

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Центр Заочної Форми Навчання

Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

д.е.н., Козак Ю.Г.

«___»_____2018 р.

ВИПУСКНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності міжнародна економіка

за темою:

«Перспективи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності
промислового підприємства (на прикладі ТОВ «Терморал»)»

Виконавець

студентка 47 групи

Юрашева Дарина Ігорівна

Науковий керівник

к.ф.н., доцент кафедри МЕВ

Сулим Олексій Володимирович

Одеса 2018

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	5
1.1. Сутність зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства	5
1.2. Чинники впливу на ефективність здійснення зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства.....	9
1.3. Методика оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	20
Висновки до розділу 1.....	29
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ТЕРМОРАЛ»	30
2.1. Характеристика зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Termoral».....	30
2.2. Аналіз чинників, що впливають на зовнішньоекономічну діяльність ТОВ «Termoral».....	35
2.3. Аналіз ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Termoral».....	41
Висновки до розділу 2.....	50
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ТЕРМОРАЛ»	51
3.1. Впровадження онлайн-системи відстеження показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності.....	51
3.2. Розробка заходів щодо оптимізації збутової діяльності підприємства на зовнішніх ринках	57
3.3. Збільшення ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства за рахунок зменшення накладних витрат	63
Висновки до розділу 3.	66
ВИСНОВКИ	68
Список використаних джерел	71
Додатки	75

ВСТУП

Стратегічно важливою галуззю української економіки, однією з основ зміцнення її конкурентоспроможності в контексті пріоритетів національного розвитку є вітчизняне виробництво меблів. Виробництво меблів представляє собою один із видів обробної промисловості і продовжує зберігати високий рівень конкурентоспроможності та стійкий попит на міжнародному ринку.

У даний час підприємства здійснюють свою діяльність в умовах жорсткої конкуренції, пов'язаної з посиленою глобалізацією світового економічного простору. Нестабільність економічної кон'юнктури, підвищення вимог споживачів до виробленої продукції в значній мірі ускладнюють процес визначення стратегічних перспектив. Сьогодні для світової економіки характерне формування та впровадження нових стратегій глобального бізнесу.

Аналіз світового досвіду, прогноз та об'єктивна оцінка конкурентів серед підприємств-виробників меблевої продукції безумовно свідчать, що найбільш реальним напрямком збільшення експорту є підвищення ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Перед українськими підприємствами постає актуальне завдання не втратити лідируючі позиції на світовому ринку меблевої продукції, а також розширити свою долю, зберегти присутність на ринку за умов успішної конкуренції із іноземними компаніями. Більшість українських промислових підприємств на сьогодні не готові до ведення конкурентної боротьби за умов глобальної економіки. Такі обставини зумовлюють актуальність і безпосереднє практичне вивчення питання збільшення ефективності зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних промислових підприємств.

Метою роботи є визначення перспектив та шляхів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності великого промислового підприємства. Для досягнення мети дослідження було поставлено такі *задачі*:

- дослідити теоретичні основи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- визначити методичний апарат аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства;
- проаналізувати ефективність організації та здійснення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Termopal»;
- розробити пропозиції та практичні заходи щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Termopal».

Об'єктом дослідження виступає зовнішньоекономічна діяльність промислового підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні основи та практичні організаційно-економічні заходи щодо підвищення ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності великого промислового підприємства.

Методи дослідження. Методологічною основою дипломної роботи є теоретичні положення економічної науки та праці вчених-економістів в галузі зовнішньоекономічної діяльності. У процесі дослідження використано діалектичний та історичний методи – при дослідженні теоретичних основ і категоріального апарату зовнішньоекономічної діяльності підприємства, порівняння і узагальнення, методи економічного і економіко-статистичного аналізу з метою проведення оцінки ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Інформаційною основою дослідження стали законодавчі та інші нормативноправові документи, офіційно опублікована статистична інформація, матеріали монографічної та періодичної літератури, звітна інформація ТОВ «Termopal», власні аналітичні розрахунки. Результати дослідження можуть бути використані ТОВ «Termopal» з метою підвищення ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності на світовому ринку, а також іншими підприємствами-виробниками меблевої продукції.

ВИСНОВКИ

Посилення динамізму конкурентної боротьби виступає характерною рисою сучасного економічного середовища. За сучасних умов, для яких притаманна постійна зміна факторів зовнішнього середовища та зростання ризику діяльності, все більшої актуальності набуває питання не тільки забезпечення конкурентоспроможності підприємства а й підвищення ефективності здійснення ЗЕД на міжнародному ринку. На основі таких тенденцій у провідних країнах світу відбувається глобальне впровадження сучасних моделей управління міжнародною конкурентоспроможність корпорацій та виокремлення його в одне із ключових завдань державної економічної політики.

