2002» складається з постійного персоналу, який включає в себе керівництво підприємства, яке здійснює чітке управління та виробничого персоналу, який складається з кваліфікованих працівників, що мають необхідну професійну підготовку і забезпечують господарську діяльність. На рис. 2.1 зображена загальна структура підприємства ПП «Авто-2002».

Управлінський склад підприємства складається з: директора, заступника директора, керівника шиномонтажу, керівника транспортного відділу, керівника оптової торгівлі та керівника медичного відділу.

До виробничого персоналу належать 22 особи: 2 лікаря, 8 механіків, 6 механіків з ремонту, 2 диспетчери, 4 слюсарі з ремонту та обслуговування.



Рис.2.1. Організаційна структура ПП «Авто-2002».

Підприємством забезпечує його всім комплексом обслуговування була обрана лінійна структура управління, яка спирається на розподіл повноважень та відповідальності за функціями управління і прийняття рішень по вертикалі. Керування всього підприємства виконує директор, який ПП «Авто-2002» несе повну відповідальність за його стан і стан трудового колективу, розпоряджається майном підприємства, укладає договори, видає накази по підприємству відповідно до трудового законодавства, приймає та звільняє працівників.

На підприємстві чітко розподілені права та обов'язки. Дана структура відповідає організації та технології діяльності підприємства, сприяє ефективній взаємодії структурних підрозділів у процесі досягнення цілей на підприємстві. Перешкод в організаційних комунікаціях не існує.

Стиль управління вищого керівництва – демократичний. Основні характеристики такого стилю управління – це високий ступінь децентралізації

повноважень, активна участь співробітників у прийнятті рішень, створенням такого рівня праці, при якому робота на підприємстві організується на рівні відкритості і взаємоповаги, а досягнення при цьому успіху служить винагородою. З метою якісного виконання своїх професійних обов'язків працівники підприємства підвищують свою компетентність на курсах підвищення кваліфікації. Відповідно до політики оплати праці на підприємстві, в порівнянні з іншими організаціями аналогічного профілю, рівень заробітної праці вище, ніж у конкурентів.

До переліку основних задач, якими опікується підприємство належить надання сервісу, який має свої певні особливості, які пов'язані з процесом організації доставки вантажів. Три основні напрями транспортного сервісу в діяльності ПП «Авто-2002», що здійснюють доставку вантажів, подані в таб. 2.4.

Таблиця 2.4

Основні напрями здійснення транспортного сервісу

Напрямок транспортного сервісу	Характеристика
1	2
1. Сервіс, передуючий процесу транспортування.	<ul style="list-style-type: none"> - Забір вантажу у відправника. Підготовка пакету транспортних документів. - Надання, при необхідності, послуг з митного оформлення. - Консолідація дрібних відправок вантажу, з метою зниження витрат на транспортування. - Страхування вантажу.
2. Сервіс, супроводжуючий процес транспортування.	<ul style="list-style-type: none"> - Контроль за здійсненням транспортування. - Координація дій, залучених в процес транспортування вантажу. - Моніторинг руху вантажу з метою запобігання несприятливих ситуацій.
3. Сервіс, завершального процесу транспортування.	<ul style="list-style-type: none"> - Повідомлення вантажоодержувача/ вантажовідправника про прибуття вантажу. - При необхідності надання послуг з митного оформлення вантажу. - Здійснення розвантажувальних робіт. - Перевірка стану і рівня збереження вантажу. - Доставка вантажу одержувачу

До основних переваг, які забезпечує його всім комплексом обслуговування надає своїм клієнтам належить:

- можливість надання додаткових послуг, що робить діяльність підприємства більш гнучкою і таким чином збільшує чисельність клієнтів;
- наявність агентських договорів з рігими первізниками дає можливість надавати вантажоперевізнику необхідних видів транспортних засобів;
- комплексне обслуговування вантажевідправника, яке виконує підприємство, забезпечує його всім комплексом транспортних операцій.

Для більш чіткого розуміння організації діяльності підприємства розглянемо основні бізнес процеси, які здійснює ПП «Авто-2002». Дані бізнес-процеси поділяються на основні (процеси поточної діяльності підприємства) та допоміжні (процеси, які забезпечують існування первинних процесів). Схема організації бізнес-процесів зображена на рис. 2.2.



Рис. 2.2. Схема бізнес-процесів ПП «Авто-2002»

Аналіз рис. 2.2 доводить, що бізнес-процеси, пов'язані з транспортування вантажу (особливо при міжнародних перевезеннях), складається, в першу чергу, з імпорту/експорту вантажу, митного оформлення, а також з адміністративно-господарського, юридичного забезпечення. Крім того слід виконати такі операції, як складання графіків правильних маршрутів, пошук оптимальних варіантів подорожі для вантажоодержувача та надання безпеки вантажу під час подорожі.

Доставка товарів по Європі може представляти можливість розширити базу клієнтів, але може стати дуже складною, однак чітке управління бізнес процесами (стратегічне планування, фінанси персонал), що бере участь у міжнародних перевезеннях, едає можливість виконувати дані бізнес-процеси чітко, якісно та у встановлені терміни.

2.2 Аналіз ефективності управління господарською діяльністю

В своїй фінансовій діяльності підприємство користується власними коштами без залучення кредитів, позик, та інших видів кредитування. Підприємство має стабільний прибуток, вчасно сплачує всі податки встановленні законодавством. Керівництво підприємства проводить політику направлену на оптимізацію витрат з метою отримання якнайбільшого прибутку. Капітальних витрат достатньо, щоб забезпечити майбутні виробничі потреби.

Аналіз економічних показників роботи підприємства за 2018-2019 рр. представлено в табл. 2.5. Дані для аналізу були використані із фінансової звітності підприємства (додаток А).

Таблиця 2.5

Показники економічної діяльності ПП «Авто-2002» за 2018-2019 рр.

Назва показника	Значення показника по роках			Відхиленн у відсотках %	
	2017 (тис. грн.)	2018 (тис. грн.)	2019 (тис. грн.)	2018 рік	2019 рік
1	2	3	4	5	6
1. Необоротні активи					
залишкова вартість	1413,4	2 271,6	3130,2	60,7	37,8
первісна вартість	1888,9	3060,9	4232,9	62,0	38,2
знос	475,5	789,3	1103,1	65,9	39,7
2. Оборотні активи					
запаси	20,9	69,9	118,9	34,4	70,1
дебіторська заборгованість (чиста реалізаційна вартість)	92,8	174,8	256,9	88,4	
грошові кошти	169,6	159,9	310,1	-5,7	46,9
витрати майбутніх періодів	2,2	2,6	3	18,2	15,3
Баланс	1 698,9	2 678,8	3658,7	57,7	36,5
3. Власний капітал					
Нерозподілений прибуток	711,2	857,2	1003,2	20,5	17,0
4. Поточні зобов'язання					
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	508,5	660,2	811,9	151,7	22,9
Заборгованість з бюджетом	11,3	36,7	62,1	25,4	69,2
Інші поточні зобов'язання	462,0	1 118,8	1775,6	656,8	58,7
Баланс	1 698,9	2 678,8	3658,6	979,8	36,5

Проведений нами аналіз в таблиці 2.4 дає можливість зробити висновок, що ПП «Авто-2002» у 2019 році придбало основні засоби, що збільшило їх загальну первісну вартість на 1172 тис. грн. (що складає 62%), це говорить про збільшення парку вантажних автомобілів та спеціальної будівельної техніки.

Загальна валюта балансу підприємства в 2019 році в порівнянні з 2018 роком збільшилися на 979,8 тис. грн. (що складає 57,7%), це говорить про покращення економічної діяльності підприємства.

Основні економічні показники підприємства (чистий дохід від реалізації готової продукції, середньорічна вартість основних виробничих фондів, собівартість реалізації готової продукції, фондівіддачі тощо) по підприємству ПП «Авто-2002» представлені в табл. 2.6.

Показники діяльності ПП «Авто-2002» за 2018-2019 рр.

	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відношення 2018/2017р. %	Відношення 2019/2018 р. %
1	2	3	4	5	6
Виручка від реалізації продукції (товарів, послуг), тис. грн.	7666,0	7716,0	7830,6	1,01	1,01
Чистий прибуток (виручка) від реалізації продукції (товарів, послуг) (ВП), тис. грн.	6388,3	6438,3	6533,8	1,01	1,01
Обладнання, тис. грн.	5981,6	6031,6	6658,6	1,01	1,11
Середньоспискова чисельність ПВП, чол.	17	19	20	1.11	1,05
Середньорічний виробіток ТП на 1 прац., грн.	314,8	334,8	367,8	1,06	1,11
Середньорічна вартість капіталу (СК), тис. грн.	1413,4	2251,6	1393,4	1,59	0,62
Фондовіддача на 1 грн. вартості ОВФ, грн.	4,23	3,35	5,23	0,79	1,56
Собівартість реалізованої продукції (товарів, послуг), (Скоб) тис. грн.	5981,6	6001,6	6628,6	1.01	1,11
Питома вага оборотних капіталів у чистому доході, (%)	0,93	0,95	1,03	1,02	1,08
Валовий прибуток (збиток), тис. грн.	151,9	171,9	198,7	1,13	1,15
Фінансові результати від звичайної діяльності: чистий прибуток (збиток), тис. грн.	123,0	125,0	149,2	1,01	1,19

З аналізу показників, наведених в табл. 2.5, можна зробити висновок, що в 2019 році у порівнянні з 2018 роком підприємство збільшило обсяги наданих послуг на 1,52% ($7830,6 / 7716,0 = 1,015\%$), при цьому чистий дохід також виріс – на 1,52% ($6533,8 / 6438,3 = 1,015\%$), це доводить, що фінансовий стан підприємства покращився і відповідно про покращення економічного стану підприємства.

Одним з найважливіших показників, що характеризує діяльність підприємства та його ділову активність є оборотність капіталу, яка тісно пов'язана з його рентабельністю і служить одним з найважливіших показників, що характеризують інтенсивність використання засобів підприємства і його ділову активність.

Швидкість оборотності капіталу характеризується коефіцієнтом оборотності і тривалістю одного обороту.

Коефіцієнт оборотності розраховується по формулі :

$$Kоб = ВП / СК, \quad (2.1)$$

де: Коб - коефіцієнт оборотності;

ВП - чистий прибуток від реалізації, грн.;

СК - середньорічна вартість капіталу, грн.

Оборотність капіталу залежить від швидкості оборотності основного і оборотного капіталу і від його структури і розраховується за формулою:

$$Kоб_{СК} = УДоа * Kоб_{ОК}, \quad (2.2)$$

де Коб_{СК} - коефіцієнт оборотності сукупного капіталу;

УДоа - питома вага оборотного капіталу в загальній сумі капіталу;

Коб_{ОК} - коефіцієнт оборотності оборотного капіталу.

З метою повної (комплексної) оцінки фінансового стану підприємства проведено аналіз забезпеченості власними оборотними капіталами, робочим капіталом, нормальними джерелами формування запасів за допомогою показників оборотності та фінансової стійкості.

Аналіз показників фінансової стійкості підприємства ПП «Авто-2002» за 2018-2019 рр. представлений в табл. 2.7.

Таблиця 2.7.

Оцінка показників фінансової стійкості ПП «Авто-2002» за 2018-2019 рр.

Назва показника	Нормативне значення	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду	Відхилення (+; -)
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотним капіталом	0,1	2,49	3,49	+1,00
Коефіцієнт співвідношення необоротних і власних коштів	0,5-0,8	3,82	3,12	+0,64
Забезпечення робочим капіталом	-	704,40	741,10	+36,70
Коефіцієнт забезпечення запасів робочим капіталом	більше 0,2	0,37	0,41	+0,04
Коефіцієнт забезпечення матеріальними запасами	0,8	0,91	1,12	+0,21
Коефіцієнт оборотності сукупного капіталу, матеріальних запасів	6,5	6,30	6,40	+0,10
Коефіцієнт оборотності активів	0,95-1,15	0,72	0,75	+0,03

Згідно з результатами та можемо зробити висновок, що діяльність ПП «Авто-2002» є успішним. Найбільший показник, це забезпечення робочим капіталом, який складає +36,70, а відповідно найменший показник це коефіцієнт оборотних активів (+0.03).

2.3 Аналіз ефективності ПП «Авто-2002» в міжнародному конкурентному середовищі

Аналіз ефективності будь-якого підприємства не можливий без з'ясування основних переваг та недоліків, які здійснює підприємство. Для цього ми використаємо SWOT-аналіз, який дозволяє провести детальне вивчення, як зовнішнього так і внутрішнього середовища. Результатом раціонального SWOT-аналізу, спрямованого на формування узагальненого інформаційного потенціалу, повинні з'явитися ефективні рішення, що стосуються відповідної

реакції суб'єкта. Матриця SWOT- аналізу конкурентних переваг підприємства ПП «Авто-2002» представлена в таблиці 2.8.

Отже, до сильних сторін підприємства відноситься те що, ПП «Авто-2002» має дуже потужне сучасне обладнання, має можливості перевезення консолідованих вантажів; сучасного обладнання для обслуговування клієнтів; високий рівень обслуговування клієнтів.

До слабких сторін відноситься відсутність маркетолога на підприємстві (всі рішення з питань маркетингу приймає директор), для укладення договорів з великими підприємствами треба приймати участь в тендерах, де пропонувати нижчий рівень цін, ніж у конкурентів-перевізників, а в зв'язку з тим, що підприємство мале за обсягами – це не завжди вигідно.

Проведений нами аналіз для внутрішнього і зовнішнього середовища показав дублювання певних показників таких як: наявність можливості перевезення консолідованих вантажів; висока швидкість обслуговування клієнтів; наявність можливості відслідковування вантажу під час транспортування; високий рівень кваліфікації персоналу (сильні сторони) адже це стосується як внутрішньої так і міжнародної діяльності.

Очевидні також і певні показники, які стосуються лише зовнішнього середовища. Наприклад такі показники, як нестабільна політична ситуація в країні; розширення частки міжнародного ринку (загрози), які належить саме зовнішнім показникам [17].

Постачальники мають достатньо великий вплив на діяльність всього підприємства і його конкурентоспроможність через можливість змінювати ціну на сировину, а також обсяги поставок. Великі підприємства досить часто застосовують при закупівлі товарів та послуг тендер. Тендер допомагає визначити саму оптимальну пропозицію по поставкам сировини. Робота на основі тендеру неможлива в зв'язку з великими витратами часу на саме оформлення документів (підписання договору тощо).

