

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІСОТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ  
Навчально-науковий інститут екологічної економіки і менеджменту  
Кафедра менеджменту та маркетингу

# ДИПЛОМНА РОБОТА

магістра

на тему: "Формування інформаційного забезпечення  
розвитку зовнішньоекономічної діяльності  
ТОВ «Трафік менеджмент груп»"

**Виконав**

\_\_\_\_\_

(підпис)

студент гр. МЗЕД-61м  
Юрчишин С. В.

\_\_\_\_\_

(прізвище, ініціали)

**Науковий керівник**

\_\_\_\_\_

(підпис)

Кульчицька Е.А.

\_\_\_\_\_

(прізвище, ініціали)

**Рецензент**

\_\_\_\_\_

(підпис)

Шутка С.Є.

\_\_\_\_\_

(прізвище, ініціали)

Львів – 2024 р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІСОТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ

Навчально-науковий інститут \_\_\_\_\_ екологічної економіки і менеджменту  
Кафедра \_\_\_\_\_ менеджменту та маркетингу  
Освітньо-кваліфікаційний рівень \_\_\_\_\_ магістр  
Спеціальність \_\_\_\_\_ 073 «Менеджмент»  
Освітня програма \_\_\_\_\_ Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри менеджменту  
та маркетингу

\_\_\_\_\_ к.е.н., доцент Максимець О.В.  
“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2024 р.

**ЗАВДАННЯ**  
**НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**  
**Юрчишину Степану Володимировичу**  
*(прізвище, ім'я, по-батькові у давальному відмінку)*

1. Тема роботи: "Формування інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Трафік менеджмент груп»"

керівник дипломної роботи

\_\_\_\_\_ Кульчицька Евеліна Антоніївна, к.е.н., доц.

*(прізвище, ім'я, по-батькові, науковий ступінь, вчене звання)*

затверджена наказом по університету від

«07» вересня 2023 р. № C-455

2. Термін подання студентом дипломної роботи

«08» січня 2024 р.

3. Вихідні дані до дипломної роботи:

бухгалтерська та статистична звітність підприємства, наукові публікації, статистичні дані щодо зовнішньоторгових операцій, закони України та нормативні акти в сфері зовнішньоекономічної діяльності, аналітичні дослідження ринку в Україні та закордоном

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (розділи, які потрібно розробити):

Розділ 1. Теоретичні засади формування інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Розділ 2. Фінансово-економічна характеристика ТОВ «Трафік менеджмент груп» та аналіз його імпоротної діяльності. Розділ 3. Формування інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Трафік менеджмент груп».

5. Перелік графічного матеріалу:

1. Система маркетингової інформації. Механізм формування інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві.

2. Характеристика застосування інформаційних технологій для розвитку ЗЕД. Конкурентні переваги ТОВ "Трафік менеджмент груп". Основні напрямки діяльності ТОВ "Трафік менеджмент груп".

3. Динаміка надходжень ТОВ «Трафік Менеджмент Груп». Динаміка основних фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «Трафік Менеджмент Груп».

4. Витрати на придбання імпоротної техніки. Географічна структура імпортного обладнання для дорожньої розмітки. Організаційна структура управління підприємством.

5. Характеристика існуючого стану підсистем маркетингової інформаційної системи на ТОВ «Трафік менеджмент груп» та пропозиції з їх вдосконалення в умовах здійснення ЗЕД. 6. Характеристика зовнішніх джерел інформації, які рекомендовано застосовувати для ефективного управління ЗЕД підприємства. 7. Географічна структура світового експорту пластика. 8. Географічна структура світового експорту фарби та затверджувачів. 9. Географічна структура експорту склокульок у світі.

## 6. Консультанти розділів роботи (за потреби)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання

«11» вересня 2023 р.

Науковий керівник

\_\_\_\_\_

(підпис)

Кульчицька Е.А.

\_\_\_\_\_

(прізвище, ініціали)

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Вступ	11.09.23-17.09.23	
2	Розділ 1. Теоретичні засади формування інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства	18.09.23-15.10.23	
3	Розділ 2. Фінансово-економічна характеристика ТОВ «Трафік менеджмент груп» та аналіз його імпортової діяльності	16.10.23-12.11.23	
4	Розділ 3. Формування інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Трафік менеджмент груп».	13.11.23-17.12.23	
5	Висновки	18.12.23-31.12.23	
6	Оформлення графічного матеріалу та пояснювальної записки.	1.01.24-7.01.24	

Студент

\_\_\_\_\_

(підпис)

Юрчишин С. В.

\_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник

\_\_\_\_\_

(підпис)

Кульчицька Е.А.

\_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

## АНОТАЦІЯ

Юрчишин С.В. Формування інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Трафік менеджмент груп».

Мета магістерської роботи полягає у розробці пропозиції з формування інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Трафік менеджмент груп» (ТОВ "ТМГ").

Об'єктом магістерської роботи є зовнішньоекономічна діяльність ТОВ «ТМГ», а предметом – інформаційне забезпечення її розвитку.

В результаті проведеного аналізу фінансового стану підприємства, його зовнішньоекономічної діяльності та аналізу особливостей його маркетингової інформаційної системи розроблено пропозиції з формування інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ "ТМГ".

Пояснювальна записка магістерської роботи складається з вступу, трьох основних розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Пояснювальна записка має обсяг 43 сторінок і включає 11 таблиць, 15 рисунків та список 40 використаних джерел.

**Ключові слова:** інформаційні ресурси, інформаційне забезпечення, маркетингова інформаційна система, зовнішньоекономічна діяльність, імпорт, матеріали для нанесення дорожньої розмітки.

## ABSTRACT

Yurchyshyn S.V. Formation of information support for the development of foreign economic activity of Traffic Management Group LLC

The aim of the master's thesis is to develop a proposal for the formation of information support for the development of foreign economic activities of Traffic Management Group LLC (TMG LLC).

The object of the master's work is the foreign economic activity of TMG LLC, and the subject is information support for its development.

As a result of the analysis of the financial state of the enterprise, its foreign economic activity and the analysis of the features of its marketing information system, proposals were developed for the formation of information support for the development of foreign economic activity of TMG LLC.

The Explanatory note consists of 43 pages. The amount of informational sources used in the bachelor work is 40 sources. The work contains 15 figures and 11 tables.

**Key words:** information resources, information support, marketing information system, foreign economic activity, import, materials for road marking.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>7</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>9</b>
1.1. Суть інформаційного забезпечення підприємства та особливості системи маркетингової інформації в умовах здійснення ЗЕД.....	9
1.2. Особливості інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності.....	13
<b>РОЗДІЛ 2. ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТОВ «ТРАФІК МЕНЕДЖМЕНТ ГРУП» ТА АНАЛІЗ ЙОГО ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>16</b>
2.1. Загальна характеристика та основні напрями діяльності товариства «Трафік Менеджмент Груп».....	16
2.2. Аналіз основних показників, які відображають фінансово-економічний стан ТОВ "Трафік менеджмент груп".....	19
2.3. Аналіз імпоротної діяльності ТОВ «ТМГ».....	29
<b>РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ТРАФІК МЕНЕДЖМЕНТ ГРУП».....</b>	<b>32</b>
3.1. Існуюча маркетингова інформаційна система ТОВ "ТМГ".....	32
3.2. Пропозиції з формування інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ "ТМГ".....	34
<b>ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ.....</b>	<b>38</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>41</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>45</b>

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Розвиток зовнішньоекономічної діяльності має важливе значення для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Глобалізаційні процеси та загострення конкуренції вимагають посиленої уваги до підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності, вживання своєчасних заходів при зміні умов на ринку. В цьому контексті для забезпечення успішного функціонування підприємства на зовнішніх ринках вирішальне значення набуває інформаційне забезпечення управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Володіння актуальною, правдивою та своєчасною інформацією є ключовим фактором забезпечення конкурентної переваги підприємства та його стабільного розвитку на зовнішньому ринку.

Питання інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності є однією з найбільш актуальних проблем для підприємств, які досить часто не знають, де знайти необхідну інформацію, як її отримати або як її ефективно застосувати. Належне інформаційне забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності забезпечує ефективну боротьбу з викликами зовнішнього середовища та є гарантією стабільного розвитку підприємства в умовах глобалізації.

*Мета магістерської роботи* – розробити пропозиції з формування інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Трафік менеджмент груп» (ТОВ "ТМГ").

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

висвітлити теоретичні засади формування інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

ознайомитись з основними видами діяльності ТОВ "ТМГ";

провести аналіз фінансово-економічного стану ТОВ "ТМГ";

провести аналіз імпортової діяльності ТОВ "ТМГ";

дослідити особливості маркетингової інформаційної системи ТОВ "ТМГ" та розробити пропозиції її удосконалення для розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

*Об'єктом дослідження* є зовнішньоекономічна діяльність ТОВ «ТМГ», а *предметом дослідження* – інформаційне забезпечення її розвитку.

*Джерельна база.* Питання інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності на підприємствах висвітлювали у своїх працях такі науковці, як: Т. В. Писаренко, Т. К. Кваша, Н. В. Березняк, О. В. Прудка, М. В. Діденко, О. В. Кравченко, С. О. Кузменко, Н. І. Мельник, Н. В. Сніжко, В. С. Столяренко [1–6]. Незважаючи на значну кількість публікацій з зазначеного питання, не має одностайної думки щодо методології збору необхідної інформації та її аналізу, а також щодо застосування інформаційних технологій для покращення ефективності управління ЗЕД.

Під час виконання магістерської роботи застосовано методи статистичного аналізу для обробки даних фінансової звітності підприємства та результатів його імпортової діяльності; методи індукції та дедукції – для узагальнення основних теоретичних положень дослідження та формулювання висновків і рекомендацій.

*Елементи наукової новизни.* Характеристика підсистем маркетингової інформаційної системи адаптована до умов здійснення ЗЕД.

*Практична значущість.* Розроблені пропозиції з формування інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності допоможуть ТОВ "ТМГ" налагодити імпорт матеріалів для нанесення дорожньої розмітки, а також імпорт технічної солі.

*Апробація результатів.* Частково результати дослідження магістерської роботи представлено на 75-й студентській науково-практичній конференції НЛТУ України у доповіді на тему: «Формування інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства».

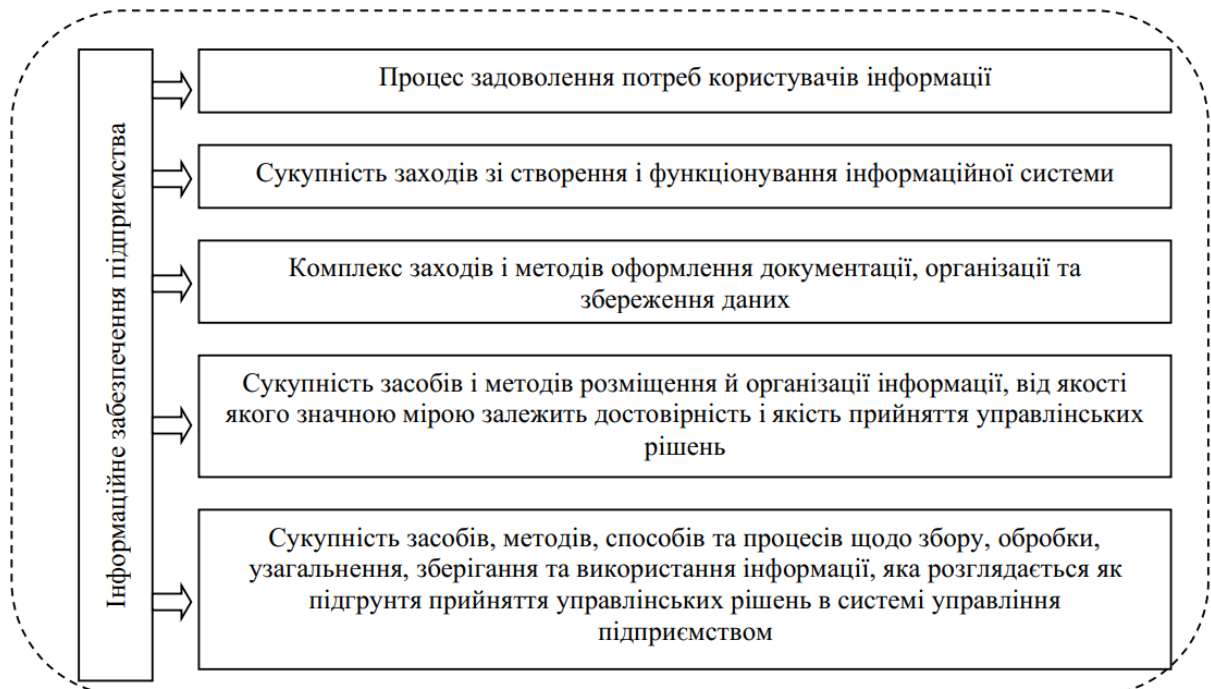
# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

### 1.1. Суть інформаційного забезпечення підприємства та особливості системи маркетингової інформації в умовах здійснення ЗЕД

Інформацію можна визначити як "відомість про стан системи та навколишнього середовища, які сприймаються людиною або спеціальним пристроєм" [12]. Під управлінською інформацією розуміють таку, яка використовується "для оптимального функціонування управлінської системи" [12].

Існуючі підходи до визначення сутності «інформаційне забезпечення» відображено на рис. 1.1.

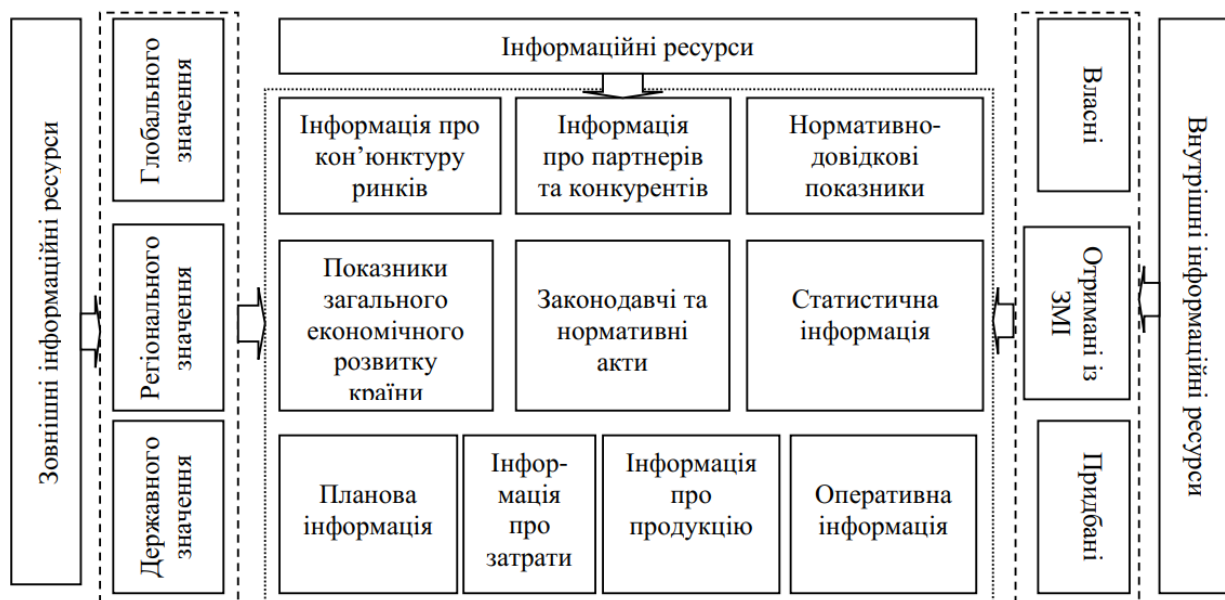


**Рис. 1.1 Підходи щодо визначення сутності поняття «інформаційне забезпечення підприємства» [12, 19-21]**

Інформаційне забезпечення підприємства – це динамічна система отримання, оцінки, зберігання та переробки даних, яка створена з метою прийняття управлінських рішень [6].

