

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ

ІВАЩЕНКО Г. А.

канд. екон. наук, доц., доц. кафедри міжнародних економічних відносин та безпеки бізнесу

*Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,
Україна*

КОРЧЕВСЬКИЙ А. В.

здобувач вищої освіти 4 курсу навчально-наукового інституту міжнародних відносин

*Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,
Україна*

Постановка проблеми в загальному вигляді.

У сучасних умовах глобалізації та інтеграції світових ринків ефективність зовнішньоторговельної діяльності компаній значною мірою залежить від якості інформаційно-аналітичного забезпечення. Високий рівень конкуренції, нестабільність цін, валютні коливання та зміни в регулюванні вимагають від підприємств швидкого доступу до актуальної інформації та здатності її детально аналізувати. Це особливо важливо для компаній, які працюють на стратегічно важливих ринках, зокрема, у сфері енергетики. Прийняття рішень щодо експорту, імпорту, вибору партнерів, оцінки ризиків та формування ефективних торгових стратегій неможливе без комплексного підходу до збору, обробки та аналізу даних. Враховуючи це, тема наукового дослідження є важливою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика інформаційно-аналітичного забезпечення зовнішньоторговельної діяльності компанії знайшла відображення у працях провідних вітчизняних і зарубіжних учених. Значний внесок у розвиток теоретичних і практичних аспектів цієї сфери зробили Н. Валькова, В. Галіцин, В. Лазарєв, Д. Ланде, П. Лун, О. Ляшенко, О. Матвієнко, З. Партико, Г. Почепцов, Е. Тофлер, А. Устенко, Е. Ющук.

Розкриття основних положень дослідження.

Зовнішньоторговельна діяльність підприємства охоплює комплекс операцій, пов'язаних з експортом та імпортом товарів, послуг, технологій, капіталу та робочої сили між різними країнами [2]. Вона відіграє важливу роль у міжнародному бізнесі, сприяючи економічному зростанню компанії, зміцненню її конкурентних позицій та розширенню ринкових можливостей.

Основними завданнями зовнішньоторговельної діяльності є розширення ринків збуту, пошук нових партнерів, зниження витрат через міжнародну кооперацію, залучення інвестицій і технологій, а також підвищення конкурентоспроможності продукції.

Форми зовнішньоторговельної діяльності можуть включати експорт та імпорт товарів і послуг, реекспорт, ліцензування, франчайзинг, спільне підприємництво, міжнародні інвестиції та контрактне виробництво [3]. Залежно від обраної стратегії підприємство може здійснювати прямий або непрямий

експорт, залучати партнерів для організації виробництва за кордоном або використовувати механізми трансферу технологій.

Ефективна організація зовнішньоторговельної діяльності потребує дотримання чіткої послідовності дій [1]. Насамперед, необхідно провести аналіз міжнародного ринку, оцінити конкурентне середовище, визначити попит та правові особливості співпраці з іноземними контрагентами. Далі слід розробити стратегію виходу на зовнішні ринки, визначити оптимальні форми співробітництва, обрати логістичні схеми та фінансові інструменти. Укладання договорів, митне оформлення, дотримання валютного регулювання та контроль ефективності угод є невід'ємними етапами зовнішньоторговельної діяльності підприємства.

На її розвиток впливають різні фактори, серед яких економічні (рівень ВВП, валютний курс, купівельна спроможність), політичні (санкції, торговельні угоди, митна політика), технологічні (інновації, автоматизація, рівень розвитку виробництва) та соціокультурні (менталітет споживачів, мовні бар'єри, культурні особливості) [4].

Попри значні перспективи, зовнішньоторговельна діяльність підприємств стикається з певними викликами. До основних проблем належать валютні ризики, висока конкуренція, торговельні бар'єри, митні тарифи та необхідність постійного оновлення продукції відповідно до міжнародних стандартів.

У той же час розвиток цифрових технологій, електронної комерції, автоматизація бізнес-процесів, розширення міжнародних логістичних ланцюгів та диверсифікація експорту відкривають нові можливості для підприємств.

Зовнішньоторговельна діяльність є важливим інструментом підвищення ефективності компанії в умовах глобалізації. Раціональне планування, використання сучасних технологій, аналіз ринкових тенденцій та ефективне управління ризиками дозволяють підприємствам розширювати міжнародну присутність, збільшувати прибутковість та забезпечувати сталий розвиток [3].

