

**ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ**

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ**

**МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА**

на тему

«Організація міжнародних перевезень в зовнішньоекономічній діяльності  
підприємства»

Студента 5 курсу групи МІМм-11  
спеціальності  
073 «Менеджмент (міжнародний  
інвестиційний менеджмент)»  
Полюги А.М.

Керівник  
к.е.н., доц. Баглей Р.Р.

Національна шкала \_\_\_\_\_  
Кількість балів: \_\_\_\_\_ Оцінка: ECTS \_\_\_\_\_

Члени комісії

_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)

м. Тернопіль – 2017 рік

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	6
1.1. Особливості організації міжнародних перевезень.....	6
1.2. Аналіз пропозиції на ринку міжнародних перевезень в Україні .....	11
1.3. Фактори впливу на вибір форми організації міжнародного перевезення підприємства.....	24
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ ВИДАВНИЦТВО «ШКОЛЯРИК».....	32
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ПЕРЕВЕЗЕННЯ ТОВ ВИДАВНИЦТВО «ШКОЛЯРИК».....	47
ВИСНОВКИ.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	58

## ВСТУП

**Постановка проблеми.** Існує необхідність створення економічно ефективної системи перевезень в Україні та Європі загалом.

Організація зовнішньоекономічних зв'язків багато в чому визначає майбутнє України як суверенної держави. Тому проблема розвитку і вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності транспортного комплексу має державне значення.

В умовах ринкового конкурентного середовища, дерегулювання і децентралізації економіки України рішення проблеми підвищення ефективності організації міжнародних перевезень, функціонування транспортного комплексу вимагає застосування принципово нових підходів, в основі яких закладені принципи логістики і логістичного менеджменту, пріоритетність формування і розвитку інтегрованих транспортно-розподільчих систем як на регіональному, так і на міжрегіональному і транснаціональному рівнях.

Активізація транспортного співробітництва потребує участі України у міжнародних та європейських транспортних організаціях, приєднання до конвенцій та угод в галузі міжнародних перевезень, розробки спільної транспортної політики, яка б відповідала вимогам ЄС.

**Актуальність.** Актуальність проблеми обумовлена тим, що вантажні та пасажирські перевезення є невід'ємною деталлю нашої життєдіяльності. Вантажі можна транспортувати в будь-яке місце, незалежно від обсягу і розмірів. Варіантів для цього надається досить багато - це і міжнародні авіаперевезення, і залізничні перевезення, і морські вантажоперевезення і так далі. Вантаж доставляється в найкоротші терміни.

Для сучасного стану економіки України характерним є підвищення ролі транспорту, який забезпечує життєдіяльність населення, функціонування і розвиток економіки держави, збереження її обороноздатності, можливість досягнення інтеграційних цілей країни.

На розвиток зовнішньоекономічної діяльності України значною мірою впливають стан її транспортного забезпечення. Вирішення питань підвищення

ефективності використання вітчизняного транспорту та зростання його конкурентоспроможності на міжнародних ринках транспортних послуг потребує створення економічних і правових засад, необхідних для захисту та підтримки діяльності вітчизняних транспортних підприємств при здійсненні ними міжнародних перевезень.

Важливим напрямком державного регулювання транспортного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності є дотримання Україною валютно-тарифної політики на світовому транспортному ринку.

Актуальність цієї проблеми обумовлена ще й намаганням України вступити до Європейського Союзу, що на сучасному етапі набуває великого значення і потребує якнайшвидшого вирішення.

Вагомий внесок у дослідженнями ефективного функціонування системи міжнародних перевезень займалися такі вчені, як І.Я. Аксенов, А.О. Аррак, С.П. Артемьев, А.В. Базилюк, М.Н. Бідняк, А.І. Воркут, Т.А. Воркут, В.П., Гудкова, Л.Г. Зайончик., В.Ф. Іваненко, Н.Ю. Іванова, В.В., Квитко, В.І. Котелянець, К.Т. Кривенко, П.Р. Левковець, Р.Ф. Романенко, О.С. Смірнов, Д.Л. Товкун, І.Н. Шапко, В.Г. Шинкаренко та інші.

**Практичне значення** одержаних результатів полягатиме в розробці рекомендацій щодо шляхів оптимізації організації перевезень в зовнішньоекономічному секторі України.

**Мета дослідження** - визначення раціональних шляхів і практичних заходів по розвитку вантажних перевезень міжнародними транспортними коридорами.

Комплексний підхід до реалізації поставленої мети окреслив коло завдань, які слід вирішити:

- охарактеризувати особливості організації міжнародних перевезень;
- проаналізувати пропозиції на ринку міжнародних перевезень в Україні;
- дослідити фактори впливу на вибір форми організації міжнародного перевезення підприємства;

- проаналізувати міжнародну діяльність ТОВ «Видавництво «Школяр»;
- запропонувати шляхи вдосконалення організації міжнародних перевезень ТОВ «Видавництва «Школяр»;

**Об'єктом дослідження** є процес забезпечення ефективності функціонування підприємств при здійсненні міжнародних перевезень.

**Предметом дослідження** є моделі і стратегії забезпечення ефективності функціонування підприємств, які займаються міжнародними перевезеннями.

Основна частина курсової роботи складається з трьох розділів. У першому, теоретичному розділі, буде проаналізовано та узагальнено теоретико-методологічні основи створення та організації діяльності спільного підприємства. Другий, аналітичний розділ, присвячено дослідженню та аналізу економічної ефективності функціонування підприємства. У третьому розділі розглянуто шляхи підвищення ефективності діяльності підприємства.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

## 1.1 Особливості організації міжнародних перевезень

Особливості міжнародних перевезень визначаються складом їх учасників і організацією надання транспортних послуг.

Учасники міжнародних перевезень. Основних учасників міжнародних перевезень ділять на наступні групи:

- перевізники - організації, основним видом діяльності яких є перевезення вантажів;
- транспортні посередники - організації, що надають широкий спектр транспортних послуг;
- операторів змішаного перевезення - організації, що надають комплексні послуги з перевезення вантажів різними видами транспорту, в тому числі логістичні, як самостійно, так і з залученням посередників;
- продавці;
- покупці [2].

Міжнародні перевезення в Україні регулюються під керівництвом Міністерства інфраструктури України в особі Державної авіаційної служби України, Державної служби морського та річкового транспорту, Департаменту державної політики в галузі залізничного транспорту, Державної автотранспортної служби України, Мінінфраструктури України, зокрема, сприяє розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, за дорученням Уряду представляє інтереси транспортно-дорожнього комплексу в міжнародних організаціях, укладає в установленому порядку міжнародні договори про розвиток міжнародного сполучення транспортно-дорожнього комплексу, погоджує з відповідними органами інших держав квоти міжнародних перевезень пасажирів і вантажів; забезпечує здійснення у випадках, передбачених законодавством України, ліцензування окремих видів підприємницької діяльності [1].

Міжнародними договорами та національними законодавствами багатьох держав передбачено, що для здійснення міжнародних перевезень перевізник повинен отримати від уповноваженого органу спеціальний дозвіл (ліцензію). Таку вимогу містить і українське законодавство, де вказується, що міжнародні перевезення пасажирів і вантажів повітряним, річковим, морським, залізничним та автомобільним видами транспорту здійснюються за наявності ліцензії, виданої уповноваженим органом. Ліцензуванню підлягають:

- надання послуг з користування залізничними коліями та іншими об'єктами інфраструктури залізничного транспорту загального користування;
- міжнародні (у межах країн СНД) перевезення пасажирів та вантажів залізничним транспортом;
- надання спеціалізованих послуг транспортних терміналів, портів, аеропортів [2].

Для отримання ліцензії юридичною особою, їй необхідно подати до компетентних органів заяву з переліком видів транспортно-експедиційних послуг, що будуть надаватися; реєстраційну картку за встановленою формою; копії статуту та засновницької угоди (якщо засновників або уповноважених органів двоє і більше); свідоцтво про державну реєстрацію. Можливість надання послуг, здійснення яких підлягає ліцензуванню, підтверджується також угодами з організаціями, які отримала ліцензію Національного банку України на розрахунки у валюті між резидентами, фрахт суден, страхування вантажів, здійснення митної очистки, брокерську діяльність. У разі здійснення перевезень залізницею обов'язково є наявність угоди між експедитором і Українською залізницею. Транспорт є головним засобом зв'язку між експортером та імпортером. Своєчасна доставка вантажу в кінцевий пункт призначення у доброму стані є метою транспортування [3]. Завдання транспортування:

- перевезення за безпечним маршрутом;
- якісне сервісне обслуговування;
- мінімальні витрати.

При виборі транспорту беруться до уваги: географічне положення країн-експортерів та імпортерів; відстань між країнами; характер товару, що перевозиться та його вартість, вартість перевезення, безпека транспортування [4].

Для острівних країн (Велика Британія, Японія та багато інших) основними, а то й єдиними, видами міжнародних перевезень є морський або авіаційний транспорт. В окремих випадках можуть застосовуватися інші (наприклад, завдяки тунелю під Ла-Маншем Велика Британія сьогодні сполучається з континентальною Європою залізницею та автотранспортом; трубопроводами, що прокладаються по дну морів, перекачуються газ і нафта). У багатьох країнах, а також і в Україні, навпаки більша частина міжнародних перевезень здійснюється наземними видами транспорту. Дуже часто доводиться використовувати різні види транспорту для перевезення одного й того ж вантажу. Так, континентальні країни Центральної Африки головними своїми партнерами мають європейські країни, а виходу до моря в них немає; тому вони вимушені комбінувати автомобільний (або залізничний) і морський транспорт. В аналогічному становищі знаходяться країни Центральної Азії (в тому числі країни СНД).

Відстань між країнами-партнерами також має значення при виборі транспортного засобу. На далеку відстань, що вимірюється тисячами кілометрів, не вигідно користуватись автомобільним транспортом, тому що перевезення невеликого за вагою вантажу обійдеться дуже дорого. Тут краще застосовувати залізничний або морський транспорт, що має велику вантажопідйомність [3].

Вибір виду транспорту здебільшого залежить від властивостей і вартості товару, що транспортується. Відносно дешеві товари не можна перевозити дорогим видом транспорту, бо транспортна складова становитиме надто велику частку в кінцевій вартості товару. найдешевшим є водний транспорт (якщо не брати до уваги трубопроводи), найдорожчим – авіатransпорт. Тому такі вантажі, як зерно, руда, вугілля, нафта, доцільно перевозити морем, рікою або залізницею. Навіть автотransпорт для цих вантажів не підходить. Автотransпортом перевозяться відносно коштовні речі. Найкоштовніші товари можна транспор-



тувати літаками, тому що навіть висока вартість авіап перевезень не стане великою часткою в кінцевій вартості товару. Крім того, авіатранспортом доцільно перевозити речі, які швидко псуються, або вимагають терміновою доставки з інших причин [14].

Щодо пасажирських перевезень, то перевага останнім часом надається автомобільному й повітряному транспорту, як більш швидкісним видам порівняно з водним і залізничним; правда, й вартість поїздки в цьому разі вища.

Дороге, крихке устаткування найчастіше перевозиться авіатранспортом, що забезпечує певну безпеку транспортування. Товари, для яких ступінь ризику крадіжки висока (запчастини автомобілів, конторське автоматизоване і звичайне обладнання, фармацевтичні товари й медикаменти тощо), доставляються, як правило, традиційним способом – морем, в основному в контейнерах, хоч коштує це дорожче. Відправники також враховують швидкість доставлення, частоту відправок (за планом на добу); надійність (додержування щодо графіків доставки); перевізну спроможність (спроможність перевозити різні вантажі).

Підприємства, які нерегулярно займаються зовнішньоторговельними операціями, як правило, звертаються до послуг спеціалізованих транспортно-експедиторських підприємств (ТЕП). Обумовлено це тим, що транспортна робота потребує спеціальних знань, великого практичного досвіду і при великій віддаленості від портів, кордонів дуже дорого коштує [1].

Міжнародна діяльність ТЕП протягом останнього часу значно поширилася. Вони здійснюють широкий комплекс послуг та дають змогу виробникам і споживачам сконцентрувати свою діяльність на профільних для себе операціях.

Перелік видів послуг, які надаються транспортно-експедиторськими фірмами, є досить значним і охоплює:

- вивчення кон'юнктури світового, регіональних та національних транспортних ринків, проведення комплексного маркетингового дослідження транспортного ринку;

- комплексну логістику, визначення оптимальних маршрутів транспортування вантажів;
- здійснення фрахтування, укладення та допомогу при укладенні транспортних контрактів;
- організацію завантажувальних та відвантажувальних робіт;
- організацію складування вантажів;
- оформлення необхідної документації, у тому числі передбачену митними процедурами та підготовку дозвільних, технічних, товаросупроводжувальних документів;
- надання консультацій замовникам;
- контроль за проходженням вантажів до місця призначення, у тому числі контроль за процесом власне транспортування, завантаження та відвантаження, складування тощо;
- здійснення розрахунків, які пов'язані з транспортуванням вантажів, фрахтом тощо; Транспортно-експедиторським підприємствам, як правило, надається знижка за фрахт суден та інших транспортних засобів. Це зменшує фрахтові витрати їхніх клієнтів, тобто компенсує вартість послуг ТЕП [4].

## 1.2 Аналіз пропозиції на ринку міжнародних перевезень в Україні

Конкурентоспроможний транспортний комплекс є складовою розвитку національної економіки кожної країни та основою її інтеграції у світове господарство. Частка транспортних послуг у ВВП України складає не менше 13%. Протягом 2011–2016 років ринок транспортних послуг України характеризувався стійким зростанням. Частка вантажних перевезень України автомобільним транспортом складає 66-69% від загального їх обсягу. У структурі міжнародних перевезень вантажів автомобільний транспорт займає вагомую частку (7%) [5]. Це єдиний вид транспорту, за яким спостерігаються сталі позитивні темпи зростання. Кожного року активно збільшується кількість підприємств, що надають послуги з перевезення вантажів, що свідчить про зростання рівня конкуренції на даному ринку.

