

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.

“ ____ ” _____ 2018 р.

ВИПУСКНА робота
на здобуття освітнього ступеня бакалавра

за темою:
«Особливості управління міжнародною конкурентоспроможністю
посередницької фірми
(на прикладі ПП «Юніон Трейд Плюс»)»

Виконавець
студентка 43 групи факультету
міжнародної економіки
Лаврентьєва Анастасія Олександрівна _____

Науковий керівник:
к.е.н., доц.
Уханова Інна Олегівна _____

ОДЕСА – 2018 р.

АНОТАЦІЯ

Лаврентьєва Анастасія Олександрівна, «Особливості управління міжнародною конкурентоспроможністю посередницької фірми (на прикладі ПП «Юніон Трейд Плюс»)»

випускна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 6.030503 «Міжнародна економіка», Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2018.

Випускна робота складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процес управління міжнародною конкурентоспроможністю посередницької фірми.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти управління міжнародної конкурентоспроможності фірми, узагальнено чинники, що впливають на міжнародну конкурентоспроможність посередника, досліджено сучасні методичні підходи визначення міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Проаналізовано чинники, що впливають на зовнішньоекономічну діяльність ПП «Юніон Трейд Плюс» (за допомогою інструменту SWOT-аналізу), проведено аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства, проаналізовано показники міжнародної конкурентоспроможності ПП «Юніон Трейд Плюс» та систему управління нею.

Запропоновано основні напрями удосконалення управління міжнародною конкурентоспроможністю посередницької фірми ПП «Юніон Трейд Плюс» за рахунок організаційних заходів, скорочення витрат та стимулювання збуту.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність підприємства, експорт, імпорт, міжнародна конкурентоспроможність, посередницька діяльність.

ANNOTATION

Lavrentyeva Anastasia "Features of management of international competitiveness of an intermediary firm (on the example, PE "Union Trade Plus ")" on the receipt of educationally qualifying level of bachelor of speciality "international economy" the Odessa national economic university Odessa, 2018

The graduation work consists of three sections. The object of research is the process of managing the international competitiveness of an intermediary firm.

The theoretical aspects of management of the international competitiveness of the firm are considered in the diploma, the factors influencing the international competitiveness of the intermediary are generalized, modern methodical approaches to the definition of the international competitiveness of the enterprise are researched.

The factors influencing external economic activity of "Union Trade Plus" (with the help of the SWOT-analysis tool) are analyzed, the analysis of foreign economic activity of the enterprise was carried out, the indicators of international competitiveness of "Union Trade Plus" PE and its management system were analyzed..

The main directions of improving the management of the international competitiveness of the intermediary company PE "Union Trade Plus" are offered through organizational measures, reduction of expenses and stimulation of sales.

Key words: foreign economic activity of the enterprise, export, import, international competitiveness, intermediary activity.

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	4
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЮ ПОСЕРЕДНЕЦЬКОЇ ФІРМИ.....	6
1.1. Сутність, завдання та особливості управління міжнародною конкурентоспроможністю фірми.....	6
1.2. Складові та чинники міжнародної конкурентоспроможності фірми	11
1.3. Методичні підходи визначення міжнародної конкурентоспроможності фірми	20
Висновки до розділу 1.....	27
АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПОСЕРЕДНЕЦЬКОЇ ФІРМИ ПП «ЮНІОН ТРЕЙД ПЛЮС».....	30
2.1. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності посередницької фірми ПП «Юніон Трейд Плюс».....	30
2.2. SWOT-аналіз факторів міжнародної конкурентоспроможності ПП «Юніон Трейд Плюс».....	41
2.3. Аналіз міжнародної конкурентоспроможності посередницької фірми ПП «Юніон Трейд Плюс».....	47
Висновки до розділу 2.....	53
ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ФІРМИ ПП «ЮНІОН ТРЕЙД ПЛЮС».....	54
3.1. Організаційні заходи з удосконалення управління міжнародною конкурентоспроможністю ПП «Юніон Трейд Плюс».....	54
3.2. Скорочення витрат та стимулювання збуту як засіб підвищення міжнародної конкурентоспроможності ПП «Юніон Трейд Плюс».....	64
3.3. Розробка стратегії управління конкурентоспроможністю ПП «Юніон Трейд Плюс» на зовнішньому ринку.....	74
Висновки до розділу 3.....	78
ВИСНОВКИ.....	80
Список літературних джерел.....	84

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасне економічне середовище формується під впливом динамізму у протіканні процесів конкурентної боротьби. В умовах постійної зміни зовнішніх факторів, зростанням ризику зовнішньоекономічної діяльності, питання конкурентоспроможності підприємств набуває все більшої актуальності. Сьогодні неможливо уявити успішне підприємство без впровадження креативних моделей управління міжнародною конкурентоспроможністю, тому проблема підвищення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств набуває нового значення і вимагає нового аналітичного інструменту для його розуміння та вирішення. Вищевикладене справедливо і для посередницьких фірм та обумовило вибір теми бакалаврської роботи.

