

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту
завідувач кафедри
д.е.н., проф. Козак Ю.Г.
“ ____ ” _____ 2019 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності міжнародна економіка
за темою:

«Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності
торговельно-посередницьких підприємств (на прикладі ТОВ «ПРОФІТАЙМ»)»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 44а
спеціальності 6.030503 Міжнародна економіка
Балашова Діана Юріївна

Науковий керівник: к.е.н, старший викладач
кафедри МЕВ
Сукач Ольга Олексіївна

Одеса – 2019

АНОТАЦІЯ

Балашова Д.Ю. «Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності торговельно-посередницьких підприємств (на прикладі ТОВ «ПРОФІТАЙМ»)» випускна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 6.030503 «Міжнародна економіка», Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

Робота складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є здійснення зовнішньоекономічних операцій торговельно-посередницького підприємства.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти торговельно-посередницької діяльності, виокремлено основні принципи діяльності торгових посередників, проведено узагальнення чинників впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності торговельно-посередницьких підприємств та розглянуто основні методики оцінки ефективності ЗЕД підприємства.

Проведено системний та комплексний аналіз показників фінансової та зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Профітайм», розроблено SWOT-аналіз та PEST-аналіз діяльності ТОВ "Профітайм" для реалізації наявних можливостей і протистояння загрозам та виявленню внутрішніх недоліків підприємства.

Визначено організаційні та маркетингові заходи щодо удосконалення умов проведення зовнішньоекономічної діяльності торговельно-посередницьких підприємств України та розширення зовнішньоекономічних операцій ТОВ «Профітайм» зокрема.

Ключові слова: ефективність зовнішньоекономічної діяльності, торговельно-посередницьке підприємство, посередники, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, методи оцінки ефективності ЗЕД торговельно-посередницьких підприємств, критерії вибору посередників.

ANNOTATION

Balashova Diana “Analysis of the efficiency of foreign economic activity of the brokering trade enterprises (on the example of LLC “Profitime”)” on the receipt of educationally qualifying level of bachelor of speciality 6.030503 "International economy" the Odessa national economic university - Odessa, 2019.

Thesis consists of three chapters. The object of the study is the implementation of foreign economic operations of the brokering trade enterprise.

Diploma thesis overviews theoretical aspects of brokering activity, outlines the main principles of activity of intermediaries, generalizes the factors of influence on the development of foreign trade activity of brokering trade enterprises and considers the main methods of estimating the effectiveness of foreign economic activity of the enterprise.

A systematic and comprehensive analysis of indicators of financial and foreign trade activities of LLC "Profitime" was conducted, SWOT-analysis and PEST-analysis were developed for realization of available opportunities, confronting threats and identifying internal deficiencies of the enterprise.

The organizational and marketing measures for improving the conditions for conducting foreign trade activities of brokering trade enterprises of Ukraine and expansion of foreign economic activity of LLC "Profitime" in particular are determined.

Key words: efficiency of foreign economic activity, brokering trade enterprise, intermediaries, SWOT-analysis, PEST-analysis, methods for evaluating the effectiveness of foreign trade activity of brokering trade enterprise, criteria of selection of intermediaries.

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1.	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	7
1.1. Економічний зміст торговельно-посередницьких підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності	7
1.2. Фактори впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності торговельно-посередницьких підприємств.....	13
1.3. Методика оцінювання зовнішньоекономічної діяльності торговельно-посередницьких підприємств.....	17
Висновки до розділу 1.....	25
РОЗДІЛ 2.	
АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ПРОФІТАЙМ».....	26
2.1. Економічний аналіз експортно-імпортних операцій ТОВ «Профітайм».....	26
2.2. Аналіз факторів впливу на ефективність зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Профітайм».....	35
2.3. Аналіз показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Профітайм».....	40
Висновки до розділу 2.....	44
РОЗДІЛ 3.	
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ПРОФІТАЙМ».....	46
3.1 Організаційні методи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності.....	46
3.2 Маркетингові методи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності.....	53
Висновки до розділу 3.....	62
ВИСНОВКИ.....	63
Список використаних джерел.....	65

ВСТУП

Зовнішньоекономічна діяльність є особливим видом економічної діяльності, тісно пов'язаною з іншими галузями господарської системи країни. Вона відіграє важливу роль у всій міжнародній діяльності України.