SWOT- аналіз ПП «Авто-2002» для внутрішнього та зовнішнього
середовища

Внутрішнє середовище	Сильні сторони підприємства	Наявність можливості перевезення консолідованих вантажів; Наявність сучасного обладнання; Якісне та швидке обслуговування клієнтів; Наявність можливості відслідковування вантажу під час транспортування; Цінова політика; Перелік послуг, які надає підприємство; Високий рівень кваліфікації персоналу.
	Слабкі сторони підприємства	Не досить налагоджене партнерство з перевізниками Кількість клієнтів, яка постійно змінюється; Постійне коливання кількості замовлень на перевезення.
	Можливості підприємства	Відсутність маркетингових послуг; Потреба в оновленні автопарку; Розширення частки ринку в країні; Розширення спектру додаткових послуг; Партнерські відносини з перевізниками і замовниками на довгострокових умовах; Не готовність працівників до змін; Високий рівень конкуренції.
	Загрози підприємства	Потреба в оновленні автопарку; Нестабільна політична ситуація в країні; Залежить від економічної ситуації в країні; Колівання цін на паливо; Нестабільність курсу долара.
Зовнішнє середовище	Сильні сторони підприємства	Наявність можливості перевезення консолідованих вантажів; Наявність сучасного обладнання; Якісне та швидке обслуговування клієнтів; Високий рівень компетентності митних брокерів; Висока швидкість обслуговування клієнтів (прийом і видача вантажу, митне оформлення); Наявність можливості відслідковування вантажу під час транспортування; Високий рівень кваліфікації персоналу.
	Слабкі сторони підприємства	Кількість клієнтів, яка постійно змінюється; Розширення спектру додаткових послуг; Постійне коливання кількості замовлень на перевезення.
	Загрози підприємства	Потреба в оновленні автопарку; Відсутність маркетингових послуг; Партнерські відносини з перевізниками і замовниками на довгострокових умовах; Колівання цін на паливо.
	Загрози підприємства	Нестабільна політична ситуація в країні; Розширення частки міжнародного ринку; Залежність від економічної ситуації в країні; Високий рівень конкуренції; Нестабільність курсу долара.

Слід зазначити, що при виконанні міжнародних перевезень ПП «Авто-2002» автоматично виконує функцію агента, який відповідає за безпеку вантажу під час перевезень, і є також власником товару, купуючи його у клієнта на час перевезень.

Отже підприємство бере на себе всі сервісні операції, які пов'язані з організацією зовнішньоекономічних операцій, в саме:

- укладення агентського угод та контрактів (Клієнт – ПП «Авто-2002» – Постачальник);
- виконання розрахунків по вартості перевезень, згідно з умовами контракту;
- виконання перевезень;
- забезпечення безпеки та страхування вантажу під час перевезень;
- отримання дозвільних документів на ввезення;
- підготовка та митне оформлення документів;
- оформлення супроводжуючих документів.

Отже основною перевагою для клієнта під час міжнародних перевезень є те, що всі зобов'язання при організації процесу (за рахунок того, що воно є власником товароруку) бере на себе ПП «Авто-2002».

На рис. 2.3. Представлена схема виконання імпорتنих операцій ПП «Авто-2002».

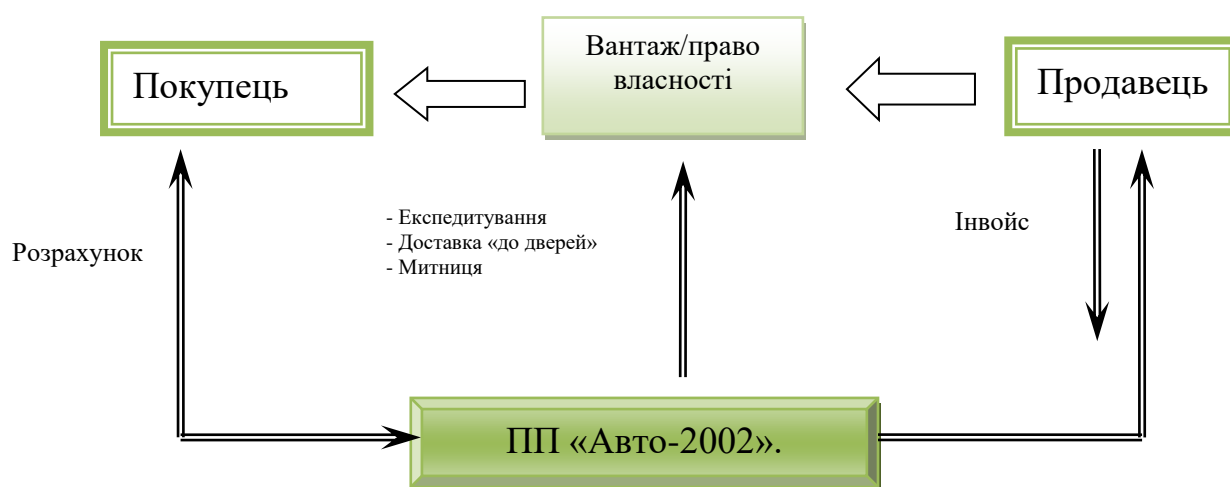


Рис. 2.3. Схема виконання імпорتنих операцій ПП «Авто-2002»

Експортні операції виконуються аналогічно імпорту. Для забезпечення якісного обслуговування клієнта ПП «Авто-2002» купує його товар, який необхідно перевезти і таким чином уникає участі в забезпеченні експортних операцій (в тому числі і відшкодування по ПДВ). Основна умова експортної поставки для зарубіжного покупця - 100% передоплата. Схема виконання експортних операцій підприємства представлена на рис.2.4.

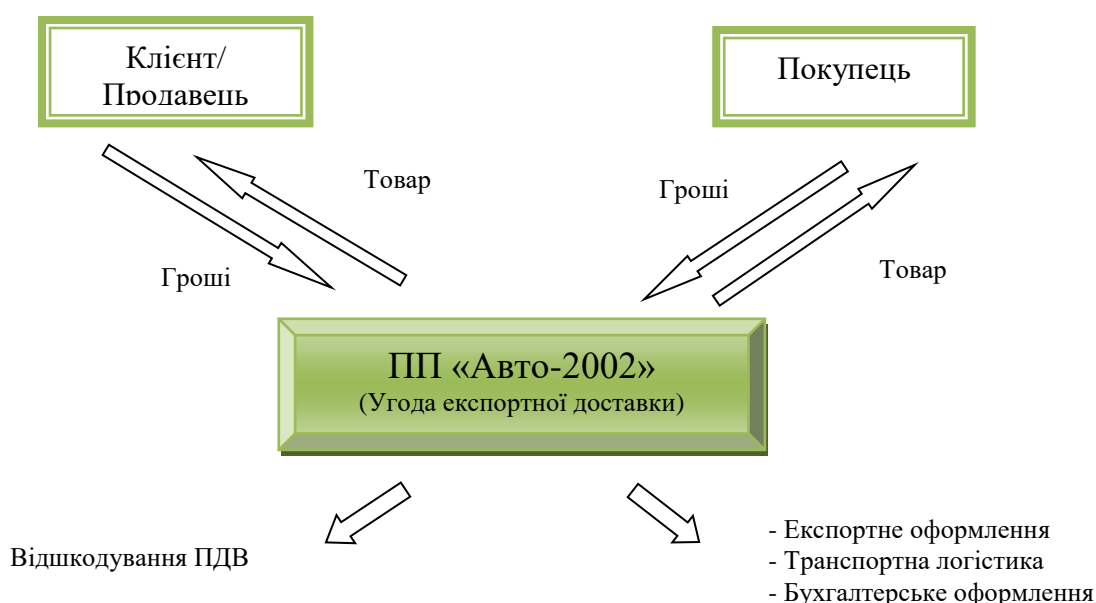


Рис. 2.4. Схема виконання експортних операцій ПП «Авто-2002»

Крім того використання підприємства в якості посередника, який надає послуги дає можливість його уникнення в ознайомлення особливостей податкового законодавства (яке часто змінюється), яке пов'язане з відшкодуванням ПДВ. В комплекс експортних послуг також входить отримання сертифікату проходження на товар.

Аналізуючи діяльність підприємства, яке діє в конкретному середовищі, існує певний перелік факторів, які справляють на нього певний вплив.

Міжнародне конкурентне середовище – це суб'єкти конкурентної боротьби і їх дії із забезпечення власних інтересів, в результаті чого формуються певні

умови діяльності підприємства. В табл. 2.9. Надано коротку характеристику конкретного конкурентного середовища ПП «Авто-2002».

Таблиці 2.9

Характеристика конкурентного середовища ПП «Авто-2002»

Ознака	Еип конкурентного середовища ПП «Авто-2002»
1	2
Територіальна	Міжнародне конкурентне середовище (яке включає виробників декількох країн); Національне конкурентне середовище (охоплює вітчизняних виробників продукції).
Об'єкт купівлв	Конкурентне середовище товарів: середовище предметів споживання; конкурентне середовище товарів тривалого використання; Кнккурентне середовище науково-технічних розробок;
Модель конкуренції на ринку	Конкурентне середовище досконалої конкуренції;.

Основна галузь, в яких конкурує підприємство – це автомобільна галузь та транспорт. Відповідно міжнародне конкурентне середовище підприємства охоплює різні сегменти споживчих ринків автомобільних перевезень, сервісного обслушовування та постачання.

З метою аналізу ефекиивності діяльності підприємства проведемо аналіз конкурентів транспортного підприємства з використання системи ранжованих критеріїв.

Принцип даної системи полягає в порівнянні сумарного рейтингу перевізників. Для аналізу конкурентів ПП «Авто-2002» таб. 2.10 представлений спеціально розроблена рангова система показників.

Згідно з даними таблиці (в якій сума балів варується від 64 до 93) сумарний рейтинг у всіх перевізників, облік рангу фактора з ваговим коефіцієнтом показав, що перевізник ПП «Авто-2002» найкращими показниками, за чкими лідріує компанія є тарифи перевезень, загальний час перевезень, фінансової стабільності перевізника, якості сервісу, кваліфікації

персоналу, відстеження руху транспортного засобу, гнучкості схем маршрутів перевезень.

Таблиця 2.10

Аналіз ринку конкурентів ПП «Авто-2002»

Критерій (показник)	ІМТРЕК ТОВ	«Авто-2002»	Нова пошта	ТК «САТ» ТОВ	ЕЛІН ЛТД	УТС	ТД Автотранс	Турман Експрес	Форін-тос	ММ-ТРАНС, ТОВ
2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Загальний час перевезення	11	8	7	4	8	4	5	4	7	4
Тарифи (вартість перевезення)	2	10	9	2	5	2	3	2	7	2
Фінансова стабільність перевізника	6	8	7	6	6	6	8	6	6	6
Безпека перевезень	7	9	6	7	4	5	10	11	6	7
Надійність (дотримання часу прибуття)	10	7	3	3	6	8	4	3	9	3
Готовність перевізника до переговорів про зміну тарифу	4	5	10	5	4	5	6	5	5	5
Наявність додаткових послуг	4	6	8	9	9	9	6	9	9	9
Якість сервісу	8	10	9	8	8	8	5	8	8	8
Кваліфікація персоналу	6	10	9	10	10	10	8	10	10	10
Відстеження руху транспортного засобу	10	11	2	11	6	7	4	8	6	9
Гнучкість схем маршрутів перевезень	8	9	6	7	8	3	5	4	8	6
Загальна оцінка	76	93	76	72	74	67	64	70	81	69

Розрахуємо кількісні і якісні критерії вагових коефіцієнтів по формулі 2.3:

$$W_i = \frac{2(N - j + 1)}{N(N + 1)} \quad (2.3)$$

де W_i – ваговий коефіцієнт i -го критерію, $i \in \overline{1, N}$;

j – значення рангу критерію;

N – загальна кількість критеріїв, що враховуються при визначенні інтегральної оцінки (релейні показники не враховують) ($N = 11$).

Визначимо значення вагового коефіцієнта для критерію надійність:

$$W_i = \frac{2(11-1+1)}{11(11+1)} = 0,1667 \quad (2.4)$$

За формулою 2.4 аналогічно розрахуємо такі вагові коефіцієнти для інших критеріїв, таких як: надійність, фінансова стабільність ТА ТАРИФ. В табл. 2.11 зведено розрахункові показники для оцінки ПП «Авто-2002».

Таблиця 2.11

Показники оцінки перевізників

Критерій	Перевізники										Ранг
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Надійність	0,78	0,82	0,84	0,93	0,81	0,87	0,91	0,77	0,84	0,89	1
Фінансова стабільність	14	17	13	15	12	18	11	16	12	10	9
Тариф	7,8	7,75	7,32	4,8	6,7	7,2	4,85	6,4	7,25	5,52	4
Наявність сертифікату	так	Так	так	так	ні	ні	так	ні	ні	так	-
Загальний час, %	20	24	22	12	16	13	22	17	23	19	3
Частота сервісу	добре	дуже добре	задовільно	добре	задовільно	добре	добре	дуже добре	добре	добре	8
Якість сервісу	відмінно	добре	дуже добре	добре	задовільно	дуже добре	дуже добре	добре	добре	добре	5
Збереженість	дуже добре	дуже добре	дуже добре	задовільно	задовільно	добре	добре	добре	добре	добре	2
Кваліфікація персоналу	відмінно	задовільно	задовільно	відмінно	відмінно	добре	дуже добре	добре	добре	добре	7
Готовність до переговорів	дуже добре	дуже добре	дуже добре	задовільно	задовільно	добре	добре	добре	добре	добре	6
Наявність додаткових послуг	так	так	так	ні	ні	так	так	так	ні	ні	-

Згідно з результатами таблиці нами виконаний розрахунок оцінок для кожного кількісного показника. Таким чином визначено, який критерій найбільш привабливе при проведенні оцінки. Тобто визначимо, яке максимальне (max) чи мінімальне значення (min) повинен мати критерій. Відповідно, чим

більше критерій відповідає максимальним значенням, тим більш привабливим буде перевізник для клієнтів [64]. Отже для критерію «надійність» при виборі перевізника екстремальним значенням є «max». Далі серед всіх перевізників оберемо найкраще, за визначеним екстремумом, значення. Згідно з даними таблиці значенням для показника «надійність» є 0,92. Це значення занесемо до табл. 2.12 (стовбчик «еталонне значення»). Всі інші показники розраховуються аналогічно.

Розрахуємо кількісний показник (Z_i) за формулою:

- при показнику (max):

$$Z_i = \frac{K_{ni}}{K_{em}}, \quad (2.5)$$

- при показнику (min):

$$Z_i = \frac{K_{em}}{K_{ni}}, \quad (2.6)$$

де K_{em} - еталонне визначення для даного показника;

K_{ni} - фактичне значення критерію для перевізника.

Отже визначення показника «надійність» для 1 перевізника за раозрахунками матиме значення:

$$Z_1 = \frac{0,84}{0,92} = 0,91$$

Всі інші показники ми будемо розраховувати аналогічно. Результати розрахунків занесемо в таб. 2.12.

