

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЦЕНТР ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ**

Кафедра міжнародних економічних відносин

Випускна робота
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 6.030503 Міжнародна економіка

на тему: **«Удосконалення міжнародної торговельно-закупівельної діяльності
фірми будівничо-господарського ритейлу (на прикладі на прикладі ТОВ
«Епіцентр»»»**

Виконавець:

студентка центру заочної форми навчання

Дуплеца Ангеліна Андріївна -

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., старший викладач

Сукач Ольга Олексіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ОДЕСА – 2019

ВСТУП

Підвищення ефективності міжнародної торгівлі залишається актуальною проблемою в сучасній економіці України. Головними помічниками при здійсненні експортно-імпортних операцій для українських підприємств часто залишаються торговельні посередники, однак існують і такі організації, що самостійно здійснюють торговельно-закупівельну діяльність. Слід пам'ятати про те, що мінливе середовище міжнародного ринку вимагає, щоб керівництво підприємств постійно оцінювало результати поточної діяльності та здійснювало пошук шляхів удосконалення торговельно-закупівельних операцій. Вище викладене визначає актуальність теми, обраної для дослідження у випускній роботі бакалавра.

Зазначені питання обраної теми досліджувались в роботах Стровського Л.Є, Дегтярьової О.І., Герчікової І.Н., Прокушева Є.Ф., Ноздрьової Р.Б., Гринько І.С., Дроздової Г.М., Кириченко А.В. та ін. Зокрема, значна увага в працях вищезгаданих фахівців приділена необхідності залучення посередників при здійсненні певних торгових операцій на зовнішньому ринку, умовам застосування окремих типів договорів про виконання посередницьких функцій, докладно розглянуті різноманітні види посередників в міжнародній торгівлі.

Мета дослідження - на основі дослідження та оцінки міжнародної торговельно-закупівельної діяльності ТОВ «Епіцентр» розробити пропозиції щодо її удосконалення.

Завдання випускної роботи:

- визначити теоретичні основи торговельних посередників у ЗЕД;
- узагальнити чинники, що впливають на здійснення міжнародної торговельно-закупівельної діяльності;
- узагальнити методи оцінки торговельно-закупівельної діяльності;
- здійснити SWOT-аналіз чинників торговельно-закупівельної діяльності ТОВ «Епіцентр»;

- провести аналіз міжнародної торговельно-закупівельної діяльності «ТОВ Епіцентр»;
- розробити заходи з поліпшення комерційної діяльності та імпорتنих закупівель гіпермаркетів ТОВ «Епіцентр».

Об'єктом дослідження є процес міжнародної торговельно-закупівельної діяльності підприємства будівничо-господарського ритейлу.

Предметом дослідження є теоретичні аспекти та практичні рішення відносно удосконалення міжнародної торгівельно-закупівельної діяльності підприємства будівничо-господарського ритейлу.

Методи дослідження. У випускній роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи, серед яких метод наукового пізнання, узагальнення та синтезу, статистичного аналізу, SWOT-аналіз, графічні методи. Робота здійснена з використанням офісного пакету MS Office – Microsoft Excel.

Інформаційною базою дослідження є закони України та інші нормативно-правові документи у вигляді міжнародних конвенцій та угод, монографічна та наукова література, Інтернет-джерела, статистичні матеріали ТОВ «Епіцентр», бухгалтерська та фінансова звітність підприємства.

Практичне значення результатів полягає у наданні рекомендацій підприємству господарського ритейлу ТОВ «Епіцентр» щодо удосконалення міжнародної торговельно-закупівельної діяльності.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

ВИСНОВКИ

Таким чином, можемо зробити наступні висновки за проведеним у випускній роботі дослідженням.

Торгово-посередницька діяльність визначається як ініціативна, самостійна діяльність юридичних та фізичних осіб щодо виконання комерційних операцій, пов'язаних із купівлею-продажем товарів та встановленням комерційних зв'язків від імені, або за дорученням третьої сторони. Основними сферами підприємницької діяльності посередницьких організацій є наступні: виробничо-сервісні та комерційні, а залежно від характеру взаємодії з торговим посередником і функцій, які він виконує, розрізняють операції з перепродажу, комісійні, агентські та брокерські операції.

Чинники, що впливають на організацію посередницької діяльності, доцільно поділити на дві групи: зовнішні та внутрішні, до перших відносяться всі зовнішні умови, що впливають на підприємство, серед яких економічна політика держави, зовнішньоторговельна політика інших країн, прояви інфляції, а до другої групи – витрати підприємства, кваліфікація його персоналу при здійсненні посередницьких операцій, якість обслуговування клієнтів тощо.