Ефективна зовнішньоекономічна діяльність сприяє відтворенню експортного потенціалу країни, підвищенню конкурентоспроможності українських товарів на світових ринках, формуванню раціональної структури експорту й імпорту, залученню іноземних інвестицій на взаємовигідних умовах, забезпеченню економічної безпеки України.

Реформа зовнішньоекономічної діяльності, насамперед, промислових підприємств є одним із істотних напрямів перебудови господарського життя країни. Вона характеризується децентралізацією зовнішньоекономічної діяльності і поступовою відмовою держави від монополії на зовнішню торгівлю. Підприємства одержують право самостійного виходу на зовнішній ринок. На їх рівні починає зосереджуватися увесь спектр питань, пов'язаних із експортно-імпортною діяльністю, включаючи проектування експортних товарів, їх виробництво, збут і сервіс.

На даний час більшість підприємств не застосовують комплексного системного підходу до управління ефективністю підприємства, що має на меті дослідження всієї системи факторів, які впливають на кінцевий результат проведення зовнішньоторгових операцій, тому виникає необхідність пошуків шляхів та методів підвищення ефективності ЗЕД підприємств. Вищевикладене обумовило **актуальність теми** випускної роботи, постановку її мети і завдань.

Проблеми підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності відображені у наукових працях вчених та спеціалістів сфери ЗЕД, серед яких Тюріна Н.М., Карвацька Н.С., Шашина М. В., Войтюк О. Т., Козак Ю.Г., Логвінова Н.С., Сіваченко І.Ю. та інші. Однак досі не знижується актуальність пошуку шляхів подальшого вдосконалення стратегій зовнішньоекономічної діяльності.

Метою роботи є аналіз та дослідження перспектив підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності торговельно-посередницьких підприємств на прикладі ТОВ «Профітайм».

Відповідно до поставленої мети було виокремлено наступні **завдання**:

- визначити економічний зміст понять торгового посередника та основні типи торгових посередників на зовнішніх ринках;
- проаналізувати економічні фактори впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності торговельно-посередницьких підприємств;
- дослідити методичні підходи науковців щодо оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності торговельно-посередницьких підприємств;
- проаналізувати зовнішньоекономічну діяльність ТОВ «Профітайм»;
- проаналізувати вплив економічних чинників та ефективності на роботу ТОВ «Профітайм» (в динаміці);
- провести SWOT-аналіз та PEST-аналіз факторів впливу на ефективність зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Профітайм»;
- розробити організаційні заходи з підвищення ефективності зовнішньоекономічної підприємства;
- запропонувати напрями оптимізації ЗЕД підприємства та шляхи удосконалення маркетингової стратегії.

Об'єкт дослідження - процеси здійснення зовнішньоекономічних операцій торговельно-посередницьким підприємством.

Предмет дослідження - теоретичні основи та науково-обґрунтовані рішення щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної торговельно-посередницького підприємства.

Методологічну основу випускної роботи складають теоретичні положення економічної науки, наукові праці вітчизняних та закордонних вчених, наукова література, присвячена проблемам підвищення ефективності ЗЕД та пов'язаних послуг.

При написанні дослідження використано **загальнонаукові та спеціальні методи:** узагальнення та синтезу, порівняльного, статистичного та економічного аналізу. Робота здійснена з використанням офісного пакету MS Office - Microsoft Excel.

Інформаційна база дослідження. При написанні кваліфікаційної роботи використовувалися нормативно-правові документи, монографічна та спеціальна наукова література, Інтернет-джерела, фінансові результати ТОВ «Профітайм».

Практичне значення результатів відображається в наданні рекомендацій щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТОВ «Профітайм».

За результатами виконання кваліфікаційної роботи опубліковано одну наукову статтю:

Балашова Д. Посередництво та винагорода за посередницькі послуги на міжнародних ринках / Балашова Д., О. О. Сукач // Матеріали студентської науково-практичної конференції «Минуле, Сучасне, Майбутнє», Випуск 9 (м. Одеса, 9 квітня 2019 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2019. – С. 227-231.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота містить 70 сторінок, складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

ВИСНОВКИ

У першому розділі було досліджено та систематизовано поняття «торговий посередник». Встановлено, що на сьогоднішній день у науковців не склалось єдиного підходу до тлумачення цього поняття. Виокремлено основні принципи діяльності торгових посередників та можливі операції, які здійснюються в залежності від характеру взаємовідносин між продавцем та покупцем. Встановлено, що найпоширенішими з них є агентські, брокерські та комісійні. Визначено та охарактеризовано основні типи торговельних посередників, які виконують торговельно-посередницьку діяльність.