Розрахунок кількісного критерію (D_i) з урахуванням вагового коефіцієнта проведемо за формулою:

$$D_i = Z_i \cdot W_i \quad (2.7)$$

Отже значення показника «надійність» для 1 перевізника буде складатиме:

$$D_1 = 0,91 \cdot 0,222 = 0,202$$

Таблиця 2.12

Розрахунок критеріїв кількісних показників перевізника

№ п/п	Показник	Ваговий коєфі- цієнт	Екстремум	Еталонне значення	Перевізник			
					ІМТРЕК ТОВ		ПП «Авто-2002»	
					Визначення без	Визначення з	Визначення без	Визначення з
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Фінансова стабіль- ність	0,028	max	15	0,86	0,024	1	0,029
2	Надійність	0,167	max	0,91	0,91	0,203	1	0,221
3	Тариф	0,140	min	4,8	0,61	0,087	1	0,138
4	Загальний час, %	0,168	min	14	0,57	0,098	1	0,166
5	Сумарна кількісна оцінка з урахуванням вагового коєфіцієнта				0,409		0,556	

Згідно з результатами розрахунків значення якісного критерію зроблено на основі функції бажаності. Отже для показника «частота сервісу» для перевізника визначені «добре» (за шкалою бажаності даному показнику відповідає чисельне значення 0,782). Виконання розрахунків чисельності вивчаємо з урахуванням вагового коєфіцієнта аналогічно з попередніми кількісними оцінками. Результати проведених розрахунків заносимо в таб. 2.13.

Таблиця 2.13

Розрахунок інтегральних та якісних критеріїв перевізника

№ п/п	Критерії	Ваговий коєфіцієнт	Перевізник			
			ІМТРЕК ТОВ		ПП «Авто-2002»	
			Визначення без	Визначення з	Визначення без	Визначення з
1	2	3	4	5	6	7
1	Збереженість	0,193	0,913	0,176	0,54	0,103
2	Частота сервісу	0,055	0,784	0,043	0,783	0,044
3	Кваліфікація персоналу	0,110	0,54	0,058	0,976	0,108
4	Готовність до переговорів	0,082	0,914	0,075	0,54	0,044
5	Сумарна якісна оцінка з урахуванням вагового коєфіцієнта		0,356		0,299	
6	Інтегральна оцінка		0,765		0,855	

В таблиці подані розрахунки інтегрального показника встановимо на основі якісних і кількісних оцінок, з урахуванням вагових коєфіцієнтів. Отже,

інтегральна оцінка по перевізнику 1 складає 0,765, по перевізнику 2 – 0,855 і т.ін.

За результатами проведених розрахунків можна зробити висновок, що для підвищення ефективності діяльності на ринку «середнього споживача», необхідно покращити процес стосунків з постійними клієнтами.

Аналіз діяльності з різними (тимчасовими) постачальниками можна зробити висновок, що вона є менш ефективною, і ускладнює діяльність підприємства.

Здійснення процесу міжнародних перевезень викликає додаткові витрати.

Для розрахунку ефективності діяльності підприємства-перевізника слід розрахувати, при яких умовах витрати на організацію процесу збування і транспортування товарів будуть мінімальними. Розрахуємо дані витрати для тижневого періоду. Показники роботи транспортно-складської підсистеми ПП «Авто-2002» подані в табл. 2.14.

Таблиця 2. 14

Діяльність транспортно-складської підсистеми ПП «Авто-2002»

№ з/п	Назва критерію	Одиниці вимірювання	Визначення
1	2	3	4
1	Вартість зберігання товарів у посередника	грн. на добу/т	28
2	Вартість зберігання товарів у виробника	грн. на добу/т	24
3	Вартість одного замовлення	грн.	55
4	Обсяг потреби товари для посередника	т/добу	6,5
5	Вартість палива (за 1л)	грн.	27,3

Отже, згідно табл. 2.14, можна зробити висновок, що вартість зберігання товарів у виробника незначно, але менше вартості зберігання у посередника. Крім того нами виконано розрахунок основних витрат, пов'язаних з процесом організації перевезень ПП «Авто-2002».

Розрахуємо загальні витрати на збереження і транспортування товарів на стадії розподілу за формулою:

$$C_{\text{общ}} = C_{xp}^{np} + C_3 + C_{mp} + C_{xp}^{poz} \quad (2.8)$$

Де:

$C_{xp}^{np}, C_{xp}^{poz}$ - визначення витрат на зберігання продукції у виробника і посередника, грн.;

C_3 - витрати на виконання замовлення, грн.;

C_{mp} - витрати на перевезення товарів від виробника до роздрібного торговця, грн.

Для аналізу витрат на збереження продукції у виробника і посередника виконаємо їх розрахунок за формулою [71, с. 99]:

$$C_{xp}^{np} = Q_{xp}^{np} \cdot t_{xp}^{np} \cdot t_{1m}^{np} \quad (2.9)$$

$$C_{xp}^{poz} = Q_{xp}^{poz} \cdot t_{xp}^{poz} \cdot t_{1m}^{poz} \quad (2.10)$$

Де:

$Q_{xp}^{np}, Q_{xp}^{poz}$ - загальний обсяг товарів за період, що розглядається, відповідно у виробника і посередника, т;

$t_{xp}^{np}, t_{xp}^{poz}$ - час збереження однієї тонни товарів за період, що розраховується, у виробника і посередника, діб;

$t_{1m}^{np}, t_{1m}^{poz}$ - вартість збереження товару за одну добу для виробника і посередника, грн./т/добу.

Витрати на виконання замовлення визначимо за формулою:

$$C_3 = K \cdot n, \quad (2.11)$$

Де:

K - ціна здійснення одного замовлення, грн.;

n - чисельність замовлень за період, що розглядається, од.,. Розрахунок даного показника здійснено за формулою:

$$n = \frac{Q}{S} \quad (2.12)$$

Де:

Q - обсяг товарів посередника за період розрахункового часу, т;

S - обсяг одного замовлення, т.

Розрахунок витрат на транспортування виконаємо за формулою 2.13:

$$C_{mp} = (1,6S + 13,5C_m)n \quad (2.13)$$

Де:

C_m - вартість одного літра палива, грн.

Отже якщо кількість замовлень складає $n=7$ (кожен день замовляється обсяг, що дорівнює добовій потребі товарів для роздрібного торговця), а $S = 6,3$ т., то загальний бсяг товарів, замовлений посередником за період, що розглядається складе: буде 4,4 т.

На рис. 2.5 зображені графіки зберігання товарів у виробника і посередника.

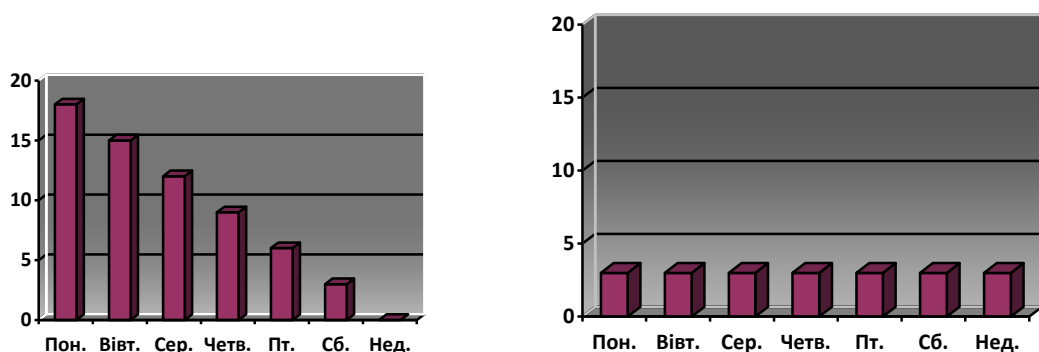


Рис. 2.5. Графічне зображення обсягів товарів ,які зберігаються (при кількості замовлень 7): а) у виробника; б) у посередника.

Використовуючи результати, подані на рис. 2.5. аналогічно розрахуємо показники зберігання товарів у виробника і посередника при кількості замовлень $n=6$. Результати розрахунків занесемо в табл. 2.15.

Таблиця 2.15

Показники обсягів збереження товарів у виробника і посередника
(при кількості замовлень 6)

№ п/п	Показник	Одиниці вимірювання	Визначення	
			Зберігання у виробника	Зберігання у посередника
1	2	3	4	5
1	Обсяг збереження товарів	т/добу	63	21
2	кількість замовлень за період, що розглядається	Од.	6	6
3	Витрати на збереження	Грн.	1512	588
4	Витрати на виконання замовлення	Грн.	371	371
5	Обсяг одного замовлення	т.	7.35	7.35
6	Загальні витрати	Грн.	3552.71	

На рис. 2.6 подано графік збереження товарів у виробника і посередника при кількості замовлень дорівнює 6.

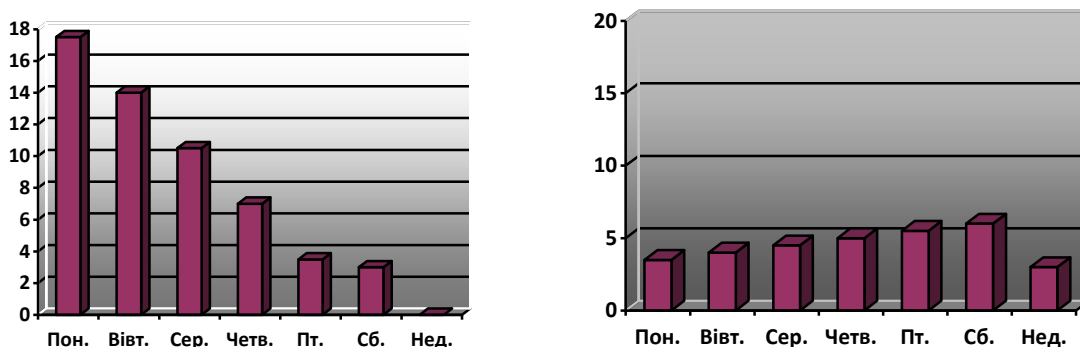


Рис. 2.6. Графічне зображення кількості збереження (при кількості замовлень 6):

а) у виробника; б) у посередника.

В табл. 2.16 зведено результати розрахунків витрат на перевезення товарів ПП «Авто-2002».

Таблиця 2.16

Результати розрахунку витрат при організації перевезень ПП «Авто-2002»

№ з/п	Кількість замовлень	Обсяг замовлення, т	Витрати, грн.				
			на збереження у виробника	на замовлення	на транспортування	на збереження у роздрібного торговця	загальні
1	2	3	4	5	6	7	8
1	7	6,3	1512	371	1082	567	3532
2	6	7,35	1260	318	937	851	3366
3	5	8,82	1210	265	793	907	3175
4	4	11,03	1159	212	648	964	2983
5	3	14,7	1109	159	504	1021	2793
6	2	22,05	1058	106	359	1077	2601

Згідно з результатами, поданими в табл. 2.16 можна зробити висновки, що найбільш вигідним є варіант при якому при кількості замовлень буде 2, і відповідно обсяг замовлен 22,05 т. При цьому загальні витрати складатимуть 2601 грн.

Проведений нами аналіз показав, що розрахунок ефективності діяльності підприємства можливий лише при урахуванні всіх витрат в ланцюзі організації транспортного процесу. Тільки їх попередній розрахунок дозволить визначити найбільш ефективний варіант транспортування вантажу.

РОЗДІЛ 3

ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Шляхи покращення ефективності діяльності підприємства на міжнародному транспортному ринку

Транспортний сектор є ключовим фактором, що сприяє економічному зростанню та розвитку регіонів, пов'язаний з наданням послуг, від яких залежить економіка та суспільство, а також рух людей і товарів. Крім того транспорт збільшує доступ підприємств та споживачів на національні та міжнародні ринки та сприяє економічній диверсифікації та регіональній інтеграції, підтримуючи зростання економіки на міжнародному ринку [64].

Оптимізація процесу діяльності, з метою підвищення ефективності це стратегія досягнення безпечних, надійних і стійких транспортних систем, що втілюють ринкові принципи, врівноважують економічні, екологічні та соціальні потреби та відповідають потребам промисловості є основним напрямком стратегічного розвитку підприємства та найважливішою умовою підвищення безпеки процесів перевезення вантажу [59]. Для досягнення цього бачення підприємство повинно співпрацювати з вітчизняними та міжнародними компаніями, пропонуючи різноманітні асортимент продуктів для задоволення потреб своїх клієнтів та транспортних проектів. На рис. 3.1. зображені основні стратегічні цілі підвищення ефективності діяльності ПП «Авто-2002».



Рис. 3.1. Стратегічні напрмки підвищення ефективності діяльності
ПП «Авто-2002»

Отже до основних напрямків покращення ефективності діяльності підприємства належать [29]:

- інформатизація процесу доставки продукції, використання сучасних комп'ютерних технологій і програм, що дозволяють здійснювати моніторинг і контролінг руху вантажів в режимі постійного доступу (On-line);
- формування і зміцнення комунікативних зв'язків між учасниками процесу транспортування, направлених на підвищення якості доставки вантажів;
- вдосконалення рівня сервісного обслуговування автомобілів та перевезень;
- застосування екологічно-орієнтованих і ресурсозберігаючих транспортних технологій;

– розвиток інтермодальних і мультимодальних перевезень за допомогою інтеграції і кооперації різних видів транспорту.

Враховуючи той факт, що розвиток транспортних систем повинен стосуватися виходу на підприємства та різні ринки товарів (послуг), виникає потреба звернутися до процесу диверсифікації діяльності підприємства.

