

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра міжнародних економічних відносин

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини

за освітньою програмою «Міжнародна економіка»

на тему: «СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДИСТРИБ'ЮТОРСЬКОГО
ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ЦЕТЕХНО»)»

Виконавець:

студентка ФМЕ, гр. 43

Мартиненко Віра Віталіївна _____

Науковий керівник:

д.е.н., професор кафедри МЕВ

Єрмакова Ольга Анатоліївна _____

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Для сучасного українського ринку товарів і послуг характерна тенденція до значного зростання впливу торгових посередників, що обумовлено можливістю їх прямого доступу до виключно важливої інформації про стан ринку та поведінці споживачів. Тому з метою підвищення ефективності збуту продукції та посилення контролю над процесом освоєння територіального ринку, виробники залучають дистриб'юторів. Світовий досвід показує, що їх наявність в системі руху товарів забезпечує активне просування продукції виробників на ринку. Таким чином, на сучасному етапі розвитку економіки дистриб'юторська діяльність, як елемент торговельної інфраструктури, стає одним з найважливіших факторів підвищення конкурентоспроможності багатьох економічних систем. З іншого боку, питання про конкурентоспроможність самих дистриб'юторів, безумовно, є актуальним.

В умовах планової економіки, що існувала протягом багатьох десятиліть, оптової торгівлі відводилася роль розподілу обмежених економічних ресурсів адміністративними методами, тому питання про конкурентоспроможність підприємств цієї галузі не виникало. З переходом до ринкових відносин конкуренція в даній сфері загострилася. В силу об'єктивних причин (швидка окупність інвестицій, порівняно невеликі суми початкових вкладень і т. д.) розвиток торгівлі, в тому числі і оптової, на сьогоднішній день в Україні значно випереджає розвиток сфери виробництва. Проте, вивчення проблем конкурентоспроможності підприємств, які формують систему товарообігу, в тому числі і дистриб'юторів, недостатньо. На сьогоднішній день не існує розробленого комплексного підходу до забезпечення конкурентоспроможності дистриб'юторів, що враховує специфіку такої діяльності. Вивчення літератури дозволило виявити окремі елементи рішення зазначеної проблеми, але показало необхідність їх адаптації та систематизації для використання в сфері дистрибуції. Актуальність і недостатня розробленість зазначених питань, їх значущість для української економіки визначили вибір напрямку даного дослідження.

Мета дослідження полягає в аналізі та узагальненні особливостей стратегії міжнародної конкурентоспроможності дистриб'юторського підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО» розробити пропозиції щодо її вдосконалення.

Завдання дослідження:

- дослідити сутність та особливості міжнародної конкурентоспроможності дистриб'юторських підприємств;
- узагальнити види стратегій підвищення міжнародної конкурентоспроможності дистриб'юторських підприємств;
- узагальнити методичні підходи до оцінки стратегій підвищення міжнародної конкурентоспроможності дистриб'юторського підприємства;
- здійснити аналіз зовнішньоекономічної діяльності дистриб'юторського підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО»;
- проаналізувати міжнародну конкурентоспроможність дистриб'юторського підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО»;
- провести оцінку ефективності стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «ЦЕТЕХНО»;
- запропонувати шляхи та розробити план з вдосконалення стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «ЦЕТЕХНО».

Об'єктом дослідження є процес розробки і вдосконалення стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності дистриб'юторського підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО».

Предметом дослідження є теоретичні основи та організаційно-економічні рішення щодо вдосконалення стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності дистриб'юторського підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО».

Методи дослідження: У кваліфікаційній роботі бакалавра використано загальнонаукові та спеціальні методи: узагальнення та синтезу, порівняльного, статистичного та економічного аналізу, економіко-математичні методи, SWOT-аналіз. Робота здійснена з використанням офісного пакету MS Office – Microsoft Excel.

Інформаційною основою дослідження є монографічна та наукова література, Інтернет-джерела, статистична інформація Державної служби статистики України та Міністерства економіки, внутрішня звітність ТОВ «ЦЕТЕХНО».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (43 найменування) та 2-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 72 сторінки. Основний зміст викладено на 58 сторінках. Робота містить 17 таблиць, 7 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи опубліковано тези: Мартиненко В.В. «Сутність та види підвищення міжнародної конкурентоспроможності дистриб'юторського підприємства» // Збірник наукових робіт за підсумками студентської дистанційної науково-практичної конференції «Минуле, Сучасне, Майбутнє», Випуск 11. Одеса: ОНЕУ, 2021. – 243-247 с.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЙ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДИСТРИБ'ЮТОРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА» розглядаються особливості міжнародної конкурентоспроможності дистриб'юторських підприємств, сутність та види стратегій підвищення міжнародної конкурентоспроможності дистриб'юторського підприємства, методи оцінки стратегій підвищення міжнародної конкурентоспроможності дистриб'юторського підприємства.