Встановлено, що основними факторами, які впливають на розвиток зовнішньоекономічної діяльності торговельно-посередницьких підприємств є економічні, політичні, часу і простору, валютно-фінансові, технічні.

За результатами дослідження методичних підходів науковців щодо оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності торговельно-посередницького підприємства прийнято рішення використовувати систему індикаторів оцінювання експортної та імпорتنної діяльності.

У другому розділі проаналізовано діяльність ТОВ «Профітайм», що здійснює оптову торгівлю парфумерними та косметичними товарами через посередників. В результаті аналізу показників ефекту ТОВ «Профітайм» встановлено, що збільшення обсягів експорту на 10% за останні 3 роки призвело до збільшення прибутку за рахунок експорту на 24,4 тис.грн.

В результаті аналізу товарної структури експорту та імпорту встановлено, що більшу частку в зовнішньоекономічних операціях займають маски і креми - 32% та 45% з експорту та імпорту відповідно.

В результаті проведення SWOT аналізу встановлено, що для підвищення ефективності ЗЕД підприємства необхідно удосконалити маркетингову стратегію, сформувати розгалужену зовнішньоекономічну інфраструктуру та використовувати логістику та системний підхід у своїй діяльності. За результатами PEST аналізу

встановлено, що найбільше на діяльність підприємства впливають політичні та економічні фактори. Через аналіз впливу факторів макросередовища виявлено, що реакція підприємства на вплив зовнішніх факторів перебуває на рівні дещо вище середнього.

За результатами аналізу динаміки показників ефективності встановлено, що ТОВ «Профітайм» має ефективну систему управління та займає сильне ринкове положення. Показники рентабельності продукції та капіталу в 2018-му році становлять 125,34% та 243,65% відповідно, що свідчить про ефективне використання наявних ресурсів та якісний контроль над виконанням обов'язків.

У третьому розділі було запропоновано шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Профітайм». За результатами аналізу організаційної структури підприємства запропоновано створити окремий відділ ЗЕД на підприємстві. Встановлено, що формування відділу ЗЕД призведе до зростання експорту на 10-15%, але водночас витрати на впровадження даного відділу сягатимуть 147660 грн.

Визначено, що для ефективного здійснення ЗЕД робітникам відділу необхідно придбати програму оптимізації зовнішньоекономічних операцій. Виокремлено основні складові та функції програм MD Office та QD Professional. Визначено ціни на придбання програмного забезпечення на рік і на подальший термін - від 4000 грн.

На основі аналізу маркетингових стратегій визначено, що найбільш доцільно використовувати стратегію поступового проникнення на зарубіжний ринок.

Визначено, що найменш затратним та найбільш ефективним елементом маркетингових комунікацій для ТОВ «Профітайм» є участь у міжнародних виставках та необхідною умовою стимулювання збуту продукції є участь у виставках Європейських країн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азизов С.В. Організація відділу зовнішньоекономічної діяльності підприємства легкої промисловості / С.В. Азизов – Одеса: ОНПУ, 2015. – С.48.
2. Аналітичний звіт Discovery Research Group. Аналіз ринку косметичних засобів, парфумерії та товарів для догляду за собою в Казахстані [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://drgroup.ru/components/com_jshopping/files/demo_products/Demo._2261-analiz-rynka-kosmeticheskikh-sredstv-parfjumerii-i-tovarov-dlja-uhoda-za-soboj-v-Kazahstane.PDF
3. Багрова І. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств / І.В. Багрова // Підручник для вузів. -Київ : Центр навчальної літератури, 2014. -С.580.
4. Базченко Л. Виставкове обладнання: облікові деталі / Л. Базченко // Бухгалтерія. – 2016. – № 38(713). –С. 51–54.
5. Баула О.В. Особливості формування стратегія зовнішньоекономічної діяльності підприємства в сучасному глобалізаційному просторі / О.В.Баула, А.В.Сачук // Матеріали за IX-а міжнародна научна практична конференція «Настоящи изследования и развитие - 2013». — Том 7. Икономики: София, «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2013. –С.64 -68.
6. Білик М.С., Дмитрук М.М. Виставки в системі маркетингових комунікацій підприємства та основні напрями підвищення ефективності участі в них / М.С. Білик, М.М. Дмитрук // Національний університет “Львівська політехніка”, 2010.–С.117-122.
7. Біловодська О.А, Сигида Л.О. Маркетинг торгово-посередницьких послуг та комерційна діяльність : конспект лекцій / О. А. Біловодська, Л. О. Сигида. – Суми : Сумський державний університет, 2017. –С. 202.