Ринок логістичних послуг репрезентують кілька сегментів. За світовою структурою знаходимо такі варіанти сегментації:

- перший – передбачає поділ на такі сегменти: транспортно-експедиційні послуги; комплексні логістичні рішення; управління ланцюгами поставок;
- другий – передбачає поділ на такі сегменти: з міжнародної та внутрішньої експрес-доставки; з комплексних перевезень приватного та службового майна; з міжнародних і внутрішніх перевезень вантажів;
- третій – передбачає поділ на такі сегменти: експедиція, транспорт, логістика .

Для України характерна інша, відмінна структура галузі, а саме: транспортні послуги, складські послуги, експедиційні, управління ланцюгами поставок [6]. Проте доцільно було б виділити такі сегменти:

- транспортно-експедиційні послуги;
- професійні складські послуги;
- експрес-доставка;
- комплексні логістичні рішення (контрактна логістика);
- управління ланцюгами поставок.

Проаналізуємо детальніше сегмент контрактної логістики, оскільки він якнайкраще репрезентує поширення логістики на вітчизняному ринку, а також демонструє щорічний приріст в середньому на 10–15 %. Для цього скористаємось моделлю М. Портера “Аналіз структури галузі” (“Дослідження 5-ти конкурентних сил галузі”). Згідно з моделлю М. Портера, структура галузі включає п’ять конкурентних сил:

- існуючі конкуренти;
- потенційні конкуренти;
- конкуренти з боку товарів, які є заміниками;
- постачальники;
- споживачі [7].

1. Існуючі конкуренти. Їх на вітчизняному ринку приблизно 40 фірм. Більшість з них – це сильні транснаціональні 3 PL-оператори з відомими світовими брендами, а саме: Кюне і Нагель Україна, Рабен Україна, Фіге Україна, Rhenus Revival, Asstra Holding, Жефко Україна, Шенкер та ін. Поодинокую конкуренцію становлять вітчизняні підприємства, такі як УВК. Позиціонування кожного з них здійснюється залежно від:

- категорії вантажів: FMCG, температурні, запчастини (комплектуючі), електроніка, фармація, одяг, будівельні матеріали, негабаритні, спеціалізовані тощо;
- організації перевезень: під замовлення; маршрутні (Україною, по СНД, Європою, інші напрямки); кур’єрські послуги;
- митне оформлення, страхування;
- консолідація вантажів: Європа, СНД, Азія;
- складські послуги (повний спектр);
- допоміжні послуги: управління запасами, єдина ІТ-система з клієнтом, проектна логістика [8].

2. Потенційні конкуренти. Потенційними конкурентами можуть бути:

- транснаціональні корпорації ТОП-10 логістичних компаній світу, які ще не присутні на вітчизняному ринку, для яких прихід на цей ринок створить великий синергійний ефект;

- транспортно-експедиційні підприємства, для яких прихід на цей ринок є логічним розвитком їх стратегії (наприклад, фірма “Е Ван Вайк і моя Логістик” позиціонують себе як транспортно-експедиційне підприємство, яке також надає в оренду власні складські площі класу А неподалік від м. Львова. Стратегія цього підприємства – вийти на рівень 3 PL-оператора в Україні). Бар’єрами входу на цей ринок є:

- економія на масштабах. Вона змушує нову фірму або забезпечити широкомасштабне обслуговування, або створює для неї загрозу програшу щодо витрат;

- сила іміджу марки, яка означає особливу прихильність споживачів, які слабо реагують на маркетингові заходи інших фірм. Як правило, більшість глобальних 3 PL-операторів прийшли на український ринок разом із своїми клієнтами – глобальними компаніями;

- витрати переходу, тобто одноразові витрати на реальну чи психологічну переорієнтацію, яка вимагається від споживача. Як правило, при виборі 3 PL-оператора існує практика перенесення корпоративних вимог іноземної штаб-квартири в Україну;

- потреба у капіталі, яка є дуже значною, і стосується передусім фінансування транспортних та складських потужностей. Наприклад, вартість обладнання складського комплексу площею 100 тис. кв. м становить приблизно \$ 100 млн [6].

3. Конкуренти з боку товарів, які є заміниками. До таких конкурентів можна зарахувати:

- логістичних операторів 4 PL. В Україні цей сегмент – управління ланцюгами поставок – лише формується. Найактуальнішим напрямком є створення “холодних ланцюгів поставок”. Особливо це стосується продуктів харчування та фармацевтичного ринку, який активно розвивається у напрямі

біотехнологій. Якщо інші медичні препарати чутливі до перепаду температур приблизно на 40 %, то біофармацевтична продукція – уся, на 100 % вимагає жорстких температурних меж. Біопрепарати вимагають перевезення у режимі “холодового ланцюга” за температури +5 °С. Заморожування так само, як і перегрівання, згубні для препаратів такого типу. Якщо хоча б одна ланка “холодового ланцюга” ненадійна навіть по одному критерію – всі зусилля марні. Всесвітня організація охорони здоров’я визнає, що 25 % вакцин доставляється до споживача у зіпсутому вигляді через недотримання температурного режиму під час зберігання та транспортування;

- “корпоративну” логістику. Мається на увазі поширення в Україні ще практики інсорсингу логістики. Наприклад, деякі торговельні мережі самі організують свою логістику. Цікавим є той факт, що в Україні приблизно 20 % вантажів роздрібних мереж обробляються логістичними аутсорсерами, тоді як в Європі проникнення логістичного аутсорсингу в торгові мережі становить 50–60 % [9].

4. Постачальники. Надання якісних логістичних послуг передбачає використання сучасного обладнання та впровадження сучасних технологій переміщення, обробки та відслідковування вантажопотоків на усьому логістичному ланцюгу. Тому вибір постачальників автомобілів, обладнання (стелажного, вагового, пакувального, маркувального, зчитувального, підйомно-транспортного тощо), складської та завантажувальної техніки, транспортної та складської тари, а також постачальника ІТ-рішень для управління підприємством, транспортом, складом є дуже важливими рішеннями з погляду рентабельності цих послуг. Загалом таких постачальників, які працюють з вітчизняним ринком та на вітчизняному ринку, є достатньо, між ними сформовані конкурентні відносини і особливого тиску на підприємства з надання логістичних послуг вони не чинять.

5. Споживачі. Основними споживачами комплексних логістичних послуг (контрактної логістики) є:

- великі світові виробники, які вже представлені на українському ринку і тяжіють до локалізації свого виробництва та впроваджують перевірену досвідом ефективну практику логістичного аутсорсингу;

- рітейл-оператори;
- онлайн-торгівля [10].

Таблиця 1

Перелік основних компаній, які надають логістичні послуги в Україні  
станом на вересень 2016 року [11]

№	<b>Компанії, які спеціалізуються на наданні логістичних послуг в Україні</b>			
	українські	кількість років функціонування на ринку	закордонні, які мають представництва в Україні	кількість років функціонування на ринку
1	Логістичний оператор "Українські вантажні кур'єри"	13	Логістична компанія "Kuehne and Nagel" (Німеччина)	10
2	Логістична компанія "Комора – C/СAB-сервіс"	11	Логістична компанія "Raben" (Нідерланди)	8
3	Логістична компанія "Ост-Вест Експрес"	12	Логістична компанія "FM Logistics" (Франція)	9
4	Логістична компанія "Укртранс"	12	Логістична компанія "Revival Express" (Німеччина)	10
5	Логістична компанія "Центр транспортної логістики"	10	Логістична компанія "Danzas" (Німеччина)	9
6	Логістична компанія "Ексім Лоджистік Україна"	12	Логістична компанія "Shenker Україна" (Німеччина)	6

Найбільшим оператором на ринку логістичних послуг є компанія „Українські вантажні кур'єри” (близько 40%). В сегменті складської логістики достатньо сильні позиції у представництва німецької компанії „Kuehne and Nagel” (15%), транспортної – у голландської „Raben” (10%). В сегменті транспортної логістики на даний момент велика частка належить малим українським регіональним компаніям. Серед великих логістичних компаній, які працюють на українському ринку, експерти також виділяють французьку „FM Logistics”, німецькі „Revival Express” і „Danzas”, українські „Комора – С/СAB-сервіс”, „Ост-Вест Експрес” і „Укртранс”. Разом з тим, українські фахівці з логістики стверджують, що походження компанії не впливає на рівень якості послуг, що надаються. Кількість основних діючих логістичних компаній та логістичних операторів в Україні дуже невелика, тоді як в розвинутих західних країнах їх кількість вимірюється сотнями. Крім цієї проблеми, існує наступна: основна кількість логістичних компаній в Україні, що надають саме спеціалізовані послуги, сконцентрована в Києві. Тому виникає запитання: „Як ефективно користуватися логістичними послугами підприємствам з регіонів України?” Тому, враховуючи досвід розвинутих країн, які досягли успіху в наданні логістичних послуг, необхідно географічно раціонально розташувати логістичних операторів і логістичні компанії для зручності у користуванні їх послугами. Це, безумовно, значно збільшить можливості ефективного впровадження логістики в діяльність вітчизняних підприємств [12].

В Україні в основному надаються транспортно-експедиційні послуги та послуги складування, надання інших логістичних послуг поки що не розповсюджено. Але не всі підприємства в Україні на сьогоднішній момент готові користуватися послугами професіоналів у цій сфері через занадто високу вартість логістичних послуг (вартість цих послуг складає приблизно 15 – 25% від вартості товару). Хоча більшість автотранспортних компаній в Україні надають якісні послуги, конкуренція тут набагато вища, ніж в сегменті складських послуг, і тому їх вартість більш-менш прийнятна.



З точки зору світового досвіду та сучасних тенденцій розвитку глобального ринку логістичних послуг Україна знаходиться на етапі формування та консолідації галузі, значно поступаючись західним країнам, як з якості, так і за комплексністю послуг, які надаються національними транспортно-логістичними компаніями. На сьогодні Україна за рівнем розвитку логістики значно відстає від східноєвропейських країн. Сфера логістики фінансує близько 15% надходжень до бюджету від виробничої сфери, займаючи на ринку послуг близько 40% ринку. Розглянемо обсяг ринку логістичних послуг за 2010–2015 рр. (рис. 1).

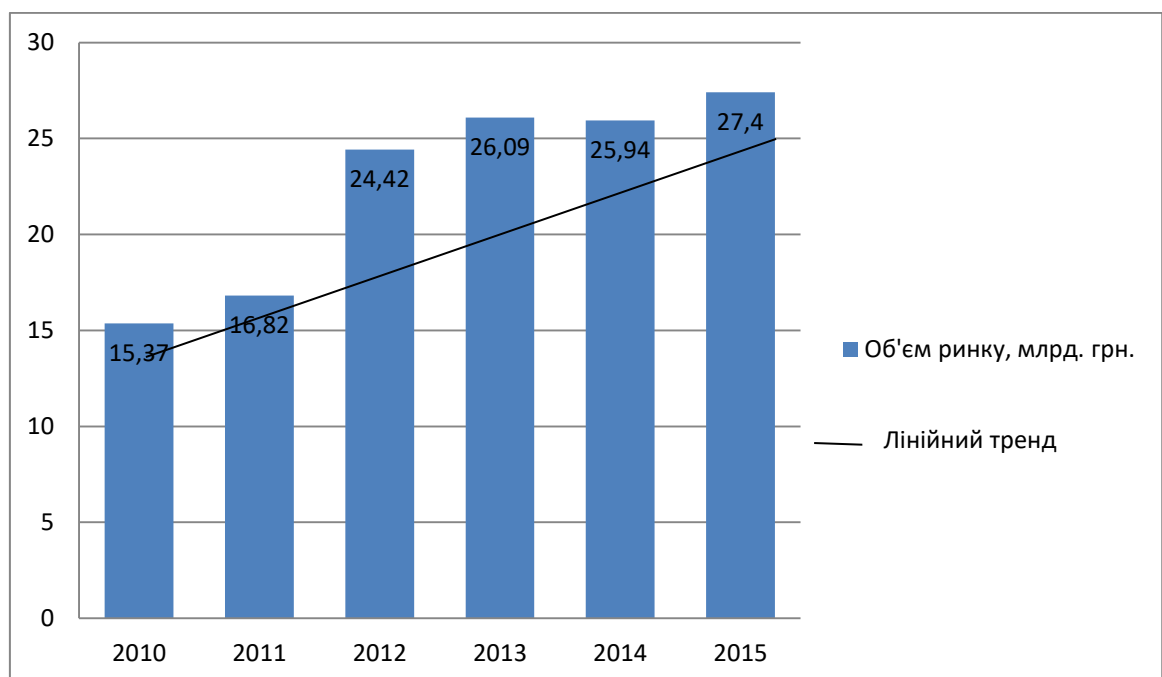


Рис. 1. Динаміка обсягу ринку логістичних послуг України за 2010–2015 роки [13]

У цілому ринок логістичних послуг в Україні слабо розвинений, слабо структурований і відсутня достовірна інформація про його структуру і доходи.