У другому розділі «АНАЛІЗ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДИСТРИБ'ЮТОРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ЦЕТЕХНО»» проаналізована зовнішньоекономічна діяльність дистриб'юторського підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО», проведена оцінка міжнародної конкурентоспроможності дистриб'юторського підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО» та оцінка ефективності стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності дистриб'юторського підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО».

У третьому розділі «ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДИСТРИБ'ЮТОРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ЦЕТЕХНО»» Запропоновано напрями вдосконалення концепції міжнародного маркетингу та логістики дистриб'юторського підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО», розроблен план реалізації стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності дистриб'юторського підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО».

ВИСНОВКИ

Таким чином, вибір дистриб'юторів для компанії-виробника є надзвичайно важливим кроком, оскільки в ролі представника компанії дистриб'юторська компанія здійснює просування і організацію збуту на так званій контрактній території, виробник при підписанні дистриб'юторського контракту втрачає привілейовані повноваження на контрактній території та іноді дає можливість дистриб'юторській компанії ексклюзивне право на збут продукції, дистриб'юторські відносини встановлюються на конкретний і зазвичай досить великий період часу, в період дії дистриб'юторського договору між дистриб'ютором і виробником (постачальником) найчастіше виникають тісні партнерські зв'язки. Оскільки останній зацікавлений в збільшенні збуту продукції, дистриб'ютор виявляє всебічне сприяння — навчання персоналу дистриб'ютора, інформаційна та рекламна підтримка, збут продукції супроводжується обмеженням свободи дій дистриб'юторського підприємства, в тому числі, зобов'язанням утримуватися від конкуренції (майже в усіх випадках збут товарів дистриб'юторське підприємство здійснює під певними товарними знаками та логотипами виробника). Існує сім основних груп стратегій, що найчастіше використовуються дистриб'юторськими підприємствами: стратегія лідерства на основі низьких витрат, стратегія диференціації, стратегія концентрації на ринковій ніші, стратегія найкращої вартості, стратегія фокусування, стратегія оперативного реагування, стратегія інновації. Вибір тієї чи іншої стратегії залежить від наявних конкурентних переваг у підприємства та специфіки діяльності. Для оцінки стратегій використовують якісні, кількісні та комбіновані методи. Дистриб'юторські підприємства можуть використовувати — описову оцінку, класифікацію, порівняння по парах, рейтингову оцінку, оцінку по вирішальній ситуації, «360 градусів». Мета використання будь-якого методу оцінки полягає в тому, щоб розрахунковим шляхом визначити стратегію, яка буде найбільш ефективною для підприємства. Для правильної оцінки стратегії організація повинна використовувати методи оцінки, що відповідають одному або 3 декільком з даних підходів. Організація повинна використовувати такі методи оцінки, які доречні в даних обставинах і для яких доступні дані, достатні для оцінки стратегії, та при цьому дозволяють максимально використовувати релевантні вихідні дані та звести до мінімуму використання неспостережуваних вихідних даних. В деяких випадках буде доречним застосування одного методу оцінки, в інших випадках доречним буде застосування декількох методів оцінки. ТОВ «ЦЕТЕХНО» утворено і діє з 2000 р. В даний час основним напрямком діяльності підприємства є здійснення дистриб'юторської діяльності. Підприємство діє на основі вимог законодавства України та інших країн, існує також значна маса договорів різного характеру з підприємствами. ТОВ «ЦЕТЕХНО» є одним із лідером на українському ринку, ексклюзивно компанія є дистриб'ютором MEIZU, Doogee, Withings, Inmotion, BRAVIS, LENOVO та інші ТМ. Підприємство отримує прибуток шляхом здійснення комерційної діяльності у галузі імпорту та продажу продукції. На сьогодні активними клієнтами та партнерами компанії є фізичні та юридичні особи, приватні компанії з понад 10 країн світу. Ключовими імпортними партнерами компанії є Китай, США, Німеччина, Польща, Туреччина. Для подальшого ефективного функціонування на міжнародному ринку, підприємству рекомендується приділити увагу своїй міжнародній маркетинговій діяльності та звернути увагу на міжнародну логістику. Саме це повинно стати напрямками підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Обрана стратегія підвищення міжнародної конкурентоспроможності дистриб'юторського підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО» є цілком ефективною враховую світову кризу та