Оцінка міжнародних посередницьких операцій являє собою комплексне дослідження міжнародної посередницької діяльності підприємства з використанням відповідних джерел інформації, визначення та вивчення впливу факторів, причин і резервів, оцінювання роботи підприємства, узагальнення результатів оцінки та розроблення необхідних заходів. До головних методів оцінки торговельно-закупівельної діяльності фірми відносять проведення SWOT-аналізу з визначенням сильних і слабких сторін підприємства, ринкових можливостей і погроз. Крім того, фірма може використовувати значну кількість показників, серед яких показники виконання угод, забезпечення фінансового результату.

Епіцентр – це мережа гіпермаркетів сфери будівельно-господарського ритейлу на Україні. Основною спеціалізацією компанії є роздрібна торгівля будівельними матеріалами, товарами для декору та оснащення будинку, меблями, побутовою хімією, автомобільними товарами, товарами для саду та городу тощо. Епіцентр - найбільше торгово-роздрібне підприємство України, що налічує 46 гіпермаркетів у Києві, в Харкові, Одесі та Львові.

Аналіз економічних показників діяльності ТОВ «Епіцентр» показав, що дохід від реалізації найбільшим був у 2018 році, його величина зросла на 93,84%, фонд оплати праці в 2018 р. зріс на 45,96%. Найбільший обсяг продукції займає реалізація виробів з металу, будівельних матеріалів, електротехніки, обсяги продукції постійно зростають, що сприяє постійному зростанню прибутку підприємства. Спостерігається ріст прибутку майже на 56,31%, що у грошовому виразі становить 6298,3 тис. грн., збільшується середньорічна вартість оборотних засобів у 2018 році на 8563,8 тис. грн. Збільшився показник коефіцієнту оборотності оборотних засобів за три роки.

ТОВ «Епіцентр» діє в мінливому середовищі, тому керівництву потрібно постійно відстежувати сильні і слабкі сторони, щоб розуміти, які фактори підтримують компанію, а які потрібно виправляти. SWOT-аналіз показав, що серед сильних сторін те, що ТОВ «Епіцентр» - це національний бренд, який за роки роботи встиг сформувати високу репутацію у споживачів, підприємство контролює майже 40% ринку будівельного ритейлу в Україні, що значно підвищує його конкурентну позицію. Слабкими сторонами залишається певна залежність від імпорту. Низький рівень доходів українців та конкуренція з боку локальних будівельних ринків також становлять певні негативні моменти. Серед можливостей виокремлюються розширення асортиментної номенклатури та залучення споживачів за допомогою реклами та стимулюючих заходів. В категорії загроз головними залишаються інфляційні процеси та падіння курсу гривні.

Головною частиною імпорту ТОВ «Епіцентр» становить керамічна плитка. Якщо аналізувати імпорт плитки із глиняної кераміки, то тут лідером серед постачальників ТОВ «Епіцентр» є Польща. Її частка серед країн імпорту глазурованої плитки становить 37%, а серед постачальників неглазурованої плитки - 76%. В числі постачальників імпортової глиняної глазурованої плитки зміцнила позиції Іспанія, частка якої збільшилася на 5 в.п. і склала 17%. Частка Білорусі, навпаки, зменшилася на 5 в.п. Китай в 2018 році покинув список країн-лідерів, оскільки його частка зменшилася з 9% до 1%

Основні частки в імпорті сантехніки за 2018 рік займають ванни пластикові та душові панелі, сантехнічний фаянс і змішувачі та душові панелі (30%, 28% і 27% відповідно). Китай є лідером з постачання пластикових ванн (42%). Близько третини імпорту керамічної сантехніки припадає на частку Польщі. Змішувачі та душові панелі майже в рівних частках ввозять Польща і Китай (22% і 21% відповідно). Більше половини обсягу імпортованої меблів для ванних кімнат поставили ТОВ «Епіцентр» Італія (30%) і Польща (26%).

Стимулювання збуту рекомендовано здійснити за рахунок цінового стимулювання, зниження ціни за допомогою прямої знижки, поєднання продажів, надання додаткової кількості товару безкоштовно, cash-refund, активної пропозиції. Це всі види стимулювання, що потребують активної і вибіркової участі споживача. Існують такі узагальнені способи стимулювання споживача, в основу яких покладено цей принцип: конкурси, лотереї та ігри.

Співробітникам комерційного відділу ТОВ «Епіцентр» необхідно: вивчати сучасні аналітичні підходи і методи дослідження зовнішньоторговельних ринків; розробляти організаційно-економічні заходи з удосконалення закупівель товарів; аналізувати рівень і якість виконання зобов'язань по контрактах з іноземними партнерами, досліджувати недоліки певних контрактів і договорів; аналізувати

доцільність закупівлі продукції у певного постачальника та на ринку збуту; проводити аналіз динаміки торговельно-закупівельної діяльності підприємства.

