

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Середній бізнес у міжнародних торговельних відносинах
(на матеріалах ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства», м. Київ)

Студента 2 курсу, 1м групи,
спеціальності 051 «Економіка»
спеціалізації «Міжнародна
економіка»

Тарана Олександра
Артуровича

_____ *підпис*

Науковий керівник
кандидат економічних наук

Карпенко Марина
Олександрівна

_____ *підпис*

Гарант освітньої
програми
кандидат економічних наук,
професор

Кудирко Людмила
Петрівна

_____ *підпис*

Київ 2019

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ СВІТОВОГО РИНКУ ДИТЯЧИХ ТОВАРІВ	7
1.1. Аналіз світового ринку дитячих товарів.....	7
1.2. Аналіз фінансово-економічної діяльності на матеріалах ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства».....	16
Висновки до розділу 1.....	24
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ТОРГОВИЙ ДІМ «СТИЛЬ ДИТИНТСВА» НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ	26
2.1. Аналіз зовнішнього середовища ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства».....	26
2.2 Оцінка ефективності міжнародних торговельних відносин ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на зовнішньому ринку.....	31
Висновки до розділу 2.....	37
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН ТОВ «ТОРГОВИЙ ДІМ «СТИЛЬ ДИТИНТСВА»	38
3.1. Обґрунтування заходів щодо підвищення ефективності міжнародних торговельних відносин ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства».....	38
3.2 Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства».....	43
Висновки до розділу 3.....	52
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58
ДОДАТКИ	62

ВСТУП

На сьогоднішній день одним із найважливіших факторів формування ефективних економічних відносин в усьому світі є міжнародна торгівля, тобто загальний обіг товарів, послуг та фінансів між країнами. Її роль постійно зростає в умовах переходу від інтернаціоналізації до глобалізації економічного життя та приводить до динамічного збільшення рівня глобального ВВП та появи нових робочих місць. Міжнародні торговельні відносини дають можливість Україні значно розширити свої межі та можливості споживання та виробництва, стимулюючи тим самим економічне зростання. В таких умовах відкритості та інтеграції зовнішньоторговельних моделей і тенденцій міжнародної торгівлі, роль участі вітчизняних підприємств та організацій у зовнішньоторговельній діяльності стає надзвичайно ваговою.

Формування глобальної конкуренції на міжнародній арені дає великі потенційні можливості для українських компаній вільно діяти по всьому простору світової економічної системи. Це тим більше важливо в тому плані, що експортно-орієнтована модель розвитку економіки держави сприяє виходу на світові ринки української продукції як вагомому чиннику економічного зростання України. В умовах потенційного зростання вітчизняного національного виробництва вже фактично його третина опосередковується впливом зовнішньоекономічних відносин. Зростає і роль гнучкої, динамічної та виваженої комплексної державної політики в сфері зовнішньоекономічних відносин, особливо стосовно діяльності малих та середніх підприємств на закордонних ринках.

Основні тенденції сучасного розвитку міжнародної торгівлі вказують, що саме середні підприємства найкраще виходять та оптимально працюють на зовнішніх ринках завдяки своїй мобільності та здатності пристосовуватися до

жорстких умов зовнішньоекономічної конкуренції. В таких умовах саме середній бізнес має змогу найбільш повно і ефективно працювати на зовнішньоекономічних ринках. Тому постає нагальна необхідність ґрунтовного аналізу проблематики діяльності малого та середнього бізнесу на транскордонних торговельних ринках.

Актуальність роботи полягає в необхідності дослідження можливостей та переваг середнього бізнесу у галузі виробництва дитячих іграшок в зовнішньоекономічних відносинах, враховуючи її особливості та існуючу кон'юнктуру ринку.

Аналіз рівня розробленості теми. Дослідження проблематики участі середніх підприємств у міжнародних торговельних відносинах було і є предметом численних досліджень як зарубіжних, так і вітчизняних науковців, а також є предметом активного обговорення в сучасних економічних та політичних колах України та всього світу. Активно займалися вивченням даного питання такі відомі вчені, як Р.В. Добжанський, Т.В. Кальченко, В.В. Ковалевський, Ю.Г. Козак, Н.С. Логвінова, В.І. Ляшенко, Дж. Майер, В.М. Осипов, Н.В. Притула, Л.П. Петрашко, Т.А. Пугель, В.В. Рокоча, Л.В. Руденко, Т.М. Циганкова, Ю.І. Євдокимова та ін.

Метою є аналіз механізму включення середнього бізнесу у міжнародних торговельних відносинах.

Виходячи з поставленої мети дослідження, нами були визначені наступні **завдання**:

- проаналізувати сучасний стан світового ринку дитячих іграшок на закордонних ринках;
- дослідити основні аспекти фінансово-господарської діяльності ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» та зробити висновки щодо його поточного фінансово-господарського стану;
- оцінити наявні та потенційні можливості, переваги і недоліки ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» в процесі його діяльності на закордонних ринках;

- розробити комплексну програму участі «Торговий дім «Стиль Дитинства» у міжнародних торговельних відносинах;
- здійснити прогноз оцінки ефективності запропонованої програми.

Об'єктом дослідження є процес включення середнього бізнесу в міжнародних торговельних відносинах.

Предметом дослідження є комплекс загальнотеоретичних, науково-методичних та практичних підходів щодо зовнішньоторгівельної діяльності підприємства по виробництву дитячих іграшок ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»

Методи досліджень. В роботі використовувались методи наукових досліджень:

- методи синтезу та аналізу отриманої інформації;
- економіко-статистичні та математичні методи для проведення практичних розрахунків ефективності діяльності досліджуваного підприємства;
- метод графічного моделювання, що застосовувався для наочного представлення отриманих в ході роботи результатів досліджень;
- метод експертних оцінок для об'єктивної оцінки якісних характеристик продукту;
- структурно-логічний та аналітичний методи для обґрунтування ефективності прогнозів і пропозицій діяльності досліджуваного підприємства;
- методи узагальнення та систематизації отриманих результатів.

Науково-практична новизна отриманих результатів. Незважаючи на достатню висвітленість проблематики участі середнього бізнесу України у міжнародних торговельних відносинах, безпосередньо рівень виходу на закордонні ринки вітчизняних підприємств, особливо по виробництву дитячих іграшок, був вкрай низький. Тому наукова новизна даного дослідження полягає в розробці та методичному обґрунтуванні підходів до аналізу участі вітчизняного середнього бізнесу у міжнародних торговельних відносинах.

Практичне значення роботи полягає в можливості використання отриманих в ході дослідження результатів в практиці ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» та інших підприємств даної галузі.

Апробація результатів роботи. За матеріалами даної роботи була написана стаття: Таран О.А. Розвиток середнього бізнесу в Україні// Збірник наукових статей «Міжнародна економіка. Частина 2». – Київ: Київським національним торговельно-економічним університетом, 2019. – с. 56-58.

Структура та обсяг випускної кваліфікаційної роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається з трьох розділів, списку джерел із 41 найменувань, додатків.

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ СВІТОВОГО РИНКУ ДИТЯЧИХ ТОВАРІВ

1.1 Аналіз світового ринку дитячих товарів

За останні десятиліття світ зазнав значних змін. Посилення конкуренції, розвиток технологій, поява інноваційних продуктів - все це викликає необхідність для пошуку виробникам нових ринкових ніш і напрямків діяльності. Демографічні зміни породили справжній вибух на ринку товарів і послуг для дітей. Діти отримали можливість величезного впливу у всіх сферах споживчого ринку - від покупки товарів і продуктів в супермаркетах до світу моди і кінематографа. Ринок дитячих товарів відкрив шлях до значного джерела доходів, який оцінюється мільярдами доларів.³¹ Діти представляють собою одну з найбільш привабливих категорій споживачів. Виробництво і продаж товарів для дітей у всьому світі є досить прибутковими. Незважаючи на те, що дітям, як відомо, купується «все краще», існує ще і об'єктивний фактор підвищеної прибутковості даного ринку: дитина постійно зростає, її інтереси і смаки змінюються, таким чином, одяг, взуття, іграшки доводиться оновлювати практично кожен сезон.

Дитина - це клієнт одночасно трьох ринків: товарів безпосередньо дитячого споживання (продукти харчування, комп'ютерні розваги, іграшки), товарів для дорослих (на вибір яких він щодня впливає) і майбутнього ринку, який він буде визначати, коли сам стане дорослим.

Як свідчать маркетингові дослідження, сучасний світовий ринок дитячих товарів є одним з найдинамічніших: його річне зростання знаходиться на позначці 15-25%. Максимальні показники обсягів виробництва і продажу припадають на наступні основні сегменти - дитяче харчування, одяг, іграшки, взуття, 65% витрат становлять харчування і одяг.

Світовий ринок дитячих товарів поділяється на сегменти, кожен з яких є самостійною частиною зі своєю специфікою і законами. У 2013 році структура світового ринку дитячих товарів виглядала наступним чином (Рис. 1.1)

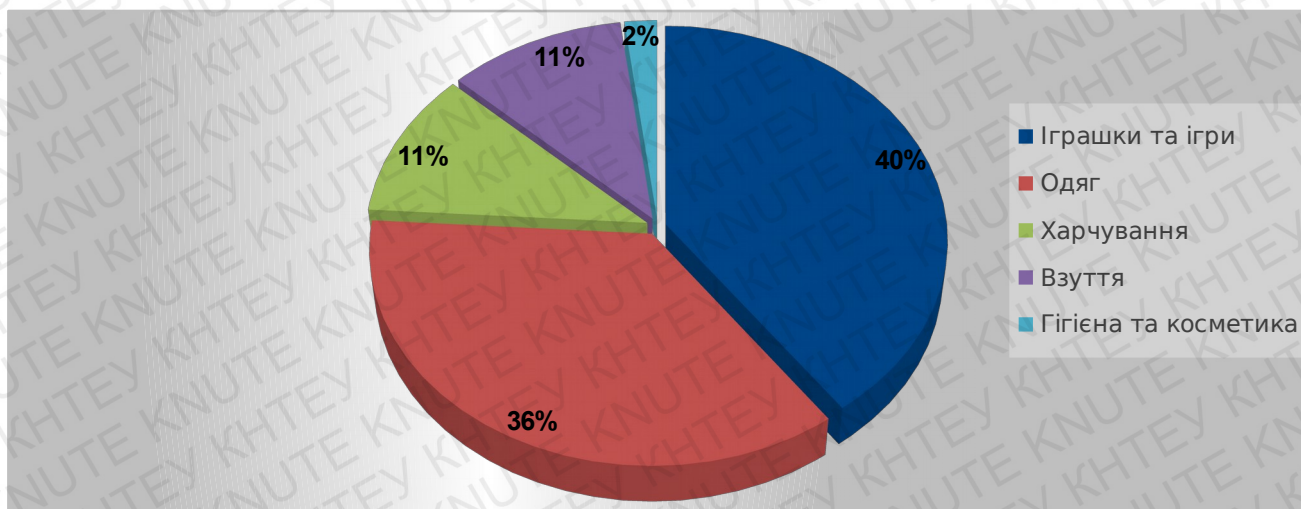


Рис 1.1 Товарна структура світового ринку дитячих товарів,%
Джерело: складено на основі [34]

На думку експертів, світове виробництво дитячих товарів найменше постраждало під час кризи у порівнянні з іншими галузями. Обсяг ринку в грошовому вимірі скоротився на 2%, при цьому китайські експортери, навпаки, посилили свої позиції, продемонструвавши зростання продажу на 4%.

За підсумками 2015 року світовий ринок товарів для дітей оцінюється в 412 млрд. доларів, та згідно з прогнозами, до 2020 року він може зрости до 609 млрд. доларів (Рис.1.2).

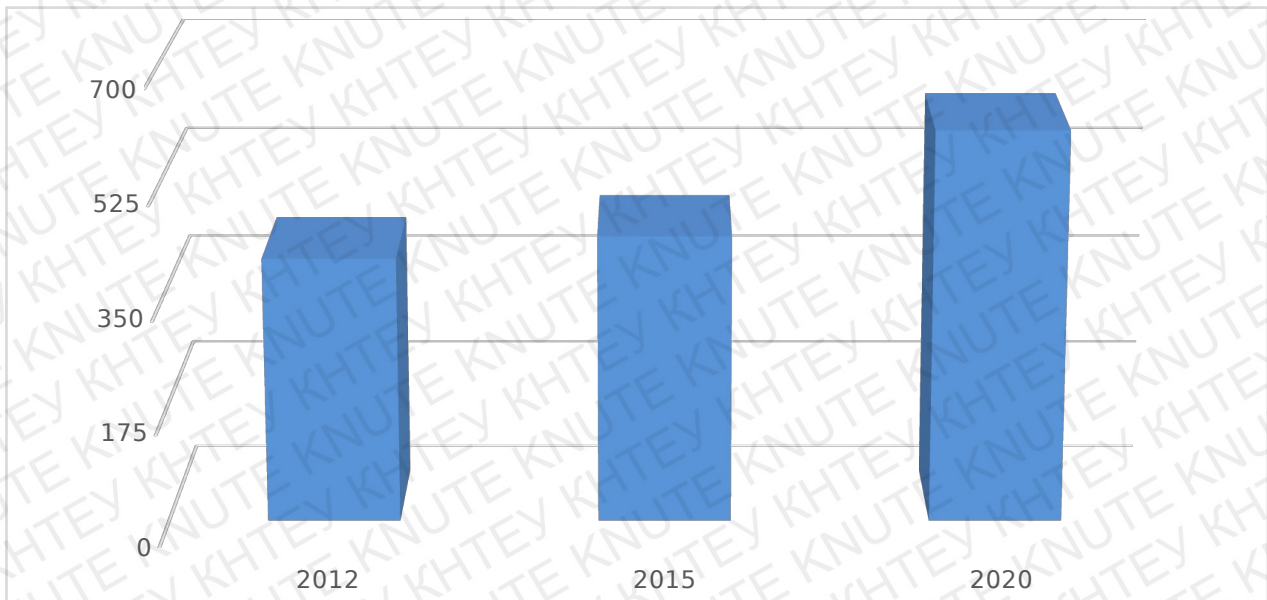


Рис 1.2 – Динаміка обсягів світового ринку дитячих товарів (млрд. дол. США)
Джерело: складено на основі [35]

На сьогоднішній день, в період посткризового відновлення, найскладнішу ситуацію на світовому ринку дитячих товарів можна спостерігати в сегменті преміум класу, особливо в секторі іграшок та одягу. Найстабільнішим і перспективним, на думку експертів, в найближчому майбутньому стане сегмент дитячого та дієтичного харчування, який є високоприбутковим і інвестиційно привабливим бізнесом у всьому світі. Обсяг світового ринку продуктів дитячого харчування в 2016р. оцінювався експертами в 38,2 млрд. дол. США, в 2017 році його вартість перебувала на рівні 41,5 млрд. дол. США, до 2017 року - згідно з прогнозами, ринок може досягти позначки 63,7 млрд.дол.США. Показовою на світовому ринку є тенденція домінування продажу дитячого харчування через мережі фірмових магазинів, на даний канал дистрибуції припадає 70% реалізації. Слід зазначити, що в багатьох країнах, що розвиваються, країнах колишнього СРСР торгівля продукцією для немовлят здійснюється в супермаркетах або фарммаркетах.

