

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
д.е.н., проф. Козак Ю.Г.

“ ___ ” _____ 2016 р.

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

«Перспективи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності великого промислового підприємства (на прикладі ПАТ «Одескабель»)»

Виконавець

студентка факультету міжнародної економіки
Іщук Христина Віталіївна

Науковий керівник

к.е.н, доцент кафедри МЕВ Уханова Інна
Олегівна

(науковий ступінь, вчене звання)

Одеса 2016

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 ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ» | 30 |
| 2.1. Характеристика зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «Одескабель».. | 30 |
| 2.2. Аналіз чинників, що впливають на зовнішньоекономічну діяльність ПАТ «Одескабель» на світовому ринку промислових товарів..... | 36 |
| 2.3. Аналіз ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «Одескабель»..... | 41 |
| Висновки до розділу 2..... | 54 |
| РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ»..... | 55 |
| 3.1. Впровадження онлайн-системи відстеження показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності..... | 55 |
| 3.2. Розробка заходів щодо оптимізації збутової діяльності підприємства на зовнішніх ринках | 61 |
| 3.3. Збільшення ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства за рахунок зменшення накладних витрат..... | 67 |
| Висновки до розділу 3..... | 69 |
| ВИСНОВКИ..... | 71 |
| Список використаних джерел..... | 74 |
| Додатки..... | 79 |

ВСТУП

Стратегічно важливою галуззю української економіки, однією з основ зміцнення її конкурентоспроможності в контексті пріоритетів національного розвитку є вітчизняне виробництво кабелю. Виробництво кабелю представляє собою один із видів наукоємної продукції 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. Дотримуючись нової парадигми глобальної економіки на міжнародному ринку наукоємної продукції, її виробники змушені підвищувати рівень своєї бізнес-компетенції.

Аналіз світового досвіду, прогноз та об'єктивна оцінка конкурентів серед підприємств-виробників кабельної 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 кабельної 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 зовнішньоекономічну діяльність підприємства ПАТ «Одескабель»;
- проаналізувати ефективність організації та здійснення зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «Одескабель»;
- розробити пропозиції та практичні заходи щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «Одескабель».

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 нормативно-правові документи, офіційно опублікована статистична інформація, матеріали монографічної та періодичної літератури, звітна інформація ПАТ «Одескабель», власні аналітичні розрахунки.

Результати дослідження можуть бути використані ПАТ «Одескабель» з метою підвищення ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності на світовому ринку, а також іншими підприємствами-виробниками кабельної 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 конкурентоспроможністю 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 кабелю України на прикладі конкретного підприємства.

Представлена дипломна робота була присвячена перспективам підвищення ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства на прикладі ПАТ «Одеськабель».

В першому розділі розглянуто сучасні концепції міжнародної економічної діяльності. Була розглянута специфіка діяльності, зроблено акцент на ефективності здійснення економічної діяльності 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 ПАТ «Одескабель», 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 ПАТ «Одескабель».

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.

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 ПАТ «Одескабель», 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. Безтелесна, Л. Механізм забезпечення сталої конкурентоспроможності великого промислового підприємства [Текст] / Л. Безтелесна, Н. Чигир // Економіст. – 2004. – N 12. – С. 40-44.
2. Козик В., Панкова Л., Даниленко Н. Міжнародні економічні відносини: Навч. посіб. – К: Знання, 2008. - 406 с. (ст.201-223).
3. Ukraine, Country Commercial Guide, U.S. Department of State, Washington, 2004.
4. Бабенко В. Міжнародна економіка. – К.: Основа, 2010. – 184 с. (ст. 65 -76).
5. Безтелесна, Л. Механізм забезпечення сталої конкурентоспроможності великого промислового підприємства [Текст] / Л. Безтелесна, Н. Чигир // Економіст. – 2004. – N 12. – С. 40-44.
6. Конкурентоспроможність: проблеми науки і практики: Монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 248 с. Укр./ рос. мова. ISBN 966-392-096-3.
7. Кротков, А. М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки [Текст] / А. М. Кротков, Ю. Я. Еленева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – N 6. – С. 59-69.
8. Международная экономика: Учебное пособие/Под. ред. Козака Ю.Г. – Киев: ЦУЛ, 2012
9. Міжнародні стратегії економічного розвитку. Навч. посібник./За ред. Козака Ю.Г. – Київ: Освіта України, 2011
10. Міжнародна торгівля. Навч. посібник./За ред. Козака Ю.Г. – Київ: ЦНЛ, 2011
11. Пучко І. В. Роль зовнішньоекономічної діяльності в підвищенні конкурентоспроможності підприємства / І. В. Пучко // Наукова конференція «Європейська наука ХХІ століття» – Тернопільський національний економічний університет, 2011.
12. Вічевич А.М., Максимець О.В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. — Львів: Афіна, 2004. — 140 с.