Ключове місце у підвищенні міжнародної конкурентоспроможності підприємств займає процес формування конкурентних переваг, оскільки саме вони забезпечують їх передові позиції в галузі та важелі впливу на співвідношення конкурентних сил. Як результат, виникає об'єктивна необхідність в розробці ефективних управлінських методик підвищення ефективності ЗЕД підприємницьких структур.

Стратегія розвитку являється одним із найважливіших напрямів стратегічного управління підприємством, діяльність якого характеризується високим рівнем нововведень, ступенем ризику та здатністю швидко адаптуватися до змін зовнішнього середовища. Такі обставини зумовлюють актуальність і безпосереднє практичне вивчення, аналіз ринку меблевої продукції України на прикладі конкретного підприємства.

Представлена дипломна робота була присвячена перспективам підвищення ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства на прикладі ТОВ «Тетморал».

В першому розділі розглянуто сучасні концепції міжнародної економічної діяльності. Була розглянута специфіка діяльності, зроблено

акцент на ефективності здійснення економічної діяльності промислового підприємства на зарубіжному ринку. Представлені типи показників для оцінки ефективності міжнародної діяльності підприємства, їх переваги та недоліки.

В другому розділі проводиться аналіз господарської діяльності підприємства ТОВ «Терморал», розраховуються основні показники господарської діяльності підприємства, розраховуються основні коефіцієнти ліквідності підприємства. Для визначення ефективності ЗЕД розраховується загальний коефіцієнт ефективності ЗЕД підприємства.

У третьому розділі автором запропонований шляхи підвищення ефективності ЗЕД підприємства ТОВ «Терморал».

Згідно із поставленою метою та конкретними задачами основні результати роботи зводяться до такого:

1. Обґрунтовано необхідність систематичного моніторингу динаміки змін зовнішнього середовища, оскільки це є запорукою ефективного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

2. Прагнучи до оптимізації зовнішньоекономічного напрямку діяльності за рахунок факторів, що є підконтрольними на мікрорівні, доведено доцільність запровадження на підприємствах сучасних управлінських методів та інструментів. Це дозволяє поєднати потенційні можливості підприємства з потребами ринку. Визначення місії з подальшою трансформацією її у цілі та цільові показники діяльності структурних підрозділів підприємства сприяє підвищенню керованості його конкурентоспроможністю.

3. Рекомендується на етапі аналізу зовнішнього середовища запровадити SWOT-аналіз з метою дослідження і визначення ймовірних загроз та небажаних наслідків.

4. Рекомендується знизити розмір накладних витрат, що приведе до підвищення ефективності експорту, тому перевірка дотримання підприємством у звітному періоді режиму економії та пошук можливостей

їх скорочення є важливим інструментом у підвищенні ефективності всієї діяльності підприємства.

5. Рекомендується використовувати функціональну організацію міжнародної маркетингової діяльності підприємства, що дозволить підвищити ефективність роботи та придбати досвід у конкретних областях, розмежовувати функції кожного спеціаліста маркетингу, вирішувати конкретні проблеми маркетингу, можливість визначити поточний результат діяльності спеціалістів, ефективно прогнозувати планувати маркетингову діяльність та також дозволить уникнути дублювання функцій відділів маркетингу та збуту.

6. Рекомендується вдосконалити систему збуту підприємству ТОВ «Тетморал», пропонується удосконалювання контролю при плануванні продажів, удосконалювання контролю виконання планів збуту.

В цілому потрібно зробити наголос на вдосконаленні системи збуту, зменшенні накладних витрат, використанні функціональної організації міжнародної маркетингової діяльності. Виконавши ці пункти, підприємство зможе зменшити витрати, а відтак зменшити собівартість готової продукції відповідно збільшити об'єми продажів та підвищити ефективність здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Международная экономика: Учебное пособие/Под. ред. Козака Ю.Г. – Киев: ЦУЛ, 2012.
2. Міжнародні стратегії економічного розвитку. Навч. посібник./За ред. Козака Ю.Г. – Київ: Освіта України, 2011.
3. Міжнародна торгівля. Навч. посібник./За ред. Козака Ю.Г. – Київ: ЦНЛ, 2011.
4. Безтелесна, Л. Механізм забезпечення сталої конкурентоспроможності великого промислового підприємства / Л. Безтелесна, Н. Чигир // Економіст. – 2004. – С. 40-44.
5. Козик В., Панкова Л., Даниленко Н. Міжнародні економічні відносини: Навч. посіб. – К: Знання, 2008. - 406 с.
6. Бабенко В. Міжнародна економіка. – К.: Основа, 2010. – 184 с.
7. Пучко І. В. Роль зовнішньоекономічної діяльності в підвищенні конкурентоспроможності підприємства / І. В. Пучко // Наукова конференція «Європейська наука XXI століття» – Тернопільський національний економічний університет, 2011.
8. Вічевич А.М., Максимець О.В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. — Львів: Афіна, 2004. — 140 с.
9. Предприятие на внешних рынках: Внешнеторговое дело: Учебник / Под ред. С.И. Долгова, И.И. Кретьова. — М.: БЕК, 1997. — 784 с.
10. Про організаційну структуру ТОВ «Терморал»: положення, затверджене рішенням Правління ТОВ «Терморал» від 14.03.2009 № 13.
11. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність / За ред. Ю.Г. Козака — Одеса: Астропринт, 2001. — 200 с.