8. Вічевич А.М., Максимець О.В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності: Навч.посібник /А.М. Вічевич,О.В. Максимець. – Львів: Афіша, 2011. – С.140.
9. Воронин В. П. Учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности : Учебное пособие / В. П. Воронин // Воронеж. гос. технол. акад. – Воронеж, 2009. – С. 324.
- 10.Гавриленко Т.В. Маркетингова стратегія підприємства в умовах глобалізації / Т.В. Гавриленко // Вісник Київського університету імені Тараса Шевченка : Економіка. — 2011. — №73. — С. 11–13.
- 11.Герчикова И. Н. Международное коммерческое дело: учебник для студ. вузов, обуч. по направлениям и спец. «Менеджмент», «Экономика» и «Коммерция» / И. Н. Герчикова. // М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 2010. – С.50.
- 12.Гетьман О. О. Економіка підприємства: навчальний посібник / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал – Київ: Центр учбової літератури,2010. – С.488.
- 13.Глушевський В.В., Смородін В.В. Роль і місце організаційних структур у системі управління підприємством / В.В. Глушевський, В.В.Смородін // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії, 2016. - С.73-74.
- 14.Грищенко І. М., Крахмальова Н. А. Ринкові аспекти виставкової діяльності в Україні на сучасному етапі / І. М.Грищенко, Н. А.Крахмальова // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №9.– С.113-119.
- 15.Гузенко Г.М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві / Г.М. Гузенко // Мукачівський державний університет, 2017. - С.232-233
- 16.Демьяненко А.Г. Формирование модели комплексного анализа эффективности ВЭД предприятия / А.Г. Демьяненко // Економіка. Право. Фінанси,2012. – №2. – С.22–28.
- 17.Джоббер Д. Принципи и практика маркетингу / Д. Джоббер // М. : Вільямс, 2008. — 360 с.

18. Дунська А. Р. Торгові посередники в зовнішньоекономічній діяльності: проблеми визначення та класифікації / А. Р. Дунська // Економічний вісник НТУУ «КПІ», 2011. – №8. - С.25
19. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посібник / Г.М. Дроздова. – К: ЦУЛ, 2002. – С.172 .
20. Захаренко Г.П. Выставка: техника и технология успеха./ Г.П. Захаренко // М.: Вершина, 2012. – С.230.
21. Климовська М. «Виставкові» витрати? Нічого особливого! / М. Климовська // Бухгалтерія, 2015. – № 38(713). – С.49–50.
22. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності / О.А. Кириченко // Підручник, 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2008 – С.386.
23. Ковальчук С.В. Актуальні проблеми застосування маркетинг-менеджменту в зовнішньоекономічній діяльності підприємств / С.В. Ковальчук // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки», 2014. – № 5. – Т. 2. – С.171–176.
24. Козак Ю.Г., Логвінова Н.С., Сіваченко І.Ю. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств / Ю.Г. Козак, Н.С. Логвінова, І.Ю. Сіваченко. -Київ ,2006. С. 147-152
25. Коломацька С.П. Зовнішньоекономічна діяльність в Україні: правове регулювання та гарантії здійснення / С.П. Коломацька // Навч. посіб. – К.: Професіонал, 2010. -С.28.
26. Ліпич Л.Г. Стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки / Л.Г. Ліпич, А.О. Фатенок-Ткачук // Кримський науковий центр НАН України і МОН України «Культура народів Причорномор'я», 2011. – С. 146-151.
27. Леоненко П. М., Черепніна О. І. Зовнішньоекономічна діяльність України: сучасні тенденції/ П.М. Леоненко, О.І. Черепніна // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №2. – С. 75-84.