Результати опитування менеджерів вітчизняних підприємств, висвітлені у праці О.А. Миколок та В.М. Бобровник [12], показали, що 53,3% менеджерів вважають покращення інформаційного забезпечення ключовою умовою прийняття ефективних управлінських рішень. Крім того, 49% опитаних менеджерів вважають відсутність ефективних комунікаційних зв'язків головною причиною конфліктів на робочих місцях.

Належне інформаційне забезпечення є основою для ефективного розвитку підприємства, зростання його прибутковості та рентабельності. Володіння необхідною інформацією впливає також на рівень конкурентоспроможності підприємства. Інформація може надходити з трьох основних джерел: внутрішня інформація підприємства; інформація із засобів масової інформації та інформація від консалтингових фірм. Класифікацію інформаційних ресурсів підприємства представлено на рис. 1.2.



**Рис. 1.2** Класифікація інформаційних ресурсів підприємства [12]

Вимоги до інформаційного забезпечення підприємства [11]:

- цілісність;
- своєчасність;

- вірогідність;
- контроль;
- захист від несанкціонованого доступу;
- стандартизація, гнучкість;
- адаптивність, уніфікація;
- мінімізація введення та виведення інформації.

**Система маркетингової інформації** в умовах здійснення ЗЕД підприємством являє собою постійно діючу систему збирання, оброблення, аналізування, оцінки та розподілу актуальної і достовірної інформації, яка застосовується для прийняття управлінських рішень стосовно планування ЗЕД, впровадження у життя відповідних управлінських заходів та встановлення контролю за їх виконанням. Систему маркетингової інформації зображено на рис. 1.3.



**Рис. 1.3. Система маркетингової інформації (СМІ) [10]**

СМІ побудована з чотирьох допоміжних підсистем, характеристика яких подана у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

## Характеристика підсистем СМІ в умовах здійснення ЗЕД [10]

Підсистеми	Характеристика
Підсистема внутрішньої звітності	Сукупність документів, пов'язаних із обсягами експортних поставок чи імпортних закупівель, транспортуванням, оплатою рахунків, обсягами матеріальних запасів, сумою витрат, у тому числі на ЗЕД, даними про дебіторську та кредиторську заборгованість тощо.
Підсистема зовнішньої поточної маркетингової інформації	Набір джерел і методичних засобів, за допомогою яких керівництво підприємства отримує регулярну інформацію про події, які відбуваються в комерційному середовищі, у тому числі на міжнародних ринках.
Підсистема маркетингових досліджень	Систематичний збір, відображення та аналіз даних про проблеми маркетингу товарів і послуг. Такі дослідження можна здійснювати: за допомогою спеціалізованих маркетингових агенцій, вищих навчальних закладів, за допомогою власного підрозділу маркетингових досліджень.
Підсистема аналізу маркетингової інформації	Сукупність методів аналізу маркетингових даних і проблем маркетингу. Систему аналізу маркетингової інформації становлять статистичний банк і банк моделей. <b>Статистичний банк</b> - сукупність сучасних методик статистичної обробки інформації (регресійний, кореляційний, факторний, груповий тощо), які дозволяють більш повно розкрити взаємозалежність та взаємозв'язок між факторами, які впливають на маркетинговий процес, його результативність. <b>Банк моделей</b> - набір математичних моделей, які сприяють прийняттю оптимальних маркетингових рішень підприємствами (моделі створення товару; модель розрахунку ціни; моделі каналів розподілу; модель розробки рекламного бюджету тощо).

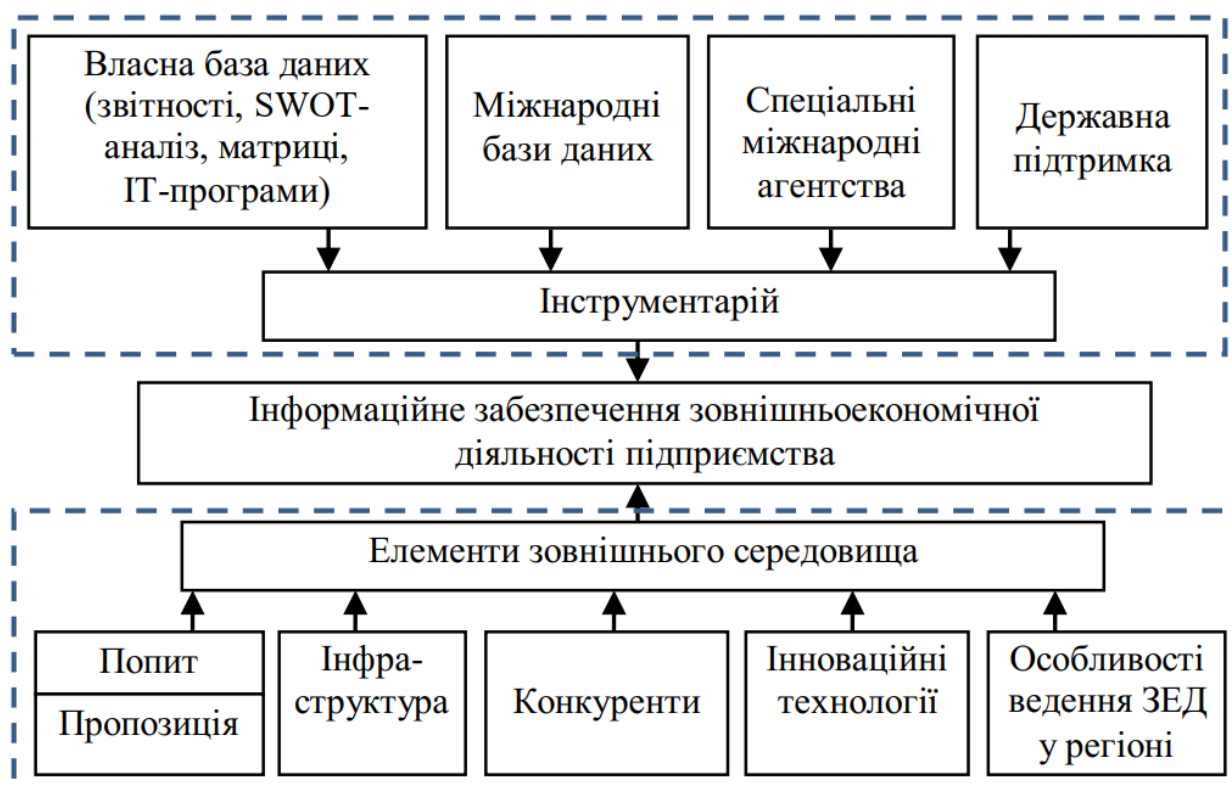
## 1.2. Особливості інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності

Вагомий внесок у дослідження стосовно інформаційного забезпечення підприємства здійснили такі вчені: О. Малахова, Т. Нікітина, Т. Долгова, Е. Петриченко, С. Сілон, Б. Панов, А. Леонтєва, М. Ал-Меррі Гаїс, Т. Гамзатов, Т. Писаренко, О. Коваленко, Т. Єршова, О. Миколюк, В. Бобровник, З. Бурик, О. Огірко, В. Харченко, В. Онищук, С. Петренко, А. Череп, О. Панченко, Л. Птіцина, О. Кузьмін, Н. Георгіаді, Г. Черноіванова, В. Фостолович, С. Нестеренко, Л. Мартинова, А. Правдюк, Т. Прутська та ін [1, 12-21]. Питання інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємств висвітлювали у своїх наукових працях Т. В. Писаренко, Т. К. Кваша, Н. В. Березняк, О. В. Прудка, М. В. Діденко, О. В. Кравченко, С. О. Кузменко, Н. І. Мельник, Н. В. Сніжко, В. С. Столяренко, В. О. Козуб, Л. Й. Гнилянська, Р. Приведа [1–6, 9, 11].

Інформаційне забезпечення ЗЕД підприємства складається з елементів, які забезпечують ефективну діяльність підприємства на зовнішніх ринках. Механізм формування інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємства представлено на рис. 1.4.

Джерелами інформаційного забезпечення ЗЕД підприємства є дані бухгалтерської звітності, а також зовнішні джерела інформації, якими можуть бути інформаційні звіти фірм, довідники, каталоги, інформація з засобів масової інформації. Носіями інформації можуть бути торгові палати, органи влади, навчальні та науково – дослідні інститути, біржі, консалтингові фірми й агентства, дипломатичні представництва тощо.

З метою підвищення ефективності управління ЗЕД доцільним є застосування інформаційних технологій, які дають можливість здійснювати моделювання отриманих результатів в результаті прийнятих управлінських рішень менеджерів і на основі цього обирати оптимальні варіанти прийняття рішень.



**Рис. 1.4. Механізм формування інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві [9]**

Для удосконалення інформаційної підтримки ЗЕД підприємства доцільно також застосовувати програмне забезпечення для проведення бізнес-аналізу, інтерактивної візуалізації, формування звітів та інформаційних панелей, застосовувати штучний інтелект, покращувати захист даних.

Суть застосування інформаційних технологій для розвитку ЗЕД описана у таблиці 1.2. Найбільш популярними програмами бізнес-аналітики та візуалізації є: Tableau, Qlik Sense, Microsoft Power BI та SAP BusinessObjects. Tableau, Qlik Sense, Microsoft Power BI та SAP BusinessObjects.

Досить швидкими темпами почав розвиватись штучний інтелект. Перспективним є застосування можливостей ChatGPT – чат-бот зі штучним інтелектом, який був розроблений OpenAI та впроваджений у листопаді 2022 року.

Щодо вибору блокчейн-платформи для підприємства, то все залежить від сценаріїв їх використання, поставлених технічних вимог та цілей. Блокчейн-платформи Ethereum та Hyperledger Fabric є абсолютно життєздатними

варіантами для застосування підприємствами. Г.І. Писаревська пропонує зосередити основну увагу на застосуванні платформи Hyperledger Fabric, якщо основною ціллю є захист даних.

Таблиця 1.2

### Характеристика застосування інформаційних технологій для розвитку ЗЕД

Технологія	Суть
Аналітика великих даних	Передбачає обробку та аналіз великих, різноманітних і складних наборів даних, щоб виявити приховані закономірності, кореляції та ідеї. Може допомогти підприємствам приймати більш обґрунтовані рішення, надаючи інформацію про ринкові тенденції, уподобання клієнтів і динаміку ланцюга поставок у режимі реального часу. Microsoft Power BI може бути хорошим вибором для інформаційної підтримки підприємства, оскільки інтегрується з іншими продуктами Microsoft.
Штучний інтелект	Можна використовувати для автоматизації різних процесів і завдань, підвищуючи ефективність і оперативність систем інформаційної підтримки. Інтеграція чат-ботів на основі штучного інтелекту може сприяти спілкуванню в реальному часі та обміну інформацією між різними зацікавленими сторонами, такими як постачальники, партнери та клієнти. Перспективним є використання можливостей ChatGPT.
Блокчейн	Децентралізована, прозора та безпечна цифрова книга, яка дозволяє записувати та перевіряти транзакції без посередників. Впровадження технології блокчейн може підвищити безпеку, відстежуваність та ефективність систем інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності [3, с. 119]. Перспективними для використання є платформи Ethereum та Hyperledger Fabric.
Синергетичний ефект від впровадження технологій	Використання аналітики великих даних дозволить підприємству ефективніше аналізувати ринок і приймати кращі управлінські рішення, завдяки інтеграції з системою штучного інтелекту зменшиться ризик появи неточних або неякісних даних, сам же штучний інтелект може надавати інформацію всім користувачам системи за запитом в найкоротші проміжки часу. Питання захищеності і прозорості всієї цієї системи покладається на блокчейн, що у свою чергу буде корисно для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

*Джерело: Сформовано автором на основі праці [22].*

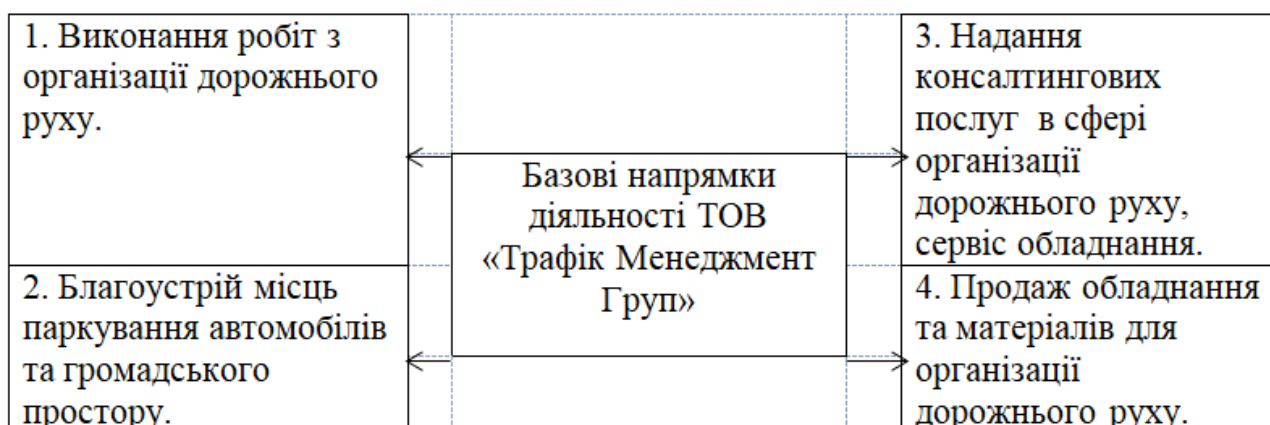
Г.І. Писаревська рекомендує підприємствам впроваджувати та інтегрувати Microsoft Power BI, ChatGPT та Hyperledger Fabric у своїй діяльності для поліпшення процесу прийняття рішень, підвищення ефективності роботи, оптимізації різноманітних процесів, зростання рівня безпеки та удосконалення системи інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності, зокрема, та діяльності підприємства загалом [22].