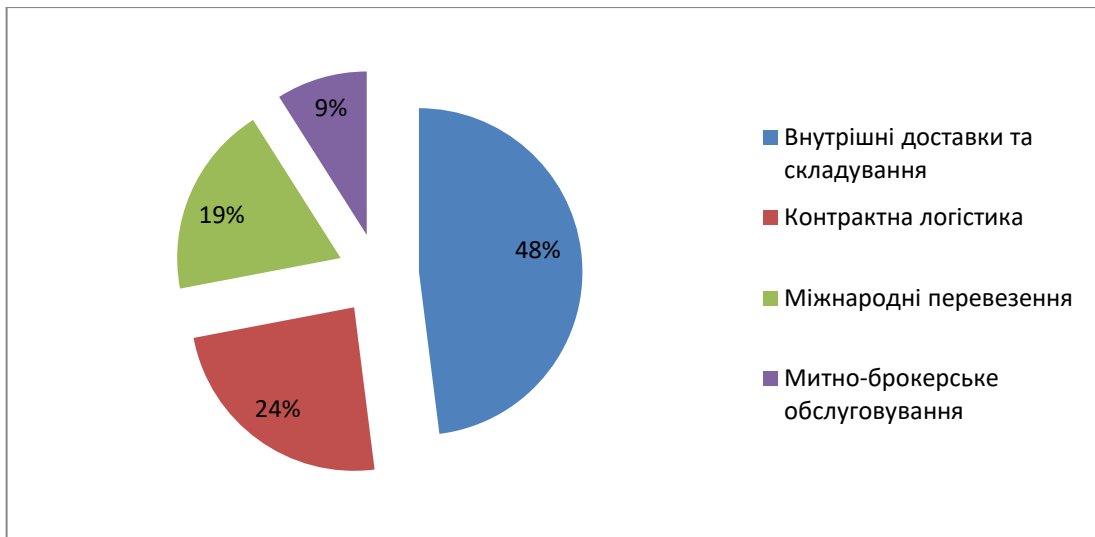


Рис. 2. Структура ринку логістики в Україні за 2016 р. [13]

Отже, найбільшим попитом серед логістичних послуг у загальній структурі ринку користуються внутрішні доставки та складування (48%) та контрактна логістика (24%), яка останнім часом набуває все більше популярності серед українських споживачів. Частка міжнародних перевезень займає 19%.

Обсяг ВВП України у фактичних цінах у 2016 році становив 1,4 трлн грн, його транспортна складова оцінюється у 10%. Сфера транспорту фінансує близько 6% надходжень до бюджету. Комплекс логістичних послуг можуть надавати спеціалізовані логістичні компанії та логістичні оператори, яких на вітчизняному ринку не так вже і багато (включаючи українських та іноземних). Логістичні компанії надають клієнтам вузькоспеціалізовані послуги: транспортування, декларування (митні послуги), складське зберігання, послуги зі зв'язку із закордонними постачальниками, підготовка експортно-імпортової документації тощо. Логістичні ж оператори – це логістичні компанії, які надають комплекс послуг своїм клієнтам. Досвідчений оператор може залучати інших підрядників для виконання поставлених цілей. Крім цього, логістичні оператори укладають угоди здебільшого на середньо- та довгостроковий період та намагаються бути основним (єдиним) виконавцем для свого замовника. Логістичні оператори готові делегувати своїх окремих спеціалістів на підприємство - замовник для максимально ефективної координації їх спільної діяльності. Логістичні компанії і логістичні оператори намагаються швидко

реагувати на вимоги замовників та постійно покращувати якість обслуговування [14].

За міжнародною класифікацією, існують п'ять рівнів надання логістичних послуг (табл. 2).

На сучасному етапі розвитку ринок логістичних послуг України представлений на всіх рівнях логістичного сервісу, а саме [11]:

- 1PL – так званий «логістичний інсорсинг» – це вид логістичного сервісу, коли всі логістичні процеси здійснюються безпосередньо власним вантажоперевізником на власному транспорті, тобто вся логістика підприємства є автономною.

- 2PL – частковий логістичний аутсорсинг – вид логістичної діяльності, коли складування, перевезення відбувається із залученням сторонніх компаній, але при цьому керують ланцюгом поставок самостійно. На сучасному етапі в Україні більшість компаній надають перевагу саме цьому виду логістичного сервісу. Серед відомих українських 2PL-провайдерів можна виділити такі, як «Інтайм», «Делівері», «Нова Пошта», «МістЕкспрес» та ін.

- 3PL – комплексний логістичний аутсорсинг – той рівень логістичного сервісу, коли власник вантажу сам вже не займається зовнішньою логістикою. 3PL-провайдери – це багатoproфільні логістичні провайдери, що мають високопрофесійний персонал. Вони займаються доставкою товару, контролем проходження митниці, пакуванням, фасуванням товару тощо. На ринку України до 3PL-провайдерів відносяться такі: «Гранд Логістик», «УВК», DHL, NEOLIT, «Black Sea Shipping Service Ltd.» та інші.

- 4PL – інтегрований логістичний аутсорсинг – вид логістичного сервісу, коли підприємство- замовник не лише залучає аутсорсера для виконання функцій транспортної логістики, але й передає йому задачі з проектування та управління ланцюгами поставок та логістичними бізнес-процесами на підприємстві. На українському ринку вже присутня компанія, в структуру якої введений 4PL-оператор – «Метро Кеш енд Керрі» – METRO MGL Logistik GmbH.

- 5PL – віртуальна логістика – логістичний сервіс, який охоплює весь комплекс логістичних послуг глобального інформаційно-технологічного простору. На жаль, на території України представлені лише транснаціональні 4PL- та 5PL-провайдери.

Відповідно до [12] станом на 2014 рік 45% ринку логістичних послуг України склали внутрішні доставки, 25% – контрактна логістика, ще 25% – міжнародні перевезення, і лише 5% – митно-брокерське обслуговування. При цьому основними тенденціями вітчизняного ринку логістики є зростання цін на перевезення на 20–40% залежно від напрямку, зниження вантажопотоку в Західному напрямку і через Одеський порт, в ряді випадків – повне припинення поставок до Криму і на Схід країни, дефіцит транспорту.

Таблиця 2

## Міжнародна класифікація логістичних компаній [15]

<b>Рівень логістичних послуг</b>	<b>Характеристика</b>
1PL (First Party Logistics)	Автономна логістика, всі операції виконує сам власник вантажу.
2PL (Second Party Logistics)	Надання традиційних послуг з транспортування та управління складськими приміщеннями.
3PL (Third Party Logistics)	Розширення стандартного переліку послуг нестандартними (складування, перевантаження, обробка вантажів, додаткові послуги зі значною доданою вартістю), використання субпідрядників. Усі послуги надаються як окремо, так і в комплексі.
4PL (Fourth Party Logistics)	Інтеграція усіх компаній, залучених в ланцюг поставок.
5PL (Fifth Party Logistics)	Управління усіма компонентами, що утворюють єдиний ланцюг постачання вантажів, за допомогою електронних засобів інформації.

На вітчизняному ринку логістичні компанії здебільшого надають послуги рівня 3PL. Основні оператори ринку логістичних послуг в Україні та їх частка на загальному ринку представлені на рисунку 3.

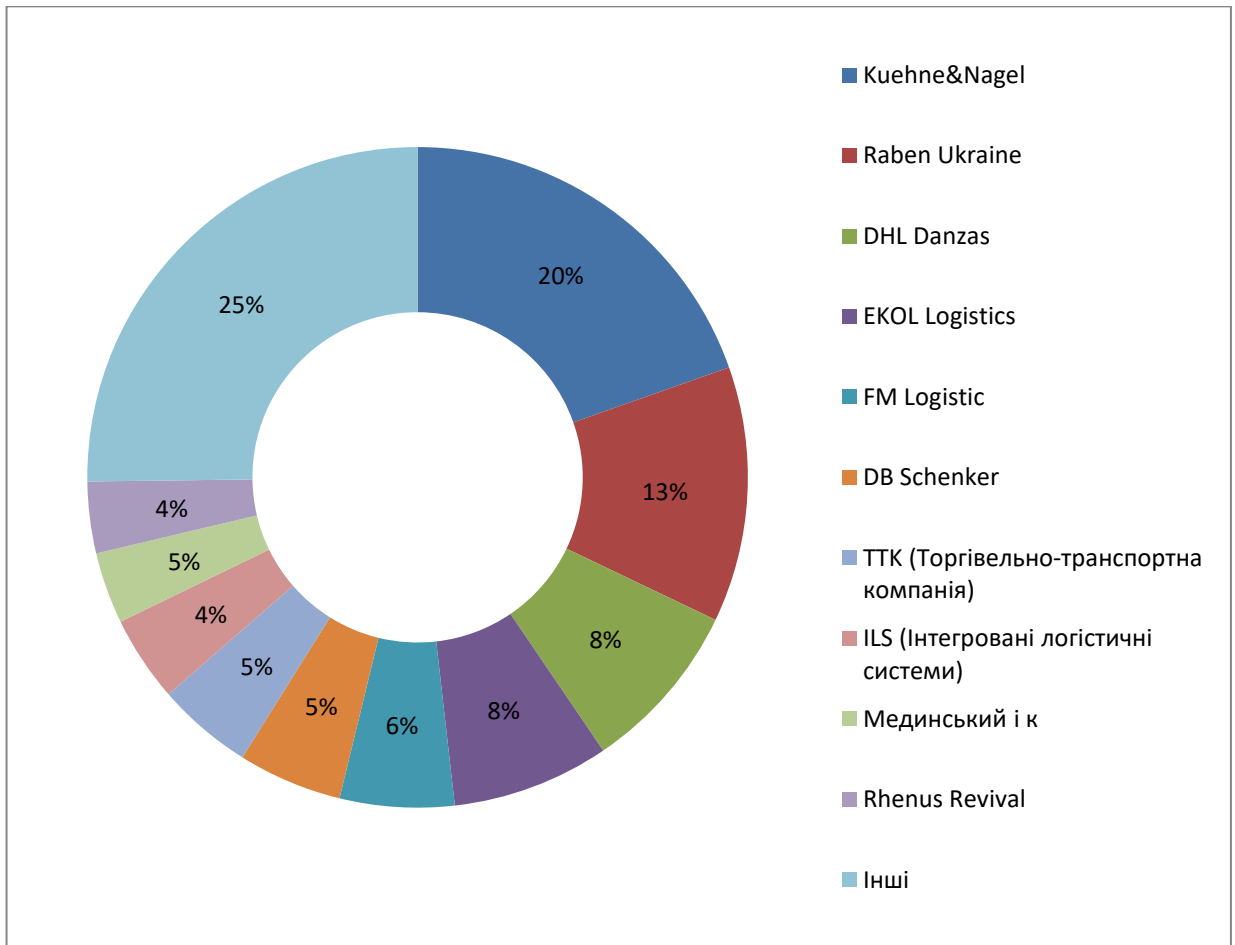


Рис. 3. Частка основних логістичних компаній на ринку України [16]

Зміни у внутрішньополітичній ситуації в Україні істотно вплинули на ведення бізнесу і ринок логістичних послуг. Основна кількість логістичних компаній, що надають саме спеціалізовані послуги, сконцентрована в Києві. Можливість надання транспортних послуг у деякі регіони України значно ускладнилася у зв'язку зі зміною кон'юнктури ринку, поставки в деякі міста схильні до високих ризиків безпеки як для життя персоналу, так і для збереження транспорту і вантажів.

Для того щоб вижити, компаніям доведеться шукати способи для скорочення витрат і підвищення продуктивності праці. Для цього потрібно звернутися до міжнародного досвіду щодо оптимізації роботи компанії,

використання сучасних систем автоматизації процесів управління перевезеннями та знизити витрати на персонал. Також частина логістичних центрів може мігрувати з великих міст у передмістя або сусідні обласні центри.

За інформацією Світового Банку [7], у 2016 році Україна посіла 80 місце серед 160 країн світу відповідно до індексу ефективності логістики (LPI – Logistics Performance Index), що являє собою інтерактивний інструмент бенчмаркінгу, створений, щоб допомогти країнам у визначенні проблем і можливостей, з якими вони стикаються у своїй діяльності з організації торгівельної логістики і що вони можуть зробити, щоб поліпшити їх продуктивність.

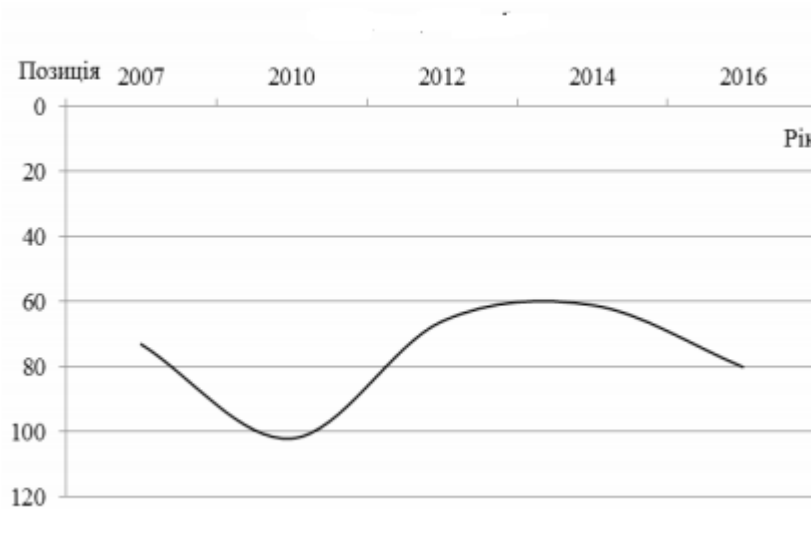


Рис. 4. Зміна позиції України серед країн світу за LPI за 2007-2016 роки [7]

LPI ґрунтується на всесвітньому опитуванні місцевих операторів (глобальних транспортно-експедиторських і експрес-перевізників), забезпечуючи зворотний зв'язок щодо логістичної "дружності" країн, в яких вони працюють, і тими, з якими вони торгують. Вони поєднують в собі глибокі знання про країни, в яких вони здійснюють свою діяльність з поінформованими якісними оцінками інших країн, де вони торгують і досвід глобального навколишнього середовища логістики. Динаміка позицій України за індексом ефективності логістики представлена на рисунку 4 свідчить про погіршення позицій нашої держави у глобальному рейтингу у 2016 році порівняно із

показником 2007 року. Таке погіршення в першу чергу було спричинене різким падінням позицій України у 2010 році, коли наша держава втратила 29 позицій. І хоча у 2014 році Україна змогла поступово піднятися у рейтингу до 61 сходинки, кризові явища в економіці призвели до втрати ще 19 позицій у поточному році.