Для реалізації процесу диверсифікації треба розглянути конкурентні позиції фірми співставленні з показниками, що характеризують різні типи ринків в залежності від темпів росту. В результаті такого співставлення виникають чотири стратегічні ситуації, в кожній з яких може попасти недиверсифіковане підприємство (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Основні стратегічні можливості, які відповідають положенню на ринку недиверсифікованого підприємства

Високі темпи ринку	
Слабка конкурентна позиція	Сильна конкурентна позиція
<p>Стратегічні можливості:</p> <ul style="list-style-type: none"> - перегляд стратегії концентрації в одній сфері (для збільшення товарообігу); - покупка іншої фірми в тій самій галузі (для збільшення конкурентних переваг); - вертикальна інтеграція (якщо вона посилює позиції фірми); - диверсифікація; - злиття чи продаж більш сильній фірмі; - закриття (остання можливість, якщо інші заходи не допомогли). 	<p>Стратегічні можливості:</p> <ul style="list-style-type: none"> - продовження концентрації в одній галузі; - міжнародна експансія (якщо існують можливості ринка); - вертикальна інтеграція (якщо це посилить конкурентні позиції фірми); - диверсифікація в суміжні галузі (для переносу в них досвіду та знань з базової галузі).
Низькі темпи ринку	
Слабка конкурентна позиція	Сильна конкурентна позиція
<p>Стратегічні можливості:</p> <ul style="list-style-type: none"> - перегляд стратегії концентрації в одній сфері (для збільшення товарообігу); - злиття з конкуруючою фірмою (для посилення конкурентних переваг); - вертикальна інтеграція (якщо вона суттєво укріплює позиції фірми); - диверсифікація; - «зняття сливок» та вихід з ринку; - ліквідація (якщо інші заходи не допомогли) 	<p>Стратегічні можливості:</p> <ul style="list-style-type: none"> - міжнародна експансія (якщо існують можливості ринка); - диверсифікація в суміжні галузі; - диверсифікація в нові галузі; - сумісні підприємства в нових галузях; - вертикальна інтеграція (якщо це посилить конкурентні переваги фірми); - продовження стратегії концентрації (зростання за рахунок відвойованої частки ринку в слабких конкурентів)

Для підвищення ефективності діяльності підприємство повинне розрахувати свої можливості з оновлення конкурентної стратегії, з урахуванням швидкого темпу зростання ринку. Не зважаючи на нестабільну ситуацію на міжнародному ринку навіть найслабкіші компанії повинні покращити свої фінансові показники [31]. В умовах створення нового підприємства, шанси її розвитку на багато більші, через відсутність конкурентів, які ще не встигли опанувати сферу для підприємництва (на відміну від галузей, в яких спостерігаються тенденції стагнації чи спаду виробництва). Однак, якщо слабка фірма все ж буде мати нестачу в ресурсах та знаннях і не зможе розвинути самостійно, тоді у неї існує тільки два шляхи: об'єднатися з іншою компанією даної галузі, чи з компанією іншої галузі, з метою підтримки особистої діяльності. За таких умов оптимальним варіантом є вертикальна інтеграція, але лише за умов наявності у неї достатньої кількості матеріальних ресурсів. Інший варіант – диверсифікація або інвестування в нові технології. У випадку, коли жодний з перерахованих варіантів не матиме необхідного ефекту, негативною, але необхідною стратегічною позицією для підприємства буде звертання одного з видів її діяльності, а для спеціалізованої – самоліквідація. Хоча даний варіант є дуже радикальним, але необхідним для підприємства, що не спроможне ефективно розвиватися в даній конкретній галузі, тобто неспроможне ефективно функціонувати взагалі, тим більш в умовах конкуренції, що зростає, та погіршення умов для бізнесу в галузі.

Підсумовуючи зазначені вище фактори, слід зазначити, що підприємство зі слабкою конкурентною позицією на відносно повільно зростаючому ринку повинне звернути увагу на наступні перспективи:

- перебудову ринкової стратегії з метою виправити свої положення та зайняти більш вигідну позицію;
- злиття з іншою компанією чи поглинання компанією-конкурентом для створення більш сильної бази для конкуренції;

- інвестування в новітні технології при наявності додаткових фінансових ресурсів і таким чином збільшення прибутку;
- інтеграцію з постачальниками товарів та клієнтами, якщо ці дії будуть збільшувати прибуток та посилювати довготермінову конкурентну стратегію;
- диверсифікація шляхом вкладення грошей в нові галузі;
- ліквідацію своєї присутності в бізнесі шляхом продажу іншій компанії, чи шляхом завершення діяльності.

Потужні підприємства, в умовах повільно зростаючої галузі, повинні розглянути можливість використання надлишку грошових коштів для впровадження процесу диверсифікації. Диверсифікація в сфері, де підприємство може ефективно використовувати свої головні переваги, є максимально ефективною стратегією. Однак диверсифікація в зовсім нові для підприємства галузі повинна розглядатися тільки в тому випадку, якщо жодна з близьких галузей вже не забезпечую перспектив для росту.

Сумісні підприємства з іншими підприємствами (партнерами) з метою функціонування в нових галузях є ще однією можливістю підвищення ефективності діяльності підприємства. Вертикальна інтеграція повинна розглядатися в свою чергу (так як вона не забезпечує вихід зі стану повільного росту) та буде мати сенс, тільки якщо це принесе підприємству солідні прибутки. Хоча при рості активностей секторів в межах галузі доцільно інвестувати додаткові засоби в розвиток виробництва, підприємство, що займає сильну позицію, але функціонує в умовах повільно зростаючого ринку, як правило, повинно скоротити об'єми нових інвестицій в основну діяльність, щоб отримати додаткові засоби для вкладень в нові для неї галузі.

Тип та варіанти диверсифікації визначаються соціально-економічними особливостями конкретної держави. Особливий вплив на характер диверсифікації мають такі загальні фактори, що відносяться до всіх країн: науково-технічна революція, боротьба за високі прибутки, необхідність вишукувати сфери для використання своїх накоплень, мілітаризація економіки, конкурентна боротьба, острах відстати від технічного прогресу.

Під впливом диверсифікації відбуваються наступні певні зміни на підприємстві, а саме: із спеціалізованих вони перетворюються в багатогалузеві комплекси; певні підприємства ставлять своєю задачею впроваджувати нову техніку і технології, починають займатися винахідництвом та використовувати нові типи управління.

Спеціалісти з стратегічного розвідку підприємства повинні базувати свої рішення на прогнозах, однак спроби точно оцінити вплив окремих рішень по диверсифікації на доходність акцій не повинні бути проігноровані [37].

Керівництво підприємства повинно виконати попередню стратегічну спроможність підприємства для прийняття рішення по диверсифікації, з метою підвищення ефективності діяльності, використовуючи такі критерії:

- Перший критерій - критерій привабливості, який дає оцінку привабливості галузі, яка обрана для організації процесу диверсифікації щодо отримання подальшого прибутку від вкладених в неї коштів. Реальна привабливість визначається наявністю сприятливих умов для конкуренції та ринкового середовища, сприяти забезпеченню довготермінової рентабельності. До переліку показників, що надають оцінку привабливості належать: темпи зростання частки ринку; ринкова привабливість товару та ін.

- Другий, не менш важливий критерій - це витрати коштів, необхідних на «вхід» на ринок. Витрати на входження в нову (обрану) галузь не повинні бути помірними, тобто такими, що не нанесуть збитків потенціал діяльності підприємства. Чим більш приваблива галузь, тим дорожче коштує процес введення підприємства на нього. Вхідні бар'єри для нових компаній завжди високі, в протилежному випадку потік бажаючих увійти в галузь зрівнявся би на нуль можливість отримання прибутку. Тому купівля підприємств, які вже працюють в даній галузі є дуже коштовною. Велика сплата за проникнення в нову галузь знижує можливість збільшення доходів.

- Третій критерій - це «додаткові переваги». Підприємство, яке виконує процес диверсифікації, повинне прикласти зусилля для створення конкурентної переваги в новій сфері діяльності. В свою чергу новий вид діяльності повинен

забезпечити необхідний потенціал для підтримки конкурентної переваги в поточних справах підприємства. Створення конкурентної переваги там, де її раніше не існувало, приводить до появи можливості отримання додаткового прибутку та підвищення ефективності діяльності підприємства.

Слід зазначити, що ПП «Авто-2002» аутивно функціонує на міжнародному ринку. Аналізуючий показники фінансової діяльності останніх п'яти років, ми спостерігаємо певні зміни, які характеризуються зменшенням торгівельних бар'єрів, що сприятиме збільшенню кількості перевезень.

Кількісні показники динаміки розвитку транспортних послуг у 2015-2019 рр. подані на рис. 3.2 [].

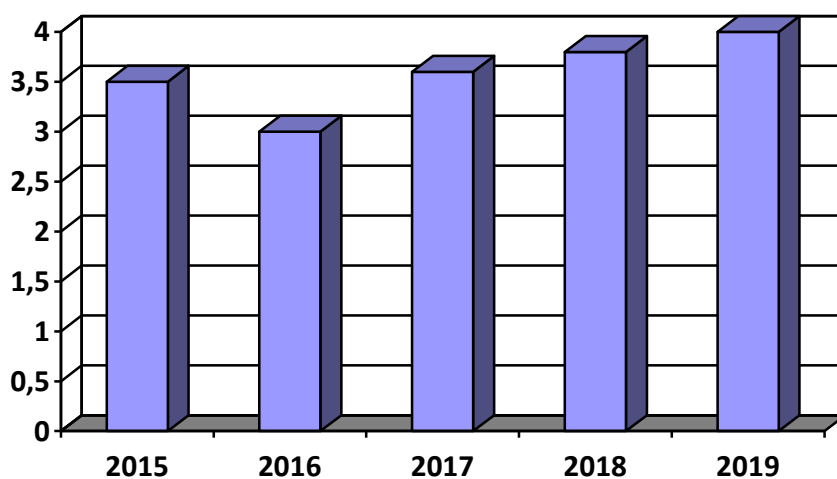


Рис 3.2. Кількісні показники динаміки розвитку транспортних послуг у 2015-2019 рр. (трлн. дол.)

Згідно з аналізом даних, поданим на рис. 3.2. Необхідно зазначити, що зовнішньоекономічне середовище знаходиться під впливом певних факторів, таких як: економічна і політична ситуація; нестабільна фінансова система; кредитні заборгованості; встановлення санкцій; кредитні заборгованості країн; кризові явища.

В той же час попит на комплексні транспортні перевезення формується під впливом таких факторів, як: динаміка світової економіки і міжнародного товарообміну, глобалізація процесів вантажеперевезень і ускладнення схем

доставки, виникнення необхідності в оптимізації витрат, пов'язаних з перевезенням, зберіганням і дистрибуцією товарів.

3.2. Рекомендації щодо підвищення ефективності діяльності ПП «Авто-2002» в умовах зовнішньоекономічної діяльності

Для більшості транспортних підприємств, що є привабливими для диверсифікації, до основних процесів, які потребують оптимізації відносяться ті, які займаються торгівлею, перевезеннями, складуванням, пакуванням та експедиторською діяльністю. Більша кількість підприємств займається декількома видами діяльності одночасно. Для таких підприємств максимізація довгострокового прибутку означає, що вони займають провідні позиції в межах ринку даної галузі. Але для отримання стратегічних переваг підприємству слід орієнтуватися на такі стратегії, пов'язані з зовнішньоекономічною діяльністю, як: інтеграція, глобалізація та диверсифікаційна діяльність [44].

Підвищення ефективності діяльності підприємства на сучасному ринку повинне включати в себе наступні етапи:

- концентрація всіх зусиль на основному бізнесі, який функціонує на національному чи міжнародному ринку;
- інтеграція з партнерами для забезпечення більш сильної позиції в основному бізнесі. Більшість транспортних підприємств потребує підсилення своїх конкурентних позицій в основній діяльності. Впровадження інтеграційних процесів надає наступні переваги: економія на витратах; зменшення витрат на розробку нових технологій та їх зберігання; підвищення контролю якості товару та послуг, що надаються клієнту; відхід від ринкової вартості в системах, що інтегруються;
- впровадження нових технологій транспортування та контролю вантажів. Нові технології нададуть можливість спостерігати процес перевезення;
- моніторинг шляхової мережі та її інфраструктури з метою підвищення якості надаваних послуг.

– Важливим є також знаходження нових сегментів бізнесу, які потребує сучасний клієнт, і отримання таким чином додаткових прибутків для підприємства.

Для збільшення частки ринку, шляхом зростання обсягів реалізації послуг ПП «Авто-2002» необхідно впровадити наступні маркетингові заходи:

- підготувати рекламну кампанію;
- розвинути дилерську систему;
- розробити систему знижок для постійних клієнтів;
- виділити маркетингову діяльність в окремий підрозділ;
- розширити асортимент товарів, що транспортуються;
- розробити заходи по впровадженню реклами в соціальних мережах з метою залучення нових клієнтів.

Розвиток маркетингової діяльності на підприємстві передбачає наявність маркетингового відділу, підпорядкованого безпосередньо вищому керівництву підприємства.

До переваг запровадження даного відділу належать можливість задіяння нових, сучасних методів та технологій, які змінять взаємовідносини між функціональними підрозділами підприємства і дадуть максимальний ефект в підвищенні ефективності діяльності підприємства.

Впровадження маркетингових заходів на підприємстві має на увазі виведення її в окрему структурну одиницю з впровадженням нових штатних одиниць (рис. 3.2.)

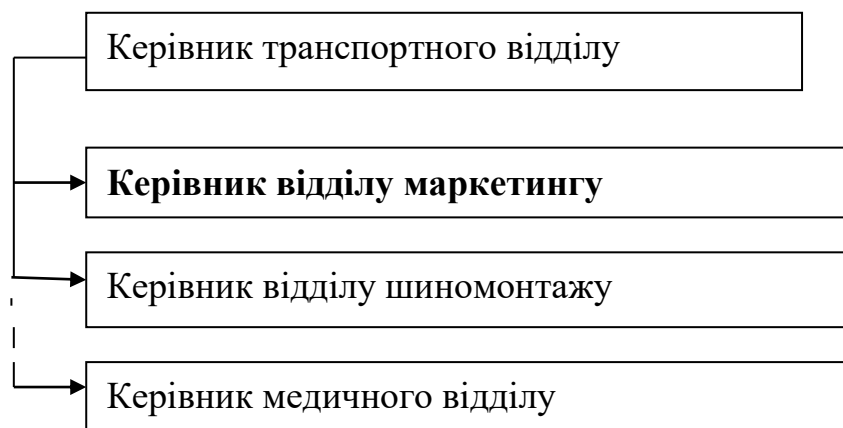


Рис. 3.3. Запропоновано автором структур відділу маркетингу ПП «Авто-2002» (її частина в загальній системі організації підприємства)

Для підвищення ефективності діяльності підприємств на ПП «Авто-2002» слід виконати наступний перелік маркетингові заходи:

- різноманітні рекламні компанії (листівки, рекламні щити тощо);
- розвиток розмірів дилерської мережі;
- впровадження лискаунтів для постійних клієнтів (для постійних клієнтів)
- розподіл виконання обов'язків між менеджером з маркетингу та менеджером з постачання);
- розширення кількості одиниць асортименту надання послуг;
- ввести в дію систему знижок (накопичувальні) тощо;
- застосування SMM та SEO для розповсюдження інформації про підприємство.

При вдосконаленні діяльності підприємства великого значення зараз набуває інноваційна діяльність. Це діяльність, спрямована на комерціалізацію накопичених знань, технологій і обладнання. Результатом інноваційної діяльності є новий або додатковий продукт або продукт з новими якостями.

Витрати ПП «Авто-2002» у 2020 році пов'язані з введенням посади маркетинголога подані в табл. 3.2.