## РОЗДІЛ 2 ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТОВ «ТРАФІК МЕНЕДЖМЕНТ ГРУП» ТА ЗАГАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ІМПОРТУ

### 2.1. Загальна характеристика та основні напрями діяльності товариства «Трафік Менеджмент Груп»

Досліджуване нами товариство «Трафік Менеджмент Груп» працює на ринку з початку 2015 року. Станом на період дослідження статутний капітал товариства містить 654 тисяч гривень.

Товариство здійснює господарську діяльність в чотирьох базових напрямках, які наведено на наступному рисунку.

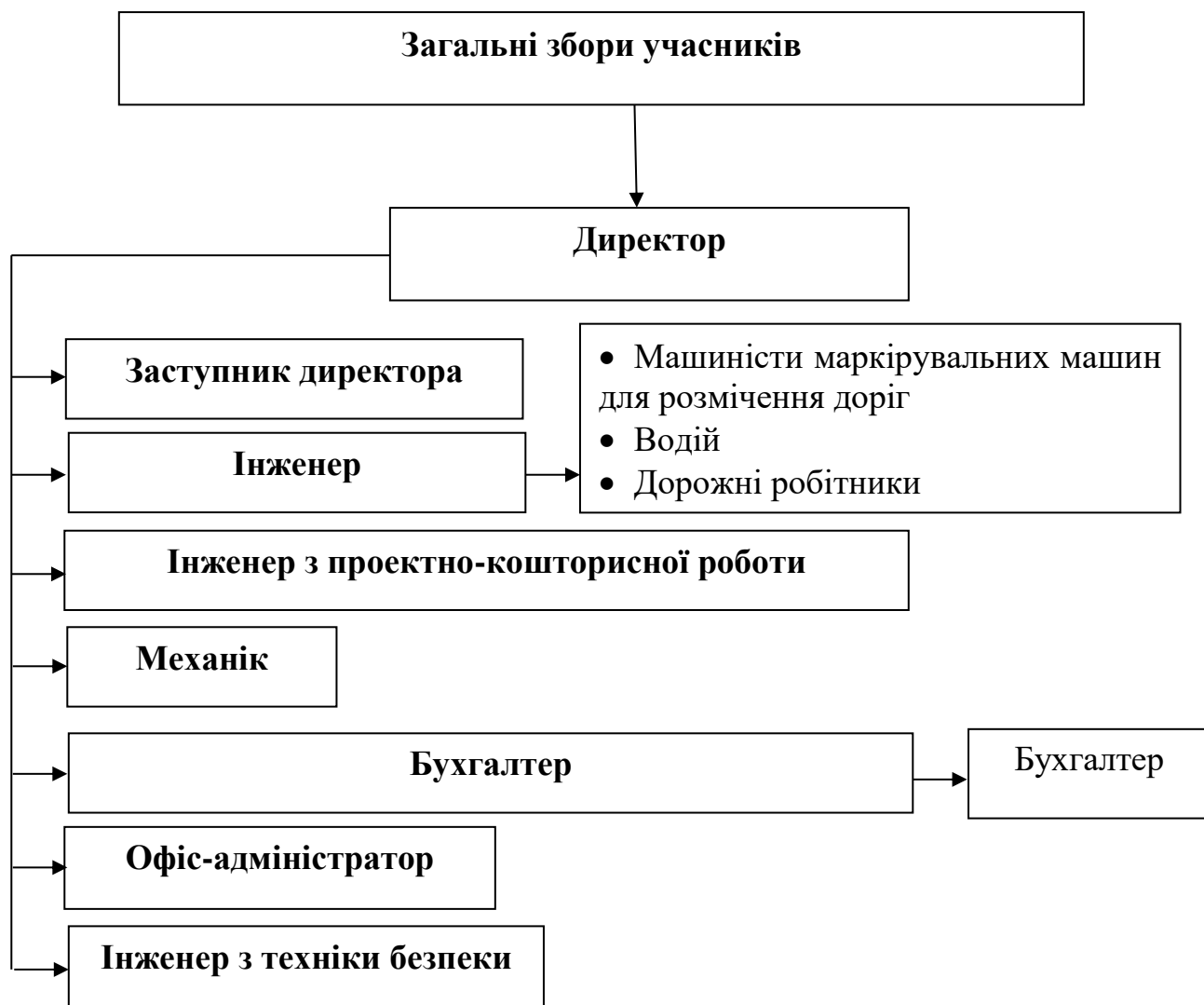


**Рис.2. 1 Базові напрями діяльності ТОВ «Трафік Менеджмент Груп»**

До основних замовників послуг, які надає ТОВ «Трафік Менеджмент Груп» належать Служби автомобільних доріг, Автомагістраль Південь й органи місцевого самоврядування.

Для того, щоб успішно працювати у зазначених вище базових напрямках, які зазначені в статуті, на даний час на балансі досліджуваної фірми знаходиться тридцять одиниць техніки вітчизняного та іноземного виробництва.

Організаційну структуру управління ТОВ «Трафік Менеджмент Груп» відображено на рис. 2.2.



**Рис. 2.2** Загальна структура управління товариства «Трафік Менеджмент Груп»

Стратегічні та поточні управлінські рішення здійснюється власниками фірми. Частина поточних управлінських рішень приймається директором на підставі погодження з власниками товариства, зокрема й питання загального контролю за ключовими показниками виробничо-господарської діяльності ТОВ «Трафік Менеджмент Груп».

Безпосереднім контролем якості виконаних робіт працівниками фірми займається інженер. Інженер з проектно-кошторисної роботи займається складанням проектів та кошторисів вартості робіт.

Таблиця 2.1 містить перелік методів управління та їх характеристика, які застосовуються на досліджуваній фірмі.

Таблиця 2.1

**Перелік методів управління та їх характеристика, які застосовуються на досліджуваній фірмі ТОВ «Трафік Менеджмент Груп»**

<b>Методи управління</b>	<b>Характеристика методів</b>
Адміністративні	Накази, розпорядження, усні вказівки, проведення нарад.
Економічні	Матеріальна відповідальність, аванс, основна заробітна плата, додаткова оплата, премії.
Соціально-психологічні	Святкування професійного свята, нагородження грамотами. Метод примусу. Застосовується до працівників, які не виконують покладених на них обов'язків. Порушнику виробничої і трудової дисципліни може бути винесена догана, зменшена сума премії, він може бути переведений на іншу ділянку роботи, понижений в посаді, звільнений з роботи.

Для здійснення поточної діяльності ТОВ «Трафік менеджмент груп» купляє пластик, фарби та затверджувачі безпосередньо у виробників, а бо у спеціалізованих фірм.

Прямі поставки матеріалів налагоджено з фірмами:

ТОВ «Поліфарб Україна», яка знаходиться місті Дніпрі;

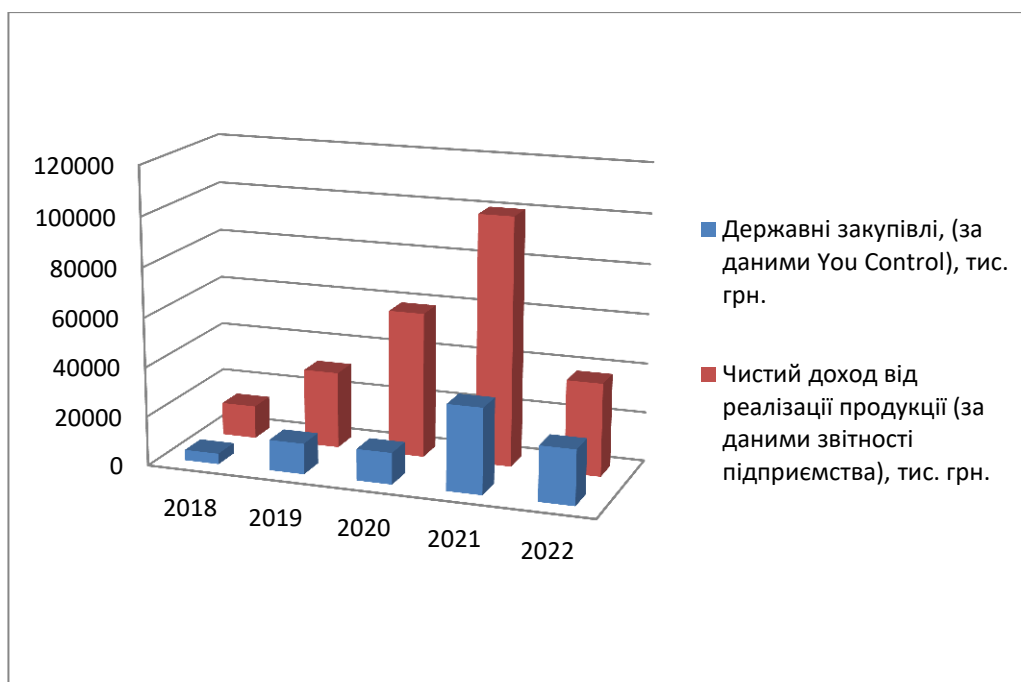
"Колор С.І.М." ТМ "Сигнакул" яка знаходиться місті Рівне.

Одним з посередників лакофарбового заводу «Аврора» ТМ Helios ТОВ «ХЕЛІОС УКРАЇНА) з міста Черкаси є фірма ТОВ «БФ Кепітал», з яким налагоджено багаторічну співпрацю у тому числі й з організації поставок імпортованих матеріалів склокульок, які виготовляються в Польщі та Швейцарії.

Починаючи з лютого 2022 року на фірмі не здійснюється імпорт продукції з Білорусії (фірма «СТіМ») питома вага поставок якої до зазначеного вище періоду складала від 50 до -70%

Досліджувана фірма бере активну участь у тендерах державних закупівель. У 2018 році державні закупівлі в чистому доході від реалізації склали 32 відсотка, у 2019 зросли сорока відсотків, у 2020 році їх питома вага зменшилася до двадцяти двох відсотків, у 2021 році відбулося зростання до тридцяти чотирьох відсотків і в 2022 році їх питома вага склали шістьдесят

відсотків. На нашу думку товариство успішно бере участь у тендерних змаганнях стосовно виконання державних закупівель.



**Рис. 2. 3 Динаміка державних закупівель та чистого доходу від реалізації продукції продовж 2018-22 років**

Більш наглядно динаміка державних закупівель та чистого доходу від реалізації продукції продовж 2018-22 років наведена на попередньому рисунку.

## **2.2. Аналіз основних показників, які відображають фінансово-економічний стан ТОВ "Трафік менеджмент груп"**

Аналізування основних фінансово-господарських показників діяльності товариства проведено на основі статистичної інформації, яка розміщена в балансі фірми та в звіті про фінансові результати за досліджуваний період (див. додаток 1).

Таблиці 2.1 та 2.2 містять інформацію про стан та динаміку активів й відповідно пасивів досліджуваної фірми. Слід зазначити, що у 2021 році спостерігається зростання необоротних активів на більше як на 80 відсотків та відповідно оборотних активів фірми більше як на 30 відсотків.

Таблиця 2.2

## Динаміка активів ТОВ «Графік менеджмент груп» у 2020-2022 рр.

Актив	2020	2021	2022	Темпи приросту (ланцюгові), %		Абсолютний приріст (ланцюговий), тис. грн.	
				2021	2022	2021	2022
<b>I. Необоротні активи</b>							
Нематеріальні активи	96,7	96,7	96,7	0,0	0,0	0,0	0
первісна вартість	144,9	145,0	145,0	0,1	0,0	0,1	0
накопичена амортизація	48,2	48,3	48,3	0,2	0,0	0,1	0
Незавершені капітальні інвестиції	15,9	15,9	15,9	0,0	0,0	0	0
Основні засоби	4635,5	8442,8	5695,5	82,1	-32,5	3807,3	-2747,3
первісна вартість	8030,5	14045,4	14045,4	74,9	0,0	6014,9	0
знос	3395	5602,6	8349,9	65,0	49,0	2207,6	2747,3
<b>Усього за розділом I</b>	<b>4748,1</b>	<b>8555,4</b>	<b>5808,1</b>	<b>80,2</b>	<b>-32,1</b>	<b>3807,3</b>	<b>-2747,3</b>
<b>II. Оборотні активи</b>							
Запаси	10644,1	8648,6	5805,6	-18,7	-32,9	-1995,5	-2843
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	26090,8	28268,1	19136,9	8,3	-32,3	2177,3	-9131,2
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	-	0,4	16,1	-	3925,0	-	15,7
Інша поточна дебіторська заборгованість	994,1	4179,7	10280,5	320,5	146,0	3185,6	6100,8
Гроші та їх еквіваленти	4884,2	13592,3	4056,9	178,3	-70,2	8708,1	-9535,4
Витрати майбутніх періодів	-	-	-	-	-	-	-
Інші оборотні активи	3264,7	2701,7	3010,0	-17,2	11,4	-563	308,3
<b>Усього за розділом II</b>	<b>45877,9</b>	<b>57390,8</b>	<b>42306,0</b>	<b>25,1</b>	<b>-26,3</b>	<b>11512,9</b>	<b>-15084,8</b>
<b>Баланс</b>	<b>50626,0</b>	<b>65946,2</b>	<b>48114,1</b>	<b>30,3</b>	<b>-27,0</b>	<b>15320,2</b>	<b>-17832,1</b>

Таблиця 2.3

Динаміка пасивів балансу ТОВ «Графік менеджмент груп» у 2020-2022 рр.