Погіршення оцінок ефективності логістики України у 2016 році свідчать про кризову ситуацію на ринку логістичних послуг у даний час. Такої ж думки керівник компанії «Твоя логістика» Олександр Воронков. Він стверджує, що на даний час ринок логістики знаходиться в кризовому стані, однак через три-п'ять років відбудеться його стабілізація із подальшим зростанням на 6–9%. В Україні як зі сторони споживачів, так і зі сторони логістичних операторів, спостерігається висока зацікавленість у розширенні транспортно-логістичних послуг. Однією з причин є геостратегічне положення України, яке дозволяє їй бути вигідним місцем для транзитних перевезень товарів та пасажирів між державами Європи, Азії та Близького Сходу [8].

### 1.3. Фактори впливу на вибір форми організації міжнародного перевезення підприємства

У процесах здійснення закупівель і доставки матеріальних ресурсів, а також дистрибуції готової продукції споживачам фірма-виробник може використовувати різні варіанти транспортування, види транспорту, а також різних логістичних партнерів (посередників) в організації доставки продукції до конкретних пунктів логістичного ланцюга. Насамперед, логістичний менеджмент фірми має вирішити питання, створювати свій парк транспортних засобів або використовувати найманий транспорт загального користування або приватний). При виборі альтернативи зазвичай виходять з певної системи критеріїв, до яких відносяться:

- витрати на створення й експлуатацію власного парку транспортних засобів (оренду, лізинг рухомого складу);
  - витрати на оплату послуг транспортних, транспортно-експедиційних фірм та інших логістичних посередників у транспортуванні;
  - швидкість (час) транспортування;
  - якість транспортування (надійність доставки, збереження вантажу тощо)
- [20].

Створення власного парку пов'язане з великими капітальними вкладеннями в рухомий склад, виробничо-технічну базу для обслуговування і ремонту транспортних засобів та транспортну інфраструктуру. В кінцевому підсумку воно може бути виправдане у випадку отримання значного виграшу в якості, надійності та собівартості перевезень при великих сталих обсягах перевезених вантажів. Однак у будь-якому разі оцінка альтернатив повинна проводитися комплексно з урахуванням можливо більшого числа критеріїв. В більшості випадків фірми-виробники вдаються до послуг спеціалізованих транспортних фірм, і ця альтернатива є досить перспективною.

Для споживачів транспортних послуг можливі дві форми отримання транспортних послуг (перевезень):

- 1) за допомогою створеного власного відділу доставки;



2) користування послугами сторонніх транспортних організацій.

Вибір форм перевезення здійснюється в такій послідовності:

Перший етап. Детальний аналіз переваг і недоліків форм перевезень.

Переваги створення власних відділів доставки (аргументи проти користування послугами сторонніх транспортних організацій):

- 1) можливість оренди транспортних засобів на одне перевезення або певний період часу;
- 2) міжкорпоративні перевезення;
- 3) забезпечення потрібної якості транспортних послуг;
- 4) запобігання аварійним ситуаціям або їх швидке усунення;
- 5) менші вимоги до упакування;
- 6) наскрізний контроль за якістю надання послуг та збереженням вантажу;
- 7) можливості розміщення реклами на транспортних засобах;
- 8) можливість отримання додаткового прибутку за рахунок надання транспортних послуг іншим підприємствам;
- 9) зниження транспортних витрат і ретельний контроль їх величини;
- 10) контроль за розкладом, часом та маршрутами перевезень.

Недоліки, що виникають при створенні власних відділів доставки (аргументи за користування послугами сторонніх транспортних організацій):

- 1) високі адміністративні витрати, витрати на ремонт і обслуговування транспортних засобів;
- 2) потреба в значних капіталовкладеннях;
- 3) повна відповідальність за пошкодження та псування вантажу;
- 4) необхідність у складанні розкладів, маршрутів;
- 5) ризик неокуплення зроблених капіталовкладень;
- 6) витрати на страхування вантажів та транспортних засобів;
- 7) проблеми з ліцензуванням;
- 8) імовірність отримання збитків унаслідок аварій.

Другий етап. Оцінка рівня обслуговування та витрат за різних форм перевезень. Підприємство (отримувач транспортних послуг) має визначити бажаний рівень та якість обслуговування, проаналізувати можливості його забезпечення у випадку створення власного відділу доставки чи залучення сторонніх транспортних організацій. Надалі визначаються сумарні витрати для обох форм перевезень. Рівень загальних поточних витрат визначається як сума витрат на опрацювання замовлень, пакування, перевезення, збитків від пошкодження (при створенні власного відділу доставки долучаються ще й витрати на ліцензування, заробітну плату, паливо).

Третій етап. Прийняття кінцевого рішення. Критеріями для прийняття рішень про вибір форми перевезень є:

- 1) необхідність у капіталовкладеннях та їх достатність;
- 2) прогнозований рівень окупності капіталовкладень;
- 3) рівень якості обслуговування;
- 4) рівень загальних поточних витрат.

Якщо рівень загальних витрат власного відділу доставки буде нижчим, то рішення на користь власного відділу доставки може бути створене за умови достатності капіталовкладень [17].

Створення власних відділів доставки не слід розглядати лише з погляду перевезення; це також і фінансове питання. Можна розрізнити два етапи оцінки фінансового аспекту створення власного відділу доставки: укрупнений і деталізований. Перший, укрупнений (локальний) полягає у порівнянні оперативної інформації про витрати та рівень обслуговування при використанні найманих агентів з доставки та при створенні власного відділу; другий, деталізований (системний) – у порівнянні системної інформації, алгоритм якого поданий нижче.

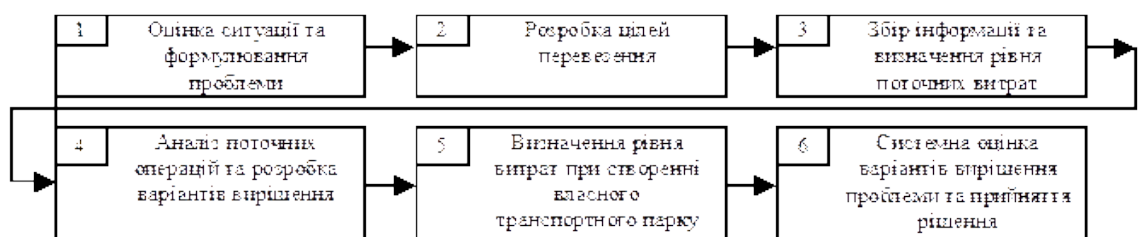


Рис. 5. Порядок здійснення деталізованого системного аналізу [22]

У країнах Європи спостерігається значний рівень обсягів логістичних функцій, переданих на виконання аутсорсинговим фірмам, зокрема, 61% у сфері транспортних послуг, 13% – управління флотом, 5% – підтримки клієнтів, 8% – управління запасами, 6% – обліку замовлень, 35% – складського господарства, 11% – кастомізації, 15% – реверсної логістики, 25% – інформаційних систем. Для підтримки динамічних конкурентних переваг важливо забезпечити не лише наявність специфічних економічних ресурсів, але й відповідний рівень швидкості, з якою вони створюються та оновлюються за належного рівня системи інноваційного менеджменту..

Таблиця 3

Позитивні риси та недоліки логістичного аутсорсингу [21]

№	Позитивні риси	Недоліки
1	Економія витрат при виконанні стратегічних підприємницьких функцій	Збільшення прихованих та транзакційних витрат
2	Фокусування уваги на обмеженій кількості логістичних функцій	Втрата безпосереднього контролю за функціями, переданими на виконання аутсорсинговим фірмам
3	Підвищення рівня фінансової та операційної гнучкості	Загроза збитків внаслідок банкрутства субпідрядника
4	Зменшення потреби в інвестиційних ресурсах для розвитку окремих логістичних процесів	Може викликати потребу в додаткових інвестиціях внаслідок форс-мажорних обставин
5	Вищий рівень якості та оперативності при здійсненні послуг досвідченими аутсорсинговими компаніями	Розбіжності в організаційній культурі та стратегічних орієнтирах зумовлюють підвищення підприємницьких ризиків
6	Зосередження уваги на ключових компетенціях та стратегічних напрямках розвитку логістичної діяльності	Можливість розголошення конфіденційної інформації зумовлює руйнацію іміджу
7	Поширення впливу на нові географічні регіони та отримання доступу до цільових маркетингових ніш	В окремих логістичних мережах може спостерігатися негативний ефект масштабів аутсорсингу
8	Сприяє сталому економічному росту та отриманню стабільного рівня грошових надходжень	Збитковість переданих аутсорсинговій фірмі логістичних функцій може мати негативний вплив на діяльність даної компанії
9	Переваги при оподаткуванні в окремих глобальних маркетингових сегментах	Аутсорсинг може викликати незадоволення персоналу
10	Можливість підтримки глобальних конкурентних переваг на основі інноваційних технологічних рішень	Можливі втрати оперативності у реагуванні на зміни ринкової кон'юнктури
11	Поліпшення зв'язків зі споживачами на цільових глобальних ринках	Загроза збоїв у функціонуванні глобальних ланцюгів постачання товарів та послуг внаслідок розбіжності підприємницьких цілей

Аналізуючи рейтинг аутсорсингових бізнес-процесів в Україні, можна прийти до висновку, що однією з лідируючих сфер, які залучають аутсорсингові бізнес-процеси в Україні, є логістика. За результатами досліджень холдингу "ANCOR", 36% респондентів визнали, що їхні компанії передають

бізнес-процеси на аутсорсинг; серед них ІТ-послуги займають 40,5%, логістика – 35,1%, ресурсне забезпечення виробничих процесів – 27,0%, маркетингові послуги – 21,6% [18].

Центральне місце серед багатьох логістичних процедур прийняття рішень з транспортування займає процедура вибору перевізника (або декількох перевізників). Часто ця процедура довіряється логістичним менеджером транспортно-експедиційній фірмі, з якою у вантажовласника є давні встановлені ділові стосунки. При цьому експедиторам задаються певні характеристики вантажу, критерії та обмеження. Як було показано раніше, виходячи з особливостей логістичного підходу, у виборі перевізника підприємство повинно керуватися не тільки принципами мінімальних тарифів. Існує також ряд критеріїв, які впливають на вартість та якість доставки вантажів, при цьому вони ранжуються залежно від їх важливості для замовника. Природно, що на кожному підприємстві дані критерії та їх ранжування розрізняється [14].

Виділяють шість основних факторів, які впливають на вибір виду транспорту:

- час доставки;
- частота відправлень вантажу;
- надійність дотримання графіка доставки;
- здатність перевозити різні вантажі;
- здатність доставки вантаж у будь-яку точку території;
- вартість перевезення.

Таблиця 4

**Факторна оцінка різних видів транспорту [20]**

Вид транспорту	Фактори, що впливають на вибір виду транспорту					
	час доставки	частота відправлення	надійність дотримання графіка доставки вантажу	здатність перевозити різні вантажі	здатність доставити вантаж у будь-якому пункті території	вартість перевезення
Залізничним	3	4	3	2	2	3
Водний	4	5	4	1	4	1
Автомобільним	2	2	2	3	1	4
Трубопровідний	5	1	1	5	5	2
Повітряний	1	3	5	4	3	5

Вибираючи засіб доставки конкретного товару, відправники враховують до шести факторів одночасно. Так, якщо відправника цікавить швидкість, його основний вибір зосереджується на повітряному або автомобільному транспорті. Якщо його мета - мінімальні витрати, вибір обмежується водним і трубопровідним транспортом. Найбільше переваг пов'язано з використанням автомобільного транспорту чим і пояснюється зростання його частки в обсязі перевезень. Однак остаточний висновок про варіант доставки вантажів ґрунтується на техніко-економічних розрахунках.

Одним з суттєвих факторів, які впливають на вибір перевізника, є вартість перевезення. Вартість транспортної продукції або вартість перевезення визначається сумою необхідних витрат транспортних підприємств або фірм на перевезення вантажів. Споживачі, купуючи транспортну продукцію, відшкодовують ці витрати у формі тарифів і фрахових ставок, що є одночасно грошовим вираженням вартості транспортної продукції [22].

Система транспортних тарифів залежить від виду транспорту і способу перевезення. У цілому, під час прийняття рішень про транспортування потрібно враховувати складні компроміси між різними видами транспорту, а також наслідки цих компромісів для інших видів діяльності в системі розподілу, таких

як складування і підтримка товарно-матеріальних запасів. Оскільки з часом відносні витрати різних видів транспорту змінюються, фірмам необхідно переглядати свої схеми транспортування з метою знаходження оптимального варіанта товароруку.

Враховуючи, що діяльність з організації товароруку пов'язана з великими компромісами, потрібно використовувати системний підхід для прийняття таких рішень.

Завдання вибору виду транспорту вирішується у взаємозв'язку з іншими завданнями логістики, такими, як створення і підтримка оптимального рівня запасів, вибір виду упаковки та ін. Основою для вибору виду транспорту, оптимального для конкретного перевезення, служить інформація про характерні особливості різних видів транспорту.

Розглянемо основні переваги і недоліки автомобільного, залізничного, водного і повітряного транспорту, суттєві з точки зору логістики.