Отже, аналізуючи результати табл. 3.2. можна зробити висновок, що витрати на технічне обладнання складають 17546 грн., витрати на програмне забезпечення становлять 3900 грн., вартість меблів становитиме 3461 грн., організаційні витрати становитимуть 1040 грн. Загальні витрати на організацію діяльності керівника відділу з маркетингу складатимуть 25947 грн.

Загальні витрати на організацію діяльності роботи керівника відділу
маркетингу ПП «Авто-2002»

Перелік витрат	Вартість, грн.
1. Витрати на технічне обладнання:	17546,00
системний блок	7999,00
монітор	5039,00
модем	999,00
багатофункціональний пристрій	3509,00
2. Програмне забезпечення	3900,00
3. Витрати на офісні меблі:	3461,00
стіл письмовий	856,00
стілець	450,00
шафа	2155,00
4. Організаційні витрати	1040,00
розробка посадової інструкції	350,00
підбір кадрів	450,00
Інші	240,00
Разом	25947,00

Іншим, не менш важливим напрямом підвищення ефективності діяльності підприємства є програма модернізації технологічних об'єктів на поточний рік з метою оптимізації витрат розділена на групи за принципом черговості виконання і джерел фінансування. Виконання першочергових заходів забезпечено власними джерелами фінансування; у другу групу об'єднані заходи, фінансування яких може бути забезпечене за рахунок додаткового доходу, а виконання заходів третьої черги передбачає залучення інвестиційних коштів.

Головним акцентом оптимізації діяльності підприємства для підвищення ефективності є нова техніка, до якої належить вперше реалізовані в національному господарстві результати новітніх наукових досліджень і прикладних розробок. До даних розробок належать: винаходи й інші науково-технічні досягнення, оптимізовані інноваційні технологічні процеси виробництва продукції, які забезпечують, у випадку їх впровадження, підвищення техніко-економічних показників підприємства чи вирішення соціальних та інших питань розвитку національного господарства (підприємства, виробництва).

У промисловості (на підприємстві) до нової техніки, зокрема, відносять такі організаційно-технічні заходи:

1) нові технологічні процеси;

2) механізація й автоматизація виробництва:

3) науково обґрунтовані методи організації виробництва і праці:

4) нові види виробів і продукції, використовуваних у національному господарстві як сировина, комплектуючі вироби, паливо, матеріали, напівфабрикати і готові вироби;

5) нові види устаткування, нові засоби, схеми механізації й автоматизації технологічних процесів;

6) удосконалені технологічні процеси, продукти і вироби поліпшеної якості, модернізовані види устаткування, а також схеми і засоби механізації й автоматизації технологічних процесів, що відрізняються від своїх аналогів більш високими технічними параметрами і кращими техніко-економічними показниками;

7) нові чи вдосконалені пристрої і методи досягнення і підтримання безпеки технологічних процесів, устаткування і поліпшення умов праці;

8) заходи, спрямовані на приріст балансових запасів корисних копалин і підвищення ступеня добування руди з надр;

9) заходи щодо захисту навколишнього середовища, організація безвідхідних виробництв, утилізації відходів;

10) рекомендації щодо боротьби з корозією для подовження термінів експлуатації устаткування, будівельних конструкцій, будинків і споруд промислових підприємств;

11) нові чи вдосконалені технологічні процеси і методи організації ремонту і технічного обслуговування основних виробничих фондів тощо.

Дуже важливо розрізняти поняття ефекту як результату реалізації нової техніки або виробничо-господарської діяльності й ефективності як порівняння результату і витрачених на отримання даного результату трудових, матеріальних та інших видів ресурсів. Ефективність характеризує ціла система

показників, загальних і окремих. Тому оцінка ефективності означає визначення її показників, стосовно виробництва – одних, стосовно інвестицій – інших. Так, ефективність виробництва (продукції) відображає такий показник, як рентабельність виробництва (продукції тощо), ефективність інвестицій – індекс прибутковості. Кінцевий результат виробничої діяльності відображає прибуток від реалізації продукції, а кінцевий результат вкладення інвестицій у виробництво – показник економічного ефекту.

Виробничий ефект характеризується показниками сукупного суспільного продукту, національного доходу (по національному господарству в цілому й по окремих його галузях): показниками товарної, реалізованої, чистої продукції (по галузях промисловості й по окремому підприємству), а економічний ефект певними результатами, за вирахуванням витрат на їх досягнення.

Економічна ефективність використання основних фондів характеризує доцільність розробки, створення і виробництва нових (удосконалених) технологічних засобів та їх використання у виробництві. Принципово ефективність впровадження нової техніки вимірюється відношенням ефекту як кінцевого результату (приросту прибутку) до витрат на розробку, створення і реалізацію нової техніки (організаційно-технічних заходів) [23].

До системи показників абсолютної ефективності виробництва, на рівень якої суттєво впливають механізми економічного управління основними фондами належать: трудомісткість, продуктивність праці, матеріалоемність і матеріаловіддача, оборотність, фондівіддача і фондоємність; прибуток, рентабельність виробництва продукції, капіталу. Також слід враховувати показники ефективності використання ресурсів, а саме: трудових – виробіток, трудомісткість, продуктивність праці працівників й робітників; сировинних і паливно-енергетичних – матеріалоемність і енергоемність; оборотних – оборотність, тривалість обороту; основних виробничих фондів – фондівіддача, фондоємність; фінансових – фінансові показники капіталу, рентабельність інвестицій, економічний ефект та інші.

Ефективне функціонування основних фондів та виробничих потужностей залежить від того, якою мірою реалізуються екстенсивні та інтенсивні фактори кращого їх використання. Екстенсивне поліпшення використання основних фондів і виробничих потужностей означає: по-перше, збільшення часу функціонування основного устаткування і, по-друге, підвищення питомої ваги діючого устаткування в складі всього устаткування, наявного на підприємстві.

Головними напрямками збільшення часу функціонування устаткування є:

- скорочення та ліквідація внутрішньозмінних простоїв шляхом підвищення рівня організації виробництва (повне і своєчасне забезпечення робочих місць інструментами, матеріалами, напівфабрикатами, деталями);

- підвищення якості ремонтного обслуговування устаткування; скорочення цілодобових простоїв устаткування, підвищення коефіцієнта змінності його роботи.

На підприємствах України з дискретним характером виробництва кількість непрацюючого впродовж доби устаткування нерідко досягає 15-20%, коефіцієнт змінності в середньому в промисловості становить 1,4 (з урахуванням внутрішньозмінних простоїв ще менше – 1,2), що свідчить про значні резерви кращого використання засобів праці.

Оптимальним напрямком підвищення ефективності використання основних фондів є скорочення кількості нефункціонуючого обладнання, виведення з експлуатації зайвого устаткування та впровадження у діяльність підприємства невстановленого устаткування, обсяги якого є досить значними.

Необхідно зазначити, що екстенсивне поліпшення використання основних фондів та виробничих потужностей сьогодні ще не реалізоване, але обмежене. Набагато ширші можливості має інтенсивне поліпшення використання основних фондів та виробничих потужностей, яке передбачає підвищення ступеня завантаження устаткування за одиницю часу. Підвищення інтенсивного завантаження устаткування може бути досягнуто шляхом модернізації діючого устаткування, машин та механізмів, установлення оптимального режиму їх роботи.

Інтенсивне використання основних фондів підвищується також через технічне удосконалення засобів праці та технології виробництва, скорочення строків досягнення проектної продуктивності техніки, удосконалення наукової організації праці, виробництва й управління, підвищення кваліфікації та професійної майстерності робітників.

Досить значними резервами кращого екстенсивного та інтенсивного використання основних фондів і виробничих потужностей є удосконалення структури основних виробничих фондів. Оскільки збільшення випуску продукції досягається тільки у провідних основних цехах, то важливо підвищувати їх частку в загальному обсязі основних фондів. Збільшення основних фондів допоміжного виробництва веде до зростання фондомісткості продукції, оскільки безпосередньо обсяги продукції не збільшує, але і без пропорційно розвинутого допоміжного виробництва основні цехи з повною віддачею не можуть функціонувати. Тому необхідно встановлювати оптимальну виробничу структуру підприємства – важливий напрямок кращого використання основних фондів.

3.3. Прогнозування ефективності розроблених пропозицій на ПП «Авто-2002»

Одним з найбільш актуальних варіантів підвищення ефективності діяльності підприємства, який ми визначали попередньо в даній роботі – це процес якісного використання основних фондів підприємства та його виробничих потужностей. Попередній досвід доводить, що для реалізації подібних процесів необхідно не менше п'яти років. Але сучасний рівень розвитку технологій дозволяє зменшити ці терміни до одного-двох років, в залежності від самого підприємства, галузі та рівня складності технології.

У сучасній інфраструктурі дорожнього руху дедалі важливішу роль відіграють геоінформаційні системи - це сучасна комп'ютерна технологія для

картування та аналізу об'єктів реального світу, а також подій, які відбуваються в світі. Ця технологія об'єднує традиційні операції роботи з базами даних, такими як запит і статистичний аналіз, з перевагами повноцінної візуалізації і географічного (просторового) аналізу, які надає карта. Ці можливості відрізняють програмні системи від інших інформаційних систем і забезпечують унікальні можливості для її застосування в широкому спектрі завдань, пов'язаних з аналізом і прогнозом явищ і подій навколишнього світу, з осмисленням і виділенням головних факторів і причин, а також їх можливих наслідків, з плануванням стратегічних рішень і поточних наслідків дій, що робляться.

Дана технологія надає можливість більш ефективно, зручно та швидко проводити аналіз проблем і відповідно надавати вирішення для питань, які вирішуються для конкретного підприємства і . Вона автоматизує процедуру аналізу і прогнозу.

Геоінформаційна система включає в себе п'ять ключових складових: апаратні засоби, програмне забезпечення, дані, виконавці та методи.

Апаратні засоби. Це комп'ютер, на якому запущена геоінформаційна система. В даний час геоінформаційні системи працюють на різних типах комп'ютерних платформ, від централізованих серверів до окремих або зв'язаних мережею комп'ютерів.

Програмне забезпечення геоінформаційних систем містить функції та інструменти, необхідні для зберігання, аналізу і візуалізації географічної (просторової) інформації. Ключовими компонентами програмних продуктів є:

- інструменти для введення і оперування географічною інформацією;
- система управління базою даних (DBMS або СУБД);
- інструменти підтримки просторових запитів, аналізу та візуалізації (відображення);
- графічний користувальницький інтерфейс (GUI або геоінформаційних систем) для легкого доступу до інструментів.

Дані. Це ймовірно найбільш важливий компонент геоінформаційних систем. Дані про просторове положення (географічні дані) і пов'язані з ними табличні дані можуть збиратися і готуватися самим користувачем, або купуватися у постачальників на комерційній або іншій основі.

Виконавці. Широке застосування технології геоінформаційних систем неможливе без людей, які працюють з програмними продуктами і розробляють плани їх використання при вирішенні реальних завдань.

Методи. Успішність і ефективність (в тому числі економічна) застосування геоінформаційних систем багато в чому залежить від правильно складеного плану і правил роботи, які складаються відповідно до специфіки завдань і роботи кожної організації.

Будь-яка географічна інформація містить відомості про просторове положення, будь то прив'язка до географічних або іншим координатам, або посилання на адресу, поштовий індекс, виборчий округ або округ перепису населення, ідентифікатор земельної або лісової ділянки, назва дороги і т. ін. При використанні подібних посилань для автоматичного визначення місця розташування або місць розташування об'єкта (об'єктів) застосовується процедура, яка називається геокодування. З її допомогою можна швидко визначити і подивитися на карті де знаходиться цікавить вас об'єкт або явище, такі як будинок, в якому проживає ваш знайомий або знаходиться потрібна вам організація, де стався землетрус або повінь, за яким маршрутом простіше і швидше дістатися до потрібного вам пункту або вдома.

Для підвищення ефективності діяльності на підприємстві ПП «Авто-2002» запропоновано використати геоінформаційну систему, завдяки якій з'явиться можливість використання, збереження, редагування, аналізу та відображення географічних даних.

В табл. 3.3 подані основні дані для розрахунку витрат на впровадження геоінформаційної системи ПП «Авто-2002».

Таблиця 3.3

Витрати на впровадження геоінформаційної системи на підприємстві ПП
«Авто-2002»

№ з/п	Найменування статті витрат	Од. виміру	Вартість один., тис. грн.	Кількість одиниць	Сума витрат, тис. грн.
1	2	3	4	5	6
1	Вартість геоінформаційної системи	шт.	5052	1	4024
2	Оплата робіт з монтажу	тис. грн.	-	-	73,2
3	Витрати на навчання персоналу	тис. грн.	-	-	481
4	Оплата фірмі-продавцю послуг з налагодження	тис. грн.	-	-	115
5	Всього:				4693,2

Всі монтажні роботи виконуються підприємством, отже витрати розрахуємо по формулі:

$$V_M = \sum t_{mi} \times Z_{poi} \times (1 + W_C), \quad (3.1)$$

Де:

t_{mi} – час обладнання системи, її підготовка та контроль роботи працівників відповідної кваліфікації, людино-годин;

Z_{poi} – заробітна плата працівника відповідної кваліфікації за годину, тис. грн.;

W_C – коефіцієнт обов'язкових відрахувань.

$$V_M = 8 \times 7,5 \times (1 + 0,22) = 73,2 \text{ (тис. грн.)}$$

Витрати на навчання персоналу розрахуємо за формулою:

$$N_{\Pi} = Z_{дог} + T_{\Pi} \times (N_{\text{перс}} \times (1 + W_C)) \times N, \quad (3.2)$$

Де:

$Z_{дог}$ – сума плати за навчання персоналу фірмі-продавцю, тис. грн.;

T_{Π} – період, часу, під час якого співробітник не займається своїми основними обов'язками через навчанням, годин;

$N_{\text{перс}}$ – годинна ставка працівника, якого навчають, тис. грн.;

N – кількість співробітників, яких необхідно навчити для роботи, осіб.

$$N_{\text{п}} = 115 + 2 \times (7,5 \times (1 + 0,22)) \times 20 = 481 \text{ (тис. грн.)}$$

Загальні річні експлуатаційні витрати розрахуємо по формулі:

$$B_{\text{екс}} = T_{\text{м}} \times E_{\text{в}} + A_{\text{р}} + \frac{C_{\text{р}}}{T_{\text{е}} + \Phi_{\text{он}}}, \quad (3.3)$$

Де:

$T_{\text{м}}$ – річний час роботи системи розрахуємо по формулі:

$$T_{\text{м}} = R_{\text{д}} \times 8 \times K_{\text{зм}}, \quad (3.4)$$

Де:

$R_{\text{д}}$ – кількість робочих днів за рік, з тривалістю робочої зміни у 8 годин;

$K_{\text{зм}}$ – кількість змін на підприємстві.

$$T_{\text{м}} = 252 \times 8 \times 4 = 8064 \text{ (годин)}$$

$E_{\text{в}}$ – вартість спожитої електроенергії, тис. грн.;

$A_{\text{р}}$ – амортизаційні відрахування за рік (від вартості системи). Розрахуємо амортизацію системи. для конкретно заданого періоду часу, з використанням прямолінійного методу. Слід зауважити, що відрахування відбуватимуться рівними частинами за конкретний період часу:

$$A_{\text{р}} = \frac{A_{\text{в}}}{T_{\text{ек}}}, \quad (3.5)$$

де $A_{\text{в}}$ – загальна амортизація всієї системи, що забезпечує функціонування системи, тис. грн.;

$T_{\text{ек}}$ – загальний термін можливої (ефективної) експлуатації всіх складових частин, які забезпечує функціонування системи, роки.