Пасив	2020	2021	2022	Темпи приросту (ланцюгові), %		Абсолютний приріст (ланцюговий), тис. грн.	
				2021	2022	2021	2022
<b>I. Власний капітал</b>							
Зареєстрований (пайовий) капітал	654,0	654,0	654,0	0,0	0,0	0	0
Нерозподілений прибуток	4902,0	7104,5	8588,1	44,9	20,9	2202,5	1483,6
<b>Усього за розділом I</b>	<b>5556,0</b>	<b>7758,5</b>	<b>9242,1</b>	<b>39,6</b>	<b>19,1</b>	<b>2202,5</b>	<b>1483,6</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення</b>	<b>95,6</b>	<b>4948,4</b>	<b>4085,2</b>	<b>5076,2</b>	<b>-17,4</b>	<b>4852,8</b>	<b>-863,2</b>
<b>III. Поточні зобов'язання</b>							
довгостроковими зобов'язаннями	60,2	-	-	-	-	-	-
товари, роботи, послуги	41612,5	49690,3	26861,4	19,4	-45,9	8077,8	-22828,9
розрахунками з бюджетом	1909,4	1563,2	3935,5	-18,1	151,8	-346,2	2372,3
у тому числі з податку на прибуток	381,4	95,9	17,5	-74,9	-81,8	-285,5	-78,4
розрахунками зі страхування	2,5	16,9	3,5	576,0	-79,3	14,4	-13,4
розрахунками з оплати праці	43,7	66,5	37,7	52,2	-43,3	22,8	-28,8
Інші поточні зобов'язання	1346,1	1902,4	3948,7	41,3	107,6	556,3	2046,3
<b>Усього за розділом III</b>	<b>44974,4</b>	<b>53239,3</b>	<b>34786,8</b>	<b>18,4</b>	<b>-34,7</b>	<b>8264,9</b>	<b>-18452,5</b>
<b>Баланс</b>	<b>50626,0</b>	<b>65946,2</b>	<b>48114,1</b>	<b>30,3</b>	<b>-27,0</b>	<b>15320,2</b>	<b>-17832,1</b>

У цьому ж році спостерігається зростання власного капіталу майже на сорок відсотків, а довгострокові зобов'язання, цільове фінансування й забезпечення зросли у п'ять разів. а поточні зобов'язання зросли майже на двадцять відсотків. У підсумку слід відмітити зростання на тридцять відсотків загальної суми балансу.

На відміну від попереднього року 2022 рік характеризується спадаючою динамікою усіх показників, окрім власного капіталу. Так вартість необоротних активів зменшилася більше як на тридцять відсотків а оборотних на двадцять шість відсотків оборотних активів. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування й забезпечення зменшилося на сімнадцять відсотків, поточні зобов'язання на тридцять чотири відсотка. Як уже зазначалося вище, відбулося зростання суми власного капіталу на дев'ятнадцять відсотків. В підсумку діяльності 2022 року відбулося зменшення загальної суми балансу на двадцять сім відсотків.

В наступній таблиці наведено загальні показники стану використання обігових засобів товариства.

Таблиця 2.4

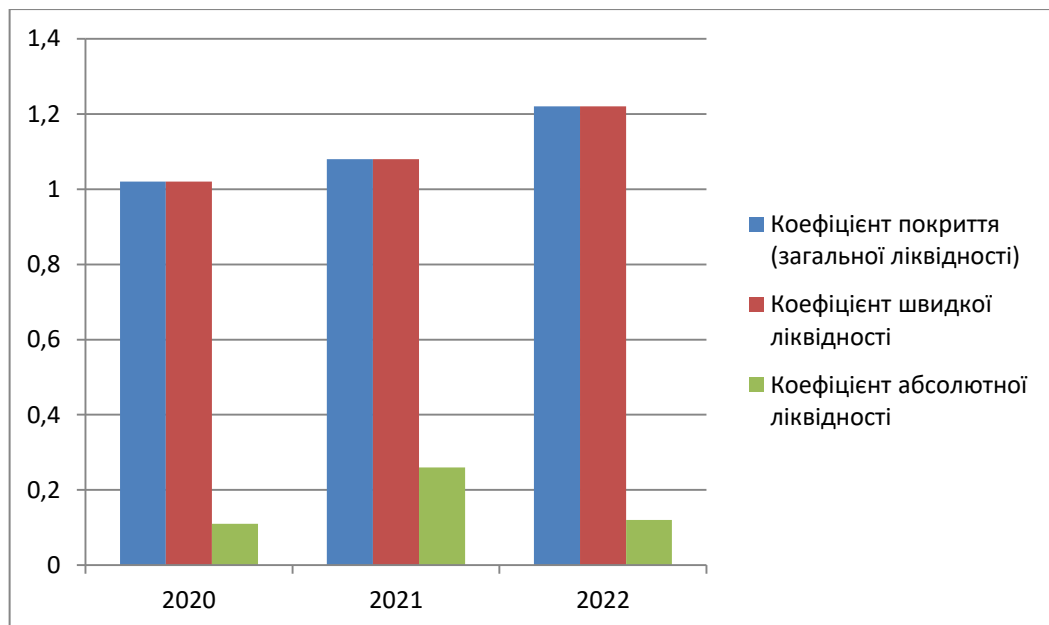
#### Загальні показники стану використання обігових засобів товариства

Показники	Роки			Напрямок позитивних змін
	2020	2021	2022	
Коефіцієнт оборотності активів	1,73	1,72	0,66	Збільшення
Тривалість одного обороту активів, днів	207,7	208,9	545,7	Зменшення
Коефіцієнт оборотності оборотних засобів	2,0	1,9	0,8	Збільшення
Тривалість одного обороту оборотних засобів, днів	175,9	185,1	477,0	Зменшення
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	3,6	1,5	3,3	Збільшення
Тривалість одного обороту запасів, днів	101,2	245,0	107,8	Зменшення
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	3,7	3,4	1,2	Збільшення
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	2,0	2,0	0,9	Збільшення
Тривалість погашення дебіторської заборгованості, днів	97,9	106,7	296,1	Зменшення
Тривалість погашення кредиторської заборгованості, днів	180,6	176,9	421,2	Зменшення

Спостерігається не значне зменшення коефіцієнта оборотності активів у 2021 році й суттєве його зменшення у 2022 році. Така сама тенденція притаманна тривалості одного обороту активів фірми. Відбулося різке падіння у 2022 році коефіцієнт оборотності оборотних засобів

Тепер стосовно тривалості одного обороту оборотних засобів, яка вимірюється в днях. За досліджуваний період відбулося зростання тривалості обороту в 2,7 рази. Після зменшення на половину коефіцієнта оборотності матеріальних запасів у 2021 році відбулося його зростання у 2022 році. Зменшення відбулося й коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості, причому суттєве у 2022 році.

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості був однаковим у 2020 та 2021 роках, на рівні 2,0 і зменшився в двічі у 2022 році. Бажають бути кращими як тривалість погашення дебіторської заборгованості так і погашення кредиторської заборгованості, які вимірюються в днях, так як відбулося їх суттєве збільшення.

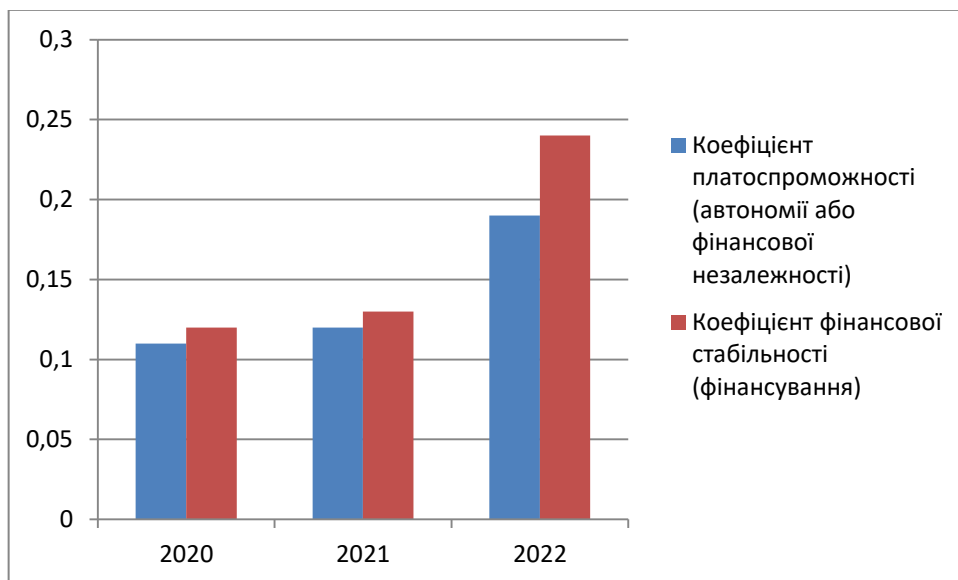


**Рис. 2.4 Динаміка показників ліквідності (платоспроможності) фірми**

При аналізі діяльності будь якої фірми важливим є аналіз показників її фінансового стану та показників ліквідності (платоспроможності) й фінансової стійкості фірми. Динаміку зазначених показників наведено на наступних рисунках.

Позитивним є значення коефіцієнта покриття (або коефіцієнта загальної ліквідності) так як його значення більше 1, що відображає вчасне погашення ліквідує боргів. Коефіцієнт абсолютної ліквідності коливається продовж періоду дослідження, у 2021 році він знаходився в межах норми, за підсумками інших двох років його значення було дещо нижчим від нормативного, тобто у 2010 та 2022 роках на фірмі були деякі проблеми з негайною готовністю ліквідувати короткострокові заборгованості.

А коефіцієнт швидкої ліквідності досліджуваної фірми не суттєво перевищує нормативне значення в періоді 2020 -2022 роки, що вказує на здатність фірми вчасно погашувати власні короткострокові зобов'язання із залученням високоліквідних активів.

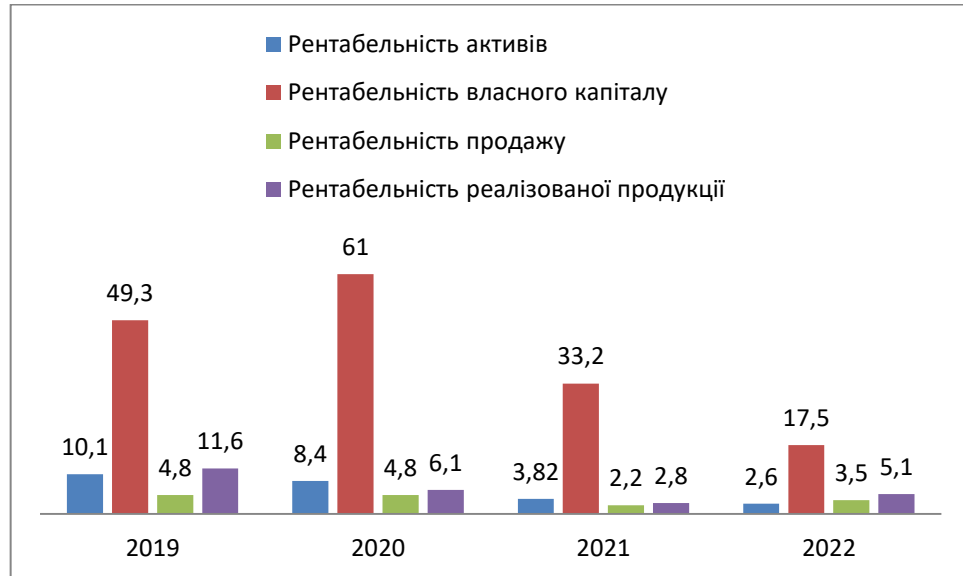


**Рис. 2.5 Динаміка показників фінансової стійкості фірми**

Коефіцієнт автономії (фінансової незалежності) — відображає частину загальних вкладень у власному капіталі. Він відображає фінансову незалежність фірми від зовнішніх джерел фінансування її господарювання. Оптимальним є його значення, яке є більшим 0,5. Його значення було в межах 0,11 -018, тому можна зробити висновок, що на даний час фірма частково залежна від зовнішніх джерел фінансування її господарської діяльності.

Коефіцієнт фінансової стабільності має нормативне значення від 0,67 до 1,5. Значення нижче 0,67 даного показника продовж досліджуваного періоду відображає високий рівень фінансового/фінансових ризиків для фірми.

До важливих показників, що відображають успішність діяльності фірми належать показники рентабельності, динаміка яких наведена на наступному рисунку.



**Рис. 2.6 Динаміка показників рентабельності ТОВ «Трафік менеджмент груп» в динаміці за 2019- 2022 роки, %**

Незважаючи на зменшення рівня рентабельності в цілому за досліджуваний період, діяльність товариства була прибутковою. Разом з тим потребують уваги та втручання керівництва напроми збільшення усіх видів рентабельності.

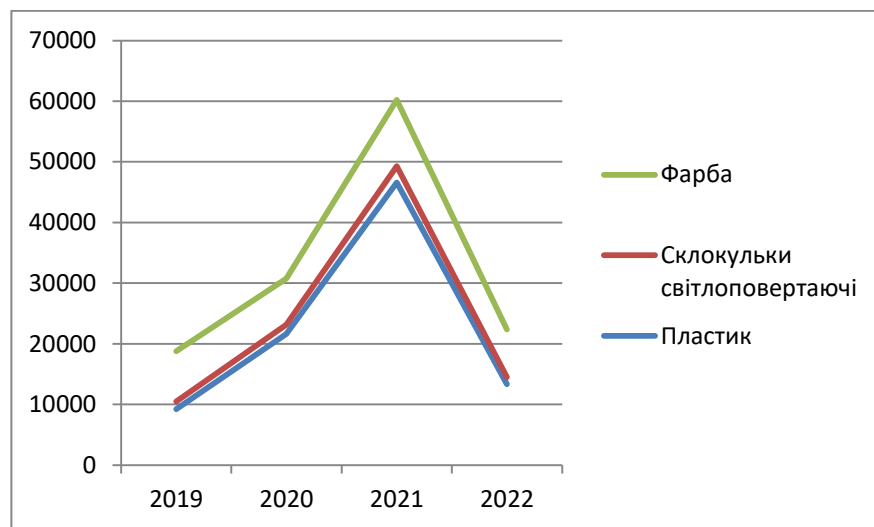
Для того щоб підвищити показники рентабельності компанії, керівнику, менеджерам слід удосконалити політику, для чого необхідно розробляти різні програми з метою підвищення ключових факторів, що безпосередньо впливають на рентабельність.

Динаміка основних фінансово-економічних показників діяльності досліджуваного підприємства у 2020-2022 роках, представлена у таблиці 2.5.

**Основні фінансово-економічні показники ТОВ «Трафік менеджмент груп»  
за період 2019-2022 роки**

Показники	Одиниці виміру	Роки				Темпи приросту (ланцюгові), %		
		2019	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Чистий дохід від реалізації продукції	тис. грн.	31108,2	58881,1	100434,1	37622,3	89,3	70,6	-62,5
Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	27885,8	56699,9	96557,2	35297,6	103,3	70,3	-63,4
Податок на прибуток	тис. грн.	325,8	623,2	486,0	325,7	91,3	-22,0	-33,0
Чистий прибуток/збиток	тис. грн.	1484,3	2839,0	2213,2	1483,6	91,3	-22,0	-33,0
Затрати на 1 грн. реалізованої продукції	грн./грн.	0,896	0,963	0,961	0,938	7,5	-0,2	-2,4
Рентабельність реалізованої продукції	%	11,56	6,11	2,80	5,13	-47,1	-54,2	83,2
Середньорічна вартість основних фондів	тис. грн.	6 445	7849,4	11038,0	14045,4	21,8	40,6	27,2
Середньо спискова чисельність працівників	ос.	18	16	27	20	-11,1	68,8	-25,9
Продуктивність праці	тис. грн./ос.	1728,2	3680,07	3719,78	1393,42	112,9	1,1	-62,5

Продовж досліджуваного періоду спостерігається поступове зростання чистого доходу від реалізації продукції починаючи з 2019 року до 2021 року включно, натомість у 2022 році відбуло зменшення більше як на половину (62%).