Інформаційно-аналітичне забезпечення зовнішньоторговельної діяльності компанії є комплексом заходів, систем і методів, що забезпечують своєчасне збирання, обробку, аналіз та використання інформації для прийняття управлінських рішень у сфері зовнішньої торгівлі.

Це важлива частина управлінського процесу, оскільки дає можливість ефективно реагувати на зміни на міжнародних ринках, обирати оптимальні стратегії розвитку та визначати шляхи досягнення поставлених цілей.

Збір інформації включає зовнішню інформацію, таку як ринкові дослідження, тенденції на міжнародних ринках і макроекономічні дані, а також внутрішню інформацію, зокрема фінансові показники компанії, результати її діяльності та попит на продукцію.

Обробка і зберігання даних здійснюється за допомогою автоматизованих систем, які дозволяють ефективно зберігати і аналізувати великі обсяги інформації, а також створюються бази даних для зберігання даних про контрагентів, товари і митні процедури [6].

Аналіз включає виконання SWOT-аналізу для оцінки сильних і слабких сторін компанії на зовнішньому ринку, аналіз конкурентного середовища, а

також прогнозування попиту і цін на продукцію. Важливим етапом є розробка стратегій розвитку зовнішньої торгівлі, що можуть включати експансію на нові ринки, оптимізацію витрат або диверсифікацію.

Оцінка ризиків охоплює аналіз політичних, економічних і валютних ризиків, а також митних і правових ризиків, що виникають у процесі ведення зовнішньої торгівлі.

Для забезпечення цих процесів використовуються різні типи інформаційних систем, зокрема системи підтримки прийняття рішень (DSS), які допомагають керівникам оперативно реагувати на зміни на ринку, системи управління базами даних (DBMS), що забезпечують збереження та швидкий доступ до необхідної інформації, а також інтернет-платформи і онлайн-ресурси для отримання оперативної інформації про міжнародні ринки, умови торгівлі та нові законодавчі акти. Використання таких інформаційно-аналітичних систем дозволяє компаніям знижувати фінансові та економічні ризики і приймати більш обґрунтовані і ефективні рішення в процесі зовнішньої торгівлі.

Висновки. Інформаційно-аналітичне забезпечення зовнішньоторговельної діяльності є важливим елементом для ефективного управління компанією. Воно дозволяє своєчасно отримувати і обробляти необхідну інформацію, що є основою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Збір і аналіз даних, як зовнішніх, так і внутрішніх, дає можливість компанії швидко реагувати на зміни на ринку, адаптуватися до нових умов і знаходити нові можливості для розвитку. Використання сучасних інформаційних систем, таких як автоматизовані бази даних, системи підтримки прийняття рішень та онлайн-ресурси, значно покращує ефективність обробки інформації та дає змогу швидко отримувати доступ до необхідних даних. Розробка стратегій на основі глибокого аналізу, включаючи SWOT-аналіз, аналіз конкурентного середовища та оцінку ризиків, допомагає компанії знижувати невизначеність і мінімізувати фінансові та економічні ризики. Таким чином, інформаційно-аналітичне забезпечення є важливим інструментом для підвищення ефективності зовнішньої торгівлі, зменшення ризиків і оптимізації стратегій розвитку компанії на міжнародних ринках.

Література:

1. Валькова Н. В. Аналіз інформаційних конкурентних переваг підприємства в інтернет-середовищі. *Моделювання регіональної економіки. Збірник наукових праць*. Івано-Франківськ: Плай, 2013. №2 (22). С.9–18. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Modre_2013_2_4
2. Завербний А.С., Ноджак Л.С., Міщанчук С.А. Інформаційно-аналітичне забезпечення інноваційного розвитку економіки України за євроінтеграційних умов. *Економіка та суспільство*. 2021. № 33. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-5>
3. Експортно-імпортна діяльність: організація і планування. URL: (osvita.ua) <https://osvita.ua/vnz/reports/management/13660/>
4. Калугін В.Ю., Федоров І. В. Джерела інформаційно-аналітичної діяльності. DOI <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2022.01.31>
5. Офіційний сайт державного аналітичного центру моніторингу зовнішніх товарних ринків. URL: www.ukr.dzi.com.ua
6. Тюха І. В. Стан та перспективи розширення закордонних ринків збуту вітчизняних підприємств. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1368>