Таблиця 5

### Порівняльні логістичні характеристики різних видів транспорту [19]

Види	Переваги	Недоліки
Залізничний	Велика провізна спроможність; дешевий вид транспорту; регулярність перевезень	Дорого коштує будівництво залізниць; невелика швидкість доставки вантажів
Автомобільний	Велика швидкість доставки; можливість доставки вантажу від дверей до дверей без перевантаження, маневреність, регулярність.	Мала провізна спроможність, дорогий вид транспорту, дорого коштує будівництво доріг
Водний	Дешевий вид транспорту, має велику провізну спроможність, не вимагає капітальних вкладень у будівництво провізних	Відсутність регулярності, обмежений у застосуванні; невелика швидкість доставки. Залежність від географічних, навігаційних і

	шляхів	погодних умов. Жорсткі вимоги до упакування
Повітряний	Має велику швидкість доставки, спроможний доставити вантаж у будь-який район, де немає інших видів транспорту. Найкраще збереження вантажу	Мала провізна спроможність, відсутність регулярності, дуже дорогий вид транспорту. Залежність від погодних умов
Трубопровідний	Найдешевший вид транспорту, велика провізна спроможність, швидкість перекачування вкладень вища та капітальні вкладення нижчі ніж на залізничному перевезенні	Обмежений у застосуванні

## РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ ВИДАВНИЦТВО «ШКОЛЯРИК»

ТОВ «Видавництво «Школяр» на ринку України працює 20 років та за час своєї плідної діяльності здобуло значне визнання споживачів. ТОВ «Видавництво «Школяр» – зареєстрована торгова марка, яка згодом переросла у відомий бренд №1 в Україні у сегменті виробництва канцелярської продукції. Сьогодні вироби ТОВ «Видавництво «Школяр» займають близько 26% ринку України [23].

В асортимент продукції компанії входять: зошити для школярів на скобі (12, 18, 24, 36, 48, 60, 96 аркушеві, лінійовання (клітинка, лінія); альбоми для малювання, нотні зошити; продукція для молодіжної аудиторії та офісу на спіралі, пружині формату (А4, А5, В5, В6, А6) з лінійованням (клітинка, лінія та спецлінійовання); спеціально розроблені продукти для офісу і молодіжної аудиторії: зошит «3 в 1», «6 в 1», недатований щоденник, блокноти з картонними розділювачами, а також папки для зошитів формату (А4, В5) та папір для креслення формату (А4, А3) [24].

У діяльності підприємства варто виділити такі основні етапи:

1997-1998 рр. – випуск перших тиражів продукції в кооперації із зарубіжними компаніями;

1998-2000 рр. – створення необхідних служб для власного виробництва, формування дилерської мережі збуту по Україні; розробка бізнес - плану щодо виробництва зошитів;

2001 р. – встановлення та запуск першої в Україні автоматизованої лінії Bielomatik, створення експериментального цеху з випуску продукції на пружині в придбаних виробничо-складських приміщеннях;

2003 р. – встановлення та введення в експлуатацію ще однієї автоматизованої лінії Bielomatik; придбання та впровадження напівавтоматичного обладнання Renz та Kugler Womako; ТМ «Школяр» удостоєна звання «Золота торгова марка»;



2004 р. – впровадження напівавтоматичної лінії Bielomatik для виробництва продукції на спіралі; ТМ «Школярник» удостоєна звання «Вища проба»;

2005 р. – початок будівництва власного виробничо-складського комплексу площею понад 5000 м<sup>2</sup> в с. Петрики, біля Тернополя, налагодження активного експорту продукції у Російську Федерацію;

2006 р. – переїзд на нову виробничу площадку, придбання та впровадження багатопоточної напівавтоматичної лінії Kugler Womako для виробництва продукції на спіралі та першої автоматичної пакувальної лінії Ulma;

2008 р. – встановлення та запуск в експлуатацію автоматизованої лінії Alpha S.У березні 2008 року компанія впровадила Систему управління якістю 180 9001. Це стало ще одним кроком у забезпеченні системної якості не тільки зошитної продукції, але і всіх важливих виробничих і бізнес-процесів [25].

Вітчизняних виробників зошитів можна звести в чотири групи:

- виробники відомих торгових марок: "Бріск", "Тетрада", "Зошит України", "Мрії збуваються", Видавництво "Поділля" і ТМ "Школярник", які реалізують продукцію в Україні та за її межами;

- виробники, які обслуговують місцеві ринки: „Дрогобицька міська друкарня” та ін.;

- виробники офісної продукції;

- підприємства, які розміщують замовлення на виготовлення, не маючи своїх виробничих потужностей.

В портфелі «Школярника» – 5 торгових марок, які представлені на рисунку 2.1.



Рис.2.1. Портфель торгових марок видавництва «Школярник»

За останні три роки ринок паперово-білових виробів активно розвивався. Доволі сильна конкуренція серед вітчизняних паперово-білових виробів відчувається у секторі шкільних зошитів середньої вартості. Ринок зошитів перебуває на стадії насичення. Попит на вітчизняну білово-паперову продукцію збільшується щороку, ринок по деяких асортиментних групах не сформований (наприклад офісна).

Виготовленням учнівських зошитів на Україні займаються понад 100 підприємств, з яких 17 входять до «Асоціації виробників паперу та картону «Укрпапір» (рис. 2.2.)

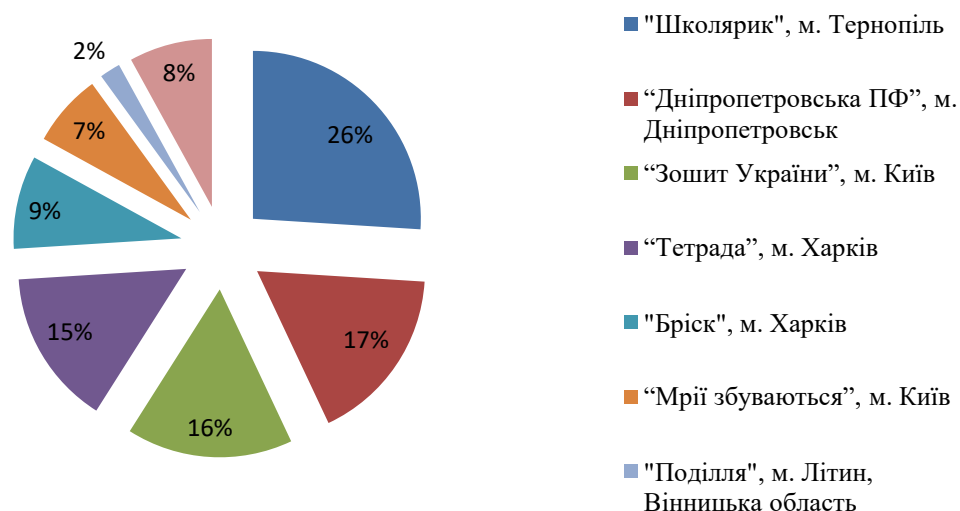
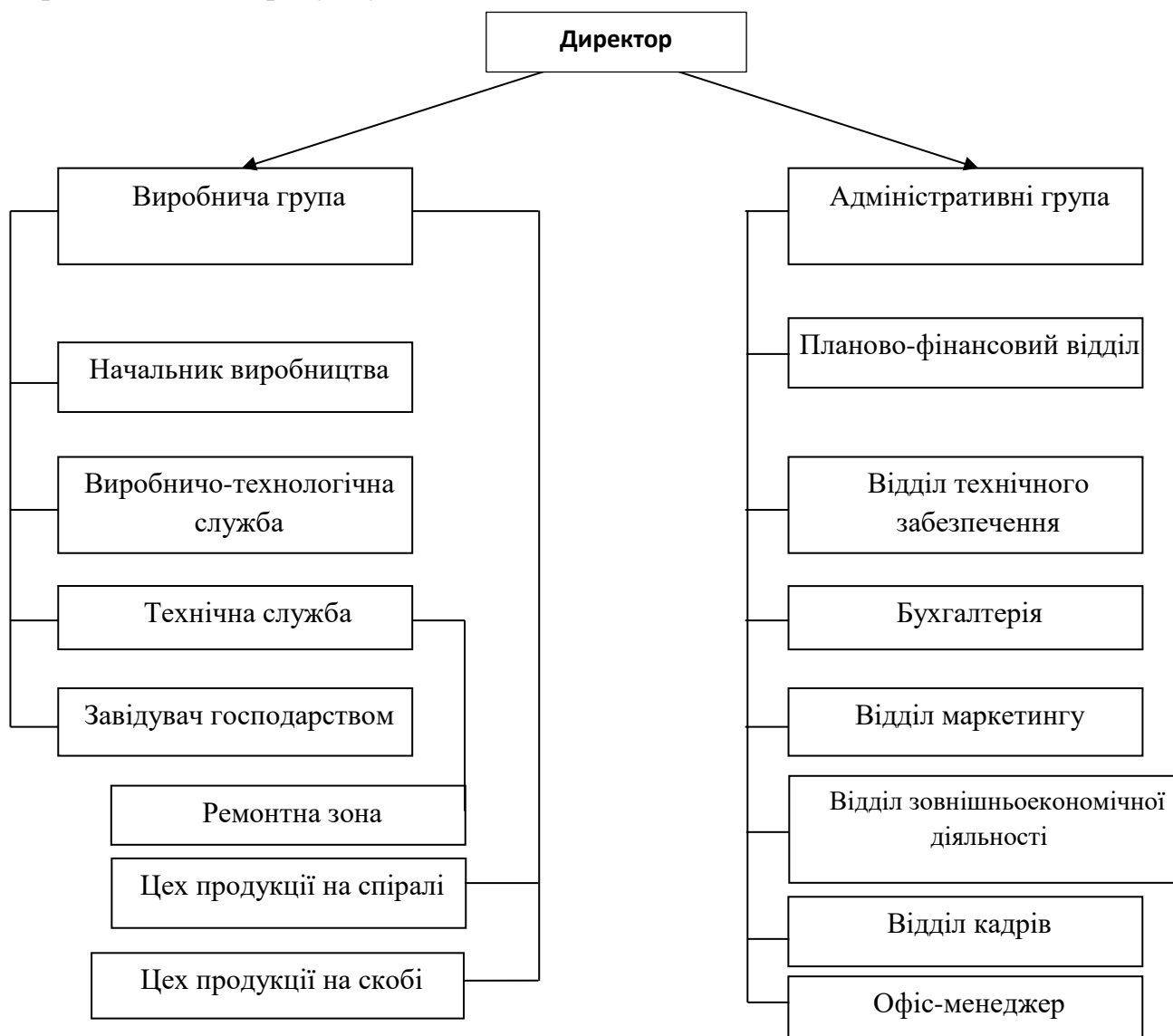


Рис. 2.2. Найбільші підприємства з виготовлення канцелярської продукції[26]

Ініціатором створення та генеральним директором ТОВ Видавництво «Школярник» є В. Головач. Організаційна структура підприємства представлена на рисунку.



### Рис.2.3. Організаційна структура ТОВ Видавництво «Школяр» [25]

До основних функцій планово-фінансового відділу належить: економічне планування та аналіз економічного стану підприємства, підготовка штатного розпису працівників у, а також формування цінової політики шляхом економічно обґрунтованих розрахунків вартості продукції.

На підприємстві ведеться довгострокове та оперативне планування, головна мета якого – чітке і точне планування виробництва, поставок матеріалів і використання фінансів. При плануванні виробництва враховуються періоди сезонності виробничої діяльності ТОВ «Видавництво «Школяр», а тому планово - фінансовий відділ відслідковує і веде розрахунок потреб у коштах протягом усього періоду і мінімізує фінансові ризики (обмеження товарного кредиту, чітке і правильне використання кредитних ресурсів, які йдуть на поповнення обігових коштів). Розробляється прогноз планових замовлень на виготовлення продукції на рік вперед, враховуються ресурси виробництва, терміни поставок матеріалів із різних країн світу та можливість залучення кредитних ресурсів. Будь-яка помилка саме в плануванні може призвести до перевантаження виробничих та трудових ресурсів компанії, неефективного використання фінансів і призвести до прямих збитків. Для того, щоб мінімізувати ризики, необхідно якомога більше автоматизувати процес планування та управління підприємством. Відділ тісно співпрацює з всіма підрозділами ТОВ «Видавництво «Школяр». Планування ведеться на базі системи управління проектами Spider Project. Основні плани на майбутнє - освоєння нових технологій виробничого та фінансового планування й аналітики.

На відділ технічного забезпечення покладені функції з професійного, технічного супроводу, також, відділ повинен забезпечувати розвиток та стабільну і надійну роботи комп'ютерної мережі підприємства, здійснювати контроль якості всіх дополіграфічних процесів у компанії.

Бухгалтерія тісно співпрацює з іншими структурними підрозділами управління підприємством (планово-фінансовим відділом, відділом технічного

забезпечення, виробничими відділами та ін.). Бухгалтерія отримує від них необхідні для обліку і контролю документи і надає їм обліково-економічну інформацію. Облікові працівники відповідають за збереженість бухгалтерської документації на всіх етапах документообороту, за своєчасність представлення бухгалтерської звітності відповідним користувачам, ведуть бухгалтерський облік з дотриманням єдиних норм та враховуючи особливості діяльності підприємства; обробляє і контролює порядок оформлення первинних документів: розрахунків з постачальниками, покупцями, нарахування зарплати, здійснює зв'язок з банками. Бухгалтерія ефективно співпрацює з усіма підрозділами «Школярика». Весь облік автоматизовано на основі програми «1С підприємство 7.0». Планується перехід системи обліку на систему «Управління підприємством» [27].

Діяльність відділу маркетингу підприємства регламентується Положенням про діяльність відділу маркетингу, у якому відображені функції структурного підрозділу підприємства, серед них: створення Маркетингової стратегії підприємства, бюджетування та планування маркетингових затрат, створення маркетингового плану, дослідження поведінки споживачів, ринків, брендів, моніторинг діяльності конкурентів, позиціонування бренда/продуктів видавництва з метою забезпечення конкурентних переваг, пошук нових споживчих ніш, Розробка нових продуктових ліній, створення нових торгових марок, контроль каналів збуту тощо [28].

Основним завданням відділу є збільшення ринків збуту та забезпечення пізнаваності ТМ «Школярик» на території України та за її межами.

Значну увагу видавництво приділяє маркетингу. Класичні 4P (Product, Place, Price та Promotion) є основою поведінки компанії на ринку. За дослідженнями незалежної маркетингової компанії ТМ «Школярик» знають 62,2% (спонтанне знання) та 91,1% (знання зі списку) респондентів.

ТОВ «Видавництво «Школярик» постійно працює зі своєю потенційною аудиторією, тобто із школярами, проводячи спеціальні акції та заходи. Успішним та відомим став всеукраїнський екологічний проект «Макулатурінг»,

який був розроблений завдяки співпраці з «Бюро маркетингових технологій» у м. Києві.