До негативних тенденцій в основному відноситься і збільшення частки продукції низькою якістю, а також, контрафактної, неліцензійної продукції, постачальниками якої здебільшого вважаються країни Азії і Китаю орієнтовані на низьку вартість товарів. Найпоширенішим вважається заміна основних компонентів (застосування компонентів з іншим сировинним складом), що

використовуються для виготовлення одягу, взуття, шкарпеткових виробів. Таким чином, підприємці ухиляються від реєстрації нормативних документів на товари для дитячого харчування і реєстрації самих продуктів, що вводить в оману покупців.

Рентабельність виробництва дитячого харчування на світовому ринку наразі складає для продуктів на молочній основі не менше 15-20%, для банкової продукції - 10-15%, для сухих сніданків - 15%. На сучасному етапі світовий ринок дитячого харчування розділений між кількома лідерами (Nestle - 19%, Bristol-myers - 15%, Abbott Laboratories - 11%, Novartis - 8%, Numico - 7%, Heinz - 6%, Wyeth - 4%, Danon - 3%, Інші - 27%), продукція яких вже завоювала прихильність покупців. Новим виробникам досить важко вийти на даний сегмент. Обсяг світового ринку дитячого харчування в 2012 році склав 28 млрд. євро (в роздрібних цінах), використовуючи дані щорічного звіту компанії «Nestle» (рис. 1.3).

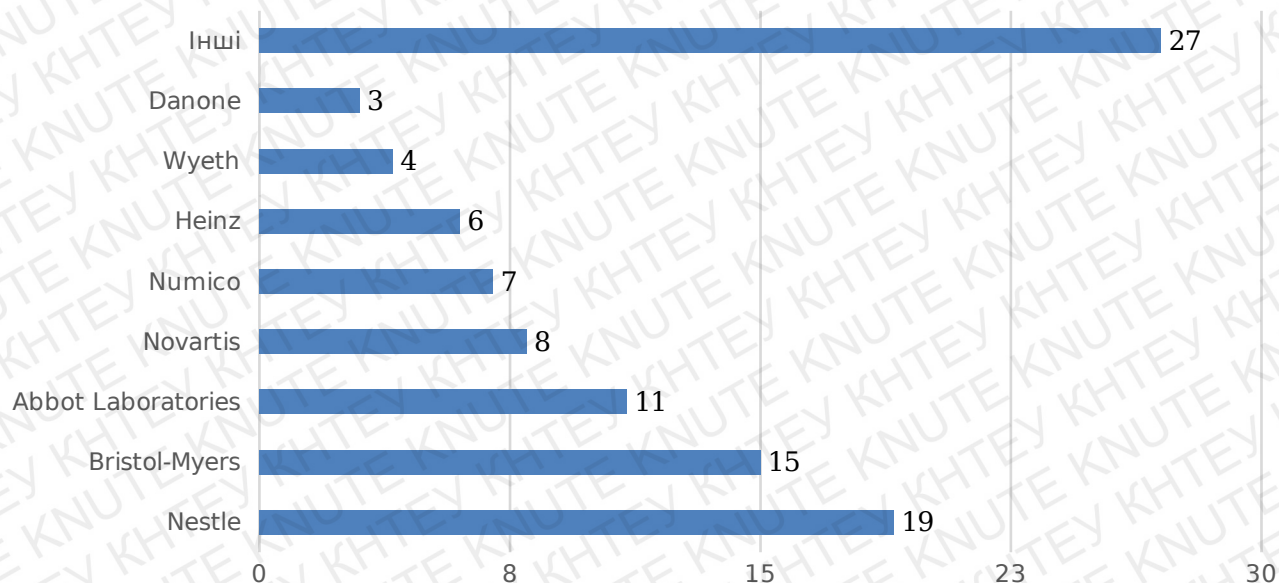


Рис 1.3 - Лідери світового ринку дитячого харчування,%
Джерело: складено на основі [15]

Другим за значимістю перспективним сегментом є сегмент середнього і верхнього мас-маркету дитячих речей, де вартість товарів коливається у межах 20-50 \$. Саме ця частка ринку наразі характеризується найбільш інтенсивною конкурентною боротьбою між світовими лідерами і брендами. Торгівля дитячим

одягом приносить підприємцям прибуток близько 500 млн.дол в рік. З'явилися бренди, що орієнтовані на дітей. Влаштовуються виставки дитячої моди та покази колекцій дитячого одягу, маркетологи розробляють стратегії вивчення попиту на ринках дитячих товарів і послуг з урахуванням дитячої споживацької психології, поширюється мережа дитячих спеціалізованих магазинів.

На третьому місці знаходиться ринок дитячих іграшок, який щороку зростає на 30% і ця тенденція зберігається вже останні три роки. Домінують на світовому ринку іграшок: Китай, його частка за різними оцінками становить від 50 до 60% ринку і Європа, яка займає 25%. У 2016 році загальний імпорт іграшок з країн ЄС склав майже 7 млрд. євро. В цьому ж році в ЄС було вироблено іграшок на 5 млрд. євро; роздрібні продажі склали більше 1 млрд. євро.³⁶

В контексті посткризового відновлення та появи нових імпульсів, розглянемо основні тенденції, характерні для сучасного світового ринку дитячих товарів. Слід зазначити, що як і в будь-якому процесі, дані тенденції мають як позитивний, так і негативний аспект. Отже, до позитивних напрямків розвитку можна віднести наступні:

1. Маркетингові дослідження свідчать про те, що визначальними факторами на світовому ринку дитячих товарів, які впливають на прийняття рішення про покупку, є країна - виробник товару та популярність марки. Даний підхід стосується всіх сегментів, починаючи від іграшок, товарів для новонароджених, харчування і закінчуючи дитячим одягом і взуттям, і характеризує зростання культури споживання. Перспективи розвитку світового ринку дитячих товарів більшість експертів пов'язують з якісною продукцією середньої цінової категорії.

2. Науково-технічний прогрес стимулює процеси впровадження нових технологій у виробництво товарів для дітей, які характеризуються більшою економічністю, ефективністю і безпекою, також особлива увага зосереджується на розвитку реабілітаційних і підтримуючих технологій.

3. Розробка нових матеріалів виробництва, в тому числі композитних і наноматеріалів, що дозволяють дотримуватися усіх екологічних вимог. На сьогодні світовий ринок дитячих товарів почав активно формувати екологічні

інновації, пов'язані з виробництвом високоякісної і безпечної продукції для дітей (продуктів харчування, іграшок, одягу і т.д.) в контексті впровадження і використання міжнародних стандартів екологічного виробництва (ISO 14000, 14001, 14024 і т.д.). Також слід зазначити, що перспективним напрямком розвитку світового ринку дитячих товарів є екологічне маркування. Це дозволить усім зацікавленим сторонам представляти гарантії того, що екологічна оцінка товару, що купується відповідає встановленим міжнародним вимогам. В результаті впровадження подібні інновації значно полегшать умови міжнародної торгівлі.

4. Інтеграція технологій у віртуальне середовище і як наслідок значне зростання частки інтернет-торгівлі дитячими товарами.

Негативні тенденції, в більшості своїй, пов'язані з поширенням і збільшенням частки низькоякісної, контрафактної, неліцензійної продукції, постачальниками якої в основному є країни Азії та Китай орієнтовані на низький ціновий діапазон. Зокрема, з 2008 року на світовому ринку збільшилася частка дитячих товарів, так званого тривалого зберігання (наприклад, сухі молочні суміші з терміном зберігання 2-2,5 року) з концентратами, барвниками і консервантами.

Зростає кількість фальсифікованих іграшок та одягу, при виробництві яких не дотримуються міжнародні стандарти якості, вимоги маркування продукції, що регламентують обов'язкове введення піктограм із зображенням вигляду використовуваних матеріалів, способів догляду за виробом, найменування підприємства виробника, торговельної марки, розміру виробу і т.д. Найбільш поширеним є заміна основних матеріалів (застосування матеріалів з іншим сировинним складом), які традиційно використовуються для виготовлення одягу, взуття, панчішно-шкарпеткових виробів.

Деякі виробники, бажаючи бути конкурентоспроможними маркують свою продукцію за допомогою різних написів і знаків, наприклад, «натуральна», «екологічно чиста», «вирощений без використання пестицидів», «без консервантів» та інше. Також на ринку зустрічаються виробництва, які маскують

продукти під псевдо-дитячі, розміщуючи на споживчому пакуванні дитячі ілюстрації із зображенням казкових персонажів, дитячих іграшок і т.д., але при цьому маркування не містить інформації про можливість споживання дітьми. Таким чином, виробники ухиляються від реєстрації нормативних документів на продукти дитячого харчування і реєстрації самих продуктів, що вводить в оману споживачів.

В останні роки світовий ринок дитячих товарів активно розвивається. Йому вдалося з мінімальними втратами пережити фінансову кризу 2008 року. Зростанню даного ринку сприяли як позитивна динаміка народжуваності, так і збільшення доходів населення. Широкий асортимент продукції і низька собівартість продукції дозволили Китаю стати фактично монополістом на світовому ринку товарів для дітей. Ключовими тенденціями розвитку даного ринку в майбутньому є впровадження і використання нових технологій і матеріалів, зміщення каналів продажу в бік «цивілізованої» роздроби і інтернет-торгівлі, посилення контролю в частині безпеки, екологічності представленої на ринку продукції.

1.2 Аналіз фінансово-економічної діяльності на матеріалах

ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»

ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» – це офіційний дистриб'ютор дитячих іграшок «Amigo Toys», виробник дерев'яних іграшок, власник роздрібного магазину дитячих товарів в Україні та власного інтернет-магазину. За формою власності ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» є товариство з обмеженою відповідальністю .

Головною продукцією є дитячі іграшки та товари для немовлят.

Досліджуване підприємство займається наступними видами діяльності:

- 13.99 Виробництво інших текстильних виробів, н.в.і.у.
- 32.40 Виробництво ігор та іграшок
- 46.41 Оптова торгівля текстильними товарами
- 46.90 Неспеціалізована оптова торгівля

- 47.65 Роздрібна торгівля іграми та іграшками в спеціалізованих магазинах
- 47.99 Інші види роздрібно торгівлі поза магазинами
- 47.91 Роздрібна торгівля що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет

Видами міжнародної економічної діяльності є експорт та імпорт дитячих товарів. Результатом діяльності компанії на сьогоднішній день є добре знаний бренд, як в Україні, так і за її межами. ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» має довготривале співробітництво з партнерами в багатьох країнах.

В теперішній час стратегічними цілями підприємства є розширення асортименту дитячих товарів, збільшення ринків збуту продукції та подальший розвиток з участю в довгострокових виробничих програмах, як в Україні, так і за кордоном.

Задля ґрунтовного розуміння сьогодишнього фінансового стану підприємства необхідно провести комплексне дослідження майнового стану підприємства, результатів його діяльності підприємства на основі звітності за останні 5 років. Для початку потрібно провести аналіз фінансових результатів діяльності підприємства.

Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства відображає кінцевий результат ефективності виробництва й реалізації продукції, підвищення її якості, поліпшення використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів.

Прибуток підприємства утворився за рахунок надходжень від господарської діяльності після відшкодування матеріальних і прирівняних до них витрат на оплату праці. З балансового прибутку підприємства виплачуються відсотки по кредитах банкам і прирівняні до них виплати, а також вносяться податки й інші обов'язкові платежі в бюджет. Чистий прибуток, отриманий після проведених розрахунків, залишається в повному розпорядженні підприємства та направляється на формування фондів або виплату дивідендів учасникам пропорційно до їх частки внеску в статутний капітал підприємства.

Таблиця 1.2

Динаміка фінансових результатів діяльності підприємства

ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» за 2014-2018 роки, тис. грн.