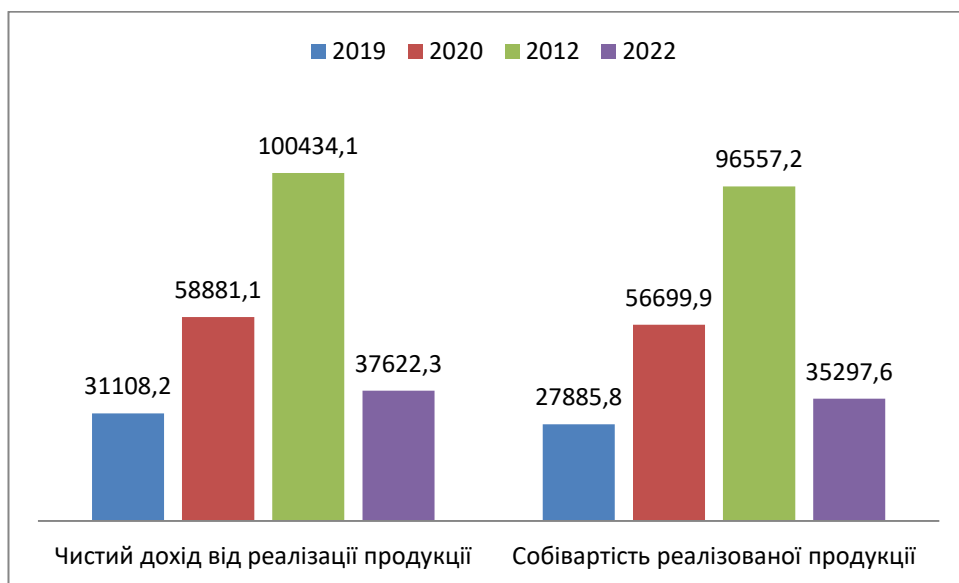
**Рис. 2.7 Витрати матеріалів для нанесення дорожньої розмітки, тис. грн.**

На даний час матеріал, який найчастіше використовується при розмітці доріг України – фарба, так як її ціна у порівнянні порівняно з іншими

матеріалами є нижчою, разом з тим все більш популярним стає пластик холодного нанесення який володіє високу зносостійкість й відповідно дозволяє забезпечувати вищу довговічність розмітки на дорозі, іноді це вимірюється кількома роками.

Як видно з рисунка 2.7 найбільше витрат матеріалів для нанесення дорожньої розмітки було здійснено у 2021 році, після чого відбулося різке зменшення витрат, яке пов'язане із зменшенням нанесення розмітки у даному році.

Найбільший чистий дохід фірма отримала у 2020 році, його зменшення у наступні два роки пояснюється деяким зростанням собівартості робіт та послуг на що вплинуло подорожчання матеріалів (пластика, фарби, затверджувача тощо).

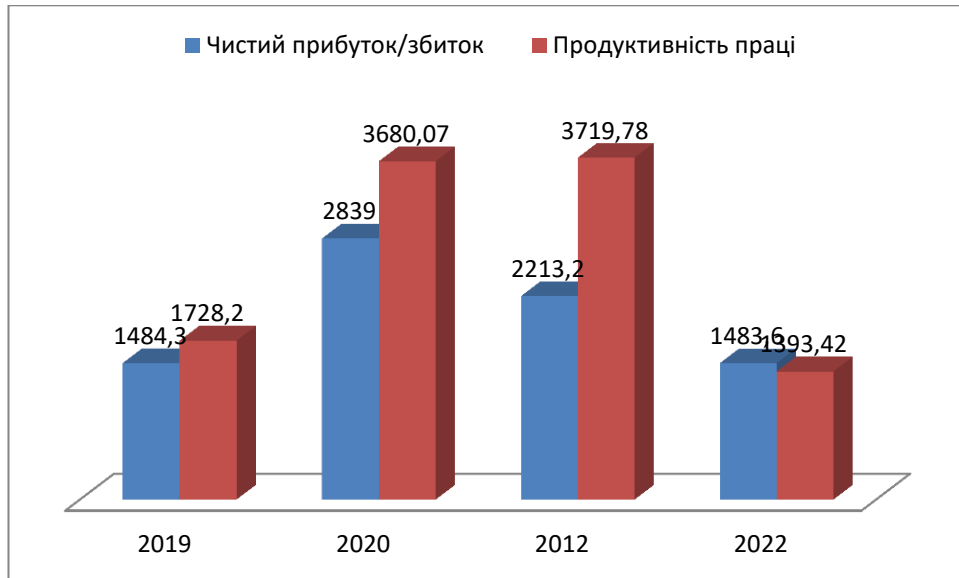


**Рис. 2.8** Динаміка чистого доходу та собівартості продукції

Рисунок 2.8 ілюструє динаміку чистого доходу та собівартості продукції за період дослідження, на якому чітко відслідковуються тенденції, описані вище.

При будь-якому аналізі показників діяльності фірми продуктивність праці важливо оцінювати за обсягами чистого доходу від реалізації продукції у поєднанні з темпами зростання/падіння витрат на оплату праці.

Найвищою продуктивність праці була у 2021 році, як і обсяги чистого доходу від реалізації. У 2022 році на фірмі вимушено було проведено скорочення семи працівників, яке також на нашу думку частково призвело до зменшення чистого доходу від реалізації, що ілюструє наступна діаграма



**Рис. 2.9** Динаміка чистого доходу та продуктивності праці за період 2019-2022 роки

ТОВ «Трафік менеджмент груп» закуповує пластик, фарбу та затверджувач як напряму, так і через спеціально створені для цього фірми. На пряму підприємство переважно закуповує матеріали в ТОВ «Поліфарб Україна» (м. Дніпро) та компанії "Колор С.І.М." ТМ "Сигнакул" (м. Рівне). Частково матеріали закуповуються через ТОВ «ЗІО-СПОРТ», яке переважно співпрацює з: ТОВ «Поліфарб Україна» (м. Дніпро).

Закупівля матеріалів також здійснюється через ТОВ «БФ Кепітал», яке співпрацює з лакофарбовим заводом «Аврора» ТМ Helios ТОВ «ХЕЛІОС УКРАЇНА» (м. Черкаси) та до лютого 2022 року закупляло 50-70% матеріалів в білоруської компанія «СТіМ», в якій ціни на матеріали були на 10% нижче від цін на аналогічні матеріали українських виробників.

Через ТОВ «БФ Кепітал» закуповуються також склокульки польського та швейцарського виробництва. До лютого 2022 року склокульки закуповувались переважно в білоруської компанія «СТіМ».

### 2.3. Загальний аналіз імпорту

Спеціальна техніка яка використовується для процесу нанесення дорожньої розмітки в Україні практично не виготовляється, за виключенням компанії «Одр», яка виготовляє техніку для малих, середніх та великих обсягів робіт під індивідуальні вимоги кожного клієнта. [<https://odr.com.ua/uk/mashyny-dlia-rozmitky>]. Вичерпної інформації стосовно надійності при експлуатації даної компанії немає

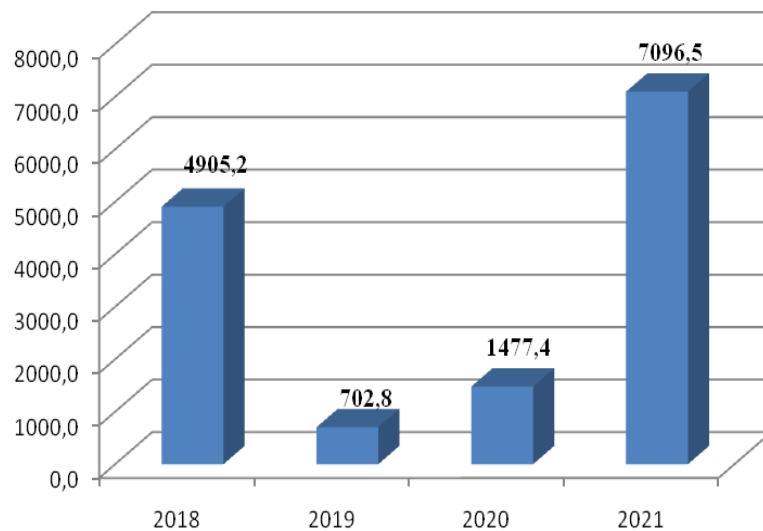
Виходячи з вище зазначеного, досліджувана нами фірма продовж періоду 2018-2022 рік закупувала техніку для нанесення дорожньої розмітки провідних іноземних виробників.

Продовж 2018-2021 років фірма придбала імпортне обладнання для нанесення дорожньої розмітки у компанії «СТіМ» з Білорусії. Машини ту устаткування яку було у використанні та пройшло капітальний ремонт придбане у фірми з Італії, США та Туреччини.

При закупівлі імпортних товарів використовувалися послуги спеціалізованих фірм-посередників, а саме ТОВ «Спецтехніка-Україна» й ТОВ "ТАД Констракшн Груп".

Вартість придбаного імпортного обладнання для використання у виробничому процесі в динаміці за 2018 - 21 роки наведено на наступній діаграмі. Продовж зазначеного періоду було придбано тринадцять одиниць техніки іноземного виробництва, загальна вартість якої складає чотирнадцять мільйонів двісті тисяч гривень.

Завдяки придбаній техніці фахівці фірми змогли якісно виконувати замовлення та вигравати окремі тендери.



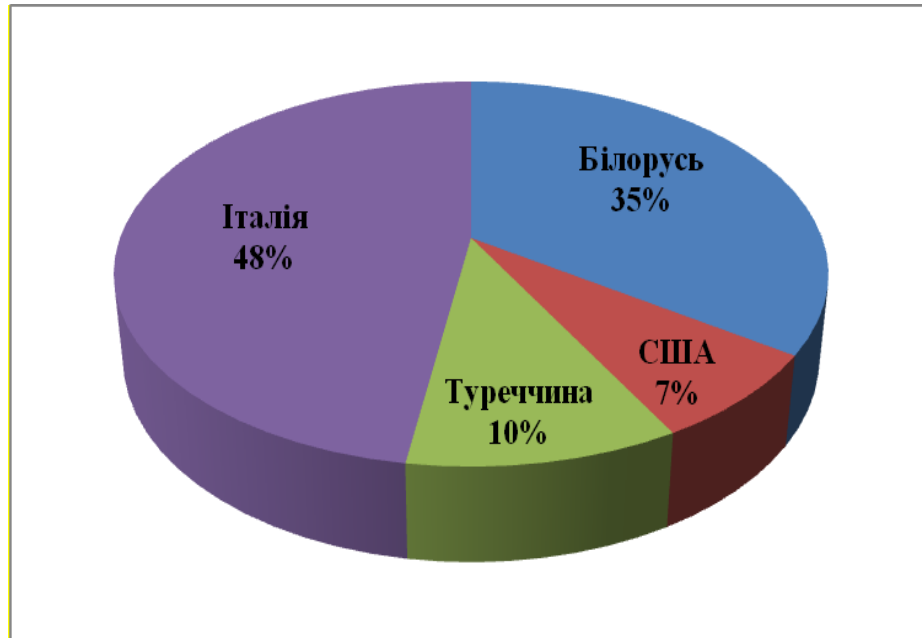
**Рис. 2.10 Вартість придбаного імпортного обладнання для використання у виробничому процесі, тис. грн.**

**Таблиця 2.6**

**Перелік, вартість та кількість імпорту машин та обладнання за країною походження за період 2018-2021 років**

Рік	Назва обладнання	Країна-виробник	К-сть, шт.	Вартість з ПДВ, грн.
2018	Платформа дорожня розміточна «Шмель 11Б»	Білорусь	1	1310189,5
	Машина дорожня розміточна «Контур 650»	Білорусь	1	3544536,7
	Аплікатор гладкий АГ 100	Білорусь	1	23490,6
	Аплікатор гладкий АГ 150	Білорусь	1	26938,6
2019	Дорожньо-розміточна машина LLV5900 17H455	США	1	359100
	Демаркіратор GrindLAZER HP DC89 G	США	1	285000
	Барабан фрезерний (20,5 см) 25N209	США	1	58650
2020	Машина самохідна для забивання палів Turchi 300/F	Туреччина	1	1477404,8
2021	Автомобіль (ZCFC670D505421280)	Італія	1	1453725
	Автомобіль IVECO Daily 70C18 Desert Orange VIN (ZCFC670D705421605)	Італія	1	1457545
	Автомобіль IVECO Daily 70c18H V (ZCFC670D005405097)	Італія	1	1367098
	Вантажний автомобіль СКС-ІЕМЛ180Е28-01БП VIN	Італія	1	2466439
	Машина для розмітки доріг ручна LINELAZER 5900 з дозатором склокульок 277065-1	США	1	351660

Нижче наведена географічна структура імпортованих машин та обладнання для нанесення дорожньої розмітки, які були придбані фірмою для використання у виробничому процесі.



**Рис. 2.11 Структура імпорту машин та обладнання за географічним принципом**

У зазначений вище період домінував імпорт з Італії, на другому місці були машини та обладнання з Білорусії, Турецька продукція знаходиться на третьому місці і на останньому продукція з США.

**РОЗДІЛ 3**  
**ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ**  
**ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**  
**ТОВ «ТРАФІК МЕНЕДЖМЕНТ ГРУП»**

**3.1. Існуюча маркетингова інформаційна система ТОВ "ТМГ"**

Особливості підсистем існуючої маркетингової інформаційної системи ТОВ "ТМГ" відображено у таблиці 3.1.

*Підсистема внутрішньої інформації* ТОВ "ТМГ" формується з внутрішньої звітності підприємства, даних 1С бухгалтерії, на основі яких можна провести аналіз фінансово-економічного стану досліджуваного підприємства, результати якого можна використати для оцінки можливостей розвитку підприємства, у тому числі його ЗЕД.

Зовнішньоекономічна діяльність досліджуваного підприємства поки що була представлена лише епізодичним імпортом обладнання для нанесення дорожньої розмітки та до 2022 року імпортом білоруських матеріалів для нанесення дорожньої розмітки через посередницьку фірму. Основна діяльність підприємства полягає у виконанні замовлень з нанесення дорожньої розмітки, які підприємство отримує в результаті участі у тендерних змаганнях. У зв'язку з цим *підсистема зовнішньої поточної маркетингової інформації* підприємства складається з даних сайту *Zakupki.prom.ua*, який представляє собою найбільший офіційний майданчик державних публічних закупівель ProZorro та здійснення комерційних торгів. На основі даних цього майданчика підприємство постійно здійснює аналіз результатів попередніх тендерних змагань, що дає можливість приймати рішення щодо встановлення конкурентних цін у наступних тендерних пропозиціях.