Мета роботи - на основі дослідження, аналізу та узагальнення особливостей формування міжнародної конкурентоспроможності посередницької фірми «Юніон Трейд Плюс» розробити пропозиції щодо удосконалення управління цим процесом.

Завдання роботи полягають у наступному:

- дослідити сутність міжнародної конкурентоспроможності фірми;
- узагальнити методологічні основи формування міжнародної конкурентоспроможності фірми та особливості управління нею;
- дослідити фактори формування міжнародної конкурентоспроможності фірми;
- визначити методики оцінки міжнародної конкурентоспроможності фірми;
- проаналізувати сучасний стан включення ПП «Юніон Трейд Плюс» у систему зовнішньоекономічних зв'язків;
- здійснити аналіз рівня міжнародної конкурентоспроможності ПП «Юніон Трейд Плюс» та дослідити управління нею на фірмі;
- розробити пропозиції щодо удосконалення управління міжнародною конкурентоспроможністю посередницької фірми ПП «Юніон Трейд Плюс»

Об'єктом дослідження є процес формування міжнародної конкурентоспроможності посередницької фірми ПП «Юніон Трейд Плюс».

Предметом дослідження виступають теоретичні основи та організаційно-економічні рішення щодо удосконалення управління міжнародною конкурентоспроможністю посередницької фірми ПП «Юніон Трейд Плюс».

Методологічною основою роботи є теоретичні положення економічної науки, наукові праці вітчизняних та закордонних вчених, присвячені проблемам формування міжнародної конкурентоспроможності фірми. У роботі було використано наступні загальнонаукові та спеціальні методи: методи узагальнення та синтезу, статистичного та економічного аналізу, SWOT-аналіз, графічні методи аналізу міжнародної конкурентоспроможності. Робота здійснена з використанням офісного пакету MS Office - Microsoft Excel.

Інформаційна база дослідження. При написанні випускної роботи використовувалися закони України та інші нормативно-правові документи, монографічна та спеціальна наукова література, Інтернет-джерела, статистична інформація Державної служби статистики України, Департаменту статистики Одеської області та Міністерства економіки, внутрішня звітність ПП «Юніон Трейд Плюс».

Практичне значення результатів відображається в наданні рекомендацій щодо удосконалення управління міжнародною конкурентоспроможністю посередницької фірми ПП «Юніон Трейд Плюс».

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

ВИСНОВКИ

У результаті дослідження можемо дійти до наступних висновків:

1. Розмаїття робіт, присвячених питанням конкурентоспроможності та її управлінню, засвідчує її об'єктивну складність. Конкурентоспроможність є багаторівневим, комплексним поняттям, що ускладнює процес управління нею. Сукупність факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, настільки значна та своєрідна, що немає єдиного способу збору даних про їх обробку та ідентифікацію для прийняття відповідних рішень. У той же час досить велика кількість таких факторів привертає особливу увагу так званим конкурентним перевагам компанії, що надає компанії перевагу перед прямими конкурентами.
2. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства означає застосування певного комплексу заходів, спрямованих на подолання негативних наслідків конкуренції і досягнення необхідного рівня конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Основною метою управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних умов на зовнішньому ринку.
6. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства включає наступні етапи: моніторинг конкурентного середовища міжнародного ринку, оцінка конкурентоспроможності підприємства, його продукції та основних конкурентів на зовнішньому ринку, визначення місії діяльності підприємства та стратегії управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства для усвідомлення причин функціонування підприємства та їх спрямувань.
7. Для визначення конкурентоспроможності використовують різноманітні методики, на основі котрих розробляють рекомендації ефективного та конкурентоспроможного розвитку як окремих галузей, так й цілих

підприємств. Аналіз існуючих теоретичних підходів у сучасній літературі до оцінки конкурентоспроможності підприємств дає підстави для їх класифікації у дві основні групи: аналітичну та графічну. Інтегральний показник рівня конкурентоспроможності підприємства містить два елементи: критерій, який показує ступінь задоволення потреб споживачів та критерій ефективності виробництва.

8. ПП «Юніон Трейд Плюс» з перших днів свого існування спеціалізувалася на роботі з продуктами харчування, ставлячи за ціль підвищити якість життя через якість продуктів. На сьогоднішній день інтенсивно розвивається мережа в інших регіонах України та Молдови. На підставі зроблених розрахунків можна зробити висновок, що в 2017 р. фірма працювала менш ефективно в порівнянні з попереднім роком. Зниження товарообігу на 8,65% привело не тільки до підвищення питомої ваги витрат обігу, але й росту їхнього абсолютного значення на 425,48 тис. грн. Витрати на 1 грн. товарообігу збільшилися на 2 коп. і склали 19 коп.