Показники фінансового стану підприємства	2014	2015	Абсолютний приріст	2016	Абсолютний приріст	2017	Абсолютний приріст	2018	Абсолютний приріст	Середній абсолютний приріст
Чистий дохід	13520	13980	460	15330	1 350	16870	1 540	17000	130	870
Фінансовий результат до оподаткування	7250	6970	-280	9270	2 300	11421	2151	11920	499	1167,5
Чистий фінансовий результат	5945	5715,4	-229,6	7601,4	1 886	9365,4	1764	9774,4	409	957,35

Джерело: складено та розраховано автором на матеріалах ТОВ Торговий дім «Стиль Дитинства»

На основі наведених в Таблиці 1.2 даних можна зробити висновок, що в цілому підприємство є прибутковим. Попри прибутковість фірми, середній абсолютний приріст чистого фінансового результату за досліджуваний період становить 957,35 тис.грн. Якщо розглядати кожний рік окремо, спостерігається збільшення прибутку підприємства в 2015, 2017 і 2018 роках, навіть попри значне зростання чистого доходу в ці роки. Такий парадокс став можливим через значне збільшення собівартості продукції.

Аналіз майнового стану підприємства дає можливість визначити основні тенденції зміни вартості й структури активів і пасивів організації. Аналіз майнового стану підприємства наведено в Таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Динаміка показників майнового стану підприємства

ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» за 2014-2018 роки, тис.грн.

Показники майнового стану підприємства	31.12.2014	31.12.2015	Абсолютний приріст	31.12.2016	Абсолютний приріст	31.12.2017	Абсолютний приріст	31.12.2018	Абсолютний приріст	Середній абсолютний приріст
--	------------	------------	--------------------	------------	--------------------	------------	--------------------	------------	--------------------	-----------------------------

Активи підприємства										
Оборотні активи	54	107	-53	69	38	492,60	-423,6	582	-89,4	358,76
Необоротні активи	20	15	5	10	5	249,2	-239,2	1427,4	1188,2	1 447,4
Пасиви підприємства										
Власний капітал	13 560	12 737	-823	14 776	2 039	15 548	772	15 749	201	547,25
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Поточні зобов'язання і забезпечення	9,5	9,5	0	9,5	0	403	-393,5	606	-203	- 149,12

Джерело: складено та розраховано автором на матеріалах ТОВ «Торговий дім Стиль Дитинства»

З наведених даних таблиць можна зробити висновок, що діяльність ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» є незалежною. Питома вага власного капіталу складає від 77 % до 83 % протягом досліджуваного періоду. В цілому спостерігається незмінне активів у 2014 і 2016 роках і їх збільшення в наступні два роки. Пасиви підприємства ж зменшилися внаслідок погашення кредитних зобов'язань. Зростання активів в останні роки спричинено збільшенням дебіторської заборгованості, грошей та їх еквівалентів а також запасів підприємства, зростання ж пасивів спричинено зменшенням нерозподіленого прибутку та кількості короткострокових зобов'язань. Необоротні активи складають менше 1 % активів підприємства, що свідчить про його вкрай високу мобільність. Зауважимо, що подібна ситуація не є критичною для підприємства, що займається експортною діяльністю.

Таблиця 1.4

Динаміка показників ліквідності підприємства

ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» за 2014-2018 роки, тис. грн.

Аналіз ліквідності підприємства		31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018	Середнє значення
Коефіцієнт загальної ліквідності (покриття)	>1	9,10	9,10	36,63	87,55	9,00	15,09
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,2-0,4	5,46	4,83	19,35	12,77	3,44	5,3
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0,1	3,28	2,60	13,51	9,03	0,96	3,9
Чистий оборотний капітал, тис. грн	>0	44,5	97,5	3452,5	2390	5194	5984,5

Джерело: складено та розраховано автором на матеріалах ТОВ «Торговий дім Стиль Дитинства»

Базуючись на підрахунках коефіцієнтів ліквідності, можна зазначити, що середнє значення кожного показника за досліджуваний період має оптимальне значення, крім коефіцієнта швидкої ліквідності, показники якого починаючи з 2016 року вище норми. Отже, робимо висновок, що ліквідність підприємства ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» є вкрай високою.

Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства здійснюється за даними балансу підприємства, і дає можливість оцінити структуру джерел фінансування ресурсів підприємства, міру фінансової стійкості і незалежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування діяльності. Коефіцієнти платоспроможності та фінансової стійкості ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» розраховані в Таблиці 1.5

Таблиця 1.5

Динаміка показників платоспроможності та фінансової стійкості підприємства

ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» за 2014-2018 роки

<i>Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства</i>	Оптимальне значення або напрям оптимізації	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018	Середнє значення показника
коефіцієнт платоспроможності (автономії, фінансової стійкості)	>0,1	0,78	0,33	0,71	0,43	0,92	0,88
коефіцієнт фінансування	<1	3,46	1,01	35,78	33,87	7,01	13,69
коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	>0,1	0,89	0,11	0,56	0,57	0,55	0,93
коефіцієнт маневреності власного капіталу	>0	0,78	0,1	0,30	0,53	0,55	0,65

Джерело: складено та розраховано автором на матеріалах ТОВ «Торговий дім Стиль Дитинства»

Проаналізувавши значення коефіцієнтів для досліджуваного підприємства за 2014-2018 роки, можна зазначити, що крім коефіцієнта фінансування всі інші показники мають оптимальне значення. Високе значення цього коефіцієнта свідчить про малі ризики в довгостроковій перспективі, проте також вказує на неповне використання потенціалу компанії. В загальному, можна зробити висновок, що платоспроможність досліджуваного підприємства є високою, проте фінансовий потенціал використовується не повністю.

Для визначення рівня ефективності використання виробничих і фінансових ресурсів, які впливають на фінансовий результат діяльності підприємства необхідно провести аналіз ділової активності. Підрахунок коефіцієнтів ділової активності та їх динаміка наведено в Таблиці 1.6

Таблиця 1.6

Динаміка показників ділової активності підприємства
ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» за 2014-2018 роки

<i>Аналіз ділової активності</i>		2014	2015	Абсолютний приріст	2016	Абсолютний приріст	2017	Абсолютний приріст	2018	Абсолютний приріст	Середній абсолютний приріст
коефіцієнт оборотності активів	збільшення	0,32	0,33	0,01	0,21	-0,13	0,22	0,01	0,22	0,00	-0,026

<i>Аналіз ділової активності</i>		2014	2015	Абсолютний приріст	2016	Абсолютний приріст	2017	Абсолютний приріст	2018	Абсолютний приріст	Середній абсолютний приріст
коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	збільшення	111,37	65,67	45,71	82,10	16,44	2,24	-79,87	2,87	0,64	-27,125
коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	збільшення	39,51	21,83	17,68	22,74	0,91	21,16	-1,58	18,41	-2,75	-5,275
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	зменшення	3,23	5,48	2,25	4,38	-1,10	160,96	156,57	125,25	-35,71	30,503
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	зменшення	9,11	16,49	7,38	15,83	-0,66	17,01	1,18	19,55	2,54	2,610
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	збільшення	3,59	1,78	-1,80	1,90	0,11	1,98	0,08	4,17	2,19	0,145
Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача)	збільшення	198,43	158,23	40,20	204,67	46,44	310,94	106,27	734,71	423,77	134,069
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	збільшення	3,36	1,94	-1,43	2,22	0,28	1,98	-0,24	2,41	0,43	-0,238

Джерело: складено та розраховано автором на матеріалах ТОВ «Торговий дім Стиль Дитинства»

Такі коефіцієнти як коефіцієнт оборотності активів, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості та коефіцієнт оборотності власного капіталу мають від'ємний середній темп приросту. Це в свою чергу свідчить про зниження ефективності управління власним капіталом та використання активів, низьку платіжну дисципліну як контрагентів, так і досліджуваного підприємства. Строк погашення дебіторської та кредиторської заборгованості мають додатній середній темп приросту, що є також негативним для підприємства. Такі ж показники як коефіцієнт оборотності основних засобів та матеріальних запасів зростають протягом досліджуваних років. З цього також можна зробити висновок, що ефективність використання запасів підприємства та основних засобів є вкрай високою.

Для розуміння рівня ефективності виробництва, віддачі активів і ступінь використання капіталу у процесі виробництва необхідно провести підрахунок коефіцієнтів рентабельності підприємства. Розрахунок коефіцієнтів рентабельності та їх динаміка зазначені в Таблиці 1.7

Таблиця 1.7

Аналіз рентабельності підприємства ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»
за 2014-2018 роки

Коефіцієнт рентабельності	2014	2015	2016	2017	2018	Відхилення			
						2015/ 2014	2016/ 2014	2017/ 2014	2018/ 2014
Активів	0,17	0,26	0,22	0,01	-0,02	0,09	0,05	-0,16	-0,19
Власного капіталу	0,54	0,62	0,41	0,02	-0,03	0,08	-0,13	-0,52	-0,57
Діяльності	0,05	0,05	0,05	0,07	-0,15	0,01	0,00	0,03	-0,19
Продукції	0,42	0,61	0,35	0,20	0,44	0,19	-0,07	-0,22	0,02

Джерело: складено та розраховано автором на матеріалах ТОВ Торговий дім «Стиль Дитинства»

З огляду на підрахунок коефіцієнтів рентабельності можна відмітити, що всі розраховані коефіцієнти для досліджуваного підприємства мають від'ємний середній абсолютний приріст, отже, рентабельність підприємства поступово знижується. Крім того, через збитки в 2018 році, коефіцієнти рентабельності набули в цьому році від'ємного значення. В загальному, коефіцієнти рентабельності сягають 10-13 %, що є доволі високим показником для підприємства.

Висновки до розділу 1

В першому розділі роботи нами було проведено комплексне дослідження світового ринку дитячих товарів та фінансово майнового стану підприємства ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»

Отже, проаналізувавши ринок дитячих товарів можна зробити наступні висновки:

– головною особливістю ринку товарів для дітей є постійна і жорстка конкуренцією між виробниками різних видів товарів;

– на даний момент на ринку спостерігається поступовий ріст рівня виробництва іграшок та одягу після посткризового підйому.

– продукція ринку представлена багатьма крупними фірмами-лідерами, найбільшими з них є Hasbro, Fisher Price, Chicco, Maisto та Cybex. Проте виробництво іграшок в світі є доволі розгалуженим і представлено багатьма брендами;

– протягом періоду з 2014 по 2018 роки, попит на дитячі товари залишається стабільно зростаючим;

Виходячи з проведених досліджень різних показників фінансово-господарської діяльності підприємства, можна зробити наступні висновки:

- ТОВ «Торговий дім Стиль Дитинства» є офіційним дистриб'ютором товарів Amigo Toys. За формою власності підприємство є товариство з обмеженою відповідальністю;

- основними сферами діяльності підприємства є торгівля дитячими товарами, іграшками, транспорту для дітей та його ремонту;

- за останні 5 років підприємство є прибутковим;

- діяльність ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» є незалежною, спостерігається зростання активів в останні три роки і зменшення пасивів підприємства;

- ліквідність підприємства ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» є вкрай високою;

- платоспроможність досліджуваного підприємства є високою, проте фінансовий потенціал використовується не повністю;

- спостерігається зниження ефективності управління власним капіталом та використання активів, низька платіжну дисципліну як контрагентів, так і досліджуваного підприємства. Також можна зробити висновок, що ефективність використання запасів підприємства та основних засобів є вкрай високою;

показники рентабельності ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» є високими для своєї галузі, проте мають стабільну тенденцію до зменшення.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ТОРГОВИЙ ДІМ «СТИЛЬ ДИТИНСТВА» НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ

2.1 Аналіз зовнішнього середовища ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»

На сьогодні загальний обсяг ринку іграшок в Україні становить близько \$440 млн. Чотирма роками раніше він становив, за різними оцінками, приблизно \$400 млн. Після набуття країною незалежності іграшкову промисловість потіснив імпорту. Якщо у 1994 році на ринку був паритет – кількість українських та

імпортних товарів зрівнялася, то через 10 років частки стали нерівними: 12% українських проти 88% зарубіжних товарів. До 2008-го ця частка стала ще менше – 10 на 90%. Левову частку імпорту на українському ринку іграшок стабільно займає Китай (близько 45% усього обсягу імпорту), за ним йде ЄС (30%), а також Білорусь і Росія (15 і 10% відповідно).

Задля діагностики зовнішнього середовища діяльності ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» нами було обрано PEST-аналіз як такий, що найбільш цілісно і об'єктивно відображає вплив різноманітних за своїм характером факторів на діяльність досліджуваного підприємства. Для проведення оцінювання ми залуцаємо 5 експертів.

Згідно PEST-аналізу всі фактори поділені на 3 групи:

- 1) політичні фактори;
- 2) стан економіки;
- 3) соціально-культурні особливості;

Політичні фактори включають в себе:

- 1) збройний конфлікт на Сході України;
- 2) інтеграція України в ЄС та членство в СОТ;
- 3) стабільна ситуація на головних ринках збуту продукції;
- 4) слабкий рівень підтримки державою галузі;
- 5) високий рівень корупції в державних інституціях та повільний процес впровадження реформ

Економічні фактори включають в себе:

- 1) відкритість європейських ринків для вітчизняної продукції;
- 2) стабілізація національної валюти;
- 3) високі процентні ставки по кредитах в вітчизняних банках;
- 4) вища собівартість продукції конкурентів відносно досліджуваного підприємства;
- 5) сталий попит на продукцію в світі.

Соціальні фактори включають в себе:

- 1) нестача кваліфікованих кадрів в Україні;

- 2) високий рівень освіченості в країні;
- 3) низький рівень заробітної плати в Україні;
- 4) відтік спеціалістів з країни;
- 5) процеси «старіння нації».