Відділ зовнішньоекономічних зв'язків забезпечує управління експортним потенціалом підприємства і створення конкурентоздатної продукції, виконання зобов'язань перед іноземними партнерами, підготовку контрактного товару до процедури митного оформлення. У подальших планах відділу зовнішньоекономічних зв'язків – пошук оптимізації поставок сировини, зниження ризиків виконання зовнішньоекономічних контрактів, покращення обслуговування та підтримання дружніх і ділових стосунків з зарубіжними партнерами-імпортерами продукції ТОВ «Видавництво «Школяр».

Необхідність в окремому підрозділі по роботі із персоналом пов'язана із розвитком та збільшенням колективу ТОВ Видавництво «Школяр». Даний відділ забезпечує підприємство персоналом, планує, організовує та реалізує навчання персоналу, здійснює облік робочого часу працівників, веде кадрову документацію тощо.

Офіс-менеджер займається забезпеченням організації корпоративного зв'язку, а також веденням та обробкою вхідної і вихідної документації; допомагає бухгалтерії у складанні квартальної та річної звітності щодо заробітної плати.

Виробнича група ТОВ Видавництво «Школяр» забезпечує виготовлення якісної зошитної продукції та обслуговування складського господарства. Відповідна група складається з двох цехів - цехи продукції виробів на спіралі та скобі і складу. Виробничу групу очолює директор виробництва. До складу виробничої групи входять такі підрозділи: виробничий, технічний, складський, господарський, власне виробництво продукції.

Головним завданням виробничої групи є забезпечення правильного і якісного виконання планів та реалізація технологічного розвитку підприємства, якісне і своєчасне обслуговування клієнтів працівниками складу, а також забезпечення хорошими умовами в виробничих приміщеннях працівників виробництва.

Головне завдання цеху з виготовлення зошитів на скобі – забезпечення якісного виготовлення зошитів: лінування, порізка і обкатка, розмотка і задруковка стапеля, з якого експериментальний цех виготовляє альбоми, блокноти й інші зошити відмінних форматів. За цими процесами слідкують і несуть відповідальність друкарі. Цех тісно співпрацює з адміністрацією виробництва, а також з експериментальним цехом і складом.

Цех із виготовлення продукції на пружині та на спіралі було створено у 2001 році. В той час декілька працівників на ручній машині Renz виготовляли близько 500 блокнотів у день. На сьогодні зошити виготовляються на новій багатопоточній, напівавтоматичній лінії Kugler Womako. Асортимент складають: альбоми для малювання, зошити на пружині та на спіралі.

Складські приміщення площею понад 3 000 м<sup>2</sup> обладнані сучасними стелажними системами та складською технікою, що дозволяє оперативно відвантажувати готову продукцію клієнту. Склад має зручну рампу для під'їзду автотранспорту.

До основних завдань складського господарства належать організація постійного і безперервного постачання виробництва відповідними матеріальними ресурсами, забезпечення їх кількісної та якісної схоронності, максимальне скорочення витрат, пов'язаних зі здійсненням складських операцій, якісне і цілісне збереження продукції виробництва, а також здійснення відпуску товарів. В межах компетенції працівники складу зобов'язані обслуговувати основне виробництво та експериментальний цех. З іншого боку, склад дуже тісно співпрацює з відділом продажів та бухгалтерією.

Що стосується самої структури виробництва, то у ТОВ Видавництво «Школяр» вона складається із трьох основних етапів.

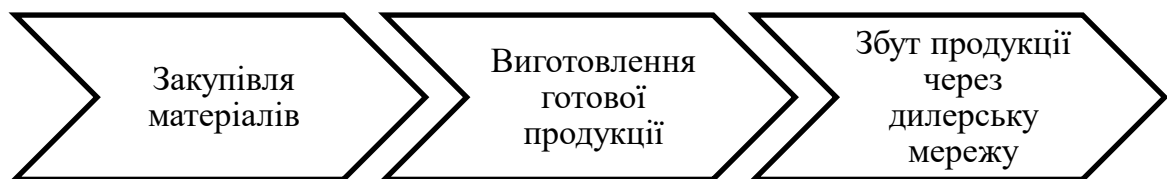


Рис.2.3. Етапи виробництва [25]

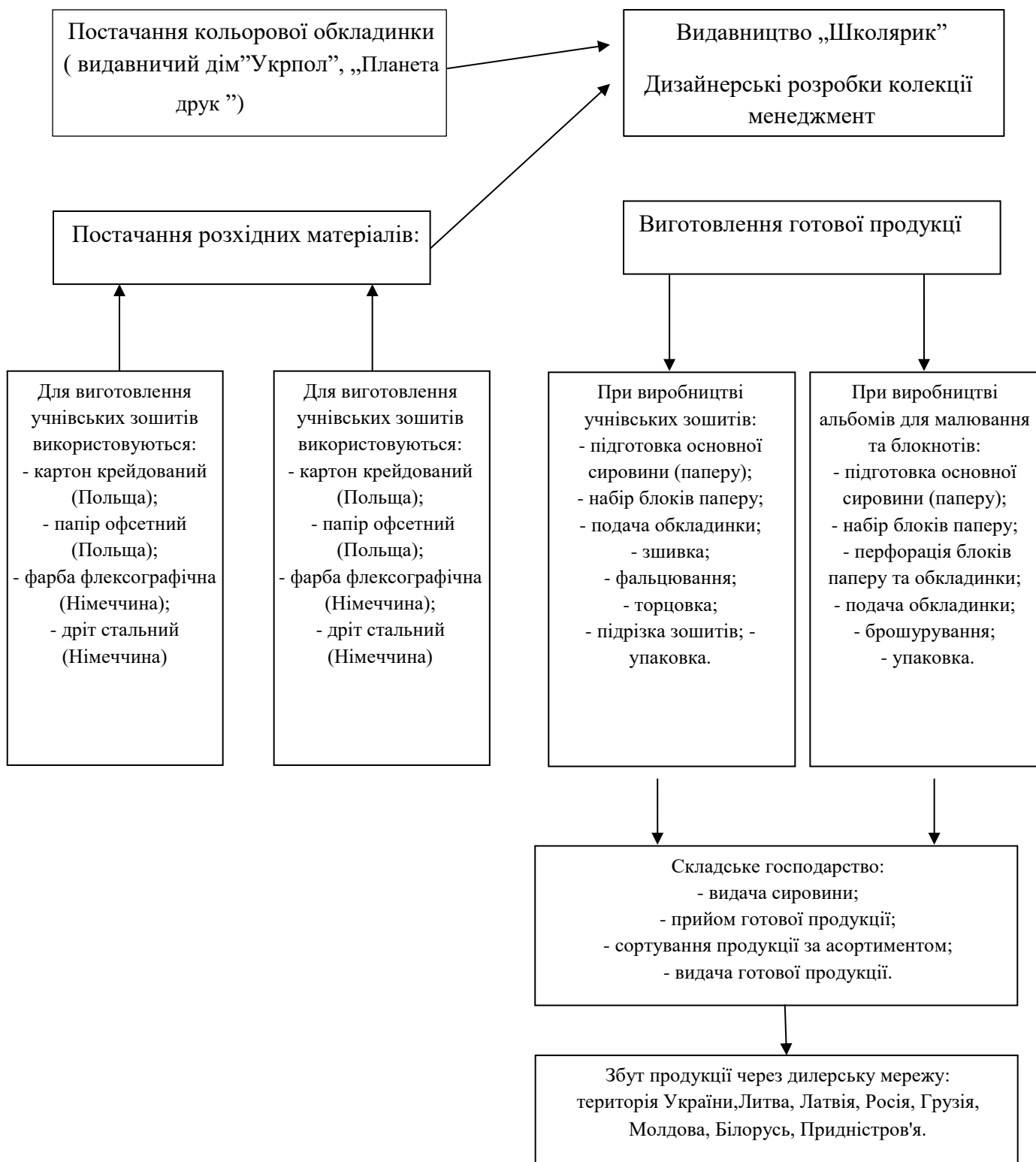


Рис.2.4. Структура виробництва ТОВ «Видавництво «Школярник» [25]

Вся продукція видавництва – повноколірна, виготовлена з високоякісних сортів паперу, картону, виробництва Польщі, Німеччини та Фінляндії, сертифікована і відповідає санітарним нормам та вимогам, прийнятим в Україні.



Дизайн здійснюється власними силами на професійному обладнанні. Високі вимоги до поліграфічної підготовки та професіоналізм колективу дає змогу виготовити високоякісну продукцію, яка відповідає всім сучасним вимогам ринку.



Рис. 2.5. Країни – постачальники ТОВ «Видавництво «Школяр»»

Основними постачальниками ТОВ Видавництва «Школяр» є:

- Veilomatic Leuze GMBH + CO KG (німеччина) – обладнання;
- Hohner Maschinenbau GmbH (Німеччина) – комплектуючі;
- Kugler-Womako GmbH (Німеччина) – обладнання;
- Renz (Німеччина) – обладнання;
- Ulma (Іспанія) – обладнання;
- Arctic Paper Kostrzyn S.A. (Польща) – папір офсетний;
- Stora Enso (Фінляндія) – картон;
- Wire Bind Spiral Sp z.o.o. (Польща) – пружини;
- BEKAERT (Польща) – спіраль.

У процесі виробництва компанія використовує такі поліграфічні технології:

- суцільне ультрафіолетове лакування — це покриття задрукованої поверхні обкладинки лаком, що висихає під дією ультрафіолетового випромінювання та сприяє тривалому використанню зошита, забезпечує високий ступінь захисту обкладинки від сонячного світла, вологи, бруду, а також надає обкладинці стійкості до витирання.

- глітерне лакування — це покриття обкладинки вибірково ультрафіолетовим лаком, у який в певних пропорціях домішані глітери (блискучі частинки певного кольору). Це надає оригінального блиску, яскравості та переливання лакованим поверхням, підкреслює дизайнерські задумки та рішення.

- тиснення фольгою дозволяє надавати виробам додаткових художніх особливостей. При дотику з поверхнею виробу, фольга під дією температури і тиску кліше, залишається на поверхні виробу, таким чином на поверхні отримується вибірково металевий відтиск.

- флокування — це вибірково покриття обкладинок синтетичними елементами у вигляді ворсу, що надає обкладинці неперевершеного вигляду (ана лог замші). Флокована поверхня особливо підкреслює вибрані елементи, вирізняє готовий продукт з-поміж аналогічних, має приємні тактильні властивості. Базовий флок — натурального білого кольору. Також можлива різноманітна колористична гама.

- друк УФ-фарбами по металізованому картону — це технологія друку спеціальними високонасиченими фарбами, що висихають під дією ультрафіолетового випромінювання. Металізований картон надає обкладинці яскравості, металічного блиску та оригінальності, має підвищену вологостійкість [24].

ТОВ Видавництво «Школярник» здійснює збут товару за допомогою дворівневого каналу розподілу. Товар постачається спочатку на оптові точки продажу (склади), а звідти і по роздрібних точках регіону (магазини, супермаркети, кіоски в навчальних закладах). «Школярник» започатковує та розвиває партнерські відносини із професіоналами, які знають та люблять свою справу. Дистрибуційна мережа «Школярника» налічує понад 60 торгових партнерів на території України та за її межами. Продукція користується попитом та популярністю в країнах Балтії, ближнього зарубіжжя (Литва, Латвія, Польща, Грузія, Білорусь, Молдова, інші). Широкий асортиментний ряд дозволяє вибрати потрібну продукцію для кожного із каналів продажів.

Щороку кількість ділових партнерів збільшується, ТМ «Школярник» зацікавлені у розвитку торгових партнерських стосунків, розширенні дилерської мережі в межах України та в інших країнах.

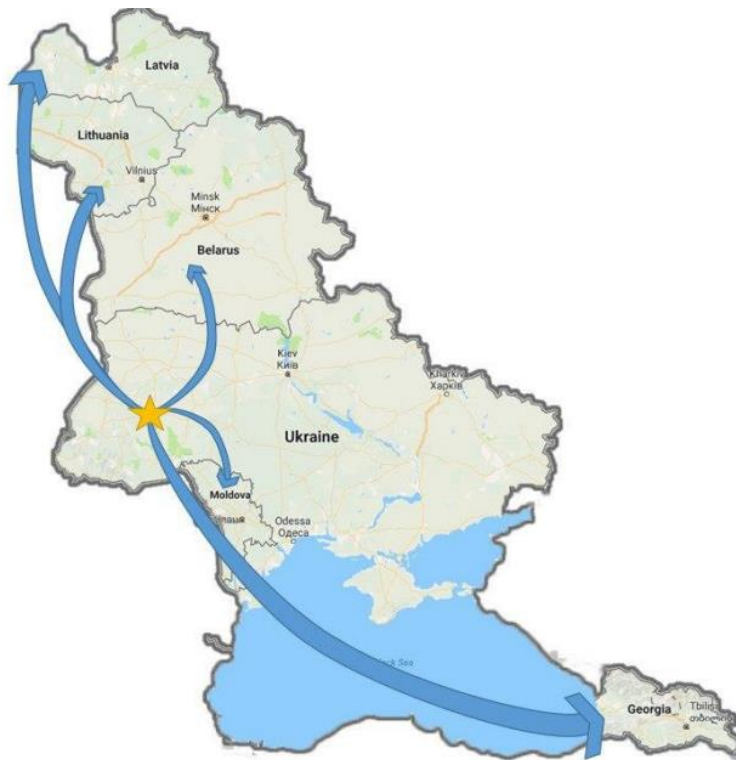


Рис. 2.6. Географічна структура експорту продукції ТОВ «Видавництво «Школярник» [25]

Міжнародні перевезення ТОВ «Видавництва «Школярник» здійснює за допомогою автомобільного виду перевезення найманих фірм-перевізників, тобто міжнародні перевезення проходять за рахунок аутсорсингу. Основною фірмою, на яку делегуються обов'язки з питань міжнародних перевезень є ТОВ «Бумеранг».

