

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

Кафедра міжнародних економічних відносин

**РЕФЕРАТ  
випускної роботи  
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/

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** 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.

**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 імпортних 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 торговельно-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.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (51 найменування). Загальний обсяг роботи становить 85 сторінок. Основний зміст викладено на 83 сторінках. Робота містить 21 таблицю, 27 рисунків.

**Публікації.** За результатами виконання випускної роботи бакалавра опубліковано 1 тези конференцій: Дуплеца А.А. ЧИННИКИ ТОРГОВЕЛЬНО-ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СИСТЕМИ ГОСПОДАРЧО-ВИРОБНИЧОГО РИТЕЙЛУ // Збірка тез наукової студентської конференції «ІННОВАЦІЙНІ ПРІОРИТЕТИ У РОЗВИТКУ НАУКИ» – Полтава - 2018. – С. 45-46

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНО-ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ»** досліджено теоретичні аспекти торговельних посередників у зовнішньоекономічній діяльності, узагальнено фактори, що впливають на торговельно-закупівельну діяльність, визначено та досліджено методи оцінки торговельно-закупівельної діяльності.

У другому розділі **«АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГОВЕЛЬНО-ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМИ БУДІВНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОГО РИТЕЙЛУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР»** проведено аналіз міжнародної торговельно-закупівельної діяльності ТОВ «Епіцентр», проведено SWOT-аналіз його міжнародної торговельно-закупівельної діяльності та оцінювання міжнародної торгівлі.

У третьому розділі **«НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГОВЕЛЬНО-ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЕПІЦЕНТР»** сформульовано заходи, що мають поліпшити комерційну діяльність гіпермаркетів ТОВ «Епіцентр», розроблено заходи із удосконалення імпорتنих закупівель та запропоновано до впровадження онлайн-систему «Balanced Scorecard» як фактор удосконалення моніторингу показників торговельно-закупівельної діяльності.

## ВИСНОВКИ

Таким чином, можемо зробити наступні висновки за проведенням 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 імпоротної 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 використати 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.

## АНОТАЦІЯ

Дуплеца А.А., «Удосконалення міжнародної торговельно-закупівельної діяльності фірми будівничо-господарського ритейлу (на прикладі на прикладі ТОВ «Епіцентр»)»,  
 випускна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності  
 6.030503 Міжнародна економіка,  
 Одеський національний економічний університет  
 м. Одеса, 2019 рік

Випускна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є процес міжнародної торговельно-закупівельної діяльності підприємства будівничо-господарського ритейлу. У роботі розглядаються теоретичні аспекти торговельних посередників у зовнішньоекономічній діяльності, узагальнено фактори, що впливають на торговельно-закупівельну діяльність, визначено та досліджено методи оцінки торговельно-закупівельної діяльності.

Проаналізовано міжнародну торговельно-закупівельну діяльність ТОВ «Епіцентр», проведено SWOT-аналіз його міжнародної торговельно-закупівельної діяльності та оцінювання міжнародної торгівлі.

Запропоновано заходи, що мають поліпшити комерційну діяльність гіпермаркетів ТОВ «Епіцентр», розроблено заходи із удосконалення імпортерських закупівель та запропоновано до впровадження онлайн-систему «Balanced Scorecard» як фактор удосконалення моніторингу показників торговельно-закупівельної діяльності.

Ключові слова: торговельно-закупівельна діяльність, імпортер, посередники у міжнародній торгівлі, будівельний гіпермаркет, комерційна діяльність.

## ANNOTATION

Dupletsa A., "Improvement of the international trade and procurement activity of the firm of construction and retail retailing (for example Epicenter LLC)",  
graduation work for obtaining a bachelor's degree in specialty  
6.030503 International Economics,  
Odessa National University of Economics  
Odessa, 2019

The final work of the bachelor's degree consists of three sections. The object of the study is the process of international trade and procurement activities of the construction and commercial retailer. The theoretical aspects of trade intermediaries in foreign economic activity are considered in the paper, factors influencing trade and purchasing activity are generalized, methods of evaluation of trade and purchasing activity are determined and investigated.

The international trading and purchasing activity of Epicenter LLC was analyzed, SWOT-analysis of its international trading-purchasing activity and international trade valuation was conducted.

Proposed measures to improve the commercial activity of hypermarket LLC Epicenter, measures to improve import procurement have been developed and proposed for the introduction of the online system "Balanced Scorecard" as a factor for the promotion of monitoring of trading and purchasing activities.

Key words: trade and procurement activity, import, intermediaries in international trade, construction hypermarket, commercial activity.