ситуацію міжнародному ринку. Враховуючи перспективність компанії та темпів її зростання, за умовою подальшого розвитку та впровадження заходів для підвищення міжнародної конкурентоспроможності, «ЦЕТЕХНО» має всі необхідні ресурси та умови для того, щоб лідером на міжнародному ринку дистриб'юторських підприємств. Шляхами для вдосконалення концепції міжнародного маркетингу та логістики дистриб'юторського підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО» є — підтримка існуючих статусів та вдосконалення статусів з провідними постачальниками, 4 розширення кількості постачальників більш бюджетного обладнання, організація тренінгів, семінарів спільно з вендорами, участь у міжнародних форумах/виставках, організація курсів англійської мови для працівників, проведення тестів для підтвердження рівню, організація семінарів спільно зі споживачами та постачальниками, реклама результатів діяльності підприємства (історія успіху), наявність на підприємстві демонстраційних стендів, розсилки на споживачів, публікація результатів успішних проектів у ЗМІ, удосконалення функціональної підсистеми системи логістики ТОВ «ЦЕТЕХНО», переведення більшої частини реалізації товару на транзитну форму постачання, розширення використання однорівневих непрямих каналів закупівель для поставок, переклад поставок від виробників і посередників на централізоване постачання на основі комбінування систем «Точно в термін» і «Електронно інформаційної комунікації між постачальником і споживачем», впровадження системи TMS, для ефективної організації управління транзитними поставками, впровадження системи централізованого згрупованого управління логістичною системою. Основними пропозиціями по плану реалізації стратегії є виконання завдання по рівню важливості з показниками ступеню готовності конкретних заходів чи завдань. Рівень «повна готовність», «часткова готовність», «неготовність».

АНОТАЦІЯ

Мартиненко Віра Віталіївна, «Стратегія підвищення міжнародної конкурентоспроможності дистриб'юторського підприємства (на прикладі ТОВ «ЦЕТЕХНО»)».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародна економіка», - Одеський національний економічний університет – Одеса, 2021 рік.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є процес розробки і вдосконалення стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності дистриб'юторського підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО».

У роботі розглядаються теоретичні основи та організаційно-економічні рішення щодо вдосконалення стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності дистриб'юторського підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО».

Проаналізовано основні складові міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «ЦЕТЕХНО», узагальнено чинники, що впливають на її стан та формування, проаналізовано міжнародну конкурентоспроможність ТОВ «ЦЕТЕХНО».

Запропоновано напрями підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «ЦЕТЕХНО», зокрема за рахунок міжнародного маркетингу та удосконалення логістичної складової.

Ключові слова: міжнародна конкурентоспроможність дистриб'юторського підприємства, ТОВ «ЦЕТЕХНО», зовнішньоекономічна діяльність підприємства,

чинники міжнародної конкурентоспроможності, міжнародний маркетинг, організація міжнародної логістики.

ANNOTATION

Martynenko Vira Vitaliivna, "Strategy for increasing the international competitiveness of the distribution company (on the example of "TSETECHNO" LLC)".

Qualification work for a bachelor's degree in specialty 292 "International Economic Relations" according to the educational program "International Economics", - Odessa National University of Economics - Odessa, 2021.

The bachelor's thesis consists of three sections. The object of research is the process of developing and improving the strategy of increasing the international competitiveness of the distribution company LLC "TSETECHNO".

The paper considers the theoretical foundations and organizational and economic solutions of the decision to improve the strategy of increasing the international competitiveness of the distribution company LLC "TSETECHNO".

The main components of the international competitiveness of TSETECHNO LLC are analyzed, the factors influencing its condition and formation are generalized, the international competitiveness of TSETECHNO LLC is analyzed.

The directions of increase of the international competitiveness of TSETECHNO LLC are offered, in particular at the expense of the international marketing and improvement of a logistic component.

Keywords: international competitiveness of the distribution company, TSETECHNO LLC, foreign economic activity of the enterprise, factors of international competitiveness, international marketing, organization of international logistics.