Вартісні оказники системи, які амортизуються за прямолінійним методом, згідно існуючої облікової бази на підприємстві, списуються рівномірно протягом всього періоду експлуатації. Визначимо T_e за 4 роки:

$$A_p = (4693,2 - 481) / 4 = 1053,05 \text{ (тис. грн.)}$$

$\frac{C_p}{T_e}$ – амортизаційні відрахування з системи за рік, тис. грн.

$V_{оп}$ – розрахуємо оплату оператора за формулою:

$$v_{оп} = Z_{п} \times (1 + W_C), \quad (3.6)$$

Де:

$Z_{п}$ – заробітна плата оператора за рік, тис. грн.

$$V_{оп} = 7,5 \times (1 + 0,22) = 9,15 \text{ (тис. грн.)}$$

Отже розрахуємо річні експлуатаційні витрати підприємства:

$$B_{екс} = 8064 \times 0,22 + 1053,05 + (4024 / (4 + 9,15)) = 3133,14 \text{ (тис. грн.)}$$

Розрахуємо можливі економчні витрати, які ми отримаємо на підприємстві після впровадження геоінформаційної системи.

Отже, після впровадження геоінформаційної системи кількість робітників зменшиться. Розрахуємо економію експлуатаційних витрат, або економічну ефективність (ΔEe) від впровадження системи:

$$\Delta Ee = K_{ск} \times ((1 + W_C) \times R_i) - B_{екс}, \quad (3.7)$$

Де:

$K_{ск}$ – кількість скорочених працівників, осіб;

R_i – фонд оплати працівників, які будуть скорочені після впровадження системи за один рік, тис. грн.

$$\Delta Ee = 4 \times (7,5 \times 180 \times 12 \times (1 + 0,22)) - 3133,14 = 75922,86 \text{ (грн.)}$$

Розрахуємо економічний ефект ($E_{еф}$), від впровадження нової системи, яке отримає підприємство:

$$E_{\text{эф}} = \Delta Ee - E_n \times K, \quad (3.8)$$

де E_n – коефіцієнт економічної ефективності (0,15);

K – сума витрат, які отримає підприємство від придбання та на впровадження установки.

$$E_{\text{эф}} = 75922,86 - 0,15 \times 4693,2 = 75218,88 \text{ (грн.)}$$

Отже, запропонована нами геоінформаційна система, яка впроваджується на підприємстві ПП «Авто-2002» є економічно вигідним проектом. Впровадження даної системи дозволить скоротити кількість штатних працівників (можливість скоротити 4 працівника). Економічний ефект від даного скорочення, на протязі року, становитиме 75218,88 грн. Отже ми можемо зробити висновок, що модернізація підприємства новою та прогресивною комп'ютерною програмою є досить значним аспектом фінансово-господарської діяльності підприємства, і дозволить підвищити економічну ефективність діяльності підприємства.

Підтримка діяльності геоінформаційної системи вимагає присутності у відділі, мінімум одного менеджера, кваліфікація якого, залежності від погодних умов, повинна бути достатньою для роботи з електронними довідниками та визначення коефіцієнтів розрахункової швидкості руху автотранспорту. У відповідності з заданим циклом «замовлення-поставка» менеджер з певною періодичністю запускає процес планування і виводить на друк готові маршрутні листи.

Основною технічною перевагою впровадження геоінформаційної системи є зменшення часу планування рейсів (на 1000 заявок в середньому витрачається 10 хв.) і формування оптимального маршруту руху транспортного засобу, з попереднім урахуванням великої кількості параметрів, які дуже складно те витратно розрахувати за часом. Зниження витрат на обслуговування автотранспортних засобів стає можливим за рахунок використання описаного методу. До таких витрат належать: зменшення витрат на паливо (в

середньому досягає 22,5%). Крім того, скорочується штат планувальників і підвищується ефективність використання автотранспорту.

Отже, використання сучасної системи управління транспортом дозволяє не тільки скоротити терміни виконання замовлень, але й створити в цілому позитивний імідж підприємства

Виконаємо розрахунок ефективності інвестиційного проекту з використанням попередніх розрахунків.. Для виконання даних розрахунків розглянемо три фінансові потоки: інвестиційні кошти, вложені в проект, прибуток до реалізації проекту та поточні витрати. Алгоритм послідовності розрахунку матиме наступний вигляд:

- 1) розрахунок середньорічної дохідності грошей, які інвестуються в проект;
- 2) визначення показників оцінки ефективності проекту;
- 3) визначення недисконтованих показників;
- 4) роз'яснення норми дисконтування з метою приведення грошових потоків до єдиного еквівалента;
- 5) виконання розрахунку чистої приведеної вартості проекту;
- 6) розрахунок внутрішньої норми рентабельності проекту;
- 7) визначення терміну окупності інвестицій;
- 8) відношення доходів до витрат, які вкладаються в проект;
- 9) виконання порівняльного аналізу «у разі реалізації проекту» і «без запропонованих змін» для інвестора і для підприємства, в яке вкладаються інвестиції.

Аналіз ефективності проектів – це комплекс методичних і практичних варіантів розробки, пояснення і оцінки необхідності виконання даного проекту. Практичний досвід доводить, що, на жаль, ідеї, які впроваджують в проект не дає очікуваного результату. В тому випадку, коли велика частина проекту, який є збитковим, можуть бути не допущені до реалізації у випадку, коли попередньо не виконувався аналіз з урахуванням зовнішніх умов і внутрішніх якостей кожного проекту.

Найбільш розповсюдженими є такі показники ефективності інвестиційних проектів, як:

- чисте сучасне значення інвестиційного проекту (NPV);
- рентабельність проекту (IRR);
- строк окупності (дисконтований) (DPB);
- індекс прибутковості (PI).

Використання даних показників можливе у двох випадках;

1) для визначення ефективності передбачуваних незалежних інвестиційних проектів, коли робиться висновок: прийняти чи відхилити проект;

2) для визначення ефективності проектів, що виключають один одного, коли робиться висновок про те, який проект прийняти із декількох альтернативних.

Для аналізу ефективності проекту необхідно по кожному показнику з'ясувати його сутність, чисельне значення, порядок розрахунку його чисельності, зробити оцінку по ньому ефективності виконання проекту (або неефективності).

1. Метод чистого сучасного значення (NPV – метод) заснований на використанні поняття чистого сучасного значення вартості (Net Present Value).

Для розрахунку даного показника використаємо формулу:

$$NPV = CF_0 + \frac{CF_1}{(1+r)^1} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+r)^n} = \sum_{k=0}^n \frac{CF_k}{(1+r)^k}, \quad (3.9)$$

Де:

- CF_1 – чистий фінансовий потік, тис. грн.;
- r – вартість капіталу, залученого для інвестиційного проекту, тис. грн.

Термін «чистий грошовий потік» означає, що сумарне значення кількості грошей розраховується як алгебраїчна сума вхідних (позитивних) і вихідних (негативних) потоків.

Відповідно до сутності методу сучасне значення усіх вхідних грошових потоків порівнюється із сучасним значенням вихідних потоків, обумовлених капітальними вкладеннями для реалізації проекту. Різниця між першим і другим є чисте сучасне значення вартості, що визначає правило прийняття рішення.

Процедура методу:

- Визначаємо як вхідне так і вихідне значення кожного потоку, вхідного і вихідного.

- Знаходиться сума всіх дисконтних величин елементів грошових потоків, і визначається критерій NPV.

Перелік заходів, по яким приймається рішення:

- для одного проекту: якщо $NPV > 0$, то проект приймається;
- для інших альтернативних проектів: приймається той проект, що має більше значення NPV, якщо воно позитивне.

Основні вхідні грошові потоки:

1. гроші, які отримуються за рахунок збільшення обсягів продажів і збільшення ціни товару;

2. зменшення валових витрат (зниження собівартості товару);

3. значенням вартості обладнання наприкінці останнього року інвестиційного проекту (в залежності від стану обладнання воно може бути проданим або використаним подальше для іншого проекту);

4. вивільнення оборотних коштів наприкінці останнього року інвестиційного проекту (закриття рахунків дебіторів, продаж залишків товарно-матеріальних запасів, продаж акцій і облігацій інших підприємств).

До типових вихідні грошових потоків належать:

- початкові інвестиції в перший (перші) рік (роки) інвестиційного проекту;

- збільшення потреб в оборотних коштах в перший (перші) рік (роки) інвестиційного проекту (збільшення рахунків дебіторів для залучення клієнтів, придбання сировини і комплектуючих для початку виробництва);

- ремонт і технічне обслуговування устаткування;
- додаткові невиробничі витрати.

При оцінці доцільності інвестицій обов'язково встановлюють (розраховують) ставку дисконту, тобто процентну ставку, що характеризує норму прибутку, відносний показник мінімального щорічного доходу інвестора, на який він сподівається.

Визначено, що запропонований термін функціонування інвестиційного проекту на ПП «Авто-2002» взято 5 років. Процентна ставка для визначення сучасного значення грошових потоків прийнята в розмірі 21%.

Кількісне значення інвестиції за проектом, за п'ять років зведено в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Показники ефективності пропозицій на ПП «Авто-2002» з використанням NPV методу

Інвестиції, тис. грн.	Грошовий потік, тис. грн.					Ліквідаційна вартість основних фондів, тис. грн.
	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік	
	Грошовий потік (прибуток з відрахуванням податку плюс амортизаційні відрахування), тис. грн.					
4693,2	1078	1702	2107	1718	1134	934

Актуальна вартість грошових потоків визначається на підставі даних інвестицій відповідно до обчисленої суми сучасної вартості грошових потоків при процентній ставці 21%:

$$1\text{-й рік: } 1078 / (1 + 0,21) = 890,91 \text{ (тис. грн.)}$$

$$2\text{-й рік: } 1702 / (1 + 0,21)^2 = 1162,49 \text{ (тис. грн.)}$$

$$3\text{-й рік: } 2107 / (1 + 0,21)^3 = 1189,35 \text{ (тис. г рн.)}$$

$$4\text{-й рік: } 1718 / (1 + 0,21)^4 = 801,46 \text{ (тис. грн.)}$$

$$5\text{-й рік: } 1134 / (1 + 0,21)^5 = 437,21 \text{ (тис. грн.)}$$

Вибуття основних засобів відбувається в 5-му році, тоді:

$$5\text{-й рік: } 934 / (1 + 0,21)^5 = 360,10 \text{ (тис. грн.)}$$

Розрахуємо дисконтовану вартість грошового потоків:

$$890,91 + 1162,49 + 1189,35 + 801,46 + 437,21 + 360,10 = 4841,52 \text{ (тис. грн.)}$$

Отже актуальним значення інвестиційного проекту (при процентній ставці 21%) становитиме:

$$4841,52 - 4693,2 = 148,32 \text{ (тис. грн.)}$$

Чисте сучасне значення NPV при процентній ставці 21% більше нуля ($148,32 > 0$), отже, проект приймається. Це свідчить про те, що інвестиційний проект вигідний і його можна приймати.

2. Метод внутрішньої норми прибутковості.

За розрахунками внутрішня норма прибутковості – це таке значення показника дисконту, при якому актуальне значення інвестиції дорівнює сучасному значенню потоків коштів за рахунок інвестицій, або значення показника дисконту, при якому забезпечується нульове значення чистого дійсного значення інвестиційних вкладень. Економічний зміст внутрішньої норми прибутковості полягає в тому, що це така норма прибутковості інвестицій, при якій підприємству однаково ефективно інвестувати свій капітал під відсоток у які-небудь фінансові інструменти або в реальні активи, що генерують грошовий потік, кожен елемент якого, у свою чергу інвестується під відсоток.

Математичне визначення внутрішньої норми прибутковості припускає рішення наступного рівняння:

$$\sum_{j=1}^n \frac{CF_j}{(1 + IRR)^j} = INV, \quad (3.10)$$

Де:

CF_j – вхідний грошовий потік у j -й період, тис. грн.;

INV – кількість інвестиції, тис. грн.

Розрахуємо значення IRR. Алгоритм прийняття рішення на підставі методу внутрішньої норми прибутковості матиме вигляд:

- якщо значення IRR вище або дорівнює вартості капіталу, то проект приймається;

- якщо значення IRR менше вартості капіталу, то проект відхиляється.

Таким чином, IRR є «бар'єрним показником»: якщо вартість капіталу вище значення IRR, то «потужності» проекту недостатньо, для забезпечення необхідного повернення і віддачу грошей і, відповідно даний проект варто відхилити. Розрахунок внутрішньої норми прибутковості (ставка доходу) по даному проекту визначається методом підбору ставки дисконту (відповідно до якої значення чистої сучасної вартості грошових потоків прирівнюється до нуля, на підставі даних інвестицій і грошових потоків).