Для налагодження роботи відділів на ТОВ «Епіцентр» пропонується створити онлайн-систему показників ефективності здійснення економічної діяльності, в тому числі закупівельної та торговельної. Щоб оцінити рівень досягнення таких основних цілей, таких як завоювання ринку, забезпечення конкурентних переваг, утримання клієнтів і залучення нових, створення високої цінності для споживача й репутації надійного партнера та оцінити рівень досягнення цих цілей і виявити нові потенціали успіху дозволяє використаємо концепцію Balanced Scorecard (систему збалансованих показників). Розрахунки показали, що, найбільшою мірою підприємство реалізує свій потенціал у сфері політики просування (72,2%), інструменти цінової політики та політики щодо продукту використовуються недостатньо. Підсумковий показник становить 65,3%. Це говорить про те, що підприємству варто приділяти більше увагу розробці маркетингової стратегії й застосуванню інструментів комплексу маркетингу щодо торговельної та закупівельної діяльності.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вічевич А. М. Максимець О. В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посіб. – Львів: Афіша, 2004. – 140 с.
2. Комерційна діяльність: Підручник./За ред. проф. В.В. Апопія – К. Вид. 2-ге, перероб. і доп. – К: Знання, 2008 - 558 с.
3. Подсоленко Е.А. Менеджмент внешнеэкономической деятельности: теория и практика. – К.: Вища шк., 2000. – 254 с.
4. Бесідіна Т.І. Посередницькі операції / Т.І. Бесідіна // Формування ринкових відносин - 2009. - № 4 - с. 15-26.
5. Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело. - Учеб. для вузов. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2001. - 671 с.
6. Холопов А.В. Теория международной торговли. - М.: РОССПЭН, 2000. – 482 с.
7. Цветков В.Г. Міжнародні операції компаній: проблеми і перспективи / В.Г. Цветков // Общество и экономика - 2009. - №2 - с. 46-58.
8. Подсоленко Е.А. Менеджмент внешнеэкономической деятельности: теория и практика. – К.: Вища шк., 2000. – 254 с.
9. Ноздрева Р.Б. та ін. Організація і управління зовнішньоекономічною діяльністю М.: ИНФРА – М, 2001.-312 с.
10. Офіційний сайт головного управління статистики України. Електронний ресурс – режим доступу www.ukrstat.gov.ua/
11. Дунська А.Р. Торгові посередники у зовнішньоекономічній діяльності. Економічний вісник: зб. Наук. праць Національного технічного університету України «КПІ» - 2016. – Вип. 9. - С.89-95
12. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємств: навч. посіб. для студ. вузів /Г.М. Дроздова. – К.: Центр навчальної літератури, 2014 – 247 с.
13. Логистика, эффективность и риски внешнеэкономических операций/ К.В. Захаров, В.П. Бочарников, В.В. Липовский. - 2-е изд., доп. - К.: Эльга: Ника-Центр, 2004. - 260 с.

14. Дахно І. І. Управління Зовнішньоекономічної діяльності / І. І. Дахно // Економіка України - 2009. - №4 - с. 23-36
15. Метод SWOT анализа в стратегическом управлении <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/swot/>
16. Віноградська А.М. Комерційна діяльність торговельного підприємства. — К.: Вид-во КНТЕУ, 2005. — 326 с.
17. Панкратов Ф.Г., Серьогіна Т. К. Комерційна справа.— Рівне: Вертекс, 2001. -217 с.
18. Бутинець Ф.Ф. та ін. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності. - Житомир: ПП «Рута», 2001. — 544 с.
19. Вічевич А. М. Максимець О. В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посіб. — Львів: Афіша, 2004. — 140 с.
20. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Учебник / Под ред. Л. Е. Стровского. — М.: Юнити, 2003. — 496 с.
21. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Підручник. — Київ: Центр навчальної літератури, 2004. — 384 с.
22. Дегтярёва О.И., Полянова Т.Н., Саркисов С.В. Внешнеэкономическая деятельность. — М.: Дело, 2002. — 368 с.
23. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів. / І. В. Багорова, Н. І. Редіна, В. Є. Власюк, О. О. Гетьман. — Дніпропетровськ: ДДФЕІ, 2002. — 585 с.
24. Економіка підприємства. Навчальний посібник. / За редакцією А.В. Шегди. — К.: Знання-Пресс, 2001. — 335 с.
25. Руденко Л.В. Розрахункові та кредитні операції у зовнішньоекономічній діяльності підприємства: Підручник. - К.: Лібра, 2002. — 304 с.
26. Закон України " Про зовнішньоекономічну діяльність" від 16 квітня 1991року N 959-XII /Із змінами і доповненнями, внесеними Законами України станом від 14 вересня 2006 року N 139 –V