12. Україна на міжнародних ринках – 2012: проблеми та перспективи [Центр Разумкова]. – К., 2013. – 258 с.

13. Міжнародна конкуренція та можливості України в боротьбі за ринки збуту // Україна-business. – 2015.

14. Сумец А. , Банюлис Р. Оперативная оценка эффективности маркетингового канала// Маркетинговые исследования в Украине №4(11),2005.

15. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес технології:Монографія. — К.:КНЕУ 2004. —400 с.

16. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємств : навч. посіб. для студ. вузів / Г. М. Дроздова. – К.: Центр навчальної літератури, 2004 – 247 с.

17. Гранкина Н.А, Попов Е.В. Разработка внешнеэкономической стратегии сбыта// www.dis.ru/market/arhiv/2003/3/4.html.

18. Семенов Г.А., Станческий В.К., Панкова М.О.Організація і планування на підприємстві: Навчальний посібник.Центр навч.літератури, 2006.-528 с.

19. Антонюк, Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації [Текст] / Л.Л. Антонюк / Монографія. – К. : КНЕУ, 2004, – 273 с.

20. Барабась, Д. О. Конкурентні стратегії підприємства [Текст] / Д.О. Барабась // Стратегія економічного розвитку України: Науковий збірник. – Вип. 2-3. – К.: КНЕУ, 2000. – С. 201-208.

21. Борисенко, З.М. Умови економічної конкуренції в Україні [Текст] / З.М. Борисенко // Економіка України. – 2002. – N 10. – С. 4-11.

22. Боровских Н. Конкурентные стратегии: методология формирования и развития [Текст] / Н. Боровских // Маркетинг. – 2005. – С. 37-48.

23. Одягайло Б. Міжнародна економіка: Навч. посіб. – К: Знання, 2006. – 407 с. – С.137-167.

24. Зверяков М.И. Мировой кризис и новая модель экономического развития Бюллетень Международного Нобелевского экономического форума. 2010. № 1 (3). Том 1. – С. 138 – 143.

25. Козак Ю., Лук'яненко Д., Макогон Ю. та ін. Міжнародна економіка – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 560 с. – С. 113-141.

26. Герасимчук В. Міжнародна економіка – К.: Знання, 2009. – 302 с.

27. Економічне управління підприємством: навч.посіб./ [Н.М. Євдокимова, Л.П. Батенко, В.А. – К. Центр учбової літератури, 2012. – 425с. – С. 234-256.

28. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: Підручник. – К.: КНЕУ, 2009. – 948 с.

29. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика/ Г.Л. Азоев. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2009. - 386 с.

30. Архипов В. Стратегии выживания промышленных предприятий/ В. Архипов, Ю. Ветошникова // Вопросы экономики. - 2010. - №12. - С. 139-142.

31. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков - М.: Финпресс, 2013. - 112с.

32. Дугельский А.П. Реформирование организационных структур производства / А.П. Дугельский // ЭКО. - 2012. - №9. - С. 120-134.

33. Еленева Ю.Я. Разработка и внедрение системы обеспечения конкурентоспособности в комплексе "предпринимательское дело" / Ю.Я. Еленева // Маркетинг в России и за рубежом. - 2016. - №8. - С. 14-27.

34. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования/ В.С. Ефремов. - М.: Финпресс, 2015. - 192с.

35. Кротков А.М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки/ А.М. Кротков, Ю.Я. Еленева // Маркетинг в России и за рубежом. - 2013. - №6. - С. 47-49.

36. Курский В.А. Подход к планированию эволюционного развития предприятия в конкурентной среде / В.А. Курский // Финансы и кредит. 2010. - № 12. - С. 29-32.

37. Лунев В.Л. Тактика и стратегия управления фирмой/ В.Л. Лунев - М.: Финпресс, 2010. - 356 с.

38. Мильгром Д.А. Оценка конкурентоспособности экономических технологий/ Д.А. Мильгром // Маркетинг в России и за рубежом. - 2017. - №2. - с. 44-57.