*Підсистема маркетингових досліджень* ТОВ "ТМГ" наразі представлена результатами досліджень, виконаних під час написання дипломних робіт на базі ТОВ "ТМГ".

**Особливості підсистем маркетингової інформаційної системи на  
ТОВ "Трафік менеджмент груп"**

Підсистеми	Характеристика
Підсистема внутрішньої звітності	Дані 1 С бухгалтерії. Звітність підприємства.
Підсистема зовнішньої поточної маркетингової інформації	<i>Проведення аналізу результатів попередніх тендерних закупівель на <a href="http://Zakupki.prom.ua">Zakupki.prom.ua</a> - офіційному маданчику державних публічних закупівель ProZorro.</i>
Підсистема маркетингових досліджень	З 2020 року за матеріалами ТОВ "Трафік Менеджмент Груп" виконано 9 дипломних робіт, в рамках яких проводились маркетингові дослідження перспективних напрямків розвитку зовнішньоекономічної діяльності, зокрема для пошуку потенційних постачальників матеріалів для нанесення дорожньої розмітки, потенційних постачальників солі для виробництва піскосуміші тощо.  <i>Аналіз результатів торгів за даними <a href="http://Zakupki.prom.ua">Zakupki.prom.ua</a> проводять власники підприємства, директор та заступник директора, щоб прийняти рішення, які ціну вказувати в наступних тендерних пропозиціях.</i>
Підсистема аналізу маркетингової інформації	На досліджуваному підприємстві не приділяється належна увага застосуванню сучасних методик статистичної обробки інформації, які дозволяють більш повно розкрити взаємозалежність та взаємозв'язок між факторами, які впливають на маркетинговий процес, його результативність. Підприємство також не застосовує математичні моделі, які б сприяли прийняттю оптимальних маркетингових рішень.

Підсистемі аналізу маркетингової інформації ТОВ "ТМГ" наразі не приділяє належної уваги. Підприємство не застосовує сучасні методики статистичної обробки інформації та не використовує математичні моделі для прийняття оптимальних управлінських рішень.

### 3.2. Пропозиції з формування інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ "ТМГ"

У випадку розвитку ЗЕД виникає необхідність у формуванні відповідного інформаційного забезпечення ЗЕД підприємства. У табл. 3.2 сформовано пропозиції з вдосконалення підсистем маркетингової інформаційної системи на ТОВ «ТМГ» в умовах здійснення ЗЕД.

Таблиця 3.2

#### Пропозиції з вдосконалення підсистем маркетингової інформаційної системи на ТОВ «ТМГ» в умовах здійснення ЗЕД

Підсистема	Характеристика
Підсистема внутрішньої звітності	<p>Перехід від 1С бухгалтерії до <b>онлайн-сервісу BAS</b>, що дасть можливість бухгалтерам працювати дистанційно в будь-який час доби і з будь-якої точки світу. Сервери розташовані на території країн – членів ЄС та захищені від DDoS-атак.</p> <p>Якщо підприємство вирішує продовжувати використовувати 1С бухгалтерію, то доцільно доставити <b>Управлінський облік 1 С</b> (Мета – здійснення внутрішнього маркетингу підприємства. Внаслідок копійної роботи, присвяченої вивченню всіх особливостей і сфер діяльності підприємства, можна сформувати повну картину щодо таких моментів, як:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• економічний стан (на будь-якому відрізку часу);</li> <li>• запас міцності підприємства;</li> <li>• потенціал для розвитку або розширення;</li> <li>• перспективи для зростання компанії тощо).</li> </ul>
Підсистема зовнішньої поточної маркетингової інформації	<p>Користування системою <b>You Control</b> (для проведення аналізу ринку та перевірки контрагентів (юридичних осіб), у тому числі їх ЗЕД).</p> <p>Використання бази даних <b>Trade Map</b> (для аналізу основних експортерів матеріалів для нанесення дорожньої розмітки з метою пошуку потенційних постачальників цих матеріалів та постачальників технічної солі).</p> <p>Також доцільно звернути увагу на аналіз даних таких сайтів:  <a href="http://opendatabot.ua">opendatabot.ua</a>  <a href="http://clarity-project.info">clarity-project.info</a>  <a href="http://dozorro.org">dozorro.org</a>  <a href="http://vkursi.pro">vkursi.pro</a></p> <p>З розвитком ЗЕД на підприємстві доцільно впровадити сучасну інформаційну систему <b>MD Office</b> або Програмне забезпечення <b>QD Professional</b>.</p>

Підсистеми	Характеристика
Підсистема маркетингових досліджень	Продовжити проведення аналізу зовнішніх ринків в рамках виконання дипломних робіт. Замовлення маркетингових досліджень в ТОВ «ДЮОЛ».
Підсистема аналізу маркетингової інформації	Приділяти належну увагу застосуванню сучасних методик статистичної обробки інформації та математичних моделей, які б сприяли прийняттю оптимальних маркетингових рішень.

У табл. 3.3 представлено характеристику зовнішніх джерел інформації, які рекомендовано застосовувати для ефективного управління ЗЕД підприємства.

Таблиця 3.3

**Характеристика зовнішніх джерел інформації, які рекомендовано застосовувати для ефективного управління ЗЕД підприємства**

Зовнішні джерела маркетингової інформації	Характеристика
<b>Система You Control</b>	Аналітична онлайн-система, що з понад 180 джерел формує повне досье на кожную компанію і ФОП України на основі відкритих даних, відстежує зміни та візуалізує зв'язки. Містить дані для перевірки іноземних компаній. Технологія дозволяє за декілька секунд отримати актуальну на час запиту інформацію про фізичну особу з офіційних джерел. Система формує вичерпну інформацію на кожную компанію України, у тому числі про ЗЕД підприємств, на основі відкритих даних, а також відстежує зміни в державних реєстрах.
<b>Trade Map</b>	Розробка ефективних експортних та імпорتنних планів і стратегій потребує наявності детальних, достовірних і актуальних даних щодо світової торгівлі. Одним із найкращих джерел такої інформації є база даних Trade Map, створена International Trade Centre. База даних Trade Map містить показники експорту та імпорту в грошових і натуральних показниках, охоплює 220 країн та 5300 продуктивних груп, а також містить довідник компаній-імпортерів та експортерів. Дані оновлюються щомісяця, також надаються кварталні та річні показники.
<b>MD Office</b>	Сучасна найпотужніша інформаційна система для зовнішньоекономічної діяльності. Розробники стежать за всіма змінами в митному законодавстві і оперативно вносять зміни в свої програмні продукти. Програмний комплекс MD Office розроблений на базі найсучасніших інформаційних технологій, високопродуктивних баз даних, що забезпечують надійність, стабільність і високу стійкість при роботі з масивами інформації різних обсягів. В програмний комплекс MD Office входять: <b>MD Explorer</b> – нормативно-довідкова база, яка містить понад 67,307 документів, як митних органів, так і різних міністерств і відомств, ТН ЗЕД – УКТЗЕД, доступні всі зручності властиві роботі в середовищі Windows, унікальні можливості пошуку документів, робота з тематичними підборами. <b>MD Declaration</b> – програма для складання вантажної митної декларації.

Зовнішні джерела маркетингової інформації	Характеристика
	<p>В ній реалізовано таблицю довідки-розрахунку митної вартості прямо під час оформлення ВМД, систему підготовки інвойсів, пряму роботу по внесенню інформації по інвойсу з таблиць MS Excel. Заповнення, друк, перевірка і формування електронної копії ВМД, ДТЗ, листів узгодження, картки акредитації, повідомлення про транзитне переміщення, повна візуалізація бланка ВМД; навчальна система з розрахунку фактурної та митної вартості товару; пошукова система працює з будь-якої графи декларації; використання мережевої бази даних.</p> <p><b>MD Form</b> – програма дозволяє оформити документи, супутні митному оформленню: МД-7, СМР, залізничні накладні, провізні відомості, рахунки-фактури, видаткові накладні, прості векселі та інші.</p> <p><b>Модуль МЛС</b> – програмний модуль, призначений для ведення митного ліцензійного складу. Швидко створення розміщень та випусків зі складу, імпорт даних про товари безпосередньо з бази або електронної копії ВМД, інтуїтивно зрозумілий інтерфейс.</p> <p>Модуль МЛС дозволяє:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Вести необмежену кількість складів</li> <li>• Імпортувати данні про поставку безпосередньо з бази ВМД програми Declaration</li> <li>• Імпортувати данні з файлу електронної копії ВМД.</li> <li>• Створювати електронні та друковані копії руху товару по складу для подання на митницю.</li> <li>• Формувати звіт про товари на складі та інші звіти.</li> </ul> <p>Ціни на MD Office зазначено у Додатку Б.</p>
<p align="center"><b>Програмне забезпечення QD Professional</b></p>	<p>Програмно-технологічний комплекс митної системи України, призначений для ведення ефективної зовнішньоекономічної діяльності, програма автоматичного заповнення вантажних митних декларацій. Підсистеми QD Professional містять: повну нормативну базу, заповнення вантажної митної декларації, мита і режими, українську класифікацію товарів ЗЕД, алфавітно-предметний показник товарів, попередній розрахунок угод, потужну інформаційно-довідкову систему з митного законодавства тощо.</p> <p>QDPro можуть використовувати: учасники ЗЕД, митні брокери, митні ліцензійні склади, міжнародні перевізники, митні органи, юридичні контори, банківські установи.</p> <p>Функціональні можливості комплексу:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• повний комплект необхідних довідників із зовнішньоекономічної діяльності (мита, акциз, сертифікація, квотування тощо);</li> <li>автоматичний контроль правильності введення інформації під час заповнення декларації;</li> <li>• автоматичний розрахунок митних платежів з урахуванням усіх вимог законодавства (мито, акциз, ПДВ, митні збори та інші платежі);</li> <li>• повна перевірка декларації за алгоритмами програмного комплексу "Митний інспектор" і більш детальна за власними алгоритмами;</li> <li>• оперативне одержання інформаційно-довідкових та аналітичних матеріалів для мінімізації ризиків під час експортно-імпортних операцій;</li> </ul>

Зовнішні джерела маркетингової інформації	Характеристика
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• друк декларацій, документів, звітів на принтерах будь-якого типу з можливістю попереднього перегляду, зміни параметрів шрифту, а також з використанням текстового режиму принтера;</li> <li>• форматування електронної копії декларацій у форматі програмного комплексу "Митний інспектор";</li> <li>• читання електронних копій, підготовлених іншими програмами.</li> </ul>

Отже, у випадку налагодження безпосереднього імпорту матеріалів для нанесення дорожньої розмітки для власного використання та з метою продажу, а також у разі налагодження імпорту технічної солі, досліджуваному підприємству доцільно застосовувати **програмне забезпечення QD Professional** або **MD Office**, які дадуть можливість підприємству мати доступ до:

роз'яснення чинного законодавства України у сфері ЗЕД;

створення єдиної бази клієнтів і партнерів;

декларування, заповнення митних документів; розрахунок платежів і сум контрактів, у тому числі у валюті договору;

економії часу та економії на зверненні до спеціальних міжнародних інформаційних агентств.

## ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

У першому розділі магістерської роботи висвітлено теоретичні засади формування інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Зокрема, розглянуто суть інформаційного забезпечення підприємства та особливості системи маркетингової інформації в умовах здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Окрема увага в роботі приділена вивченню механізму формування інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві та можливостей застосування інформаційних технологій для розвитку ЗЕД.

Досліджуване підприємство ТОВ «ТМГ» працює на ринку дорожньої розмітки з 2015 року. Основну частку надходжень підприємство отримує в наслідок виконання замовлень з нанесення дорожньої розмітки, які отримує в результаті участі у тендерних змаганнях.

Аналіз основних фінансово-економічних показників свідчить про те, що підприємство динамічно розвивалось до 2021 року. Зокрема, чисті доходи від реалізації зросли з 31,1 млн. грн. у 2019 році до 100,4 млн. грн. у 2021 році. Якщо у 2020 році зростання надходжень відбулось на 89%, у 2021 році – на 71%, то у 2022 році надходження знизились на 62,5% і становили 37,6 млн. грн., тобто знизились майже до рівня 2019 року.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства у 2018-2021 роках була представлена імпортом обладнання для нанесення дорожньої розмітки через лізингові компанії або в кредит, а також підприємство до лютого 2022 року використовувало білоруські матеріали для нанесення дорожньої розмітки, які становили до 70% усіх матеріалів. Але матеріали досліджуване підприємство закупляло через окремо створену фірму.

У третьому розділі магістерської роботи описана існуюча маркетингова інформаційна система ТОВ "ТМГ", яка представлена чотирма підсистемами.

*Підсистема внутрішньої інформації* ТОВ "ТМГ" формується з внутрішньої звітності підприємства, даних 1С бухгалтерії, на основі яких можна провести аналіз фінансово-економічного стану досліджуваного

підприємства, результати якого можна використати для оцінки можливостей розвитку підприємства, у тому числі його ЗЕД.

*підсистема зовнішньої поточної маркетингової інформації* підприємства складається з даних сайту *Zakupki.prom.ua*, який представляє собою найбільший офіційний майданчик державних публічних закупівель ProZorro та здійснення комерційних торгів. На основі даних цього майданчика підприємство постійно здійснює аналіз результатів попередніх тендерних змагань, що дає можливість приймати рішення щодо встановлення конкурентних цін у наступних тендерних пропозиціях.

*Підсистема маркетингових досліджень* ТОВ "ТМГ" наразі представлена результатами досліджень, виконаних під час написання дипломних робіт на базі ТОВ "ТМГ".

*Підсистемі аналізу маркетингової інформації* ТОВ "ТМГ" наразі не приділяє належної уваги. Підприємство не застосовує сучасні методики статистичної обробки інформації та не використовує математичні моделі для прийняття оптимальних управлінських рішень.

Із запланованим розвитком ЗЕД виникає необхідність у формуванні відповідного інформаційного забезпечення ЗЕД підприємства. У зв'язку з цим, у роботі сформовано пропозиції з вдосконалення підсистем маркетингової інформаційної системи на ТОВ «ТМГ» в умовах здійснення ЗЕД.

Зокрема, запропоновано перейти з 1С бухгалтерії на онлайн-сервісу BAS, що виправдано як з політичної точки зору, оскільки 1С бухгалтерія – це російський продукт, а також дасть можливість бухгалтерам працювати дистанційно в будь-який час доби і з будь-якої точки світу. Крім того, сервери розташовані на території країн – членів ЄС та захищені від DDoS-атак.