9. В 2017р. на 1 грн. витрат доводилося 5,93 грн. товарообігу, тобто результативність зроблених магазином витрат знизилася на 11,25%. Рентабельність скоротилася в 1,25 разів. Це обумовлено тим, що знизився прибуток (на 2069,20 тис. грн.), внеоборотні активи підприємства збільшилися на 1,9%, що говорить про зміцнення матеріальної бази. Більше швидкими темпами зросли запаси - 7,89%. Це відбулося за рахунок збільшення обсягу продажів. Позитивним фактом є збільшення власного капіталу на 1,69% за рахунок збільшення резервного капіталу на 9,7% і додаткового на 6,7%.

10. Для того, щоб виявити сильні та слабкі сторони компанії, виявлення можливих загроз та можливостей зроблено SWOT-аналіз фірми ПП «Юніон Трейд Плюс» та побудовано матрицю. На основі проведеного аналізу можна прийняти для подальшого втілення в життя стратегію, що передбачає вихід на нові зовнішні ринки. Підприємство «Юніон Трейд Плюс» вбачає необхідність в розробці стратегії для зниження собівартості продукції,

шляхом підвищення продуктивності на фабриках на сучасному обладнанні та реструктуризацію кадрів.

11. За допомогою проведених досліджень кількісних і якісних показників визначено, що лідером по набраних балах є досліджуване підприємство (265 балів), а найближчим конкурентом є мережа супермаркетів „Колос” (263 бали). Проведений аналіз конкурентоспроможності ПП «Юніон Трейд Плюс» показує, що підприємство є цілком конкурентоспроможним і вірно використовує стратегію проникнення в своїй діяльності.

12. Система зовнішньоекономічної діяльності підприємства вимагає кількох організаційних заходів, які повинні сприяти її вдосконаленню та, як наслідок, покращенню управління міжнародною конкурентоспроможністю.

Важливим питанням у рішенні проблеми прискорення товарообігу «Юніон Трейд Плюс» є оптимізація схеми складування. Підприємству запропоновано використовувати метод ABC.

13. На сучасному етапі зовнішньоекономічна діяльність «Юніон Трейд Плюс» потребує вдосконалення. Для визначення способів підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності «Юніон Трейд Плюс» необхідно: вивчення сучасних аналітичних підходів і методів дослідження зовнішньоторговельних ринків, розробка організаційно-економічних заходів підвищення конкурентоздатності продукції; аналіз ефективності зовнішньоторговельної діяльності виробничих підприємств, аналіз конкурентоздатності підприємства і конкурентоздатності продукції і ринку збуту в зовнішньоекономічній діяльності; аналіз динаміки зовнішньоекономічної діяльності підприємства; дослідження раціональності використання ресурсів.

14. Ефективність імпорتنих операцій залежить від правильного вибору постачальників, якості сировини, цін та умов доставки. Щоб забезпечити розвиток імпоротної діяльності, брокери повинні розширювати спектр іноземних постачальників та виробників продукції. Отже, основними завданнями стимулювання збуту є забезпечення швидкого зростання обсягів

збуту продукції підприємства; заохочення споживачів спробувати товар чи здійснити повторні закупки; заохочення системи посередницьких торговельних організацій та працівників власного збутового апарату інтенсифікувати зусилля з реалізації продукції підприємства.

15. Головною метою діяльності ПП «Юніон Трейд Плюс» є досягнення конкурентних переваг в довгостроковому періоді, що дасть змогу підприємству отримати високу норму прибутку та стале економічне зростання. Задля досягнення високого рівня конкурентоспроможності, першочерговим завданням стає утримання теперішніх позицій на ринку та пошук нових можливостей для розширення ринків збуту та росту економічної ефективності. Український ринок є недостатньо містким, який не задовольняє підприємство, які прагнуть розвиватись, що змушує фірми виходити на зовнішні ринки, де конкуренція є значно вищою. Тому для здійснення ефективної зовнішньоекономічної діяльності підприємству потрібен єдиний стратегічний план розвитку, який забезпечить підприємство досягнути конкурентних переваг.