13. Жук М.В. Комерційні відносини України: розвиток експортного потенціалу: Підручник. — Чернівці: Рута, 2004. — 352 с.
14. Предприятие на внешних рынках: Внешнеторговое дело: Учебник / Под ред. С.И. Долгова, И.И. Кретьева. — М.: БЕК, 1997. — 784 с.
15. Новицкий В.Е. Внешнеэкономическая деятельность и международный маркетинг. — К., 1994.
16. Пешкова Е.П. Маркетинговый анализ деятельности фирмы. Москва-1997. Ось89.
17. Про організаційну структуру ПАТ «Одескабель» [Текст]: положення, затверджене рішенням Правління ПАТ «Одескабель» від 14.03.2011 № 31.1
18. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність / За ред. Ю.Г. Козака — Одеса: Астропринт, 2001. — 200 с
19. Jeannet J.P. Global Marketing Strategies / J.P. Jeannet, H. D Hennessey. — 3rd Edition. — Boston, 1995.
20. Україна на міжнародних ринках – 2007: проблеми та перспективи [Центр Разумкова]. – К., 2008. – 258
21. Міжнародна конкуренція та можливості України в боротьбі за ринки збуту // Україна-business. – 2007. – 16 червня.
22. Сумец А.М., Банюлис Р. Использование метода анализа иерархий для выбора канала распределения продукции // Маркетинговые исследования в Украине №2(15), 2006.
23. Сумец А. , Банюлис Р. Оперативная оценка эффективности маркетингового канала // Маркетинговые исследования в Украине №4(11), 2005.
24. Lin, J./Hildebrand V. (1993): Database Marketing und Computer Aided Selling. — München, 1993.
25. Ромат Е.П. К вопросу об оценке эффективности рекламы // Маркетинг и реклама . — 2001. — №53.
26. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес технології: Монографія. — К.: КНЕУ 2004. — 400 с

27. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємств : навч. посіб. для студ. вузів / Г. М. Дроздова. – К.: Центр навчальної літератури, 2004 – 247 с.
28. Гранкина Н.А, Попов Е.В. Разработка внешнеэкономической стратегии сбыта// www.dis.ru/market/arhiv/2003/3/4.html
29. Семенов Г.А., Станческий В.К., Панкова М.О. Організація і планування на підприємстві: Навчальний посібник. К. Центр навч. літератури, 2006. - 528с
30. Романов А.Н. Маркетинг: учебник/ А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников и др. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2009. - 560 с.
31. Матанцев А.Н. Стратегия, тактика и практика маркетинга/ А.Н. Матанцев - М.: Юристъ, 2010. - 292 с.
32. Антонюк, Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації [Текст] / Л.Л. Антонюк / Монографія. – К. : КНЕУ, 2004, – 273 с.
33. 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
34. Безтелесна, Л. Механізм забезпечення сталої конкурентоспроможності великого промислового підприємства [Текст] / Л. Безтелесна, Н. Чигир // Економіст. – 2004. – N 12. – С. 40-44.
35. Белоусов, В. Л. Анализ конкурентоспособности фирмы [Текст] / В. Л. Белоусов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – N 5. – С. 63-72.
36. 26. Богданова, Л. С. Финансово-экономический анализ в авиастроении [Текст] / Л. С. Богданова, Е.Ф. Ляшко, В. П. Махитько. – Ульяновск: УлГТУ, 2006. – 188 с. – ISBN5-89146-822-0.
37. 27. Борисенко, З.М. Умови економічної конкуренції в Україні [Текст] / З.М. Борисенко // Економіка України. – 2002. – N 10. – С. 4-11.
38. 28. Борисенко, П.А. Проблеми реформування та розвитку авіаційної промисловості України [Текст] / П.А. Борисенко // Економіка та держава. – 2008. – №8. – С. 61-65.