Точність обчислення чисельного значення внутрішньої ставки доходу – два знаки після коми. Прийнемо ставки дисконту в розмірі 20% і 22% і обчислимо:

$$1\text{-й рік: } 1078 / (1 + 0,2) = 898,33 \text{ (тис. грн.)}$$

$$1\text{-й рік: } 1078 / (1 + 0,22) = 883,61 \text{ (тис. грн.)}$$

$$2\text{-й рік: } 1702 / (1 + 0,2)^2 = 1181,94 \text{ (тис. грн.)}$$

$$2\text{-й рік: } 1702 / (1 + 0,22)^2 = 1143,51 \text{ (тис. грн.)}$$

$$3\text{-й рік: } 2107 / (1 + 0,2)^3 = 1219,33 \text{ (тис. грн.)}$$

$$3\text{-й рік: } 2107 / (1 + 0,22)^3 = 1160,34 \text{ (тис. грн.)}$$

$$4\text{-й рік: } 1718 / (1 + 0,2)^4 = 828,51 \text{ (тис. грн.)}$$

$$4\text{-й рік: } 1718 / (1 + 0,22)^4 = 775,50 \text{ (тис. грн.)}$$

$$5\text{-й рік: } 1134 / (1 + 0,2)^5 = 455,73 \text{ (тис. грн.)}$$

$$5\text{-й рік: } 1134 / (1 + 0,22)^5 = 419,58 \text{ (тис. грн.)}$$

Вибуття основних засобів відбувається в 5-му році, тоді:

$$5\text{-й рік: } 934 / (1 + 0,2)^5 = 375,35 \text{ (тис. грн.)}$$

$$5\text{-й рік: } 934 / (1 + 0,22)^5 = 345,58 \text{ (тис. грн.)}$$

Визначимо дисконтований грошовий потік по ставці 20%:

$$898,33 + 1181,94 + 1219,33 + 828,51 + 455,73 + 375,35 = 4959,19 \text{ (тис. грн.)}$$

Визначимо дисконтований грошовий потік по ставці 22%:

$$883,61 + 1143,51 + 1160,34 + 775,5 + 419,58 + 345,58 = 4728,12 \text{ (тис. грн.)}$$

Відхилення:

$$4959,19 - 4693,2 = 265,99 \text{ (тис. грн.)}$$

$$4728,12 - 4693,2 = 34,92 \text{ (тис. грн.)}$$

Уточнене значення IRR буде дорівнювати:

$$IRR = 20\% + \frac{265,99}{265,99 - 34,92} \times (22\% - 21\%) = 21,15\%$$

Згідно розрахованого значення внутрішня норма прибутковості IRR складає 21,15%, що свідчить про те, що проект є вигідним й приймається.

3. Метод періоду окупності.

Дисконтовані значення грошових доходів підприємства в ході реалізації інвестиційного проекту інтерпретуються в такий спосіб: приведення грошової суми до дійсного моменту часу відповідає доходу інвестора, наданому йому за вкладення капіталу. Таким чином, частина грошового потоку, що залишилася, покликана покрити вихідний обсяг інвестиції. Чистий накопичений дисконтований грошовий потік являє собою непокриту частину вихідної інвестиції. З часом її величина зменшується.

Істотним недоліком методу дисконтованого періоду окупності є те, що він враховує тільки початкові грошові потоки, саме ті, які укладаються в період окупності. Усі наступні грошові потоки не приймаються до уваги в розрахунковій схемі.

Отже період окупності, з урахуванням дисконту для ПП «Авто-2002» розраховується на підставі попередніх даних, зведених в табл. 3.4.

Таблиця 3.5

Розрахунок дисконтованого періоду окупності при $r = 21\%$

№ з/п	Роки	Грошовий потік	
		Дисконтований	Накопичений
1	2	3	4
1	0	4693,2	(4693,2)
2	1	1078	(3615,2)
3	2	1702	(1913,2)
4	3	2107	193,8
5	4	1718	1911,8
6	5	1134	3045,8

7	5	934	3979,8
---	---	-----	--------

Згідно з результатами табл. 3.4 можна зробити висновок, що число повних років окупності проекту дорівнює 2 рокам.

Окупність проекту з урахуванням дисконту складатиме:

$$DPB = 2 + \frac{1913,2}{2107} = 2,91 \text{ (роки)}$$

Відповідно, дисконтований строк окупності (DPB) при процентній ставці 21% складає 2,91 роки, що менше прийнятого періоду окупності 5 років. Отже даний інвестиційний проект визнається доцільним та вигідним, він окупиться раніше прийнятого періоду окупності.

5. Метод індексу прибутковості.

Для аналізу результативності на підприємстві визначимо абсолютну ефективність капітальних витрат. Визначення даного показника необхідне для оцінки очікуваного чи фактичного ефекту від реальних інвестицій за визначений момент часу.

До основних методів які застосовують два взаємозалежних показники, за допомогою яких визначають абсолютну ефективність інвестицій. Перший (прямий) – коефіцієнт економічної ефективності (прибутковості). Другий (зворотний) – дисконтований період окупності. Індекс прибутковості (рентабельності) інвестицій (PI) розраховується по формулі:

$$PI = \sum_k \frac{P_k}{(1+r)^k} : IC \quad (3.11)$$

Де:

IC – вихідна інвестиція, тис. грн.;

P_k – грошовий потік, тис. грн.

Слід зазначити, що якщо:

$PI > 1$, то проект варто прийняти;

$PI < 1$, то проект варто відкинути;

$PI = 1$, то проект ні прибутковий, ні збитковий.

На відміну від чистого сучасного значення індекс прибутковості є відносним показником. Завдяки цьому він дуже зручний при виборі одного проекту з ряду альтернативних, що мають приблизно однакове значення NPV, або при комплектуванні портфеля інвестицій з максимальним сумарним значенням NPV.

Відповідно індекс прибутковості по запропонованому проекту визначається на підставі даних інвестицій і чистого сучасного значення грошових потоків при процентній ставці 21%. Результати проведених розрахунків індексу прибутковості по ПП «Авто-2002» при процентній ставці 21% поані табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Розрахунок індексу прибутковості по ПП «Авто-2002»

№ з/п	Роки	Грошовий потік, тис. грн.	PV
1	2	3	4
1	0	4693,2	4693,2
2	1	1078	891
3	2	1702	1162
4	3	2107	1189
5	4	1718	801
6	5	1134	437
7	5	934	360
Індекс прибутковості			1,03

Розрахуємо індекс прибутковості за формулою (3.15):

$$PI = (891 + 1162 + 1189 + 801 + 437 + 360) : 4693,2 = 1,03$$

Аналіз ефективності розроблених пропозицій на ПП «Авто-2002» представимо в табл. 3.6.

Аналіз показників ефективності запропонованих пропозицій на ПП «Авто-2002»

№ з/п	Назва показника	Значення ефективності	Розраховане значення
1	2	3	4
1	Актуальна (сучасне) значення інвестиційного проекту (NPV), тис. грн.	> 0	148,32
2	Внутрішня норма прибутковості (рентабельності) (IRR), %	> встановленої процентної ставки	21,15
3	Дисконтований строк окупності (DPB), роки	< встановленого терміну окупності	2,91
4	Індекс прибутковості (PI)	> 1	1,03

Отже згідно з проведеними розрахунками, даний інвестиційний проект по підприємству ПП «Авто-2002» є ефективним та вигідним, а саме: чисте сучасне значення NPV при процентній ставці 21% більше нуля ($148,32 > 0$), внутрішня норма прибутковості IRR складає 21,15%, дисконтований строк окупності (DPB) при процентній ставці 21% складає 2,91 роки, що менше прийнятого періоду окупності 5 років, індекс прибутковості більше 1 ($PI = 1,03$).

ВИСНОВКИ

Транспорт є однією з найважливіших галузей економіки України, частка якого в структурі ВВП становить близько 12 %. Від стабільної й ефективної роботи транспорту значною мірою залежить добробут населення, розвиток національної економіки та безпека держави. Транспортна послуга—це не лише перевезення вантажів і пасажирів, а й будь-яка операція, що не входить до складу процесу перевезення, але пов'язана з ним. Комплекс різних видів транспорту, які під час здійснення перевезень є взаємозалежними і знаходяться у взаємодії, утворює транспортну систему, що різниться за рівнем складності. Новий підхід стосовно раціональної організації діяльності різних транспортних підприємств в інтересах клієнтів пропонує логістика—наука про управління матеріальними потоками і пов'язаними з ними інформацією, фінансами та сервісом у певній системі. Застосування логістики передбачає регулювання всього процесу виробництва продукції та надання послуг—від постачальників ресурсів до споживачів кінцевої продукції.

В результаті виконання роботи нами було досліджено теоретичну сутність поняття ефективності діяльності транспортного підприємства, визначено основні переваги та недоліки функціонування підприємства та його конкурентоздатність на ринку даної галузі, а також запропоновано основні шляхи підвищення ефективності діяльності підприємства.

З метою виконання поставленої мети були виконані наступні завдання:

- 1) визначено сутність поняття ефективності діяльності підприємства;
- 2) досліджені особливості економічної ефективності в умовах зовнішньоекономічної діяльності підприємств;
- 3) обґрунтовані основні методи підвищення ефективності в умовах зовнішньоекономічної діяльності підприємств;
- 4) проаналізована організаційно-економічна діяльність підприємства та надана характеристика ПП «Авто-2002»;
- 5) виконаний аналіз господарської діяльності підприємства;

- б) проаналізована ефективність діяльності підприємства в міжнародному конкурентному середовищі;
- 7) визначені та розкриті основні шляхи покращення ефективності діяльності підприємства на міжнародному транспортному ринку;
- 8) подані рекомендації щодо підвищення ефективності діяльності ПП «Авто-2002» в умовах зовнішньоекономічної діяльності;

Проведений аналіз наукових джерел вітчизняних та іноземних авторів дозволив визначити оптимальне трактування поняття ефективність підприємства, як показника успішності функціонування системи для досягнення встановлених цілей. Особливо слід звернути увагу на основні критерії, які чітко визначають рівень успішності діяльності підприємств, та які є основними чинниками підвищення конкурентоздатності його діяльності.

Детальний аналіз організаційно-економічної діяльності підприємства ПП «Авто-2002» показав, що підприємство є прибутковим стійким, достатньо забезпечене оборотним та чистим робочим капіталом. Основні показники оборотності активів знаходяться в межах нормативних значень.

Одним з найбільш ефективних показників діяльності підприємства є проведений в роботі SWOT-аналіз, який визначив основні слабкі та сильні сторони підприємства ПП «Авто-2002», в також основні загрози, які можуть виникнути у підприємства. До сильних сторін належить наявність власного транспортного парку, достатньо високий рівень обладнання, яке використовується, високий рівень компетентностей персоналу. До слабких сторін відноситься відсутність маркетингового підрозділу, розширення частки міжнародного ринку, постійне коливання курсу валют та , відповідно, ціни на паливо.

Для підвищення ефективності діяльності підприємства нами запропоновано впровадження геоінформаційної системи, яка суттєво підвищить якість виконання перевезень, а отже і рентабельність всього підприємства. Впровадження даної системи в діяльність підприємства надасть можливість скоротити штат в кількості 4 робітників, в результаті чого

підприємство скоротить свої витрати та отримає річний економічний ефект в розмірі 75218,88 грн. Ефективність даної пропозиції прорахована і доводить, що дані заходи будуть ефективними й вигідним: чисте сучасне значення NPV при процентній ставці 21% більше нуля ($148,32 > 0$), внутрішня норма прибутковості IRR складає 21,15%, дисконтований строк окупності (DPB) при процентній ставці 21% складає 2,91 роки, що менше прийнятого періоду окупності 5 років, індекс прибутковості більше 1 ($PI = 1,03$).

Крім того запропоновано впровадити в діяльність відділ маркетингу, що дозволить збільшити кількість клієнтів, шляхом розповсюдження інформації щодо діяльності підприємства як в Україні так і за кордоном.

Отже, запропоновані в дипломній роботі стратегії та шляхи вдосконалення діяльності підприємства дозволять підвищити прибутковість підприємства і таким чином підвищити ефективність його діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР (поточна редакція від 30.09.2016, підстава 1401-19) // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 141.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV (поточна редакція від 01.08.2016, підстава 922-19) // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18, № 19–20, № 21–22. – Ст. 144.
3. Митний кодекс України від від 13.03.2012 № 4495-VI (поточна редакція від 01.04.2016, підстава 994-19) // Відомості Верховної Ради України. – 2012. – № 44-45, № 46-47, № 48. – Ст. 552.
4. Податковий кодекс України від 02.12.2012 № 2755-VI (поточна редакція від 20.11.2016, підстава 1667-19) // Відомості Верховної Ради України. – 2013. – № 13-14, № 15-16, № 17. – С. 112.
5. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV (поточна редакція від 02.11.2016, підстава 1666-19) // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – №40-44. – Ст. 356.
6. Про зовнішньоекономічну діяльність України: Закон України від 16.04.1991 № 959-XII (поточна редакція від від 15.09.2016, підстава 1455-19) // Відомості Верховної Ради УРСР. – 1991. – № 29. – Ст. 377.
7. Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств:теорія, методика, аналіз / В.Г. Андрійчук. – К. : КНЕУ, 2005. – 292 с.
8. Амеліна І. В. Міжнародні економічні відносини : навч. посіб. / І. В. Амеліна, Т. Л. Попова, С. В. Владимиров – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 256 с.
9. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности [Текст] / Н.А. Русак, В.И. Стражев, О.Ф. Мигун; под ред. В.И. Стражева. – Мн.: Выш. шк., 2016. – 256 с.

10. Антонюк К. В. Визначальні фактори розвитку сучасної міжнародної торгівлі послугами / К. В. Антонюк // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 6. – С. 46–51.
11. Балабанов И. Т. Внешнеэкономические связи: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 2010 – 603 с.
12. Бандурка А.М. Финансово-экономический анализ [Текст] / А.М. Бандурка, И.М. Червяков, О.В. Посылкина. – Х.: Университет МВД, 2016. – 310 с.
13. Беленцов В.Н. Дослідження впливу технічного розвитку на показники господарської діяльності підприємства [Текст] / В.Н. Беленцов // Регіональні перспективи. – 2017. - № 23. – С. 220-223.
14. Білоган О. І. Оптимізація структури зовнішньої торгівлі країн Центральної та Східної Європи : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.02 / О. І. Білоган. // Львівський національний університет імені Івана Франка. – Л., 2015. – 22 с.
15. Боброва В. В. Мировая экономика : учебное пособие / В. В. Боброва, Ю. И. Кальвина. – Оренбург : ГОУ ОГУ, 2004. – 208 с.
16. Бершеда Е.Р. Міжгалузеві зв'язки у інвестиційному процесі [Текст] / Е.Р. Бершеда. – К.: Наукова думка, 2015. – 288 с.
17. Венцель В. Т. Зовнішньоекономічна діяльність: підходи до розуміння в довідковій та нормативно-правовій літературі / В. Т. Венцель // Вісник ЖДТУ. – 2011. – № 1 (55). – С. 43–45.
18. Виговський О. Питання уніфікації регулювання коносаментів у міжнародному приватному праві / О. Виговський // Вісник Академії правових наук України. – 2010. – № 3 (62). – С. 232–238.
19. Владичин М. Б., Струк Н. С. Організація обліку зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств: стан і перспективи покращення / М. Б. Владичин, Н. С. Струк // Бізнес Інформ. – 2015. – № 7. – С. 35–41.