Дата заснування компанії - 18.09.2001 року. Компанія «Бумеранг» надає послуги міжнародних вантажних перевезень фізичним та юридичним особам країнами Європи:

- Естонія;
- Польща;
- Латвія;
- Білорусь;

- Литва;
- Молдова.

Основна сфера діяльності - це організація перевезень вантажів автотранспортом по Східній Європі [29].

Жорстких тарифів на один кілометр відстані на сьогодні не існує через те, що складові (первинні затрати: страхування цивільної відповідальності, дозвіл на перетин кордону, ветеринарний або фітокарантинний контроль, екологічний контроль, карнет TIR, комплект накладних CMR, візові витрати, збитки із-за витрат часу на перетин кордону, завантаження (розвантаження), непередбачені витрати (ксерокопіювання документів, пошук коду вантажу, телефонні переговори), шляхові витрати: плата за проїзд шляхами іноземних держав), з яких формуються транспортні витрати перевізника постійно трансформуються.

При міжнародних перевезеннях на більші відстані застосовується договірний тариф від 0,7 до 1,25 Євро/км (чим більша відстань – тим дешевше). Тариф у 0,5 Євро може викликати звинувачення у демпінгу.

Ставки значною мірою залежать від сезону – у січні і на період літніх канікул (липень - серпень) знижуються, а в IV кварталі (особливо листопад-грудень) – зростають.

Розрахунок вартості перевезення може бути здійснено виходячи з середньої ціни пального на даний час для автомобілів різної вантажопід'ємності за коефіцієнтом, який для автомобілів дорівнює:

до 3 т = 0,5 до 14 т = 0,9

до 6 т = 0,6 до 16 т = 1,0

до 8 т = 0,7 до 18 т = 1,1

до 10 т = 0,8 до 20 т = 1,2

Помноживши вартість одного літра пального на коефіцієнт вантажопід'ємності конкретного автомобіля отримуємо вартість одного кілометра перевезення, тобто, якщо взяти для розрахунку ціну на дизпаливо в Європі 1,2 €/літр, то отримуємо вартість перевезення

до 3 т = 0,6 €/км до 14 т = 1,1 €/км

до 6 т = 0,7 €/км до 16 т = 1,2 €/км

до 8 т = 0,8 €/км до 18 т = 1,3 €/км

до 10 т = 1,0 €/км до 20 т = 1,4 €/км

Збут продукції ТОВ «Видавництва «Школяр» у Республіці Білорусь здійснюється через компанію Смартон. Компанія Смартон – провідний імпортер і дистриб'ютор канцелярських та офісних товарів у Республіці Білорусь. Смартон входить у Групу компаній Белкантон, що об'єднує ряд організацій, котрі здійснюють діяльність у таких сферах бізнесу як оптові та корпоративні продажі канцелярських товарів й офісної техніки, виробництво сувенірної продукції, роздрібні продажі канцелярських товарів, експедиційні й транспортні послуги. Смартон працює безпосередньо із виробниками. Продукція постачається власним транспортом, що дозволяє пропонувати товари за цінами і на умовах, максимально наближених до цін виробників [30].

У Литві продукція реалізовується через фірму «Dasko», яка була заснована у 1992 році. Діяльності фірми є торгівля канцелярськими товарами і товарами для офісу. Компанія обслуговує великі підприємства, державні та приватні організації, банки, навчальні заклади, а також приватних осіб [31].

Також каналом збуту продукції ТОВ «Видавництво «Школяр» у Литві є мережа роздрібною торгівлі МАХІМА, яка діє у Литві, Латвії, Естонії і Болгарії [32].

На ринок Молдови ТОВ «Видавництво «Школяр» виходить через дві компанії – Ines Morosan та ООО «Стерлинг». Компанія Ines Morosan була заснована у м. Кишинів в березні 1995 р., як торгове підприємство. Сфера діяльності компанії – оптовий продаж канцелярських товарів, сувенірної продукції та товарів для дому. Постійними клієнтами компанії є оптовики багатьох міст Молдови та різних організацій Кишинева. ООО «Стерлинг» - компанія, що займається купівлею-продажем канцтоварів, заснована у 2000 р., знаходиться у Придністров'ї, м. Тераполь. ТОВ «Видавництво «Школяр» здійснює збут продукції власного виробництва на ринок Грузії через ООО «Графіка».

У Латвії ТОВ «Видавництво «Школяр» здійснює продаж канцелярських товарів через компанію «Rivona», яку очолюють власники ЗАО «Norfos mažmenis». Компанія займається логістикою, міжнародними перевезеннями, орендою нерухомого майна та ін. діяльністю, була створена у 1993 р. «Rivona» – основний постачальник торгової системи «Norfa». Продажі компанії підприємству «Norfa» сягають біля трьох четвертих всіх продаж «Rivona». 76 «Rivona» найбільше продукції вивозить із Латвії, Ірландії, Великобританії, Німеччини, Естонії, Білорусі, Грузії та США [33].

### РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ПЕРЕВЕЗЕННЯ ТОВ ВИДАВНИЦТВО «ШКОЛЯРИК»

Актуальність питання щодо покращення організації міжнародного перевезення, пояснюється тим, що економічна ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства багато в чому залежить від правильно вибраних транспортних і базисних умов поставки товарів.

Ефективність функціонування діяльності підприємств залежить, в більшості, від розвинутості логістичної інфраструктури. Як стверджують професійні логістики, «щоб заробляти більше, необхідно мати добре оснащення, а щоб придбати його - необхідно більше заробляти» [34].

Аналізуючи дане ствердження, можна сказати, що ТОВ «Видавництво «Школярник» для отримання більшого прибутку необхідна розвинута логістична інфраструктура, завдяки якому будуть протікати всі необхідні логістичні процеси та операції з матеріальними та іншими супутніми їм потоками.

На сьогоднішній день, проблема створення логістичної інфраструктури та її ефективного управління актуальна серед логістичних служб підприємств. Слід зазначити, що інфраструктура будь-якого підприємства, не зважаючи на специфіку його діяльності, розглядається як цінний актив, від правильного та оптимального управління яким залежить діяльність підприємства в цілому та досягнення стратегічних цілей, що стоять перед ним. Збільшення прибутку та зменшення витрат - це глобальна ціль і основна задача, яку ставлять перед собою практично усі підприємства. Тому ефективного управління логістичною інфраструктурою - це важливе джерело економії засобів та виключення додаткових непотрібних витрат.

Вітчизняні підприємства мають змогу вийти на зарубіжний ринок лише за умови, що вироблятимуть якісну продукцію, яка відповідатиме усім запитам та потребам споживача. Розв'язати дану проблему можна за умови впровадження сучасних розробок. У більшості виробників продукція є низької якості, яка не

відповідає світовим стандартам, а таке явище сприяє низькому рівню конкурентоспроможності на світовому ринку.

Продукція ТОВ "Видавництво "Школяр" є високоякісною. Видавництво завжди надавало та надає питанню якості важливе значення, а впровадження Системи управління якістю ISO 9001 є наступним та важливим кроком в діяльності підприємства.

Слідування вимогам ISO 9001 для ТОВ "Видавництво "Школяр" є показником доброго ділового смаку та насамперед свого роду його візитною карткою щодо якості.

Одним з головних напрямів підвищення ефективності та якості транспортного обслуговування в міжнародному сполученні є перехід на логістичні технології організації управління матеріальними потоками в процесі доставки товару споживачеві [35].

Для того, щоб правильно організувати міжнародні перевезення, ТОВ «Видавництво «Школяр» повинно слідувати основним правилам логістики:

Правило номер один – "потрібний товар" стверджує, що ринку, тобто споживачам завжди потрібен товар, але тільки той, який дійсно потрібен і за який споживач готовий платити. Якщо це правило буде виконуватися, то коло споживачів того чи іншого товару для виробника ніколи не зменшиться і буде тільки збільшуватись.

Правило номер два – "необхідна кількість товару" – передбачає поставку товару тільки тої кількості, що затребувана клієнтом. Клієнту потрібен товар саме цієї кількості: не більше і не менше.

Правило номер три – "установлена якість" – вимагає, щоб клієнт завжди отримував товар тільки високої якості. Логістика повинна забезпечити при цьому збереження всіх властивостей і характеристик товару при його доставці клієнтам.

Правило номер чотири і п'ять – "вказане місце" і "узгоджений час" – вимагає від постачальника, щоб товар, що був замовлений клієнтом, був доставлений тільки у вказане місце і тільки у той час, який вказав замовник.



Правило номер шість – "мінімальні витрати" – встановлює обмеження постачальнику у формуванні розміру доданої вартості за доставку товару клієнту. Клієнт не має бажання платити додатково за доставку великі кошти. Вони повинні бути мінімізовані. А це можливо тільки за умови використання логістичного підходу.

Правило сім – "потрібному клієнту" – вимагає від постачальника, щоб товар був доставлений саме тому клієнту, який його замовив [36].

Тільки за умови обов'язкового виконання всіх семи правил буде виконана і місія логістики і головна її мета. Безумовне виконання постачальником перелічених правил логістики забезпечує конкретний результат логістики – гарантовану наявність необхідної продукції в заданому місці у визначений день і час, у потрібній кількості й асортименті при оптимальному рівні витрат, а головне зі збереженням встановленого рівня якості останньої.

Зниження транспортних витрат і економія часу перевезення вантажів можливі за рахунок застосування нових технологій перевезення, реорганізації транспортної інфраструктури і інтеграції транспортних систем. Головним інструментом в цьому процесі є використання декількох видів транспорту при доставці вантажів.

Для того, щоб правильно організувати міжнародні перевезення, які б відповідали усім нормам і стандартам, ТОВ «Видавництво «Школяр» має виконувати такі умови:

- здійснення реєстрації транспортних засобів;
- здійснення допуску (ліцензування) до виконання міжнародних перевезень;
- забезпечення сертифікації транспортних засобів;
- отримання дозволу на здійснення міжнародних перевезень;
- виконання митних процедур;
- страхування відповідальності перевізника;
- дотримання умов праці та відпочинку екіпажів транспортних засобів;
- візова підтримка роботи водію [38].

Для вдосконалення організації міжнародного перевезення ТОВ «Видавництво «Школярик», перш за все, необхідно вибрати ефективні транспортні засоби та маршрут.

Транспортні засоби повинні відповідати вимогам безпеки, охорони праці та екології, державним стандартам, мати відповідний сертифікат. Технічні та інші вимоги щодо стану автомобільних транспортних засобів визначають документи, що встановлюють норми, яким повинен відповідати транспортний засіб. Так, здійснення господарської діяльності з надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом загального користування передбачає наявність документів, що засвідчують проходження реєстрації транспортного засобу в порядку, встановленому законодавством, відповідність технічного стану нормативам, визначеним національними та міжнародними нормативними актами.

Кваліфікаційні вимоги щодо осіб, які керують транспортними засобами, містять вимоги щодо віку, рівня кваліфікації, стану здоров'я тощо. Для водіїв, зайнятих в міжнародних перевезеннях вантажів, встановлено такий мінімальний вік: для водій транспортних засобів, дозволена максимальна вага яких не перевищує 7,5 т, - не молодше 18 років; для водіїв інших транспортних засобів - не молодше 21 року за умови, що ці особи мають посвідчення про професійну придатність, яке підтверджує закінчення ними спеціальних курсів підготовки водіїв транспортних засобів, призначених для міжнародного перевезення вантажів.

Водій, зайнятий перевезенням пасажирів, має бути не молодшим 21 року зі стажем роботи водія транспортного засобу не менше одного року, повинен мати посвідчення про професійну придатність, яке підтверджує, що він закінчив курси підготовки водіїв транспортних засобів.

При доставці вантажу споживачам продукції компанії розробляють маршрути руху. Маршрут руху - шлях прямування автомобіля при виконанні перевезень. В результаті маршрутизації перевезень досягається скорочення

непродуктивних порожніх пробігів рухомого складу, підвищення якості обслуговування підприємств і організацій та скорочення транспортних витрат.

При розробці маршрутів за критерій оптимальності можуть бути прийняті транспортні витрати, собівартість перевезень, коефіцієнт використання пробігу автомобілів, загальний пробіг автомобіля і час доставки вантажу, своєчасність доставки вантажу. При цьому в якості загального критерію оптимальності часто приймають мінімальний пробіг транспортного засобу [38].

Ефективність міжнародних перевезень можна оцінити за допомогою таких показників:

- своєчасність доставки вантажів;
- тривалість доставки вантажів;
- втрати вантажів (продуктів) у процесі їх транспортування;
- продуктивність транспортних засобів;
- подуктивність навантажувально-розвантажувальних машин;
- питома трудомісткість комплексу транспортно-технологічних операцій;
- енергомісткість комплексу транспортно-технологічних операцій;
- приведені народно-господарські витрати;
- собівартість перевезень;
- прибуток транспортного підприємства [39].

Тому, для того, щоб покращити міжнародні перевезення ТОВ «Видавництва «Школярік», необхідно, щоб усі вищеподані показники відповідали високому рівню.

Шляхами вирішення проблем та покращення системи міжнародних автомобільних перевезень є:

- вдосконалення системи управління та контролю міжнародними перевезеннями;
- застосування жорсткої системи ліцензування;
- забезпечення якісних умов виходу на ринок;
- створення єдиної комплексної системи управління дорожньо-транспортною безпекою;

- державне фінансування;
- залучення коштів страхових організацій;
- наявність кваліфікованих кадрів;
- застосування раціональних методів перевезення [37].

У ланцюгах зниження собівартості перевезень деякі компанії використовують такі методи, які довели свою ефективність:

- ◆ використання оптимальних норм витрат паливно-мастильних матеріалів для кожного автомобіля;
- ◆ підвищення коефіцієнта використання транспортного засобу, що включає в себе оптимальне завантаження кожного конкретного автомобіля, встановлення оптимального маршруту та швидкості руху;
- ◆ удосконалення та автоматизація методів завантаження/вивантаження;
- ◆ постійне матеріальне стимулювання працівників, спрямоване на забезпечення дбайливого та компетентного використання матеріальних цінностей підприємства.