Щодо підсистеми зовнішньої поточної маркетингової інформації, то тут рекомендовано користуватись системою You Control для проведення аналізу ринку та перевірки контрагентів (юридичних осіб), у тому числі їх ЗЕД. Крім того, рекомендовано використання бази даних Trade Map для аналізу основних світових експортерів матеріалів для нанесення дорожньої розмітки з метою пошуку потенційних постачальників цих матеріалів та постачальників

технічної солі. Також з розвитком ЗЕД на підприємстві доцільно впровадити сучасну інформаційну систему **MD Office** або Програмне забезпечення **QD Professional**, які дадуть можливість підприємству мати доступ до:

роз'яснення чинного законодавства України у сфері ЗЕД;

створення єдиної бази клієнтів і партнерів;

декларування, заповнення митних документів; розрахунок платежів і сум контрактів, у тому числі у валюті договору;

економії часу та економії на зверненні до спеціальних міжнародних інформаційних агентств.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Інформаційне забезпечення інноваційного розвитку: світовий та вітчизняний досвід [Електронний ресурс] : монографія / Т. В. Писаренко, Т. К. Кваша, Н. В. Березняк, О. В. Прудка. – К. : УкрІНТЕІ 2015. – 239 с. – Режим доступу : [https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/node/2731/informza\\_besp5.pdf](https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/node/2731/informza_besp5.pdf)
2. Кузьменко С. Інформаційне забезпечення управління зовнішньоекономічною діяльністю: підходи та напрямки розвитку. *Економіка та держава*. 2020. № 12. С. 99–103.
3. Мельник Н. І., Кравченко О. В., Столяренко В. С. Використання ІТ-технологій у зовнішньоекономічній діяльності суб'єктів господарювання в умовах глобалізації економіки. *Технологічні та дизайнерські аспекти сучасного розвитку виробництва*. 2020. № 2(32). С. 116–123.
4. Сніжко Н. В. Використання ІТ-технологій у зовнішньоекономічній діяльності підприємства. *Економіка інновацій*. 2019. № 78. С. 27–34
5. Діденко М. В. Інформаційне забезпечення управління зовнішньоекономічною діяльністю на основі інноваційних технологій. *Економічний вісник університету*. 2021. № 37. С. 128–132.
6. Крикавський Є.В., Дейнега О.В., Дейнега І.О., Шелюк Л.О., Кратт О.А., Патора Р. Маркетингова інформація: підручник. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 416 с. (Серія «Світ маркетингу і логістики». Вип. 6).
7. Основи інформаційних систем / Ситник В.Ф. та ін. – К.: Б.и., 2001. - 420 с.
8. Методи збору, обробки та захисту комерційної інформації / Постолювський Р.М., Дейнега І.О., Дейнега О.В., Меремінський М.А., Патора Р., Акімова Л.М. – Рівне: Рівненський інститут слов'янознавства КіСУ, 2002. 305 с.
9. Козуб В.О. Формування інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Економічна стратегія і*

*перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг* : зб. наук. пр. / [редкол. : О. І. Черевко (відпов. ред.) та ін.]. – Харків : ХДУХТ, 2018. Вип. 1 (27). С. 121-131

10. Вічевич А.М., Вайданич Т.В. Маркетинг: Навчальний посібник. Львів, 2013. с. 194.

11. Гнилянська Л.Й., Приведа Р. Особливості інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності.

12. Миколук О.А., Бобровник В.М. Особливості інформаційного забезпечення управління підприємством. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. № 3. С. 48-52 URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-07.pdf>

(дата звернення 23.12.2023)

13. Бурик З.М., Огірко О.І. Інформаційні технології забезпечення сталого розвитку в контексті формування нової науково-технічної парадигми. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2017. № 1(2). С. 24–28. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj\\_2017\\_1%282%29\\_\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2017_1%282%29__8) (дата звернення: 23.12.2023)

14. Харченко В.В., Онищук В.Р. До питання інформаційного забезпечення управління аграрного підприємництва. URL : [irbis-nbuv.gov.ua](http://irbis-nbuv.gov.ua) (дата звернення: 20.03.2021)

15. Петренко С.М. Інформаційне забезпечення внутрішнього контролю господарських систем: монографія. Донецьк: ДонНУЕТ, 2007. 290 с.

16. Череп А.В., Панченко О.М., Птіцина Л.А. Інформаційне забезпечення в системі управління промисловим підприємством: монографія. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2014. 266 с.

17. Кузьмін О.Є. Формування і використання інформаційної системи управління економічним розвитком підприємства : монографія. Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2006. 368 с.

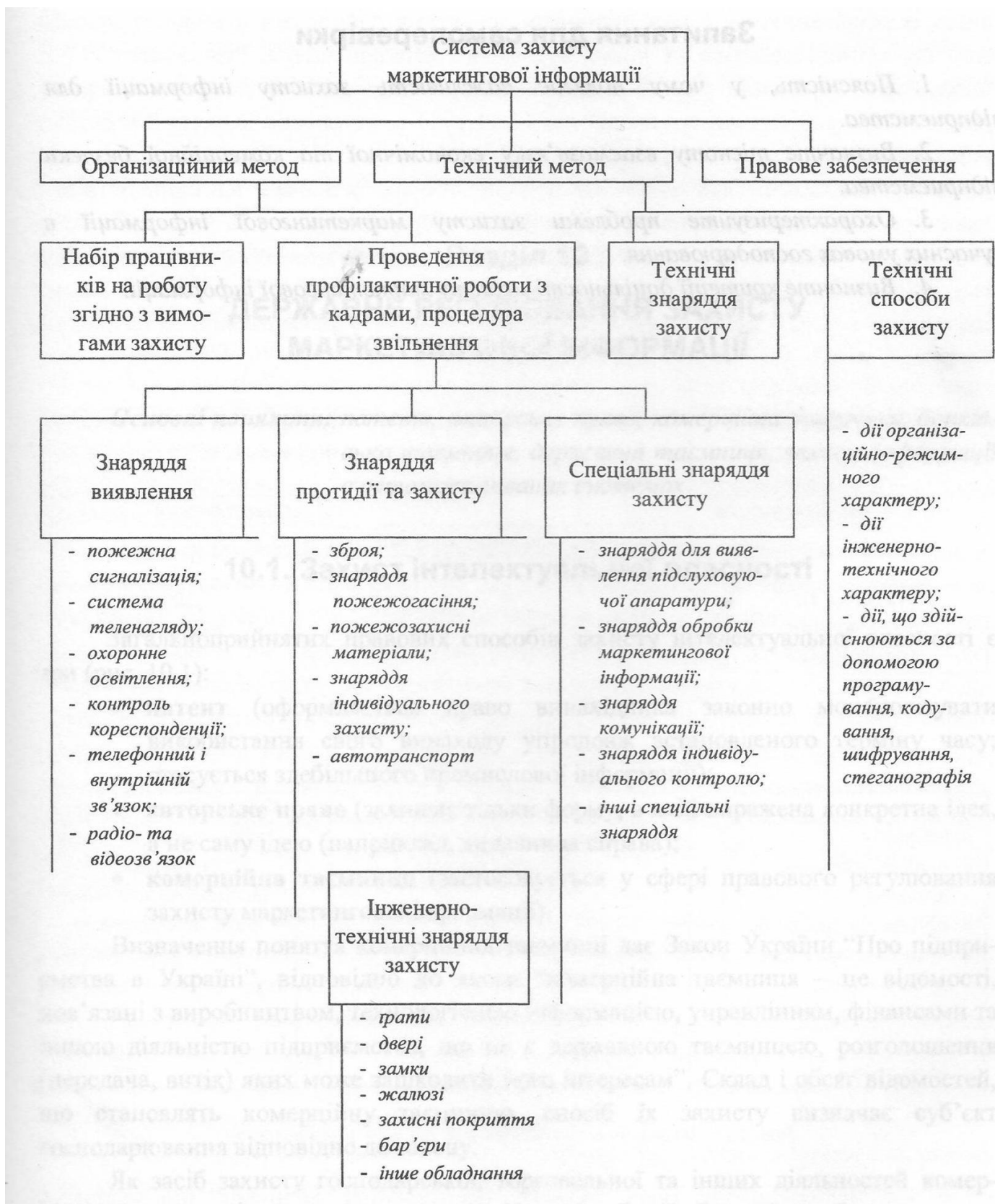
18. Черноіванова Г.С. Інформаційне забезпечення в системі управління інноваційною складовою підприємств. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. 2018. Вип. 31. С. 58-61

19. Фостолович В.А. Інформаційно-аналітична база в інтегрованій системі управління підприємством. *Проблеми економічного, облікового, контрольного і аналітичного забезпечення управління підприємством: матеріали II Всеукр. наук.-практич. конф. молод. учених, 8 грудня 2016 року* - Вінниця. - «Едельвейс і К». С.179-181.
20. Нестеренко С.А., Мартинова Л.В. Інформаційно-аналітичне забезпечення управління ризиками господарської діяльності підприємств зернопродуктового підкомплексу. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2018. № 1(36). С. 253-262
21. Правдюк А. Л., Прутська Т. Ю., Правдюк М. В. Інформаційне забезпечення управління підприємницькою діяльністю на засадах інституціоналізму: монографія. Київ: «Центр учбової літератури». 2019. 360 с.
22. Писаревська Г.І. Інформаційне забезпечення управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Економіка та суспільство. Міжнародні економічні відносини*. Випуск # 51 / 2023
23. Статистичне забезпечення маркетингу: навч. посіб. / [В.Б. Захожай, Л.В. Романова, Н.А. Головач та ін.]; під кер. та наук. ред. В.Б. Захожая. К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2015. 400 с.
24. Акіліна О.В., Пасічник В.Г. Економічне обґрунтування господарських рішень: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 144 с.
25. Мних Є.В. Економічний аналіз: Підручник: Вид. 2-ге, перероб. та доп. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 472 с.
26. Крикавський Є.В. Маркетинговий менеджмент : навч. Посібник / Є.В. Крикавський, І.О. Дейнега, О.В. Дейнега, І.Ф. Лорві. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 380 с.
27. Кіндрацька Г.І. Аналіз господарської діяльності : навч. посібник / Г.І. Кіндрацька, А.Г. Загородній, Ю.І. Кулиняк. – Львів : ЗУКЦ, 2017. – 310 с.
28. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: Учебник. – М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2000. 640 с.
29. Пріб К.А., Патица Н.І. Діагностика в системі управління URL: [https://pidruchniki.com/88196/menedzhment/diagnostika\\_v\\_sistemi\\_upravlinnya](https://pidruchniki.com/88196/menedzhment/diagnostika_v_sistemi_upravlinnya)

30. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник / [Крикавський С.В., Косар Н.С., Мних О.Б., Сорока О.А.]. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка» (Інформаційно-видавничий центр «ІНТЕЛЕКТ+» Інституту після дипломної освіти), «Інтелект-Захід» 2004. 288 с.
31. Фещур Р.В., Барвінський А.Ф., Кічор В.П. Статистика : навч. посіб.; за наук. ред. Р.В. Фещура. [3-є вид. оновлене і доповнене]. Львів: "Інтелект-Захід", 2006. 256 с.
32. Грабовецький Б.Є. Економічний аналіз: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2009. 256 с.
33. Семенов Г.А., Панкова М.О., Семенов А.Г. Економіка підприємства: Навчальний посібник: Вид. 2-ге, перероб. та доп. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 328 с.
34. Костенко Т.Д., Підгора Є.О., Рижиков В.С., Панков В.А., Герасимов А.А., Ровенська В.В. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства / видання 2-ге перероблене та доповнене. Навч. Посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. 400 с.
35. Цигилик І.І., Кропельницька С.О., Мозіль О.І. Економічний аналіз господарської діяльності підприємства: Опорний конспект лекцій. – Центр навчальної літератури, 2004. 99 с.
36. Портер Майкл Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів / пер. з англ. Наталія Кошманенко. К.: Наш формат, 2020. 424 с.
37. Подольчак Н.Ю. Стратегічний менеджмент: навч. посібник. 2-ге вид., зі змінами та доп. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. 424 с.
38. Ibrahim E. B., Harrison T. The impact of internal, external, and competitor factors on marketing strategy performance. *Journal of Strategic Marketing*. 2019. Vol. 28, Issue 7. P. 639–658. DOI: <https://doi.org/10.1080/0965254X.2019.1609571>
39. Morgan N. A., Whitley K. A., Feng H. et al. Research in marketing strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2019. Vol. 47, Issue 1. P. 4–29. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-018-0598-1>
40. ТОВ «Трафік Менеджмент Груп». Офіційний сайт. URL: <https://trafficmg.com.ua/> (дата звернення 23.12.2023).

# ДОДАТКИ

## Методи захисту маркетингової інформації



## Ціни на MD Office

Програмний продукт	Включені програми	Вартість програм з річним обслуговуванням (грн)	Вартість обслуговування програм на рік (грн)
MD EXPLORER	MD Explorer/ з опцією MC	2070/3469	1660/2695
	Установка додаткового робочого місця	495/835	265/569
MD STANDART	MD Explorer MD JokerNet MD Declaration	4450	3330
	Установка додаткового робочого місця	800	560
MD PROFESSIONAL	MD Explorer MD JokerNet MD Declaration MD Form або опція MC	5415/5849	4075/4365
	Установка додаткового робочого місця	1104/1140	787/864
MD ELITE	MD Explorer MD JokerNet MD Declaration MD Form Опція MC	6814	5110
	Установка додаткового робочого місця	1444	1091
	Опція MC (митний склад) в MD Explorer	1399	1035
	Установка додаткового робочого місця	340	304
	MD Form	965	745
	Установка додаткового робочого місця	304	227

3 робочих місця, термін обслуговування – 1 рік

**Динаміка обсягів експорту товарів за кодом 321000, до яких відноситься пластик холодного нанесення, тис. дол. США (за даними сайту Trade Map)**

<b>Експортери</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>World</b>	892822	727626	665405	803289	786889
Germany	115899	113565	118135	159071	140599
United States of America	68599	60523	57676	61102	76609
Italy	56893	57328	52194	61280	55236
Netherlands	35566	30366	25474	27595	44724
Taipei, Chinese	59211	45911	45587	50805	37388
Switzerland	46996	44396	36865	37288	36366
Japan	41296	29765	18888	32900	33842
Belgium	15152	16803	14383	25023	33610
Viet Nam	1774	1917	5893	19662	28989
Korea, Republic of	32850	37169	36605	37678	27635
United Kingdom	25937	25034	18414	24169	26687
Türkiye	20380	22105	17460	19350	26436
Sweden	21960	21196	22367	26731	26177
Poland	8601	13317	15753	22580	23670
China	27394	25384	19229	24045	21175
Singapore	24475	22614	19212	24574	15482
Spain	30438	23166	20544	15576	14920
France	15488	11764	11582	12444	13369
Denmark	4026	3084	3334	3591	11154
Austria	2187	4166	5321	7963	10918
Norway	2958	2916	3644	7760	8281
Others	234742	115137	96845	102102	73622