Таблиця 2.1

Механізм проведення PEST-аналізу для зовнішнього середовища діяльності
ТОВ «Торговий дім Стиль Дитинства»

Фактор	Вплив фактору	Оцінка експертів						Середня оцінка	Оцінка з урахуванням значущості
Політичні фактори									
Збройний конфлікт на Сході України	1	1	2	1	1	2	1,4	0,02	
Інтеграція України в ЄС та членство в СОТ	1	4	5	3	3	4	3,8	0,07	
Стабільна політична ситуація на головних ринках збуту продукції	3	1	2	2	1	1	1,4	0,02	
Слабкий рівень підтримки державою галузі	3	1	1	2	1	2	1,4	0,03	
Високий рівень корупції в державних інституціях	1	1	1	1	1	1	1	0,01	

Подовження Таблиця 2.1

Фактор	Вплив фактору	Оцінка експертів						Середня оцінка	Оцінка з урахуванням значущості
Економічні фактори									
Відкритість європейських ринків для вітчизняної продукції;	2	3	4	2	4	3	3,2	0,06	
Стабілізація національної валюти;	3	5	5	4	5	4	4,6	0,11	
Високі процентні ставки по кредитам в вітчизняних банках;	3	1	2	1	1	1	1,2	0,02	
Вища собівартість продукції конкурентів відносно досліджуваного підприємства;	2	4	5	4	5	5	4,6	0,10	
Сталий попит на продукцію в світі.	3	2	2	1	2	1	1,6	0,04	
Соціально-культурні фактори									

Нестача кваліфікованих кадрів в Україні;	1	3	4	3	4	3	3,4	0,08
Високий рівень освіченості в країні;	1	1	1	2	2	1	1,4	0,02
Низький рівень заробітної плати в Україні;	2	2	1	1	1	2	1,4	0,03
Відтік спеціалістів з країни;	1	1	2	1	1	2	1,4	0,02
Процеси «старіння нації».	1	2	2	1	1	2	1,6	0,04
Підсумок							34,8	

Джерело: складено та розраховано автором на матеріалах ТОВ «Торговий дім Стиль Дитинства»

На основі проведеного аналізу нами була складена Таблиця 2.2, в якій приведено узагальнений вплив різних факторів з урахуванням їх змін та значущості.

Таблиця 2.2

Зведена таблиця PEST-аналізу

Політичні		Економічні	
Фактор	Значущість	Фактор	Значущість
Збройний конфлікт на Сході України	0,10	Сталий попит на іграшок в світі	0,23
Інтеграція України в ЄС та членство в СОТ СОТ	0,28	Стабілізація національної валюти;	0,33
Стабільна політична ситуація на головних ринках збуту продукції	0,07	Високі процентні ставки по кредитам в вітчизняних банках;	0,06

Продовження Таблиця 2.2

Політичні		Економічні	
Фактор	Значущість	Фактор	Значущість
Слабкий рівень підтримки державою галузі	0,07	Вища собівартість продукції конкурентів відносно досліджуваного підприємства;	0,22
Високий рівень корупції в державних інституціях та повільний процес	0,02	Світові глобалізаційні процеси	0,08
Соціально-культурні		Технологічні	
Фактор	Значущість	Фактор	Значущість
Низький рівень заробітної плати в Україні;	0,07	Використання в світі автоматизованого сучасного обладнання	0,05
Відтік спеціалістів з країни;	0,10	Доступність сучасних технологій через співпрацю з світовими брендами;	0,12

Джерело: складено та розраховано автором на матеріалах ТОВ «Торговий дім Стиль Дитинства»

Базуючись на результатах проведеного PEST-аналізу можна зробити висновки, що серед політичних факторів найбільший вплив на діяльність підприємства має інтеграція України в ЄС та її членство в СОТ. На цьому прикладі можна побачити, як інтеграційні процеси України в світову економіку відкривають нові можливості перед вітчизняними виробниками.

Стосовно економічних факторів найбільший вплив на діяльність підприємства на даний момент має стабілізація курсу національної валюти. Зазначаємо, що спираючись на досвід останніх років, валюта залишиться стабільною на короткий період часу, тому слід звернути особливу увагу саме на курс національної валюти. Іншими двома впливовими факторами є сталий попит на дитячі іграшки в світі та вища собівартість продукції конкурентів відносно досліджуваного підприємства. Обидва фактори є сприяючими для зовнішньоекономічної діяльності досліджуваного підприємства. Найбільший вплив серед соціально-культурних факторів має саме фактор нестачі кваліфікованої робочої сили. Цей фактор є стримуючим для подальшого успішного розвитку підприємства. Також свій високий вплив має і відтік спеціалістів з країни.

2.2 Оцінка ефективності міжнародних торговельних відносин ТОВ

«Торговий дім «Стиль Дитинства» на зовнішньому ринку

Для того щоб оцінити рівень ефективності досліджуваного підприємства нами було прийнято рішення комплексно оцінити ефективність збутової діяльності ТОВ «Торговий Дім Стиль Дитинства» та порівняти якісні характеристики та ціну на головний експортний товар фірми з її іноземними аналогами. На основі цієї оцінки та порівняння можемо зробити висновок про рівень конкурентоспроможності ТОВ «Торговий Дім Стиль Дитинства» на зовнішніх ринках.

Задля оцінки ефективності збуту досліджуваного підприємства ми беремо експортну операцію від 01.10.2018 на постачання дитячих товарів, а саме

дерев'яні іграшки в Німеччину. Необхідні для розрахунків умови договору відображені в Таблиці 2.3

Таблиця 2.3

Умови експортної операції

Найменування товару	Дерев'яна іграшка Машинка Позашляховик Cubika LM-9 (13180)
Країна-імпортер	Німеччина
Ціна за одиницю	195 грн
Загальна кількість	2000
Умови постачання	DAP Штутгарт
Курс НБУ на час здійснення платежів грн/дол.	28,60

Джерело: складено та розраховано автором на матеріалах ТОВ «Торговий дім Стиль Дитинства»

Ціна однієї дерев'яної іграшки на внутрішньому ринку України складає 195 грн. Витрати, пов'язані з експортом та реалізацією товару на внутрішньому ринку України наведено в Таблицях 2.4 та 2.5.

Таблиця 2.4

Витрати пов'язані з експортом іграшок

Витрати на транспортування вантажу	340 дол.
Витрати на навантаження	46 дол.
Витрати на розвантаження в місці призначення	30 дол.
Витрати на страхування	2 %

Джерело: складено та розраховано автором на матеріалах ТОВ «Торговий дім Стиль Дитинства»

Таблиця 2.5

Витрати пов'язані з закупівлею іграшок та їх підготовкою до продажу

Закупівля іграшок	35000
Транспортування іграшок	500

Витрати на оплату праці	2400
Відрахування від ФОП 22%	1872

Джерело: складено та розраховано автором на матеріалах ТОВ «Торговий дім Стиль Дитинства»

Зазначаємо також, що згідно чинного законодавства, мито не сплачується при експорті.

Сукупні витрати на реалізацію іграшок на території України складають 2400 грн на одну партію іграшок.

Для початку слід визначити собівартість. Собівартість іграшок визначаємо за формулою:

$$CB = (V_{зак} + Tr + V_{оп} + V_{фоп}) \quad (2.5)$$

Де $V_{зак}$ – витрати на закупівлю іграшок,

Tr – витрати на транспортування іграшок,

$V_{оп}$ – витрати на оплату праці,

$V_{фоп}$ – відрахування від ТОВ,

Отже, виробнича собівартість іграшок складатиме:

$$CB = (35\,000 \text{ грн} + 500 \text{ грн} + 2\,400 \text{ грн} + 1\,872 \text{ грн}) = 39\,772 \text{ тис. грн.}$$

Додаткові витрати, пов'язані з експортом визначаються як

$$V_{зовн} = (V_{тр} + V_{нав} + V_{розв} + V_{страх}) \times BK_{грлдол} \quad (2.2)$$

де $V_{тр}$ – витрати на транспортування,

$V_{нав}$ – витрати на навантаження,

$V_{розв}$ – витрати на розвантаження,

$V_{страх}$ – витрати на страхування,

$K_{прод}$ – кількість продукції,

$BK_{грлдол}$ – валютний курс гривні до долара на момент здійснення операції.

Додаткові витрати, пов'язані з експортом іграшок складатимуть:

$$V_{зовн} = (340 \text{ дол} + 46 \text{ дол} + 30 \text{ дол} + 0,02 \times 13\,636 \text{ дол}) \times 28,60 \text{ грн/дол} = 19\,679$$

тис. грн

Далі слід визначити ефект від продажу на внутрішньому і зовнішньому ринках. Ефект від операції при продажу на внутрішньому ринку:

$$E_{\text{вн}} = B_{\text{вп}} - (CB + B_{\text{вп}}) \quad (2.3)$$

де $B_{\text{вп}}$ – виручка від продажу на внутрішньому ринку,

CB – виробнича собівартість,

$B_{\text{вп}}$ – витрати на реалізацію на внутрішньому ринку.

Отже, ефект від продажу іграшок на внутрішньому ринку складатиме

$$E_{\text{вн}} = 195 \text{ грн} \times 2000 - (6 \text{ грн}) = 347\,828 \text{ грн.}$$

Ефект від операції при продажу на зовнішньому ринку:

$$E_{\text{зовн}} = B_{\text{зовн}} \times BK_{\text{гр/дол}} - (CB + B_{\text{зовн}}) \quad (2.4)$$

Де $B_{\text{вп}}$ – виручка від продажу на зовнішньому ринку,

CB – виробнича собівартість,

$BK_{\text{гр/дол}}$ – валютний курс гривні до долара на момент здійснення операції.

$B_{\text{зовн}}$ – витрати на реалізацію на внутрішньому ринку.

Отже, ефект від продажу іграшок на зовнішньому ринку складатиме

$$E_{\text{зовн}} = 195 \text{ грн} \times 2000 - (6) = 330\,549 \text{ грн.}$$

Наступним етапом є визначення ефективності операції. Ефективність від продажу на внутрішньому ринку визначається як:

$$Eф_{\text{вн}} = \frac{B_{\text{вп}} \times 100\%}{CB + B_{\text{вп}}} \quad (2.5)$$

Таким чином, ефективність від продажу на внутрішньому ринку складатиме:

$$Eф_{\text{вн}} = \frac{(195 \text{ грн} \times 2000) \times 100\%}{39\,772 \text{ грн} + 2\,400 \text{ грн}} = 9,24\%$$

Ефективність від продажу на зовнішньому ринку визначається як:

$$Eф_{\text{зовн}} = \frac{B_{\text{зовн}} \times BK_{\frac{\text{гр}}{\text{дол}} \times 100\%}}{CB + B_{\text{зовн}}} \quad (2.6)$$

Таким чином, ефективність від продажу на зовнішньому ринку складатиме:

$$Eф_{\text{зовн}} = \frac{(425 \text{ грн} \times 2000) \times 100\%}{38\,772 \text{ грн} + 19\,679 \text{ грн}} = 14,54\%$$

Ефективність експортної операції складає 14,54%, а ефективність продажу тієї самої продукції в такій самій кількості складає 9,24 %. Таким чином можна

зробити висновок, що ефективність даної операції є вищою за ефективність продажу цієї продукції на внутрішньому ринку.

Наступним етапом визначення рівня конкурентоспроможності ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на зовнішніх ринках є порівняння основного продукту досліджуваного підприємства з його закордонними аналогами. Для порівняння було відібрано 5 дитячих дерев'яних іграшок – Wonderworld Toy «WW-4041» (Тайланд), Fisher Price «K28321» (США), Rudi «3K902» (Польща), Вудлайнс «R0321» (Російська Федерація), Woody «090973» (Китай). В Таблиці 2.6 наведена порівняльна характеристика української іграшки Позашляховик Cubika 13180 з його закордонними аналогами, а саме розміри, тип дерева, колір, упаковка даного товару та ціна.

Таблиця 2.6

Порівняльна характеристика дитячих дерев'яних іграшок

Порівнювальна характеристика	Найменування іграшок					
	Позашляхови (13180)	Wonderworld (WW-4041)	Rudi (3K902)	Вудлайнс (R0321)	Fisher Price (K28321)	Woody 090973
Довжина, см	7,6	6,9	7,7	8,5	8,4	8,4
Ширина, см	7,5	9	7,7	8,9	2,5	2,4
Висота, см	10,5	8,9	10	7,5	10	6
Тип дерева	Дерево (Дуб)	Дерево (невідоме)	Дерево (невідоме)	Дерево (невідоме)	Дерево та пластмаса	Дерево (невідоме)
Колір	Різнокольоровий	Різнокольоровий	Різнокольоровий	Різнокольоровий	Різнокольоровий	Різнокольоровий
Упаковка продукту	+	+	+	+	+	+
Ціна , грн	130,00	495,00	169,00	256,00	530,00	143,00

Джерело: складено та розраховано автором на матеріалах ТОВ «Торговий дім Стиль Дитинства»

Аналізуючи характеристики порівнювальних іграшок в загальному можна зазначити, що по всім характеристикам іграшки є більш менш однакові, але іграшка Позашляховик (13180) по всім характеристикам краща та вигідна по ціні. Великою помилкою є те, що виробники не вказують, яке дерево включали та якою фарбою обробляли іграшку, адже це дуже важливий момент. Розмір іграшок більш-менш є однаковими. Також можна зауважити, що сертифікат якості є майже в усіх, крім виробника з Китаю(Woody) та Росії(Вудлайнс). Цей показник є дуже важливим для даної категорії іграшок, адже кожний покупець турбується за свою дитину. Ще однією конкурентною перевагою іграшки 13180 є його низька ціна, порівняно з іншими, адже він коштує дешевше навіть китайського та російського товару. Таким чином, можна зробити висновок, що іграшка 13180 є конкурентоспроможною на зовнішніх ринках за рахунок якості деревини та низької ціни. Недоліків в іграшки “Позашляховик” 13180 не виявлено.