Для розширення спектру пропонованих послуг і, що особливо важливо, при організації міжнародних перевезень необхідні сучасні склади. Вибір між власним складом або складом загального користування або їх комбінаціями - одна з найголовніших проблем у складуванні. На власних складах кращі підтримуються умови зберігання та контролю. Керівництву фірми легше і дешевше коригувати стратегію збуту. На власному складі можна спланувати всі функції процесу і закласти їх у проект майбутнього складу.

Ще одним важливим кроком може стати контроль пробігу за допомогою систем стеження. GPS моніторинг - досить сучасна і відома технологія, яка контролює місцезнаходження автомобіля в режимі реального часу і передає інформацію на центральний сервер.

Система GPS дає повний контроль над автопарком, можливість бачити реальні час і маршрут автомобіля

Системи, що працюють на основі GPS-технологій і забезпечують можливість відстеження місцезнаходження транспортного засобу в режимі

реального часу, являють собою програмно-апаратні комплекси з серверною частиною в офісі компанії (або офісі компанії-постачальника послуг), робочим місцем диспетчера і мобільними терміналами в кожному автомобілі. Використовуються в поєднанні з диспетчером [38].

На сучасному етапі розвитку транспортних технологій поширеним є використання технології мультимодальних перевезень за участю автомобільного і залізничного транспорту, яка дозволяє знизити час вантажно-розвантажувальних операцій на 15–20 %, зменшити викиди вуглецю в атмосферу, є одним із заходів удосконалення процесу вантажних перевезень.

Мультимодальні перевезення дозволяють підвищити швидкість відправки вантажів, є найдешевшим різновидом транспортування вантажів. Ще однією з переваг цього виду перевезень є повне збереження цілісності вантажу за рахунок металеві упаковки, якою слугує контейнер.

Для покращення організації міжнародних перевезень необхідно вирішити комплекс науково обґрунтованих, економічних, техніко-технологічних завдань. Серед них:

- у сфері організації перевезень - вирішення питань щодо надання перевізникам України потрібної кількості дозвільних документів на паритетних засадах, впровадження спрощеної процедури отримання українськими водіями шенгенських віз на довгостроковий термін; впровадження заходів щодо протидії експансії іноземних перевізників на українському ринку транспортних послуг;
- у сфері економічної роботи - створення для національних міжнародних перевізників всіх категорій і форм власності рівних умов щодо оподаткування доходів; розробка перевізниками раціональних транзитних маршрутів із міжнародних перевезень; нормування перевізником прямих витрат, пов'язаних із забезпеченням міжнародних рейсів; вибір перевізником економічно обґрунтованої системи гарантованої доставки вантажів до митниці призначення; державне сприяння ввезенню із-за кордону транспортних засобів, які відповідають рівню екологічної безпеки Євро-3 та Євро-4 тощо;

- у сфері техніко-технологічного забезпечення транспортного процесу - вибір перевізником раціональних типів транспортних засобів, що відповідають вимогам до перевезень конкретних типів вантажів [40].

Для успішної взаємодії автотранспортної системи України з автотранспортними системами європейських та інших країн, потрібно гармонізувати вітчизняну нормативно-правову базу з відповідними міжнародно-правовими нормами.

## ВИСНОВКИ

В даній курсовій роботі були розглянуті питання, що стосуються організації перевезень в міжнародному сполученні.

Для розвитку нашої держави необхідний подальший розвиток економіки. Для досягнення економікою держави певних переваг на світовому ринку необхідно правильно організовувати міжнародні перевезення. Це зумовило необхідність поглибленого вивчення питань, що були розглянуті в даній курсовій роботі.

В першому розділі було розглянуто особливості організації міжнародних перевезень, проаналізовано пропозиції на ринку міжнародних перевезень в Україні, досліджено фактори впливу на вибір форми організації міжнародного перевезення підприємства.

В другому розділі було проаналізовано міжнародну діяльність ТОВ «Видавництво «Школяр».

В третьому розділі було запропоновано шляхи вдосконалення організації міжнародних перевезень ТОВ «Видавництва «Школяр».

Сучасний світовий ринок транспортних послуг є складним структурованим комплексом, який охоплює транспортні перевезення абсолютно всіх країн світу та забезпечує безперервне функціонування міжнародного товарообороту та перевезень.

Станом на сьогоднішній момент, стан сучасного ринку транспортних послуг можна назвати відносно стабільним, але через 10 років ситуація докорінним чином може змінитися. Науково – технічний прогрес призводить до поступової реорганізації системи транспортних послуг у зв'язку із зміною пріоритетів у світовій транспортній системі. З причини того, що з плином часу змінюються ролі провідних типів та систем транспортування товарів, послуг та людей, змінюється роль та значення окремих різновидів транспортних послуг, що надаються.

Досліджуючи організацію управління міжнародними транспортними перевезеннями на ТОВ «Видавництво «Школяр», стало зрозуміло, що

міжнародні перевезення як в Україні в цілому, так і в нашому регіоні, розвиваються досить повільними темпами. Щоб ефективно працювати перевізники дуже багато працюють, ставлять перед собою ціль і незважаючи на певні перешкоди, що виникають, стрімко йдуть до неї.

На мою думку, щоб міжнародні перевезення розвивались швидкими темпами, необхідно:

1) внести зміни до законів України. В міжнародній практиці ПДВ має 0 ставку від місця замитнення до місця розмитнення. В Україні до кордону нараховується ПДВ в розмірі 20%, що ставить українських перевізників в менш вигідні умови для проведення діяльності. Тому необхідно усунути цю несправедливість і прийняти закон, який б зрівняв права наших перевізників з іноземними.

2) змінити відношення податкової інспекції до перевізників. Відшкодування ПДВ проводиться з великими запізненнями після виснажливих щомісячних перевірок, тоді як за кордоном цей податок відшкодовується автоматично.

3) покращити митний контроль. На прикордонних переходах є по шість колій для перевірки транспорту та оформлення митних документів, але дуже часто працює одна або дві, що зумовлює багатокілометрові та кількадобові черги, що значно збільшує витрати на здійснення перевезення ( відрядні і зарплата водія та інші накладні витрати).

Таким чином, можна зробити висновок про те, що розвитку і вдосконалення транспортної системи в Україні будуть сприяти:

- координувана діяльність всіх видів транспорту;
- постійне глибоке вивчення та встановлення сфер ефективного використання видів транспорту;
- вдосконалення системи економічного стимулювання на основі широкого застосування ринкових механізмів;
- розвиток міжнародних економічних відносин у галузі транспорту;



- широке впровадження нових технологій і способів перевезень (контейнерів, піддонів, пакетування вантажів і т.д.);
- створення ринкових умов (тарифів, систем обслуговування і т.д.)

Потенціал України має можливості удосконалювати міжнародні перевезення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Організація міжнародних перевезень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/1621061053892/ekonomika/organizatsiya\\_mizhnarodnih\\_perevezen](http://pidruchniki.com/1621061053892/ekonomika/organizatsiya_mizhnarodnih_perevezen)
2. Міжнародні перевезення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://studme.com.ua/1356061511707/menedzhment/osobennosti\\_organizatsii\\_mezhdunarodnyh\\_perevozk\\_okazaniya\\_transportnyh\\_uslug.htm](https://studme.com.ua/1356061511707/menedzhment/osobennosti_organizatsii_mezhdunarodnyh_perevozk_okazaniya_transportnyh_uslug.htm)
3. Транспортне обслуговування зовнішньоекономічної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://divovo.in.ua/rozdil-16-transportne-obslugovuvannya-zovnishneoekonomichnoyi.html>
4. Роль транспорту для міжнародної комерційної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uchebnik-online.com/127/975.html>
5. Транспорт і зв'язок України : стат. зб. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua/>.
6. Смирнов І.Г., Косарев Т.В. Транспортна логістика: навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 224 с.
7. International LPI global ranking // The World Bank Website [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lpi.worldbank.org/international/global/2016>
8. Новини економіки станом на 3 червня 2016 року // Сегодня.ua : інформаційний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.segodnya.ua/>
9. Тенденції та перспективи ринку логістичних послуг в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16043/1/36-Chornopyska-244-249.pdf>
10. Тенденції та перспективи ринку логістичних послуг України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.vuzlib.com.ua/articles/book/14582\\_Tendencii\\_ta\\_perspektivi\\_ri/1.html](http://www.vuzlib.com.ua/articles/book/14582_Tendencii_ta_perspektivi_ri/1.html)
11. Латунова Д.А. Аналіз ринку логістичних провайдерів України / Д.А. Латунова // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 27

травня 2016 р. / за заг. ред. О.В. Прокопенко, М.М. Петрушенка. – Суми : СумДУ, 2016. –118 с.

12. Глушенко Т.М. Аналіз розвитку логістичних послуг на сучасному світовому ринку / Т.М. Глушенко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – Вип. 6. Ч. 1. – С. 169–171.

13. Потапова Н. М. Передумови розвитку транспортно-експедиторських послуг в Україні / Н. М. Потапова, В. В. Оніщенко // Вісник Приазовського державного технічного університету : зб. наукових праць / ПДТУ. – Маріуполь, 2016. – Вип. 32, Т. 1. – С. 56–61

14. Руденко Г.Р. Аналіз ринку логістичних послуг в Україні / Г.Р. Руденко // Бізнес Інформ. – 2011. – № 8(403). – С. 63-65.

15. Логістичні компанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.invest-lvivregion.com/логістичні\\_компанії\\_ua\\_283cms.htm](http://www.invest-lvivregion.com/логістичні_компанії_ua_283cms.htm)

16. Pro – Consulting Аналітика ринків. Фінансовий консалтинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pro-consulting.ua/>

17. Логістичні рішення у транспортуванні [Електронний ресурс]. – Режим доступу:[http://pidruchniki.com/16790422/ekonomika/logistichni\\_rishennya\\_transportuvanni](http://pidruchniki.com/16790422/ekonomika/logistichni_rishennya_transportuvanni)

18. Біловодська О.А., Латунова Д.А. Дослідження сутності логістичного аутсорсингу як чинника ефективного функціонування вітчизняних підприємств // Бізнес Інформ.– 2014.– №2. – С. 485–489.

19. Вибір виду транспортного засобу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://readbookz.com/book/24/1144.html>

20. Транспортування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studme.com.ua/1212012414282/logistika/transportirovka.htm>

21. Аутсорсинг в логістиці: європейський та український досвід [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrlogist.com/article/operacionnyj-menedzhment/249>

22. Вибір способу перевезення та перевізника [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/71682/logistika/vibir\\_sposobu\\_perevezennya\\_perevznik](http://pidruchniki.com/71682/logistika/vibir_sposobu_perevezennya_perevznik)
23. Члени асоціації “УкрПапір” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrpaper.org/members.php>
24. Видавництво “Школяр” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.schoolboy.com.ua/files/shkolyaryk\\_presentation\\_ukr.pdf](http://www.schoolboy.com.ua/files/shkolyaryk_presentation_ukr.pdf)
25. Офіційний сайт видавництва “Школяр” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.schoolboy.com.ua/aboutus.htm>
26. Видавництво “Школяр” від Сукманюка Сергія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.authorstream.com/Presentation/sergioparallel-1927188/>
27. Призначення і функції бухгалтерської служби [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sinp.com.ua/work/197584/Prznachennya-i-funkcii-buxgalterskoi>
28. Функції відділу маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.ipdo.kiev.ua/files/articles/Zemko\\_Funkcii\\_viddil\\_u\\_marketingu.doc](https://www.ipdo.kiev.ua/files/articles/Zemko_Funkcii_viddil_u_marketingu.doc)
29. ТОВ “Бумеранг” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=15496178>
30. Офіційний сайт ООО “Смартон” [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.smarton.by/>
31. Офіційний сайт компанії Dasko [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://www.dasko.lv/?RU&text&text\\_id=4](http://www.dasko.lv/?RU&text&text_id=4)
32. Офіційний сайт компанії MAXIMA LT, UAB [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.maxima.lt/>
33. Офіційний сайт компанії RIVONA [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://www.rivona.lt/ru/katalog\\_ru.html](http://www.rivona.lt/ru/katalog_ru.html)
34. Чигринець І. А. Планування провізних можливостей автотранспортного підприємства в умовах ринку // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: Зб наук. пр. - К., 2007. - Вип. 2

35. Логістична концепція міжнародної доставки вантажів [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://lubbook.org/book\\_607\\_glava\\_10\\_Tema\\_10\\_Logistichnakoncep.html](http://lubbook.org/book_607_glava_10_Tema_10_Logistichnakoncep.html)

36. Правила, принципи та функції логістики [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://pidruchniki.com/72723/logistika/pravila\\_printsipi\\_funktsiyi\\_logistiki](http://pidruchniki.com/72723/logistika/pravila_printsipi_funktsiyi_logistiki)

37. Умови для організація міжнародних перевезень [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://pidruchniki.com/15870627/ekonomika/umovi\\_dlya\\_organizatsiya\\_mizhnarodnih\\_perevezen](http://pidruchniki.com/15870627/ekonomika/umovi_dlya_organizatsiya_mizhnarodnih_perevezen)

38. Транспортне забезпечення логістики підприємства [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://stud.com.ua/1905/logistika/transportne\\_zabezpechennya\\_logistiki\\_pidpriyemstva](http://stud.com.ua/1905/logistika/transportne_zabezpechennya_logistiki_pidpriyemstva)

39. Оцінка ефективності процесу перевезення вантажів [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsinka-efektivnosti-protseesu-perevezennya-vantazhiv>

40. Дозвіл на здійснення міжнародних перевезень [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/23239-dozvl-na-zdysnennya-mjnarodnih-perevezen.html>