16. Для забезпечення економічного зростання підприємства ПП «Юніон Трейд Плюс» розробимо відповідну стратегію, яка б використовувала усі конкурентні переваги. Тому, загальною стратегією компанії обрана стратегія збільшення збуту на зовнішньому ринку. Ця стратегія буде включати в себе такі складові: конкурентна стратегія, товарна стратегія, маркетингова стратегія, стратегія персоналу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Комерційна діяльність: Підручник./За ред.. проф.. В.В, Апопія – К 63. Вид. 2-ге, перероб. І доп. – К: Знання, 2010 - 558 с.
2. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів / І.В. Багрова та ін.; за ред. д-ра екон. наук, проф. І.В. Багрової. – К., ЦНЛ, 2013. – 580 с.
3. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: Навчальний посібник / Бутенко Н.В. - К.: Видавничо- поліграфічний центр «Київський університет», 2004.-234с.
4. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : Навч. посібник / М. І. Дідківський. – К. : Знання, 2006. – 463 с.
5. Іваненко С.В. Поняття конкурентоспроможності продукції в сучасних умовах//Менеджмент виробництва. – № 61(27). – 03.06.2010. - с.209-213
6. Карпюк В.П. Управління конкурентоспроможністю продукції/ В.П.Карпюк//ПВНЗ «Європейський університет». – 2009. – с.3-7.
7. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій : навч. посібник / Т. І. Лук'янець. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К. : КНЕУ, 2010. – 524 с.
8. Монастирський Г.Л. Теорія організації: Навч. посіб./ Монастирський Г.Л. — К.: Знання, 2008. — 319 с.
9. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: Підручник. – К.: КНЕУ, 2015. – 948 с.
10. Орлов О.О. Планування діяльності промислового підприємства. Підручник. – К.: Скарби, 2009. – 336 с.
11. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. – К.: Знання, 2013. – 65
12. Смит П. Р. Маркетинговые коммуникации : комплексный подход / П. Смит; пер со 2-го англ. изд. – К. : Знання-Прес, 2013. – 796 с.
13. Стефаненко М. М. Методологічні заходи удосконалення організації зовнішнь-економічної діяльності на підприємстві / М. М. Стефаненко //Економіка. Фінанси. Право

14. Вічевич А.М., Максимець О.В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Навч. посібник. – Львів: Афіша, 2008. – 140 с.
15. 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.
16. Кіндзерський Ю. Проблеми національної конкурентоспроможності та пріоритети конкурентної політики в Україні/ Ю. Кіндзерський, Г.Паламарчук// Економіка України. – 2006, № 8. – С. 19-29.
17. Павленко, А. Ф. Маркетинг : підручник / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак. – К. : КНЕУ, 2006. – 246 с.
18. 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. — Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс.
19. Апопій В.В. Організація торгівлі : підручник. - 2-ге вид. [переробл. та доп.] / В.В. Апопій, І.П. Міщук, В.М. Ребицький та ін. / за ред. В.В. Апопія. - К. : Центр навч. літ-ри, 2007. -616с.
20. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства/[С.М.Клименко, Т.В.Омельяненко, Д.О. Барабась та ін.]. - К.: КНЕУ, 2008. - 520 с.
21. Пономаренко В.С., Ястремская Е.Н., Луховский В.М. Механизм управления предприятием: стратегический аспект. – Х.: Изд. ХГЭУ. – 2011. – 252 с.
22. Циганкова Т. М. Міжнародна торгівля: Навч. посібник / Т. М. Циганкова, Л. П. Петрашко, Т. В. Кальченко - К.: КНЕУ, 2001. - 448 с.
23. Бестужева С.В. Управління експортною діяльністю підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / С.В. Бестужева; Харківський держ. економічний ун-т. - Х., 2003. - 20 с.
24. Стимулювання збуту [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/>.

25. Стимулювання збуту [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://marketing-helping.com/371-stimulyuvannya-zbutu.html>.
26. Новые тренды и подходы в BTL. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://consulting.kpd.ua/order/?ch=pdf>.
27. Зміни споживчої поведінки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tns-ua.com/wp-content/uploads/2015>
28. Особливості укладення дистриб'юторських (дилерських) договорів в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2502>
29. Роль маркетингу в активізації торговельного посередництва на ринку України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/489>
30. Попова Т.Л. Удосконалення управління експортною діяльністю вітчизняного підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://professura.at.ua/forum/15-8-1>
31. Козак Ю.Г., Sporek T., Molendowski E., Gribincea A., Лебедева С. Н., Shengelia T, Логвінова Н.С., KozaK A., Притула Н.В., Осипов В.М., Aliabieva D., Кочевой М.М. Міжнародна торгівля [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1543042263783/ekonomika/torgovelnoposerednitski_firmi
32. Шереметинська, О. В. Стимулювання збуту : заходи та засоби, які допомагають при формуванні маркетингової діяльності 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>.
33. Решение для бизнеса. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://youcontrol.com.ua/ru/>
34. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://smida.gov.ua>