- 28.Мазаракі А.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності / А.А. Мазаракі // Підручник.- КНТЕУ, 2012. – 824 с.
- 29.Малярець Л. М. Контролінг зовнішньоекономічної діяльності підприємства: аналітичний підхід: монографія / Малярець Л. М., Проскуріна Н. В. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2014. – 226 с.
- 30.Матюх С.А. Експортний маркетинг як інструмент розвитку зовнішньоекономічної діяльності / С.А. Матюх // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»,2010. – № 6. – Т. 3. – С.139–142.
- 31.Новицкий В.Е. Зовнішньоекономічна діяльність і міжнародний маркетинг / В. Е. Новицкий. — К., 2005. —С.287.
- 32.Оберемчук В. Ф. Стратегія підприємства / В.Ф. Оберемчук // Короткий курс лекцій.- Київ : МАУП, 2010. -С.128.
- 33.Офіційний сайт ТОВ «Профітайм» [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http:// www.profitime.com.ua](http://www.profitime.com.ua)
- 34.Офіційний сайт організації участі в міжнародних виставках та конференціях ПРОФІЕКСПО[Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://profexpo.ru/cosmoprof/14-03-2019.html>
- 35.Офіційний сайт міжнародної виставки Baltic Beauty [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.bt1.lv/bb/eng/index.php>
- 36.Офіційний сайт міжнародної виставки Beauty Forum [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.beauty-fairs.de/en.html?ref=logo>
- 37.Офіційний сайт міжнародної виставки Salon Look [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.ifema.es/salonlook_06/
- 38.Офіційний сайт міжнародної виставки Beaute Selection [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.mcbbybeuteselection.com/expose/>
- 39.Офіційний сайт MD Office [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.mdoffice.com.ua/ru/amain.html>

- 40.Офіційний сайт QD Professional [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://qdpro.com.ua/>
- 41.Підгайко Т.П. Торгово-посередницькі операції ЗЕД / Т. П. Підгайко, О. А. Лукаш // Економічні проблеми сталого розвитку: Тези доповідей наук.-техн. конференції викладачів, співробітників, аспірантів та студентів факультету економіки та менеджменту присвяченої Дню науки в Україні (19–23 квітня 2010 р.) / відп. за вип. А.Ю. Жулавський. – Суми : СумДУ, 2010. – Ч.І. – С. 132–133.
- 42.Розумей С.Б. , Богдан С.П. Оцінювання та вибір торговельних посередників / С.Б. Розумей, С.П. Богдан.-Національний університет харчових технологій, 2013.-С.5.
- 43.Таранишин О. Дистриб'юція / [Електронний ресурс] / О. Таранишин. — Режим доступу :<http://www.logist.org.ua/modules.php?name=Distrib>
44. Ткаченко О.В. Формування міжнародної маркетингової стратегії в системі стратегічного розвитку підприємства / О.В. Ткаченко // Економіка розвитку,2009. – №. 4 (32). – С. 108-112 .
- 45.Тюріна Н.М., Карвацька Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства / Н.М. Тюріна, Н.С. Карвацька. - Київ: Центр учбової літератури, 2013.-С.277-284
- 46.Філіпенко А.С. Світова економіка / А. С. Філіпенко. — К. : Либідь, 2011. — С.223.
- 47.Хоменко М.О. Шляхи удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства / М.О. Хоменко.-Вінницький національний технічний університет, 2017. - С.1-2.
- 48.Шашина М. В., Войтюк О. Т. Порядок здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства / М. В. Шашина, О. Т. Войтюк // Сучасні проблеми економіки і підприємництва. Випуск 17, 2016. - С.154-155.

49. Щербак В.Г., Лозенко А.П. Проблеми проникнення вітчизняних підприємств на зовнішні ринки / В.Г. Щербак, А.П. Лозенко // Фінанси України – 2009 - №5. – С. 34-37.
50. Яковлєв А. І. Удосконалення методів визначення ефективності ЗЕД / А. І. Яковлєв // Фінанси України. – 2010. – № 9. – С.25-27.