Продукція підприємства користується постійним попитом у споживачів, як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках. Вироби компанії ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» користуються високою популярністю в країнах СНД (Білорусь, Росія, Казахстан), а також широко представлена на ринках США, Європи (Словенія, Німеччина). Динаміка горизонтального та вертикального аналізу геопросторової структури міжнародних операцій наведена у табл. 2.3.

У геопросторовій структурі операцій з імпорту ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» у 2014-2018 рр. лєвова частка припадала на компоненти з Китаю – 69,1-73,5%. На частку операцій з імпорту німецьких компонентів припадало 30,9% у 2014-2016 рр., 30,2% у 2017 р. та 26,5% у 2018 р.

Таблиця 2.3

Географічна структура міжнародної економічної діяльності
ТОВ Торговий дім «Стиль Дитинства» у 2014-2018 рр.

Країна	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
	Контрактна вартість, тис грн					Частка у структурі експорту / імпорту, %				
	Експорт									
Словенія	2738,8	5435,3	5636,2	221,3	187,5	16,7	20,0	19,2	20,0	20,8
Росія	2132,0	1933,4	1613,7	57,8	27,6	13,0	7,1	5,5	5,2	3,1
Білорусь	3511,3	5950,0	7038,6	247,5	205,5	21,4	21,8	24,0	22,3	22,8

Казахстан	3698,2	5936,4	6613,2	237,8	202,9	22,5	21,8	22,5	21,5	22,5
США	975,8	1701,9	1998,0	67,3	48,9	5,9	6,2	6,8	6,1	5,4
Разом	16401,7	27233,0	29336,5	1107,9	903,2	100	100	100	100	100
Імпорт										
Китай	2070,1	2734,7	4555,1	5741,8	247,5	69,1	69,1	69,1	69,8	73,5
Німеччина	926,7	1220,5	2033,3	2478,9	89,3	30,9	30,9	30,9	30,2	26,5
Разом	2996,8	3955,2	6588,4	8220,7	336,8	100	100	100	100	100

Джерело: складено та розраховано за даними ТОВ Торговий дім «Стиль Дитинства»

Це вказує на переорієнтацію підприємства на китайського виробника, що зумовлено ціновими параметрами продукції.

Підприємство поступово переорієнтовується на інші більш стабільні ринки з ліберальними умовами доступу на ринки. У грошовому еквіваленті відбулось скорочення експорту до усіх країн. Найменше скорочення обсягу експортних операцій характерне для США – з 0,98 млн грн у 2014 р. до 0,05 млн грн у 2018 р. Найбільш вагомим скороченням стало звуження збуту на ринках Казахстану - з 3,7 млн грн у 2014 р. до 0,2 млн грн у 2018 р., Білорусії - з 3,5 млн грн до 0,21 млн грн., Словенії - з 2,74 млн грн до 0,19 млн грн.

Висновки до розділу 2

У другому розділі нами були проаналізовані зовнішнє середовище діяльності досліджуваного підприємства та його рівень конкурентоспроможності на зовнішніх ринках. Для аналізу зовнішнього середовища нами був обраний метод PEST-аналізу. Згідно проведеного PEST-аналізу інтеграція України в ЄС та її членство в СОТ має найбільший вплив серед політичних факторів на діяльність підприємства. Серед економічних факторів найбільший вплив на діяльність підприємства на даний момент має стабілізація курсу національної валюти, сталий попит на дитячі товари в світі та вища собівартість продукції конкурентів відносно досліджуваного підприємства. Найбільш впливовими серед технологічних факторів є доступність сучасних технологій через співпрацю з світовими брендами та дороговизна високотехнологічного обладнання. За думкою експертів саме ці фактори мають визначальний вплив на обсяг продажів дитячої продукції на зовнішніх ринках досліджуваним підприємством.

При аналізі конкурентоспроможності ми оцінювали ефект та ефективність експортної операції фірми та порівнювали якісні характеристики та ціну іграшки

13180 з закордонними аналогами. На основі проведених досліджень зазначаємо, що ефективність збуту продукції на іноземні ринки є високою і перевищує ефективність аналогічних операцій на ринку внутрішньому; головний експортний продукт досліджуваного підприємства – дерев'яна іграшка “Позашляховик 13180” є конкурентним на зовнішніх ринках за рахунок якості деревини та низької ціни. На основі цих даних можна зробити висновок, що підприємство ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» є конкурентоспроможним на зовнішньому ринку, проте конкурентоспроможність досліджуваного підприємства не є високою.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ТОВ «ТОРГОВИЙ ДІМ «СТИЛЬ ДИТИНСТВА»

3.1. Обґрунтування заходів щодо підвищення ефективності міжнародних торговельних відносин ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»

В сучасних умовах реформування зовнішньоекономічної діяльності України, коли держава відмовляється від повної монополії на зовнішню торгівлю, вітчизняні підприємства отримали великі можливості для виходу на закордонні ринки. Проте це право одночасно стало і суттєвою проблемою, оскільки саме на рівні підприємства відтепер зосереджується весь спектр питань, що пов'язані з експортно-імпортною діяльністю. Фірма, яка прагне вийти на міжнародний ринок і активно займатися зовнішньоекономічною діяльністю, повинна самостійно проектувати експортні товари, виробляти їх з належною якістю, розробляти стратегії їх просування на закордонному ринку та стратегію збуту, сервісу і т.д.

Проте сьогодні діяльність вітчизняних компаній на закордонних ринках потребує системного вдосконалення. Перш за все, активна зовнішньополітична діяльність України, особливо відкриття європейських ринків для українських

виробників, дало їм великий поштовх до вдосконалення своєї виробничої, планово-фінансової, маркетингової діяльності. Активізація торгівельних відносин з Європейським Союзом на фоні згортання експортно-імпортних операцій з Росією вже дало великі можливості для вітчизняних виробників. А для досягнення успіху в торгівельних відносинах з розвинутими країнами необхідно взяти до уваги безліч обмежень, перепон та ризиків. Серед них слід назвати:

- тарифну політику (існування фіскальних та протекціоністських тарифів);
- валютну політику (контроль за обігом валюти як з боку України, так і зі сторони держави, куди спрямована зовнішньоекономічна діяльність вітчизняного виробника);
- нетарифні бар'єри та перепони (інші стандарти якості товарів, свій контроль безпеки, логістика та ін..).

Перш за все, для виходу ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на міжнародний ринок на початку слід детально проаналізувати економічне середовище країн, куди буде спрямована діяльність, та оцінити ступінь її привабливості для власних товарів. Оцінку економічної сфери іншої країни слід проводити за двома основними характеристиками:

1. Оцінка структури економіки, яка визначає потребу населення даної країни в товарах підприємства, рівень доходів громадян, рівень зайнятості та інші загальні чинники.
2. Характеристика та характер динаміки і розподілу доходів населення.

Також слід обов'язково звернути значну увагу на існуюче політико-правове середовище в даній країні. Його оцінюють зазвичай за такими критеріями:

1. Ставлення до торговельних відносин із закордонними партнерами.
2. Політична стабільність в державі.
3. Обмеження на фінансовому ринку.
4. Ступінь та динаміка допомоги чи протидії діяльності держави іноземним компаніям.

Після вивчення всіх вищезазначених факторів підсумовується результат у вигляді інформації, згідно якої компанія приймає рішення про доцільність чи

недоцільність початку діяльності підприємства на закордонних ринках. Найдоцільніше на сьогодні виходити вітчизняному підприємству на ринки ближнього зарубіжжя, особливо країн ЄС. Потенційні можливості європейських ринків дуже великі з огляду на їх відкритість для вітчизняного виробника. Тому пріоритетом ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» є вихід на ринки сусідніх європейських країн.

Для цього слід виокремити такі перспективні можливості виходу ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на закордонні ринки:

- прямий експорт товарів підприємства;
- організація виробництва в цих країнах;
- формування власної мережі дистриб'юторів для просування своїх товарів на закордонних ринках та їх подальше поширення та реалізацію;
- організація спільного виробництва із діючим закордонним партнером і створення тим самим дистриб'юторського каналу;
- створення ліцензованого виробництва;
- організація мережі просування продукції ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства».

Найбільш привабливим варіантом для виходу на міжнародний ринок для досліджуваного підприємства видається прямий експорт товарів у визначені країни. Наявна фінансово-економічна, організаційна та кадрова ситуація на ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» не дозволяє поки що організувати свою зовнішньоекономічну діяльність за іншими можливостями. В далекій перспективі ймовірний також варіант придбання невеликого іноземного підприємства по виробництву іграшок для подальшого проникнення на закордонний ринок, що в майбутньому дасть поштовх не лише зберегти існуючі позиції на ринку обраної країни, але й розширити свою ринкову нішу. Але такий захід потребує значних фінансових коштів, яких на сьогодні підприємство не має.

Проте слід відзначити, що і прямий експорт як різновид зовнішньоекономічної діяльності підприємства несе чимало ризиків та проблем. По-перше, для початку експортних операцій слід завоювати місце на

закордонному ринку. По-друге, необхідно буде подолати опір з боку місцевих торговельних марок виробників дитячих іграшок. По-третє, потрібно виділити значні кошти на організацію мережі просування дитячих іграшок до кінцевого споживача. По-четверте, складно налагодити дієвий контроль за організацією продажу та динамікою їх зростання.

Щоб підвищити ефективність діяльності ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на закордонних ринках, необхідно:

1) виявити комплексні проблеми підвищення ефективності зовнішньоекономічної торговельної діяльності аналогічних вітчизняних підприємств та оцінити їх реальний вплив на досліджувану компанію;

2) виявити основні напрямки удосконалення системи управління, планування та контролю зовнішньоекономічної торговельної діяльності ТОВ «Торговий дім Стиль Дитинства»;

3) проаналізувати основні напрямки удосконалення методики та принципів експортної діяльності;

4) вивчити та впровадити в практику сучасні підходи та методики дослідження закордонних ринків;

5) розробити реальні організаційно-економічні заходи підвищення конкурентоспроможності експортних товарів ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»;

6) проаналізувати ефективність діяльності підприємств галузі на закордонних ринках:

- здійснити оцінку якості та рівня виконання партнерами своїх контрактних зобов'язань;

- визначити ефективність, оптимальність та основні недоліки підписаних торговельних контрактів;

- проаналізувати рівень конкурентоспроможності підприємств галузі та їхньої експортної продукції на зовнішніх ринках;

- проаналізувати динаміку розвитку діяльності підприємств-конкурентів ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на закордонних ринках;

- дослідити раціональність використання даними підприємствами своїх ресурсів під час зовнішньоекономічної торговельної діяльності;
- розробити власні методики оцінювання ефективності кожної експортної операції окремо;
- розробити свої власні заходи по підвищенню ефективності діяльності ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на закордонних ринках.

Після проведення всіх аналітико-моніторингових заходів необхідно розробити свою власну програму дій на зовнішніх ринках. Така програма повинна відповідати меті, структурі та завданням, поставленим у стратегії та інших програмних документах компанії. Для розробки програми необхідно перш за все провести реорганізацію структури ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства», включивши до неї відділ зовнішньоекономічних зв'язків (або ВЗЕЗ). Це і буде першим заходом по підвищенню ефективності міжнародних торговельних відносин у ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на міжнародних ринках.

1. Створення відділу зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ). Даний відділ, як правило, не є цілком самостійним структурним підрозділом в організації, натомість він входить до її управлінського апарату. Головне завдання ВЗЕЗ – ефективне планування, організація та координація зовнішньоекономічної діяльності організації як одного із складових елементів єдиної системи управління.

Таким чином, основними завданнями новоствореного відділу зовнішньоекономічних зв'язків ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» повинні стати:

- брати участь в розробці стратегії зовнішньоекономічної торговельної діяльності організації;
- сприяти розвитку зовнішньоекономічних зв'язків підприємства із закордонними партнерами, споживачами та дилерами для подальшого прискорення розвитку організації;
- керувати експортним потенціалом організації, постійно його зміцнювати та розвивати;

- забезпечувати в рамках чинного законодавства виконання всіх договірних зобов'язань, які випливають із підписаних контрактів та угод із зарубіжними партнерами;

- вивчати та аналізувати кон'юнктуру закордонних ринків, їх особливостей розвитку, збирати та накопичувати необхідну для аналізу інформацію;

- організовувати та супроводжувати проведення експортно-імпорتنих операцій, забезпечувати їх ефективність.

За задумом відділ має складатися з окремих ланок – секторів, яких має бути кілька:

1) комерційний сектор: він покликаний забезпечувати виконання організацією взятих на себе зобов'язань по підписаних з міжнародними партнерами угодах і контрактах, брати участь у проведенні ділових переговорів; організовувати експортні поставки дитячих іграшок згідно підписаних контрактів та контролювати їх виконання, здійснювати перегляд експортно-імпорتنих рекламацій і т.д.;

2) економічний сектор: повинен здійснювати функції прогнозування та перспективне планування зовнішньоекономічної торговельної діяльності підприємства, контролювати виконання плану поставок та реалізації дитячих іграшок, здійснювати валютний контроль та ін.;

3) сектор маркетингу, який є ведучим відділом організації, покликаний аналізувати кон'юнктуру світових та європейських ринків дитячих іграшок, визначати за погодженням ціни на експортну продукцію, розробляти та здійснювати рекламні заходи, проводити аналіз компаній-конкурентів, оцінювати можливості руху експортних товарів підприємства на інші ринки тощо;

4) юридичний сектор.

Окремо при відділі зовнішньоекономічних відносин доцільно створити протокольну групу для ведення ділової документації відділу.