**Географічна структура експорту товарів за кодом 321000, до яких  
відноситься пластик холодного нанесення, %**

(за даними сайту Trade Map)

<b>Експортери</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>World</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Germany	13,0	15,6	17,8	19,8	17,9
United States of America	7,7	8,3	8,7	7,6	9,7
Italy	6,4	7,9	7,8	7,6	7,0
Netherlands	4,0	4,2	3,8	3,4	5,7
Taipei, Chinese	6,6	6,3	6,9	6,3	4,8
Switzerland	5,3	6,1	5,5	4,6	4,6
Japan	4,6	4,1	2,8	4,1	4,3
Belgium	1,7	2,3	2,2	3,1	4,3
Viet Nam	0,2	0,3	0,9	2,4	3,7
Korea, Republic of	3,7	5,1	5,5	4,7	3,5
United Kingdom	2,9	3,4	2,8	3,0	3,4
Türkiye	2,3	3,0	2,6	2,4	3,4
Sweden	2,5	2,9	3,4	3,3	3,3
Poland	1,0	1,8	2,4	2,8	3,0
China	3,1	3,5	2,9	3,0	2,7
Singapore	2,7	3,1	2,9	3,1	2,0
Spain	3,4	3,2	3,1	1,9	1,9
France	1,7	1,6	1,7	1,5	1,7
Denmark	0,5	0,4	0,5	0,4	1,4
Austria	0,2	0,6	0,8	1,0	1,4
Norway	0,3	0,4	0,5	1,0	1,1
Others	26,3	15,8	14,6	12,7	9,4

## Додаток ВЗ

**Динаміка темпів приросту експорту товарів за кодом 321000, до яких відноситься пластик холодного нанесення, % (за даними сайту Trade Map)**

<b>Експортери</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>World</b>	-18,5	-8,6	20,7	-2,0
Germany	-2,0	4,0	34,7	-11,6
United States of America	-11,8	-4,7	5,9	25,4
Italy	0,8	-9,0	17,4	-9,9
Netherlands	-14,6	-16,1	8,3	62,1
Taipei, Chinese	-22,5	-0,7	11,4	-26,4
Switzerland	-5,5	-17,0	1,1	-2,5
Japan	-27,9	-36,5	74,2	2,9
Belgium	10,9	-14,4	74,0	34,3
Viet Nam	8,1	207,4	233,7	47,4
Korea, Republic of	13,1	-1,5	2,9	-26,7
United Kingdom	-3,5	-26,4	31,3	10,4
Türkiye	8,5	-21,0	10,8	36,6
Sweden	-3,5	5,5	19,5	-2,1
Poland	54,8	18,3	43,3	4,8
China	-7,3	-24,2	25,0	-11,9
Singapore	-7,6	-15,0	27,9	-37,0
Spain	-23,9	-11,3	-24,2	-4,2
France	-24,0	-1,5	7,4	7,4
Denmark	-23,4	8,1	7,7	210,6
Austria	90,5	27,7	49,7	37,1
Norway	-1,4	25,0	113,0	6,7
Others	-51,0	-15,9	5,4	-27,9

**Динаміка обсягів експорту товарів за кодом 320820, до яких відносяться фарби для дорожньої розмітки, тис. дол. США (за даними сайту Trade Map)**

<b>Експортери</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
World	4345431	4250225	4098091	4720108	4649029
Germany	865051	838803	823156	928086	887413
Japan	601222	588885	611668	675296	561895
United States of America	401007	394862	342948	381201	426317
Belgium	318910	297161	267608	307156	364775
Netherlands	204628	203182	196541	248183	234870
United Kingdom	195458	185298	153724	222908	231937
Italy	182391	173299	175084	229404	222945
China	141514	134900	158329	140245	182062
France	159226	173454	144591	161075	160784
Poland	90831	92978	91989	120575	133637
Korea, Republic of	140533	127384	122337	140811	132251
Spain	94567	97567	92120	120765	114706
Canada	68037	76112	72084	85236	97663
Sweden	95954	92897	82978	84906	76771
Switzerland	73420	68463	59891	69729	73243
Austria	44241	43817	63470	73181	72048
Slovenia	50788	49661	50861	61334	62722
Egypt	68914	71042	73323	71031	57563
Malaysia	41128	40501	43496	53837	51586
Türkiye	19877	21821	24387	31519	46148
Brazil	24614	24705	21138	33091	44600
<b>Others</b>	463120	453433	426368	480539	413093

**Географічна структура експорту товарів за кодом 320820, до яких  
відносяться фарби для дорожньої розмітки, %**

(за даними сайту Trade Map)

<b>Експортери</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
World	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Germany	19,9	19,7	20,1	19,7	19,1
Japan	13,8	13,9	14,9	14,3	12,1
United States of America	9,2	9,3	8,4	8,1	9,2
Belgium	7,3	7,0	6,5	6,5	7,8
Netherlands	4,7	4,8	4,8	5,3	5,1
United Kingdom	4,5	4,4	3,8	4,7	5,0
Italy	4,2	4,1	4,3	4,9	4,8
China	3,3	3,2	3,9	3,0	3,9
France	3,7	4,1	3,5	3,4	3,5
Poland	2,1	2,2	2,2	2,6	2,9
Korea, Republic of	3,2	3,0	3,0	3,0	2,8
Spain	2,2	2,3	2,2	2,6	2,5
Canada	1,6	1,8	1,8	1,8	2,1
Sweden	2,2	2,2	2,0	1,8	1,7
Switzerland	1,7	1,6	1,5	1,5	1,6
Austria	1,0	1,0	1,5	1,6	1,5
Slovenia	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3
Egypt	1,6	1,7	1,8	1,5	1,2
Malaysia	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1
Türkiye	0,5	0,5	0,6	0,7	1,0
Brazil	0,6	0,6	0,5	0,7	1,0
<b>Others</b>	10,7	10,7	10,4	10,2	8,9

Динаміка темпів приросту експорту товарів за кодом 320820, до яких відносяться фарби для дорожньої розмітки, % (за даними сайту Trade Map)

Експортери	2019	2020	2021	2022
World	-2,2	-3,6	15,2	-1,5
Germany	-3,0	-1,9	12,7	-4,4
Japan	-2,1	3,9	10,4	-16,8
United States of America	-1,5	-13,1	11,2	11,8
Belgium	-6,8	-9,9	14,8	18,8
Netherlands	-0,7	-3,3	26,3	-5,4
United Kingdom	-5,2	-17,0	45,0	4,1
Italy	-5,0	1,0	31,0	-2,8
China	-4,7	17,4	-11,4	29,8
France	8,9	-16,6	11,4	-0,2
Poland	2,4	-1,1	31,1	10,8
Korea, Republic of	-9,4	-4,0	15,1	-6,1
Spain	3,2	-5,6	31,1	-5,0
Canada	11,9	-5,3	18,2	14,6
Sweden	-3,2	-10,7	2,3	-9,6
Switzerland	-6,8	-12,5	16,4	5,0
Austria	-1,0	44,9	15,3	-1,5
Slovenia	-2,2	2,4	20,6	2,3
Egypt	3,1	3,2	-3,1	-19,0
Malaysia	-1,5	7,4	23,8	-4,2
Türkiye	9,8	11,8	29,2	46,4
Brazil	0,4	-14,4	56,5	34,8
<b>Others</b>	-2,1	-6,0	12,7	-14,0

## Динаміка обсягів експорту затверджувачів за кодом товару 381590,

тис. дол. США (за даними сайту Trade Map)

Експортери	2018	2019	2020	2021	2022
World	3923640	3632044	3501606	4086048	4152823
United States of America	945656	800856	715039	785012	1013019
Germany	842814	764922	763502	974095	874808
Japan	264142	253217	225389	378166	349638
Netherlands	352795	326011	276395	277872	297151
China	122819	176603	174368	219201	262274
United Kingdom	176419	177293	188003	164008	161744
Belgium	83569	96026	116374	125452	152208
Italy	70219	111109	95298	125264	137807
Denmark	106916	76435	100230	92340	86233
India	67371	63082	59198	75262	69429
Sweden	45045	51506	54154	61718	65804
Canada	49557	46046	36915	60010	63590
Korea, Republic of	28150	27011	32983	43102	61712
Switzerland	24956	24132	27118	37298	44999
Saudi Arabia	44245	8609	5777	64956	43666
France	64377	56319	84452	55198	42400
Singapore	34866	65490	24892	34958	38625
Thailand	15476	20719	24453	27007	37971
Taipei, Chinese	41220	56264	29409	40493	36842
Spain	26831	28492	49276	60316	36756
Others	516197	401902	418381	384320	276147

**Географічна структура експорту товарів за кодом 381590, до яких  
відносяться затверджувачі, % (за даними сайту Trade Map)**

<b>Експортери</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
World	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
United States of America	24,1	22,0	20,4	19,2	24,4
Germany	21,5	21,1	21,8	23,8	21,1
Japan	6,7	7,0	6,4	9,3	8,4
Netherlands	9,0	9,0	7,9	6,8	7,2
China	3,1	4,9	5,0	5,4	6,3
United Kingdom	4,5	4,9	5,4	4,0	3,9
Belgium	2,1	2,6	3,3	3,1	3,7
Italy	1,8	3,1	2,7	3,1	3,3
Denmark	2,7	2,1	2,9	2,3	2,1
India	1,7	1,7	1,7	1,8	1,7
Sweden	1,1	1,4	1,5	1,5	1,6
Canada	1,3	1,3	1,1	1,5	1,5
Korea, Republic of	0,7	0,7	0,9	1,1	1,5
Switzerland	0,6	0,7	0,8	0,9	1,1
Saudi Arabia	1,1	0,2	0,2	1,6	1,1
France	1,6	1,6	2,4	1,4	1,0
Singapore	0,9	1,8	0,7	0,9	0,9
Thailand	0,4	0,6	0,7	0,7	0,9
Taipei, Chinese	1,1	1,5	0,8	1,0	0,9
Spain	0,7	0,8	1,4	1,5	0,9
Others	13,2	11,1	11,9	9,4	6,6

**Динаміка темпів приросту експорту товарів за кодом 381590, до яких  
відносяться затверджувачі, % (за даними сайту Trade Map)**

<b>Експортери</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
World	-7,4	-3,6	16,7	1,6
United States of America	-15,3	-10,7	9,8	29,0
Germany	-9,2	-0,2	27,6	-10,2
Japan	-4,1	-11,0	67,8	-7,5
Netherlands	-7,6	-15,2	0,5	6,9
China	43,8	-1,3	25,7	19,7
United Kingdom	0,5	6,0	-12,8	-1,4
Belgium	14,9	21,2	7,8	21,3
Italy	58,2	-14,2	31,4	10,0
Denmark	-28,5	31,1	-7,9	-6,6
India	-6,4	-6,2	27,1	-7,8
Sweden	14,3	5,1	14,0	6,6
Canada	-7,1	-19,8	62,6	6,0
Korea, Republic of	-4,0	22,1	30,7	43,2
Switzerland	-3,3	12,4	37,5	20,6
Saudi Arabia	-80,5	-32,9	1024,4	-32,8
France	-12,5	50,0	-34,6	-23,2
Singapore	87,8	-62,0	40,4	10,5
Thailand	33,9	18,0	10,4	40,6
Taipei, Chinese	36,5	-47,7	37,7	-9,0
Spain	6,2	72,9	22,4	-39,1
Others	-22,1	4,1	-8,1	-28,1

**Динаміка обсягів експорту товарів за кодом 701820, до яких відносяться склокульки світлоповертаючі, тис. дол. США (за даними сайту Trade Map)**

<b>Експортери</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
World	267118	255561	278333	401087	364080
China	89811	81354	87807	169710	122779
France	26144	29911	45979	55385	54619
United States of America	26696	25168	24172	37346	46963
Germany	13767	16057	18536	20959	24710
Belgium	17589	13990	11207	13394	15707
Russian Federation	10502	12687	10978	15350	14538
United Kingdom	9495	7423	9970	10876	10705
Australia	10825	10003	10338	12203	10496
Spain	9138	8011	6764	8456	9492
Singapore	4880	4100	4419	4709	6832
Malaysia	5251	4922	5384	6807	6343
Poland	5923	4553	5081	6072	5826
Japan	6577	5517	6189	6684	4536
Korea, Republic of	4720	3690	2948	4788	4032
Canada	2309	2642	3092	3467	3929
Belarus	3832	1965	2262	2816	3268
Others	19659	23568	23207	22065	19305

**Географічна структура експорту товарів за кодом 701820, до яких відносяться склокульки світлоповертаючі, % (за даними сайту Trade Map)**

<b>Експортери</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
World	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
China	33,6	31,8	31,5	42,3	33,7
France	9,8	11,7	16,5	13,8	15,0
United States of America	10,0	9,8	8,7	9,3	12,9
Germany	5,2	6,3	6,7	5,2	6,8
Belgium	6,6	5,5	4,0	3,3	4,3
Russian Federation	3,9	5,0	3,9	3,8	4,0
United Kingdom	3,6	2,9	3,6	2,7	2,9
Australia	4,1	3,9	3,7	3,0	2,9
Spain	3,4	3,1	2,4	2,1	2,6
Singapore	1,8	1,6	1,6	1,2	1,9
Malaysia	2,0	1,9	1,9	1,7	1,7
Poland	2,2	1,8	1,8	1,5	1,6
Japan	2,5	2,2	2,2	1,7	1,2
Korea, Republic of	1,8	1,4	1,1	1,2	1,1
Canada	0,9	1,0	1,1	0,9	1,1
Belarus	1,4	0,8	0,8	0,7	0,9
Others	7,4	9,2	8,3	5,5	5,3

**Динаміка темпів приросту експорту товарів за кодом 701820, до яких відносяться склокульки світлоповертаючі, % (за даними сайту Trade Map)**

<b>Експортери</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
World	-4,3	8,9	44,1	-9,2
China	-9,4	7,9	93,3	-27,7
France	14,4	53,7	20,5	-1,4
United States of America	-5,7	-4,0	54,5	25,8
Germany	16,6	15,4	13,1	17,9
Belgium	-20,5	-19,9	19,5	17,3
Russian Federation	20,8	-13,5	39,8	-5,3
United Kingdom	-21,8	34,3	9,1	-1,6
Australia	-7,6	3,3	18,0	-14,0
Spain	-12,3	-15,6	25,0	12,3
Singapore	-16,0	7,8	6,6	45,1
Malaysia	-6,3	9,4	26,4	-6,8
Poland	-23,1	11,6	19,5	-4,1
Japan	-16,1	12,2	8,0	-32,1
Korea, Republic of	-21,8	-20,1	62,4	-15,8
Canada	14,4	17,0	12,1	13,3
Belarus	-48,7	15,1	24,5	16,1
Others	19,9	-1,5	-4,9	-12,5