27. Вознесенський О. Г. Посередницькі операції / О. Г. Вознесенський // Баланс - 2009. - №10 - с. 34.
28. Ноздрева Р.Б. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью: 24-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 8 / Р.Б. Ноздрева – М.: ИНФРА-М, 2009. – 432 с.
29. Савлук М. І. Роль схем торгово-посередницьких операцій на зовнішніх ринках / Савлук М. І. ; КНТЕУ - К.: Банківські операції, 2000. - 345 с.
30. Офіційний сайт ТОВ «Епіцентр» Електронний ресурс – Режим доступу: <https://epicentrk.ua/>
31. Forbes Україна. Данные операторов рынка, «ТОП-100 рейтинг крупнейших – 500 крупнейших компаний Украины» <http://forbes.net.ua>
32. Внутрішня звітність ТОВ «Епіцентр» за 2016-2018 рр.
33. Інформаційно-аналітичний журнал «Вісник. Офіційно про податки» — офіційне видання Державної фіскальної служби України. Інтерв'ю генерального директора компанії «Епіцентр» Петра Михайлишина Електронний ресурс. Режим доступу - <http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/9-mi-vtratili-13-oborotu-ta-pyat-gipermarketiv-na-skhodi-krayini>
34. База даних і система аналітики публічних закупівель ProZorro. <https://clarity-project.info/tenderer/32490244>
35. Офіційний сайт InVenture Investment Group. Обзор рынка розничной торговли Украины Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://inventure.com.ua/analytics/investments/obzor-rynka-roznichnoj-torgovli-ukrainy>
36. Офіційний сайт інформаційного агентства УНІАН:Епіцентр – зроблено в Україні! Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://window.unian.ua/10235565-epicentr-zrobleno-v-ukrajini.html>

37. Комерційна діяльність: Підручник./За ред.. проф. В,В, Апопія – К 63. Вид. 2-ге, перероб. І доп. – К: Знання, 2010 - 558 с.
38. Логистика снабжения : учебник для бакалавриата и магистратуры / В. И. Сергеев, И. П. Эльяшевич ; под общ. ред. В. И. Сергеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 523 с.
39. Циганкова Т. М. Міжнародна торгівля: Навч. посібник / Т. М. Циганкова, Л. П. Петрашко, Т. В. Кальченко - К.: КНЕУ, 2001. - 448 с
40. Роль маркетингу в активізації торговельного посередництва на ринку України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/489>
41. Волкова І.А. Методика аналізу експортно-імпортних операцій в діяльності підприємств [Текст] / І.А. Волкова, І.В. Гірчук // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. – 2010. – № 3 (53). – С. 53-55.
42. Шереметинська, О. В. Стимулювання збуту : заходи та засоби, які допомагають при формуванні маркетингової ді-яльності підприємства при здійсненні ЗЕД [Електронний ресурс] / О. Шереметинська, Ю. Невмержицька // Ефективна економіка. – 2016. – № 2. – Режим доступу: – <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4785>.
43. Новые тренды и подходы в ЗЭД. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://consulting.kpd.ua/order/?ch=pdf>.
44. Balanced Scorecard без секретов <https://blog.iteam.ru/balanced-scorecard-bez-sekretov/>
45. Безтелесна, Л. Механізм забезпечення сталої конкурентоспроможності великого промислового підприємства [Текст] / Л. Безтелесна, Н. Чигир // Економіст. – 2004. – N 12. – С. 40-44
46. Богданова, Л.С. Финансово-экономический анализ [Текст] / Л. С. Богданова, Е.Ф. Ляшко, В. П. Махитько. – Ульяновск: УлГТУ, 2006. – 188 с.
47. Осипова, Л.В. Основы коммерческой деятельности / Л.В. Осипова, И.М. Синяева. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 623 с.

48. Савицкая, Г.В. Экономический анализ / Г.В. Савицкая. 12-е изд. испр. и доп. - М.: ООО Новое знание, 2006. – 678 с.
49. Тарасюк Г.М. Планування комерційної діяльності. -- К.: Каравела, 2009. -- 400 с.
50. Курский В.А. Подход к планированию эволюционного развития предприятия в конкурентной среде / В.А. Курский // Финансы и кредит. 2010. - № 12. - С. 29-32.
51. Цимбалюк Л. Г. Чинники, резерви та шляхи зниження витрат виробництва як основа зменшення ціни товару / Л. Г. Цимбалюк, Н. П. Скригун // Вісн. Бердян. ун-ту менеджменту і бізнесу. – 2011. – № 3 (15). – С. 88–95.