5) сектор ІТ

Інструментом нарощення експортного потенціалу є пошукова оптимізація сайту (SEO), яка допомагає знайти інформацію через пошукові системи у відповідності до

запиту. Постійна робота у цьому напрямку сприятиме виведення сайту ТОВ Торговий дім «Стиль Дитинства» у топ-3 результатів пошуку, що для потенційних покупців є одним з вирішальних факторів для встановлення контакту.

2. Розробка стратегії зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства», яку має спроектувати, створити та реалізовувати новостворений відділ ВЗЕЗ. Дана стратегія має представляти собою єдиний напрямок діяльності організації на закордонних ринках по реалізації дитячих іграшок та товарів, враховуючи її існуючі можливості та сучасні умови ринку.

В стратегії мають бути чітко визначені та вказані наступні фактори:

- чітка мета та завдання виходу ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на закордонні ринки;
- розміри та існуючий потенціал закордонних ринків, куди планує вийти організація;
- орієнтовні проблеми та перешкоди, які ймовірно можуть виникнути в процесі реалізації дитячих іграшок на нових закордонних ринках;
- рівень поширеності дитячих іграшок компаній-конкурентів на обраних закордонних ринках та визначена оцінка можливості співпраці з ними;
- опис компаній-конкурентів організації на обраних ринках, наявна ринкова кон'юнктура, можливість поширення та ін.

3. Розробка маркетингових заходів стимулювання збуту дитячих іграшок на обраних закордонних ринках. З цією метою плануються для реалізації такі заходи:

- реалізація сертифікатів зі знижками на кожен наступний товар;
- зниження цін на певний час акції (такий крок зазвичай більш ефективний для короткотривалого стимулювання збуту, ніж сертифікати);
- подарунки при купівлі дитячих іграшок;
- різноманітні призи, лотереї, розіграші, гарантії та ін.

Зауважимо, що ці заходи слід проводити у нерозривному зв'язку з рекламними заходами та демонстраціями на місці реалізації експортної продукції ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства».

5. Розсилка ділових пропозицій потенційним замовникам – Direct Mail. У цій розсилці присутні рекламні матеріали організації з переліком дитячих іграшок та цін на них. В ідеалі організовується робочі візити менеджерів організації до тих підприємств та організацій, які отримали Direct Mail, для попередніх домовленостей про поставки товарів ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства». Таким чином, менеджери стануть виконувати функції посередників між організацією та замовниками, причому вони повинні зацентувати увагу майбутніх партнерів на тих позитивних моментах та вигодах, які принесе їм укладання контрактів.

Доцільно для онлайн листів впровадити систему періодичного оповіщення адресатів щодо онлайн-каталогів продукції.

Іншим інструментом є реєстрація компанії в європейських базах компаній-виробників навігаційного обладнання та устаткування. Важливим моментом є те, що реєстрація та публікація даних компанії на більшості сайтів є безкоштовною, тому ТОВ Торговий дім «Стиль Дитинства» не понесе витрат на цей вид просування.

Слід відзначити, що даний вид маркетингових заходів досить дієвий та привабливий для потенційних партнерів організації, оскільки допомагає виявити коло потенційних партнерів організації, налагодити з ними комерційні зв'язки, зібрати «вживу» необхідну інформацію для керівництва ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» та виявити ступінь зацікавленості переговорниками дитячими іграшками.

6. Пряма та заочна участь працівників зовнішньоекономічного відділу організації у закордонних виставках. Для заочного відвідування пропонується розповсюджувати рекламні матеріали організації на офіційних сайтах та порталах, а також друковану рекламну продукцію всім учасникам виставок. Інформація про ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» та його продукцію (дитячі іграшки) буде розміщуватися на інформаційних стендах, довідниках і буклетах, стійках реєстрації і т.д. Таблиця 3.1

Таблиця 3.1

Міжнародні виставки у 2020 р.

Назва	Місце проведення	Дати проведення	Вартість участі, євро		Кількість учасників
			очна	заочна	
Baby/Stroller Міжнародна виставка Дитячих товарів та транспорту для дітей	Аален, Німеччина	03.05. - 04.05.2020	300	100	10 000
Bois & Habitat Міжнародна виставка виробів з дерева (іграшок)	Намюр, Бельгія	20.03. - 22.03.2020	200	100	4 500
Міжнародна спеціалізована виставка-ярмарок товарів та послуг для дітей і мам	Мінськ, Білорусь	05.05. 2020	250	100	7 500
Internation Baby Міжнародна виставка дитячих товарів та іграшок	Рига, Латвія	10.09. - 12.09.2020	300	100	4 000
Expo Kids China 2020 Міжнародна виставка дитячих товарів та іграшок	Шанхай, Китай	23.06. - 26.06.2020	200	100	15 000

Джерело: складено автором.

Даний вид заходів є доволі прийнятним, особливо для невеликих і середніх підприємств, оскільки не потребує значних фінансових затрат та інших зусиль і ресурсів, тому повністю виправдовує ті кошти, що були вкладені у нього.

На нашу думку, доцільним є безпосередня участь у заходах з максимальною кількістю учасників. Для презентації продукції на інших виставках доречно використати дистанційну форму, за якої інформацію про продукцію надає відвідувачам представник організатора виставки згідно дерева відповідей, написаних спеціалістами ТОВ Торговий дім «Стиль Дитинства». У такому разі витрати на участь у міжнародних виставках складуть 1250 євро.

Наступним інструментом розширення клієнтської бази є безпосередня онлайн розсилка листів з пропозиціями потенційним клієнтам. Такий метод прямого маркетингу є доцільним, оскільки за результатами виставок буде сформовано нову базу адресатів.

Доцільно для онлайн листів впровадити систему періодичного оповіщення адресатів щодо онлайн-каталогів продукції.

Іншим інструментом є реєстрація компанії в європейських базах компаній-виробників навігаційного обладнання та устаткування. Важливим моментом є те, що

реєстрація та публікація даних компанії на більшості сайтів є безкоштовною, тому ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» не понесе витрат на цей вид просування.

За результатами виставкових заходів очікується укласти контракти з новими контрагентами та наростити обсяг експорту на чверть щороку.

7. Розбудова в майбутньому власної дистриб'юторської мережі або створення спільного з іноземним партнером підприємства. Дана пропозиція є оптимальною для доволі великих і розгалужених підприємств, які мають достатні вільні ресурси. Проте через кілька років ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» цілком може в разі успіху розраховувати і на реалізацію даного шляху, що в майбутньому може дозволити організації зайняти прийнятну для неї ринкову нішу.

Враховання запропонованих заходів забезпечить наступні зміни у результатах економічної діяльності ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»

Запропонований комплекс завдань для ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» передбачає:

- презентація продукції на міжнародних виставках, конференціях та мережових заходах;
- онлайн розсилка листів з пропозиціями;
- систематичне ознайомлення з каталогами продукції;
- пошукова оптимізація сайту;

Для оцінки ефективності зазначених заходів нарощення експортного потенціалу підприємства здійснити оцінку їх ефективності. (рис 3.1)



Головне завдання ВЗЕЗ – ефективно планування, організація та координація зовнішньоекономічної діяльності організації як одного із складових елементів єдиної системи управління.

Вищезазначені заходи повинні в майбутньому принести підприємству значний економічний ефект. Розрахуємо його далі.

3.2. Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»

В процесі здійснення та реалізації заходів щодо підвищення ефективності міжнародних торговельних відносин на ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на міжнародних ринках необхідно дати прогнозну оцінку ефективності запропонованих в попередньому пункті заходів. Для цього необхідно спочатку вирахувати загальні витрати на запропоновані маркетингові заходи (Таблиця 3.1)

Витрати на реалізацію запропонованих заходів по підвищенню ефективності міжнародних торговельних відносин ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на міжнародних ринках.

Таблиця 3.2

Витрати на реалізацію запропонованих на ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на міжнародних ринках

№ з/п	Назва заходу	Зміст заходу	Витрати, тис. грн.	Примітка
1	Створення ВЗЕЗ	Створення на базі організації нового відділу зовнішньоекономічних зв'язків	260	260 тис. грн. щорічно
2	Розробка стратегії зовнішньоекономічної торговельної діяльності	Програмний документ, що формулює єдиний напрямок діяльності організації на закордонних ринках по реалізації дитячих іграшок, враховуючи її існуючі можливості та сучасні умови ринку	-	-
3	Впровадження Direct Mail	Розсилка ділових пропозицій потенційним замовникам – Direct Mail. У цій розсилці присутні рекламні матеріали організації з переліком дитячих іграшок та цін на них	5	Щорічно – 5 тис. грн.

Продовження таблиці 3.2

№ з/п	Назва заходу	Зміст заходу	Витрати, тис. грн.	Примітка
4	Відділ IT, SEO (SEO)	Підтримка сайту, просування в пошуковій системі Google та створення системи контактів	300	Щорічно – орієнтовно 300 тис. грн.
5	Маркетингові заходи стимулювання збуту дитячих іграшок	Розробка маркетингових заходів стимулювання збуту дитячих іграшок на обраних закордонних ринках	360	Щорічно 3 роки по 360 тис. грн. далі
6	Участь працівників ВЗЕЗ у закордонних виставках	Пряма та заочна участь працівників зовнішньоекономічного відділу організації у закордонних виставках	70	Щорічно – 70 тис. грн.
7	Розробка власної дистриб'юторської мережі за кордоном	Розбудова в майбутньому власної дистриб'юторської мережі або створення спільного з іноземним партнером підприємства	10000	Через 3-5 років

Джерело: складено та розраховано автором ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»

Таким чином, орієнтовні витрати на проведення маркетингових заходів у 2020 році сягнуть (без урахування останньої пропозиції по розробці власної дистриб'юторської мережі за кордоном) 995 тис. грн. Враховуючи те, що ця сума коштів буде орієнтовно сталою в наступні роки, за 5 років видатки сягнуть:

$0,995995 \times 5 = 4,979$ млн. грн.

З урахуванням довгострокових видатків на розробку власної дистриб'юторської мережі за кордоном загальні витрати будуть становити:

$4,979 + 10,000 = 14,979$ млн. грн.

Переважає більшість запропонованих заходів – не одноразові, а регулярні, тому вони будуть реалізовуватися постійно на протязі всієї діяльності ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на закордонних ринках.

Для розрахунку ефективності запропонованих вище маркетингових заходів сьогодні застосовується найчастіше методика дисконтних оцінок. З цією метою виділяють чотири основних показники дисконтування:

- ЧДД – чистий дисконтний дохід (чиста поточна вартість), або інтегральний економічний ефект (NPV);
- ВНД – внутрішня норма доходності (IRR);
- ІРІ – індекс рентабельності інвестицій (PI);
- строки окупності продукції.

Спочатку розрахуємо ефективність запропонованих маркетингових заходів через показник чистого дисконтного доходу. ЧДД, або ж інтегральний економічний ефект ($E_{\text{інт}}$) розраховується як сума поточних економічних ефектів за весь окремо взятий період, які приведені до одного початкового кроку (тобто початкового року розрахункового періоду) чи як перевищення інтегральних економічних результатів над інтегральними затратами. При цьому кожне підприємство прагне до якомога вищого ЧДД, оскільки тоді досягається найвищий рівень доходності власників довгострокових інвестицій.

Величина $E_{\text{інт}}$ обчислюється за формулою:

$$\text{ЧДД } (E_{\text{інт}}) = P - K = \sum_{t=\text{тн}}^{\text{тк}} (P_t - K_t) \cdot \alpha_t$$

де:

P – економічні результати здійснення запропонованих заходів по підвищенню ефективності міжнародних торговельних відносин на ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на міжнародних ринках, тис. грн; він обчислюється по факту внутрішньої норми доходності організації, індексу її рентабельності та чистої поточної вартості;

K – затрати на здійснення заходів за розрахунковий період;

$t_{\text{н}}$ – початковий крок (початковий рік розрахункового періоду);

$t_{\text{к}}$ – кінцевий крок (кінцевий рік розрахункового періоду);

P_t – економічні результати, які були досягнуті на t -му кроці t -го року розрахункового періоду, тис. грн.;

K_t – витрати організації, які були здійснені на t -му кроці в t -му році розрахункового періоду, тис. грн.;

α_t – коефіцієнт дисконтування, або ж ставка дисконту, введена приведенням різночасових витрат і економічних результатів у розрахунковому році; він вираховується, виходячи з ризиків на валютному ринку, наявного рівня інфляції та ризиків від впровадження запропонованих заходів.

Знаючи орієнтовний сукупний дохід підприємства за рік – орієнтовно 17000 тис. грн., розрахуємо ЧДД запропонованих заходів підвищення ефективності міжнародних торговельних відносин на ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на міжнародних ринках.

Для цього спочатку введемо коефіцієнт дисконтування для ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» з урахуванням вищезазначених факторів. За загальними правилами, ставка дисконту повинна обов'язково бути більшою, ніж без ризикові інвестиції. Економісти стверджують що, вираховуючи ставку дисконту вираховують, виходячи з ставки доходності по державних облігаціях. Проте головною умовою при цьому мають бути без ризикові інвестиції. Проте в Україні на сьогодні, на жаль, вкладення у ОВДП не є без ризиковими, тому при виведенні ставки дисконту будемо враховувати вимоги діяльності підприємства, умови ринку, рентабельність продукції та наявний рівень конкуренції на ринку. Крім того, слід дотримуватися існуючих у вітчизняній економіці загальноприйнятих стандартів та облікової ставки НБУ. Ще одне негласне правило – не варто обирати ставку дисконту вище 20%.

Тому в нашому випадку ставка дисконту не повинна бути меншою за одиницю авансованого капіталу, менше за який керівництво підприємства не буде інвестувати кошти у зовнішньоекономічну торговельну діяльність.