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

40. 30.Бутко, Г.П. Экономическая стратегия управления конкурентоспособностью промышленных предприятий [Электронный ресурс]: диссертация на соискание ученой степени д.э.н. / Г.П. Бутко // Российская государственная библиотека. – Екатеринбург, 2003. – 367 с. – Режим доступа: <http://www.rsl.ru>. – Загл. с экрана.

41. Одягайло Б. Міжнародна економіка: Навч. посіб. – К: Знання, 2006. – 407 с. (ст.137-167).

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

43. Герасимчук В. Міжнародна економіка – К.: Знання, 2009. – 302 с. (ст.91-101).

44. Международная экономика: Учебное пособие/Под. ред. Козака Ю.Г. – Киев: ЦУЛ, 2012

45. Міжнародні стратегії економічного розвитку. Навч. посібник./За ред. Козака Ю.Г. – Київ: Освіта України, 2011

46. Міжнародна торгівля. Навч. посібник./За ред. Козака Ю.Г. – Київ: ЦНЛ, 2011

47. Економічне управління підприємством: навч.посіб./ [Н.М. Євдокимова, Л.П. Батенко, В.А.

48. Верба О.О.Кизенко та ін.] ; за заг.ред. Н.М.Євдокимової. – К.: КНЕУ, 2011. – 327с.

49. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: Підручник. – К.: КНЕУ, 2003. – 948 с

50. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: Навч.-метод.посіб. для самост.вивч.дисц. – К.: КНЕУ, 2005. – 236 с. 38. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнестехнології

51. Белоусов В.В. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия / В.В. Белоусов// Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена: Научный журнал. – Вып. 85., 2008.

52. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика/ Г.Л. Азоев. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2009. - 386 с.
53. Архипов В. Стратегии выживания промышленных предприятий/ В. Архипов, Ю. Ветошникова // Вопросы экономики. - 2010. - №12. - С. 139-142.
54. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков - М.: Финпресс, 2013. - 112с.
55. Дугельский А.П. Реформирование организационных структур производства / А.П. Дугельский // ЭКО. - 2012. - №9. - С. 120-134.
56. Еленева Ю.Я. Разработка и внедрение системы обеспечения конкурентоспособности в комплексе "предпринимательское дело" / Ю.Я. Еленева // Маркетинг в России и за рубежом. - 2010. - №8. - С. 14-27.
57. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования/ В.С. Ефремов. - М.: Финпресс, 2013. - 192с.
58. Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие / Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников. - Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. - 192 с.
59. 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.
60. Курский В.А. Подход к планированию эволюционного развития предприятия в конкурентной среде / В.А. Курский // Финансы и кредит. 2010. - № 12. - С. 29-32.
61. Курс экономики: учебник/ под ред. Б.А. Райзберга. - М.: Инфра-М, 2011. - 716с.
62. Лунев В.Л. Тактика и стратегия управления фирмой/ В.Л. Лунев - М.: Финпресс, 2010. - 356 с.
63. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г. Управление конкурентоспособностью Издательство: Омега-Л, Год: 2009, 328 стр.
64. Мильгром Д.А. Оценка конкурентоспособности экономических технологий/ Д.А. Мильгром // Маркетинг в России и за рубежом. - 2013. - №2. - с. 44-57.