20. Внешнеэкономическая деятельность предприятия : учеб. для вузов / Л. Е.Стровский, С. К. Казанцев, Е. А. Паршина и др. ; под ред. проф. Л. Е.Стровского. – 4-е изд., перераб.и доп. – М. : ЮНИТИ, 2009. – 823 с.
21. Войтов С. Еволюція митно-тарифного регулювання в контексті розвитку світової цивілізації / С. Войтов // ВІСНИК КНТЕУ. – 2013. – № 2. – С. 70–84.
22. Возний М. І. Інвестиційна експансія провідних країн світу у XXI столітті / М. І. Возний // Бізнес Інформ. – 2015. – №7. – С. 42–47.
23. Володькіна М.В. Економіка промислового підприємства [Текст] / М.В. Володькіна. – К.: Центр навчальної літератури, 2017. – 196 с.
24. Воронкова О. Н. Внешнеэкономическая деятельность: организация и управление: учеб. пособ. / О. Н. Воронкова, Е. П. Пузакова ; под ред. Е. П. Пузаковой. – М. : Экономистъ, 2008. – 495 с.
25. Вороніна А. В. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності України / А. В. Вороніна, К. М. Ніколаєва // Молодий вчений. – № 1 (16). – С. 66–69.
26. Гаркуша Г. Г. Зовнішньоторговельний режим України та перспективи його вдосконалення / Г. Г. Гаркуша, О. М. Гаркуша // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. – 2010. – С. 92–95.
27. Газеев М.Х. Показники ефективності інвестицій в умовах ринку [Текст] / М.Х. Газеев. – К.: Наукова думка, 2015. – 341 с.
28. Георгіаді Н. Г. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності : підруч. / Н. Г. Георгіаді, С. В. Князь. – Л. : Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2011. – 196 с.
29. Гончарук А. Г. Формування механізму управління ефективністю підприємства : автореф. дис. нга здобуття наук. ступеня докт. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / А. Г. Гончарук. — Одеса : ОНЕУ, 2010. — 37 с.
30. Грузовые автомобильные перевозки [Текст] / М.С. Ходосин. – Х.: Транспорт, 2016. – 256 с.

31. Гуріна Г. С. Основи зовнішньоекономічної діяльності : підручник / Г. С. Гуріна, М. Г. Луцький, Т. Л. Мостенська, В. О. Новак. – К. : Сузір'я, 2009. – 425с.
32. Даль В.І. Толковые словари // Большая российская энциклопедия. — М., 2016. — Т. 32. — С. 237—238.
33. Єдина транспортна система [Текст] / Ю.В. Соболев. – Х.: Олант, 2017. – 288 с.
34. Дегтярева О. И. Внешнеэкономическая деятельность / О. И. Дегтярева, Т. Н. Полянова, С. В. Саркисов. – М. : Дело, 2007. – 424 с.
35. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посібник / М. І. Дідківський – К. : Знання, 2010. – 462 с.
36. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навч. посіб. / Г. М. Дроздова. – К., ЦУЛ, 2008. – 172 с.
37. Друкер П. Эффективное управление / П. Друкер : пер. с англ. М. Котельниковой. – М. : Изд-во «Астрель», 2004. – 284 с.
38. Дячков Д. В. Особливості методичного інструментарію стратегічного аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Д. В. Дячков, Р. В. Котенко // Економіка. Управління. Інновації. – 2016. – Вип. № 1 (16). – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2009_5_1/202-204.pdf
39. Єдина транспортна система [Текст] / Ю.В. Соболев. – Х.: Олант, 2017. – 288 с.
40. Єріна І. В. Збалансованість і конкурентність зовнішньої торгівлі України послугами: статистичний аспект [Електронний ресурс] / І. В. Єріна // Ефективна економіка. – 2015. – № 7. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4211>.
41. Житецький В.Ц. Економіка підприємства [Текст] / В.Ц. Житецький, О.В. Мельников. – Львів: Афіша, 2016. – 348 с.

42. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: підручник / І. В. Багрова, Н. І. Редіна, В. Є. Власюк, О. О. Гетьман. – К. : ЦНЛ, 2010. – 580 с.
43. Іващенко В.І. Економічний аналіз господарської діяльності [Текст] / В.І. Іващенко, М.А. Болюх. – К.: КНЕУ, 2016. – 204 с.
44. Капельян С.Н. Основы коммерческих и финансовых расчетов [Текст] / С.Н. Капельян. – Минск: Высшая школа, 2015. – 289 с.
45. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств [Текст]: навч. посібник / М.Я. Коробов. – К.: Знання, КОО, 2015. – 378 с.
46. Крылова Т.В. Выбор партнера: Анализ отчётности предприятия [Текст] / Т.В. Крылова. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 231 с.
47. Макогон Ю. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: підручник для студ. вищ. навч. закл. / Ю. В. Макогон, В. С. Рижиков, та ін. – К. : ЦНЛ, 2011 – 424 с.
48. Менеджмент на транспорте [Текст]: учебное пособие / Н.Н. Громов. – К.: Академия, 2016. – 528 с.
49. Зубишена О. В. Значення митних тарифів у регулюванні зовнішньоекономічної політики держави [Електронний ресурс] / О. В. Зубишена, О. С. Бохенко. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/30_NIEK_2011/Economics/2_95841.doc.htm
50. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. / О. А. Кириченко. – 5-те вид., перероб. і доп. – К. : Знання-Прес, 2006. – 384 с.
51. Козак Ю. Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств / Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова, І. Ю. Сіваченко. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К. : ЦНЛ, 2009. – 812 с.
52. Козик В. В. Зовнішньоекономічні операції і контракти / В. В. Козик, Л. А. Панкова, Я. С. Карп'як, О. Ю. Григор'єв, А. О. Босак. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2010. – 621 с.

53. Коломацька С. П. Зовнішньоекономічна діяльність в Україні: правове регулювання та гарантії здійснення / С. П. Коломацька. – К. : ВД «Професіонал», 2009. – 288 с.
54. Колесников А. А. Внешнеэкономическая деятельность / А. А. Колесников, В. Ю. Друк. – Гомель : УО Белорусский торгово-экономический ун-т потребительской кооперации, 2006. – 168 с.
55. Костина К. В. Система регулювання торгівлі послугами на глобальному рівні / Зовнішня торгівля: право та економіка. – № 1/2007. – С. 41–47.
56. Кузьома О. Ю. Євровектор зовнішньої торгівлі України в контексті розширення ЄС / О. Ю. Кузьома // Вісник Київського національного університету. Серія: Економіка. – 2007. – Вип. 98. – С. 13–17.
57. Курочкіна І. Г. Аналіз тенденцій розвитку світової торгівлі товарами та послугами [Електронний ресурс] / І. Г. Курочкіна. – Режим доступу : http://business-inform.net/pdf/2015/9_0/37_42.pdf
58. Мангушев Д. В. Аналіз сучасного стану міжнародної торгівлі послугами [Електронний ресурс] / Д. В. Мангушев, Н. Я. Тимків. – Режим доступу : http://ej.kherson.ua/journal/economic_16/4/8.pdf
59. Міжнародна інформація : навч. посіб. / [М. П. Требін та ін.] ; за ред. М. П. Требіна // НІОУ ім. Я. Мудрого. – Х. : Право, 2014. – 336 с.
60. Мостенська Т. Л. Основні аспекти формування та оцінки стратегії імпорту підприємств малого бізнесу [Електронний ресурс] / Т. Л. Мостенська, О. Ю. Карнаух. – Режим доступу : <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/732/1/339.pdf>
61. Новікова К. І. Митний тариф в умовах лібералізації регуляторної політики держави: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / К. І. Новікова. – Запоріжжя, 2010. – 24 с.
62. Новікова К. І. Світовий досвід митно-тарифного регулювання та можливості його застосування в Україні [Електронний ресурс] / К. І. Новікова. – Режим доступу : <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=13564>

63. Новицкий В. Е. Внешнеэкономическая деятельность и международный маркетинг / В. Е. Новицкий. – К. : Либра, 2012. – С. 86–89.
64. Новицький В. С. Міжнародна економічна діяльність України / В. С. Новицький, П. В. Пашко. – КНЕУ, 2009. – 948 с.
65. Организация перевозочных услуг и безопасности транспортного процесса [Текст]: учебное пособие / И.В. Спиригин. – К.: Академия, 2016. – 325 с.
66. Организация управления пассажирскими автомобильными перевозками [Текст]: учебник / И.В. Спиригин. – К.: Академия, 2017. – 400 с.
67. Осипов П. В. Інтегральний виробничий потенціал харчової промисловості : навч. посіб. / П. В. Осипов.— Одеса : Автограф, 2004. — 171 с.
68. Пересада О.О. Інвестиційне кредитування [Текст]: навч. посібник / О.О. Пересада, Т.В. Майорова. – К.: КНЕУ, 2015. – 287 с.
69. Петті О. Основи інвестиційної діяльності [Текст] 69. Петті О. – К.: Лібра, 2015. – 245 с.
70. Полянська А. С. Пріоритети розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств нафтогазового комплексу на шляху до інтеграції вітчизняного ПЕК у європейський економічний простір / А. С. Полянська // Науковий вісник ІФНТУНГ. – 2013. – № 2(35). – С. 213–220.
71. Полянська Н.Є. Комерційна робота на транспорті [Текст]: навч. посібник / Н.Є. Полянська. – К.: Стандарт, 2016. – 384 с.
72. Приймаченко Д. В. Митна політика держави та її реалізація митними органами : монографія / Д. В. Приймаченко. – Дніпропетровськ : АМСУ, 2006. – 332 с.
73. Русак Н.А. Основы финансового анализа [Текст] / Н.А. Русак, В.А. Русак. – Мн.: ООО «Меркование», 2016. – 378 с.
74. Раєвнева О. В. Моделювання поведінки експортоорієнтованого підприємства : монографія / О. В. Раєвнева, А. С. Карпенко. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2014. – 384 с.

75. Савчук В.І. Аналіз і розробка інвестиційних проектів [Текст] / В.І. Савчук. – К.: Вища школа, 2015. – 304 с.
76. Сисоніна Н.П. Напрямки покращення ефективності діяльності транспортних підприємств [Текст] / Н.П. Сисоніна // Економіка України. – 2017. - № 1(53). – С. 47-50.
77. Сойма С. Ю. Зовнішньоекономічна діяльність регіону в умовах ринкової трансформації : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05 / С. Ю. Сойма. – Ужгород, 2011. – 22 с.
78. Соколенко С.И. Современные мировые рынки и Украина [Текст] / С.И. Соколенко. – К.: КНЕУ, 2017. – 410 с.
79. Сурмин Ю.П. Теория систем и системный анализ: Учеб. пособие. – К.: МАУП, 2010. – 368 с.
80. Торгова Л. В. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навчально-методичний посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л. В. Торгова, О. В. Хитра. – Л. : «Новий світ-2000», 2009. – 531 с.
81. Тюріна Н. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. / Н. М. Тюріна, Н. Карвацка. – К. : ЦУЛ, 2013. – 408 с.
82. Федоронько Н. І. Аналіз ефективності експортних та імпорتنних операцій / Н. І. Федоронько // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип.10. – С. 120–123.
83. Фомичев В. И. Международная торговля. Центральноевропейское соглашение о свободной торговле (ЦЕФТА) [Электронный ресурс] / В. И. Фомичев. – Режим доступа : http://onby.ru/read/mezhdunarodnaya_torgovlya_v_fomichev/12
84. Фролова О. Г. Управління в прикордонних і митних органах як різновид державного управління, його об'єкти і суб'єкти / О. Г. Фролова // Митна справа. – 2010. – № 6. – С. 64–72.
85. Хлевной И.И. Грузовые автомобильные перевозки [Текст]: учеб. пособие / И.И. Хлевной. – Х.: Прогресс, 2017. – 231 с.

86. Чепіжко О. С. Регулювання міжнародної торгівлі послугами [Електронний ресурс] / О. С. Чепіжко. – Режим доступу : <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=33811>.

87. Чириченко Ю. В. Зовнішня торгівля послугами: глобальна емерджетність / Ю. В. Чириченко // Економіка та підприємництво. – 2013. – № 1 (70). – С. 64–69.

88. Шеремет А.В. Методика фінансового аналізу [Текст] / А.В. Шеремет, К.М. Сейфурин. – М.: Знание, 2017. – 237 с.

89. Шкурупій О. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. / О. В. Шкурупій, В. В. Гончаренко, І. А. Артеменко та ін. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.

90. Щербак В. Г. Проблеми проникнення вітчизняних підприємств на зовнішні ринки / В. Г. Щербак, А. П. Лозенко // Фінанси України. – 2009. – № 5. – С. 14.

91. Экономика предприятия [Текст]: учебник / ред. А.Н. Волкова. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 520 с.

92. Яковенко О. В. Теоретичні основи аналізу зовнішньоекономічної діяльності митними органами / О. В. Яковенко // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2015. – Вип. 27. – С. 89–94.

93. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

Додаток А

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ суб'єкта малого підприємництва

		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ		
			2018	01	01
Підприємство	ПП «Авто-2002»	за ЄДРПОУ	32364375		
Територія	Полтавська область	за КОАТУУ	5310436100		
Організаційно-правова форма господарювання	ПП	за КОПФГ	-		
Вид економічної діяльності	послуги вантажного транспорту	за КВЕД	49.41		
Середня кількість працівників, осіб	19				

Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком
Адреса, телефон 39600, м. Кременчук, вул. О. Дундича, 1к

1. Баланс	Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
на 31 грудня 2019 р.			

Актив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби:	1010	1413,4	2271,6
первісна вартість	1011	1888,9	3060,9
знос	1012	(475,5)	(789,3)
Довгострокові біологічні активи	1020		-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	1413,4	2271,6
II. Оборотні активи			
Запаси:	1100	20,9	69,9
у тому числі готова продукція	1103	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	92,8	174,8
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	-	-
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	169,6	159,9
Витрати майбутніх періодів	1170	2,2	2,6
Інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом II	1195	285,5	407,2
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	1698,9	2678,8

Закінчення дод. А

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5,9	5,9
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	711,2	857,2
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	717,1	863,1
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
1595		-	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	508,5	660,2
розрахунками з бюджетом	1620	11,3	36,7
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	462,0	1118,8
Усього за розділом III	1695	981,8	1815,7
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
1700		-	-
Баланс	1900	1698,9	2678,8

2. Звіт про фінансові результати за рік 2019 р.

Форма № 2-м
Код за ДКУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	6388,3	6292,8
Інші операційні доходи	2120	-	-
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	6388,3	6292,8
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(5981,6)	(5354,6)
Інші операційні витрати	2180	(254,8)	(337,2)
Інші витрати	2270	(-)	(475,9)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(6236,4)	(6167,7)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	151,9	125,1
Податок на прибуток	2300	(28,9)	(26,3)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	123,0	98,8

Керівник _____