Отже, ставка дисконту α_t для вітчизняних підприємств у 2019 році обчислювалася на рівні 18%, в нашому випадку дана ставка для ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» буде становити 20%.

Таким чином, загальна величина чистої сукупної вартості буде становити (за один календарний рік – 2020р.):

$$(17,000 - 0,995) \times 20\% = 16,005 \times 0,2.$$

$$\text{ЧДД} = 3,201 \text{ млн. грн.}$$

Отже, сума чистого дисконтного доходу, або ж величини чистої сукупної вартості від зовнішньоекономічної торговельної діяльності ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» у 2020 році прогнозується орієнтовно на рівні 6,915 млн. грн.

Розрахуємо ЧДД за 5 років. При цьому візьмемо за умову, що сума загального сукупного доходу підприємства буде динамічно збільшуватися хоча б на величину динаміки росту доходу у 2020 році – 15,5%. Тоді за 5 років загальний дохід ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» буде становити:

$$2020 \text{ р.} - 17,000 \times 15,5\% / 100\% + 17,000 = 19,635 \text{ млн. грн.}$$

$$2021 \text{ р.} - 19,635 \times 15,5\% / 100\% + 19,635 = 22,678 \text{ млн. грн.}$$

$$2022 \text{ р.} - 22,678 \times 15,5\% / 100\% + 22,678 = 26,193 \text{ млн. грн.}$$

$$2023 \text{ р.} - 26,193 \times 15,5\% / 100\% + 26,193 = 30,252 \text{ млн. грн.}$$

$$2024 \text{ р.} - 30,252 \times 15,5\% / 100\% + 30,252 = 34,941 \text{ млн. грн.}$$

Загальну суму доходів ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» за наступні 5 років можна спрогнозувати на рівні:

$$17,000 + 19,635 + 22,678 + 26,193 + 30,252 + 34,941 = 124,021 \text{ млн. грн. (табл. 3.3)}$$

Визначимо витрати на проведення вищевказаних маркетингових заходів за 5 років.

Сума витрат на проведення маркетингових заходів за 5 років буде становити:

$$0,995 \times 5 + 10,000 = 14,975 \text{ млн. грн.}$$

Таблиця 3.3

Прогноз чистого доходу ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на 5 років з огляду реалізації запропонованих заходів

Рік	Чистий дохід
2020	19,635 млн. грн.
2021	22,678 млн. грн.
2022	26,193 млн. грн.
2023	30,252 млн. грн.
2024	34,941 млн. грн.

Продовження Таблиці 3.3

Рік	Чистий дохід
Разом	124,021 млн. грн

Джерело: складено та розраховано автором ТОВ «Торговий дім Стиль Дитинства»

Проте слід врахувати заплановані витрати на розбудову в майбутньому власної дистрибуторської мережі або створення спільного з іноземним партнером підприємства – сума витрат має становити орієнтовно 10000 тис. грн. Також врахуємо обов'язкові підвищення заробітних плат та преміювання співробітників ВЗЕЗ в сумі 350 тис. грн. на рік.

Таким чином, загальна сума витрат на проведення запропонованих заходів підвищення ефективності міжнародних торговельних відносин на ТОВ «Торговий дім Стиль Дитинства» на міжнародних ринках буде становити:

$$2,375 + 10,000 + (350 \times 5) = 14,125 \text{ млн. грн.}$$

Отже, за 5 років орієнтовна величина ЧДД ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» буде становити:

$$(124,021 - 14,125) \times 17,5\% = 19,231 \text{ млн. грн.}$$

$$\text{ЧДД} = 19,231 \text{ млн. грн.}$$

Отже, планується, що після проведення всіх запланованих маркетингових заходів ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» має отримати сукупний дохід в сумі 3,201 млн. доходу у 2020 році, а за 5 років загальний сукупний дохід має зрости до 19,231 млн. грн. та матимуть прямий позитивний вплив на результати господарської діяльності.

Висновки до розділу 3

Таким чином, на сьогоднішній день активна зовнішньоекономічна політика України відкрила нові шляхи та можливості виходу вітчизняних підприємств на нові ринки збуту своєї продукції. Не в останню чергу це пов'язано із лібералізацією візового режиму з Європейським Союзом, частковим зняттям митних бар'єрів, переходом на принципово нові форми, методи і принципи співпраці з іноземними партнерами. Разом з тим все ще існує чимало труднощів та проблем у веденні підприємствами зовнішньоекономічної торговельної діяльності, а саме відмінна тарифна політика, нерегульована остаточно валютна політика, причому як з боку України, так і зі сторони держави, куди спрямована зовнішньоекономічна діяльність вітчизняного виробника, а також різноманітні нетарифні бар'єри та перепони.

Для ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» найбільш привабливим, на наш погляд, варіантом для виходу на міжнародний ринок видається прямий експорт товарів у визначені країни, оскільки наявна фінансово-економічна, організаційна та кадрова ситуація на підприємстві поки що не дає можливості застосовувати інші варіанти. В перспективі – створення власної дистриб'юторської мережі або створення спільного з іноземним партнером підприємства, проте як мінімум через 3-5 років.

Вихід на міжнародні ринки потребує значної кількості моніторингових та аналітичних досліджень – вивчаються як внутрішні та зовнішні умови функціонування самого підприємства, його наявні можливості та перспективи, так і зовнішні ринки, компанії-конкуренти, реальна фінансово-економічна ситуація в тій країні та регіоні, куди спрямовуватиметься зовнішньоекономічна торговельна діяльність організації.

Для підвищення ефективності міжнародних торговельних відносин на ТОВ «Торговий дім Стиль дитинства» на міжнародних ринках були заплановані такі маркетингові заходи:

- створення відділу зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ);
- розробка стратегії зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»;

- розробка маркетингових заходів стимулювання збуту дитячих іграшок на обраних закордонних ринках;
- розсилка ділових пропозицій потенційним замовникам – Direct Mail;
- проведення робочих візитів менеджерів організації до тих підприємств та організацій, які отримали Direct Mail, для попередніх домовленостей про поставки товарів ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»;
- розбудова в майбутньому у разі успіху на закордонному ринку власної дистриб'юторської мережі або створення спільного з іноземним партнером підприємства.

Для реалізації запланованих заходів, по нашій оцінці, необхідні кошти в сумі 995 році (у 2019 році). Всього на реалізацію проекту виходу ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на закордонні ринки необхідно 14,975 млн грн. Ефективність виходу підприємства на закордонні ринки обраховувалася за методикою ЧДД – чистого дисконтного доходу, або інтегрального економічного ефекту по формулі

Згідно проведених розрахунків, підприємство вже за рік зможе отримати прибуток у сумі 3,201 млн. грн. Всього за 5 років, тобто час, протягом якого будуть реалізовані маркетингові заходи по виходу ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства», загальний прибуток складе 19,321 млн. грн.

Таким чином, заплановані заходи повинні довести свою ефективність та дієвість і допомогти підприємству підвищити наявний рівень міжнародних торговельних відносин на закордонних ринках.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В процесі написання роботи всі поставлені завдання були виконані. При цьому, досліджуючи середній бізнес у міжнародних торговельних встановлено, що саме середні за розміром підприємства найкраще виходять та оптимально працюють на зовнішніх ринках завдяки своїй мобільності та здатності пристосовуватися до жорстких умов зовнішньоекономічної конкуренції.

У дипломній роботі досліджено сучасний стан світового ринку виробництва дитячих товарів, зокрема визначено головну особливість цього ринку, а також зазначено основні критерії його функціонування та оцінювання обсягу товарів й територіальної приналежності їх виробників. Визначено яку частку займають вітчизняні гравці та сформовано перспективи розвитку. Для підтвердження приведені статистичні дані, що дають розуміння повної картини та відкривають можливість більш глибокого аналізу й моделювання подальшого розвитку.

Характеризуючи ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»» встановлено:

- основними сферами діяльності підприємства є торгівля дитячими товарами, іграшками, транспорту для дітей;
- за останні 5 років підприємство є прибутковим;
- діяльність ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»» є незалежною, спостерігається зростання активів в останні три роки і зменшення пасивів підприємства;
- платоспроможність досліджуваного підприємства є високою, проте фінансовий потенціал використовується не повністю;
- показники рентабельності ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»» є високими для своєї галузі, проте мають стабільну тенденцію до зменшення.

Використовуючи результати PEST-аналізу, зроблено висновки щодо політичних, економічних та соціокультурних факторів впливу на зовнішнє середовище діяльності вищезазначеного підприємства. Загалом мова йде про інтеграційні процеси України в світову економіку, стабілізацію курсу національної валюти, попит на дитячі іграшки в світі та вищу собівартість продукції конкурентів, нестачу кваліфікованої робочої сили.

Дослідження пропозицій щодо вдосконалення ефективності ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»» показало, що існують перспективи виходу підприємства на закордонні ринки, але для досягнення довгострокової співпраці з розвинутими країнами варто врахувати і оцінити бізнес ризики та обмеження, такі як:

- тарифну політику (існування фіскальних та протекціоністських тарифів);
- валютну політику (контроль за обігом валюти як з боку України, так і зі сторони держави, куди спрямована зовнішньоекономічна діяльність вітчизняного виробника);
- нетарифні бар'єри та перепони (інші стандарти якості товарів, свій контроль безпеки, логістика та ін..).

Щодо можливостей виходу ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»» на закордонні ринки, було виокремлено такі:

- прямий експорт товарів;
- організація виробництва закордоном;
- формування власної мережі дистриб'юторів для просування своїх товарів на закордонних ринках та їх подальше поширення та реалізацію;
- організація спільного виробництва із діючим закордонним партнером і створення тим самим дистриб'юторського каналу;
- створення ліцензованого виробництва;
- організація мережі просування продукції ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»».

Враховуючи наявну фінансово-економічну, кадрову та організаційну ситуацію підприємства, найбільш сприятливим варіантом для ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» є прямий експорт дитячих товарів на міжнародний ринок. В далекій перспективі ймовірний також варіант придбання невеликого іноземного підприємства по виробництву іграшок для подальшого проникнення на закордонний ринок, що в майбутньому дасть поштовх не лише зберегти існуючі позиції на ринку обраної країни, але й розширити свою ринкову нішу. Але такий захід потребує значних фінансових коштів, що на сьогодні підприємство не може собі дозволити.

В роботі також були надані практичні рекомендації для популяризації підприємства та покращення подальших перспектив розвитку. Для втілення ідеї виходу на міжнародний ринок необхідна розробка та реалізація стратегії зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства»».

Під час проектування прогнозової оцінки ефективності запропонованих заходів для підприємства було прораховано витрати на реалізацію та розраховано результати через показник чистого дисконтного доходу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Недитячий оптимізм ринку дитячих товарів-2018. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sd.net.ua/2018/01/13/nedetskiy-optimizm-rynka-detskih-tovarov-2018.html>.

2. Евгений Чумаченко. Численность населения Украины. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://maanimo.com/indexes/142544-naselenie-ukrainy>.

3. Піддубна Л. І. Експортний потенціал підприємства: сутність і системні імперативи формування та розвитку / Л. І. Піддубна, О. А. Шестакова // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2015. - Вип. 37. - С. 223-229.

4. Шушкова Ю. В. Фінансові інструменти державної політики розвитку експортного потенціалу реального сектора економіки України / Ю. В. Шушкова // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. - 2018. - Вип. 54. - С. 40-43.

5. Як розвивається ринок дитячих товарів в e-commerce. - 2017. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://retailers.ua/news/spetsproektyi/6318-kak-razvivaetsya-ryinok-detskih-tovarov-v-e-commerce>.

6. Шестакова О. А. Методичні аспекти оцінювання експортного потенціалу підприємства / О. А. Шестакова // Вісник НТУ «ХП». – 2016. – № 7 (981) – С. 173–181.

7. Toy Story: ринок іграшок України в цифрах і картинках [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://rau.ua/analytics/toy-story-rynok-igrushek/>.

8. Ринок роздрібної торгівлі України. [Електронний ресурс] – Режим доступу:

https://inventure.com.ua/analytics/investments/rynok_rozrichnoj_torgovli_ukrainy

9. Державская М.О., Юдина Н.В. Особенности восприятия телерекламы детской аудиторией и ее прямое влияние на продвижение товаров. Регіональні проблеми та перспективи розвитку ринків збуту промислової продукції : тези доп. наук.-практ. конф. (6- 7 грудня 2014 р., м. Київ) / КМДА ; УкрІНТЕІ. У 2-х т. Т. 2.

К. : УкрІНТІ, 2014. С. 176–178.

10. Юдина Н.В. Футурология интернет-пространства. Маркетинг услуг. 2014. № 4 (40). С. 264–277.

11. Ринок дитячих товарів. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/Analiz-rynka-detskikh-tovarov.html>

12. Огляд ринку дитячих товарів [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://raspashonka.ua/reviews/obzor-rynka-detskikh-tovarov-za-proshlyy-god/>.

13. Історія іграшок 2018 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://gc.ua/business-news/kak-dela-v-otrasli-istoriya-igrushek/>

14. Юдина Н.В. Особенности мозговой деятельности человека как основа футурологических преобразований в маркетинге // Бренд-менеджмент. -2015. (76).- С. 164–175.

15. Волошина Марія. Аналіз ринку дитячих товарів - 2017. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/Analiz-rynka-detskikh-tovarov.html>.

16. Юдіна Н.В. Визначення циклічних залежностей в економіці України на основі аналізу окремих макроекономічних показників. Економічний Вісник НТУУ «КПІ». 2016 №13. Режим доступу: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/80084/75643>.

17. Ринок дитячого харчування в Україні виріс на 16,4% в 2017 році. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sostav.ua/publication/rynok-detskogo-pitaniya-v-ukraine-vyros-na-16-4-v-2017-godu-77636.html>.

18. Юдіна Н.В. Технологізація управління маркетинговою діяльністю. Економічний Вісник НТУУ «КПІ». №12(2015) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/45629>.

19. Мельник О. Г. Експортний потенціал підприємства: сутність і методологічні основи аналізу / Мельник О. Г. // Проблеми економіки. - 2017. - № 1. - С. 226-231.

20. Love&Carry офіційний сайт, [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.loveandcarry.com/ergobabycarriers/>.

21. Аналіз ринку дитячих товарів України: підсумки 2018 [Електронний ресурс]: http://babyexpo.ua/baby_expo/news_baby_expo/detail.php?ELEMENT_ID=58

22. «Взрослые» решения «детского» ритейла [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://astor-ua.com.ua/stati/item/65.html>.

23. Виробництво дитячого харчування в Україні в I пол.- 2017 збільшилося майже на 8 % [Електронний ресурс]. <http://idt.in.ua/news/analytics/370-baby-food-100914.html>.

24. Індустрія дитячих товарів визначилася з поняттями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.tpp-inform.ru/analytic_journal/4945.html.

25. Митний кодекс України. (стр. 147-169) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/4495-17>

26. Огляд ринку дитячих товарів і послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://babyexpo.ua/baby_expo/news_baby_expo/detail.php?ELEMENT_ID=5331.

27. Огляд ринку дитячого харчування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.souzinform.com.ua/index.php?language=rus&menu=article/detskoe_pytanye.

28. Огляд ринку іграшок в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://babyexpo.ua/baby_expo/news_baby_expo/detail.php?ELEMENT_ID=6201.

29. Павлова О. «Лише 25 % українців надають перевагу українським книжкам» – соціологи [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://gazeta.ua/articles/life/_lishe-25-ukrayinciv-nadayut-perevagu-ukrayinomovnim-knizhkam-sociologi/517194?mobile=true.

30. Дитина - двигун торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mk.ru/social/article/2013/09/09/912586-rebenok-dvigatel-torgovli.html>.

31. BABY EXPO. Дитячий світ очима дорослих [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://alpac.ua/rus/Useful/articles/102>.

32. International Toy Fair – останні тенденції світової індустрії іграшок/ Baby Expo Україна - 2018 [Електронний ресурс] Режим доступу: http://babyexpo.ua/baby_expo/news_baby_expo/detail.php?ELEMENT_ID=1010

33. Піддубна Л. І. Експортний потенціал підприємства: сутність і системні імперативи формування та розвитку / Л. І. Піддубна, О. А. Шестакова // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2012. - Вип. 37. - С. 223-229.

34. Стратегія розвитку індустрії дитячих товарів до 2020 р і план заходів щодо її реалізації [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.acgi.ru_6.06.2013.pdf

35. Офіційний інтернет-магазин ТОВ Торговий дім «Стиль Дитинства» - Режим доступу: <https://stildetstva.com.ua/>

36. Павлова О. «Лише 25 % українців надають перевагу україномовним книжкам»-соціолог [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gazeta.ua/articles/life/_lishe-25-ukrayinciv-nadayut-perevagu-ukrayinomovnim-knizhkam-sociologi/517194?mobile=true.

37. Нікітіна А. В. Удосконалення теоретико-методичних основ експортного потенціалу підприємства в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів / А. В. Нікітіна, І. В. Юдіна // Причорноморські економічні студії. - 2018. - Вип. 34. - С. 24-27.

38. Market overview of baby products and services [Electronic resource]. – Access mode: http://babyexpo.ua/baby_expo/news_baby_expo/detail.php?

ELEMENT_ID=5331

39. Чубар М. М. Оцінка впливу чинників зовнішнього економічного середовища на експортний потенціал вітчизняних підприємств–виробників верхнього одягу / М. М. Чубар // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. - 2015. - Вип. 5(3). - С. 108-111. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_5\(3\)_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_5(3)_27).

40.Ринок дитячих товарів. [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.bconsult.obedaem.od.ua/articles/runok_detskih_tovarov/.

41.Browse Sites All baby products – [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://babyexpo.ua/baby_expo/news_baby_expo/detail.php?ELEMENT_ID=5852.

ДОДАТКИ

Додаток А

Коди УКТЗЕД для визначення товарів електроніки

Код УКТЗЕД	Назва
9503001000, 9503002100, 9503002900	Триколісні велосипеди, самокати, педальні автомобілі та аналогічні іграшки на колесах; лялькові коляски; ляльки; інші іграшки; моделі зменшеного розміру ("у масштабі") та аналогічні моделі для розваг, діючі чи недіючі; головоломки різні.
9503003000, 9503005500, 9503007000	Поїзди електричні, включаючи колії, світлофори, семафори та інше приладдя до них; набори моделей зменшеного розміру ("у масштабі"). Інші набори конструкторські та іграшки для конструювання. Іграшки у вигляді тварин або інших істот: крім людей.
9503007000, 9503007500, 9503007900	Інші іграшки у наборах або комплектах З пластмаси З інших матеріалів.
9503006100, 9503006900	Головоломки: -з деревини -інші.
9619002100, 9619002900	Дитячі пелюшки і підгузки Інші(наприклад, вироби, що використовуються при нетриманні)
9504901000, 9504908000	Набори електричних гоночних автомобілів для ігрових змагань. -Інші.
6111	Одяг дитячий та додаткові речі до одягу, трикотажні.
4421909800	Інші вироби із дерева.

Додаток Б

Таблиця 1

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» за 2018 р.**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	17000	16870
Інші операційні доходи	2120	-	-
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи	2280	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	8750	4530
Інші операційні витрати	2180	3670	5990
Інші витрати	2270	5080	320
Разом витрати	2285	8750	5449
Фінансовий результат до оподаткування	2290	11920	11421
Податок на прибуток	2300	2145,6	2055,78
Чистий прибуток (збиток)	2350	9774,4	9365,4

Таблиця 2

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» за 2017 р.**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	16870	15330
Інші операційні доходи	2120	-	-
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи	2280	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	4530	4760
Інші операційні витрати	2180	5990	800
Інші витрати	2270	320	500
Разом витрати	2285	5449	6060
Фінансовий результат до оподаткування	2290	11421	9270
Податок на прибуток	2300	2055,78	1668,6
Чистий прибуток (збиток)	2350	9365,4	7601,4

Таблиця 3

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» за 2016 р.**

Стаття	Код	За звітний	За аналогічний
--------	-----	------------	----------------

	рядка	період	період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	15330	13980
Інші операційні доходи	2120	-	-
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи	2280	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	4760	5010
Інші операційні витрати	2180	800	1100
Інші витрати	2270	500	600
Разом витрати	2285	6060	6710
Фінансовий результат до оподаткування	2290	9270	6970
Податок на прибуток	2300	1668,6	1254,6
Чистий прибуток (збиток)	2350	7601,4	5715,4

Таблиця 4

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» за 2015 р.**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	13980	13520
Інші операційні доходи	2120	-	-
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи	2280	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	5010	4770
Інші операційні витрати	2180	1100	1000
Інші витрати	2270	600	500
Разом витрати	2285	6710	6270
Фінансовий результат до оподаткування	2290	6970	7250
Податок на прибуток	2300	1254,6	1305
Чистий прибуток (збиток)	2350	5715,4	5945

Таблиця 5

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» за 2014 р.**

Стаття	Код	За звітний	За аналогічний
--------	-----	------------	----------------

	рядка	період	період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	13520	12900
Інші операційні доходи	2120	-	-
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи	2280	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	4770	3400
Інші операційні витрати	2180	1000	500
Інші витрати	2270	500	200
Разом витрати	2285	6270	4100
Фінансовий результат до оподаткування	2290	7250	8800
Податок на прибуток	2300	1305	1584
Чистий прибуток (збиток)	2350	5945	7216

Додаток В
Таблиця 1

Баланс (Звіт про фінансовий стан) ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на 31.12.2018 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4

I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	245,2	245,2
Основні засоби	1010	58	82
первісна вартість	1011	600	572
знос	1012	542	490
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	92	99
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	5 762,50	4 757,10
у тому числі готова продукція	1103	797,5	797,5
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	250	250
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	60,20	60,40
у тому числі з податку на прибуток	1136	335	329
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	982	834
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	4131	3932
Витрати майбутніх періодів	1170	10	9
Інші оборотні активи	1190	81	64
Усього за розділом II	1195	5820	5784
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1300	5912	5883
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5	5
Додатковий капітал	1410	12	12
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	97,744	93,654
Неоплачений капітал	1425	-	-
Усього за розділом I	1495	5306	5325
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
1595	-	-	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	-	-
розрахунками з бюджетом	1620	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	0,6	0,6
розрахунками з оплати праці	1630	177	236
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	8	2
Усього за розділом III	1695	606	558
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1900	5912	5883

Таблиця 2

Баланс (Звіт про фінансовий стан) ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на 31.12.2017 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	245,2	245,2

Основні засоби	1010	58	82
первісна вартість	1011	600	572
знос	1012	542	490
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	249,2	288,9
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	2 730,90	1 126,30
у тому числі готова продукція	1103	186,5	63,5
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 013,10	3 381,70
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	85	-
у тому з податку на прибуток	1136	85	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	301,4	312,1
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	273,5	2 148,80
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	588,7	543,6
Усього за розділом II	1195	4 992,60	7 512,50
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	5 143	5798
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	350	350
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	93, 654	70,014
Неоплачений капітал	1425	-	-
Усього за розділом I	1495	1 515,80	2 634,30
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	2 836,00	4 310,00
розрахунками з бюджетом	1620	21,7	113,3
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	92
розрахунками зі страхування	1625	58,2	31,9
розрахунками з оплати праці	1630	234,4	62,8
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	575,7	649,1
Усього за розділом III	1695	3 726,00	5 167,10
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	5 143	5 79

Таблиця 3

Баланс (Звіт про фінансовий стан) ТОВ «Торговий дім «Стиль Дитинства» на 31.12.2016р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-

Основні засоби	1010	10	5
первісна вартість	1011	0	0
знос	1012	0	5
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	10	10
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	35	35
у тому числі готова продукція	1103	35	35
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	9	5
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	-	-
у тому з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	-	-
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	25	32
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом II	1195	69	72
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	4795,6	5087,5
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	7	7
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	76,014	76,014
Неоплачений капітал	1425	-	-
Усього за розділом I	1495	62,154	62,154
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	6,9	6,9
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	5,1	5,1
розрахунками з бюджетом	1620	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	-	-
Усього за розділом III	1695	9,5	9,5
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	4795,6	5087,5

Баланс (Звіт про фінансовий стан) ТОВ Торговий дім «Стиль Дитинства» на 31.12.2015р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби	1010	15	10

первісна вартість	1011	0	0
знос	1012	0	5
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	15	20
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	45	33
у тому числі готова продукція	1103	45	33
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	8	5,5
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	-	-
у тому з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	-	-
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	54	43
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом II	1195	107	81,5
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1300	4577,7	5007,5
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5	5
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	57,154	57,154
Неоплачений капітал	1425	-	-
Усього за розділом I	1495	62,154	62,154
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	6,9	6,9
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	5,1	5,1
розрахунками з бюджетом	1620	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	-	-
Усього за розділом III	1695	9,5	9,5
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1900	4577,7	5007

Таблиця 5

Баланс (Звіт про фінансовий стан) ТОВ Торговий дім «Стиль Дитинства» на 31.12.2014р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби	1010	20	15

первісна вартість	1011	0	0
знос	1012	0	5
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	20	20
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	27	27
у тому числі готова продукція	1103	27	27
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	7	8
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	-	-
у тому з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	-	-
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	20	25
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом II	1195	54	60
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1300	4890,7	4785,5
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5	5
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	59,45	59,45
Неоплачений капітал	1425	-	-
Усього за розділом I	1495	64,45	64,45
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	5,5	5,5
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	4	4
розрахунками з бюджетом	1620	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	-	-
Усього за розділом III	1695	9,5	9,5
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1900	4890,7	4785,5

Додаток Г

Асортимент ТОВ «Торговий дім Стиль Дитинства»

1. Іграшки для хлопчиків (колекційні автомобілі, інерційні автомобілі,
2. Іграшки для дівчат

3. Іграшки для немовлят
4. Коляски (прогулянкові коляски, коляски трансформери, літні, зимні, коляски для двійнят, коляски тростини, універсальні коляски)
5. Аксесуари для колясок
6. Адаптори для колясок
7. Чохол для колясок
8. Шасі
9. Самокати
10. Біговіл
11. Велосипеди для дітей
12. Скейти
13. Електромобілі
14. Ходунки
15. Автокрісла для новонароджених
16. Автокрісла кріплення ізофікс
17. Аксесуари для автокрісел
18. Бустери
19. Нагрудні сумки
20. Одяг для хлопчиків (вік від 3-16 років)
21. Одяг для дівчат (вік від 3-16 років)
22. Одяг для немовлят (від 0-3 років)
23. Одяг для хрещення
24. Зволожувач повітря
25. Проектори і нічники
26. Конструктори
27. Стільчик для годування немовлят
28. Товари для мам
29. Пляшечки для годування немовлят
30. Пустишки і карабіни
31. Термоси

32. Посуд для годування
33. Термосумки
34. Ванночки та підставки
35. Горщики
36. Косметика для дівчат
37. Накладки на унітаз для дітей
38. Пристрої для сповивання
39. Підгузники
40. Олівці й крейда
41. Кисті й фарби
42. Набори для рукоділля
43. Пластилін та тісто для дітей