

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ПОСЕРЕДНИЦЬКІ ОПЕРАЦІЇ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

(на матеріалах ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН», м. Київ)

Студента 5 курсу, 4 групи,
спеціальності 292 «Міжнародні економічні
відносини» спеціалізації
«Міжнародний бізнес»

Шейнфельд Даніель
Романович

Науковий керівник
к.е.н. доц.

Лежешко Вікторія
Геннадіївна

Гарант освітньої програми
к.е.н. доц.

Лежешко Вікторія
Геннадіївна

Київ 2022

АНОТАЦІЯ

Шейнфельд Даніель Романович. Посередницькі операції в міжнародному бізнесі (на матеріалах ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН»)

Випускна кваліфікаційна робота присвячена основним аспектам посередницьких операцій в міжнародному бізнесі, рекомендаціям щодо здійснення посередницьких операцій у міжнародному бізнесі.

У роботі розкрито сутність посередницьких операцій та їх суб'єкти на світових товарних ринках за матеріалами ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН», проаналізовано діяльності ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» як суб'єкта міжнародного бізнесу.

В ході випускної кваліфікаційної роботи було розроблено комплекс рекомендацій щодо здійснення посередницьких операцій ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» у міжнародному бізнесі. Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу у сфері посередницьких операцій, пріоритети розвитку посередницьких операцій.

Ключові слова: міжнародній бізнес, посередницькі операції.

ABSTRACT

Sheinfeld Daniel Romanovich. Intermediary operations in international business (based on the materials of DUTY FREE PJ UKRAINE LLC)

The final qualifying work is devoted to the main aspects of intermediary operations in international business, recommendations for the implementation of intermediary operations in international business.

The essence of intermediary operations and their subjects in the world commodity markets on the materials of DUTY FREE PJ UKRAINE LLC is revealed, the activity of DUTY FREE PJ UKRAINE LLC as an international business entity is analyzed.

In the course of the final qualification work, a set of recommendations was developed for the implementation of intermediary operations of DUTY FREE PJ UKRAINE LLC in international business. Assessment of the favorable environment of international business in the field of intermediary operations, priorities for the development of intermediary operations.

Key words: international business, intermediary operations.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ АСПЕКТИ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ОПЕРАЦІЙ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ.....	5
1.1. Сутність посередницьких операцій та їх суб'єкти на світових товарних ринках.....	5
1.2. Аналіз діяльності ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» як суб'єкта міжнародного бізнесу.....	16
Висновки до розділу 1.....	25
РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗДІЙСНЕННЯ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ОПЕРАЦІЙ ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ.....	26
2.1 Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу у сфері посередницьких операцій ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН».....	26
2.2 Пріоритети розвитку посередницьких операцій ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН».....	32
Висновки до розділу 2.....	37
ВИСНОВКИ.....	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	41
ДОДАТКИ.....	44
АНОТАЦІЯ.....	56

ВСТУП

Актуальність дослідження полягає в тому, що посередницькі операції в міжнародному бізнесі є невід’ємною складовою торговельно-посередницької діяльності, яка є невід’ємним елементом ринкової економіки. Доволі не просто знайти підприємця, котрий би не користувався послугами посередників або сам не виступав посередником у комерційних операціях.

Посередники та посередницькі операції широко поширені в сучасній міжнародній торгівлі і мають стійку тенденцію зростання. Проте теоретичне дослідження особливостей торгово-посередницької діяльності, зокрема, питання посередницьких операцій у міжнародному бізнесі все ще потребують більш ґрунтовного аналізу, що зумовлює актуальність даного дослідження.

Об’єктом дослідження є посередницькі операції.

Предметом дослідження є теоретичні та прикладні аспекти реалізації посередницьких операцій в міжнародному бізнесі.

Метою дослідження є всебічний аналіз та дослідження питання посередницьких операцій в міжнародному бізнесі та посередницьких операцій на базі дослідження- «ДЬЮТІ ФРІ».

Мета зумовлює необхідність вирішення таких завдань:

- 1) розглянути сутність посередницьких операцій та їх суб’єкти на світових товарних ринках;
- 2) дослідити аналіз діяльності «ДЬЮТІ ФРІ» як суб’єкта міжнародного бізнесу;
- 3) проаналізувати оцінку сприятливості середовища міжнародного бізнесу у сфері посередницьких операцій «ДЬЮТІ ФРІ».
- 4) висвітлити пріоритети розвитку посередницьких операцій «ДЬЮТІ ФРІ» на світових товарних ринках.

Теоретико-методологічна база дослідження. Питання торгово-посередницької діяльності у міжнародному бізнесі є предметом досліджень низки вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема Рокоча В.В., Михайленко

О.Г., Одягайло Б.М., Ковтун Е.О., Гусак К.Ю., Безручко О.О., Терехов В.І., Сафонюк Н.О. та ін.

Методами дослідження у випускній кваліфікаційній роботі є традиційний аналіз (аналіз основних економічних показників), case-study (глибинне вивчення ситуації, що склалася), контент-аналіз (вивчення аналітичних матеріалів), методи порівняльного аналізу.

Структура випускної кваліфікаційної роботи складається із вступу, двох розділів, які поділяються на декілька підрозділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.



РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ АСПЕКТИ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ОПЕРАЦІЙ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

1.1. Сутність посередницьких операцій та їх суб'єкти на світових товарних ринках

Торгове посередництво в економічному розумінні – це досить широке поняття, яке включає значний комплекс послуг, зокрема, щодо пошуку іноземного контрагента, підготовки та укладання угоди, надання сторонам позик та надання гарантій оплати товару покупцем, здійснення транспортно-експедиторських операцій та страхування товарів на випадок транспортування, митних формальностей, рекламної та іншої діяльності з просування товарів на зовнішні ринки, технічного обслуговування та інших операцій.

Залучення торгового посередника дозволяє:

- збільшувати прибуток за рахунок зниження витрат розподілу на одиницю продукції, збільшення прибутку за рахунок підвищення ефективності реалізації товарів і прискорення оборотності капіталу;
- збільшення прибутку за рахунок скорочення термінів зберігання та передпродажного обслуговування;
- збільшувати прибуток шляхом продажу товарів на зовнішньому ринку безпосередньо в моменти покращення ситуації за вищими цінами, оскільки посередники, перебуваючи поблизу кінцевих споживачів, реагують на будь-які зміни попиту[2].

Будь-яку посередницьку діяльність підприємці здійснюють з метою отримання прибутку. Попри те, що посередники беруть плату за свої послуги, їхня участь дає виробникам, продавцям і покупцям товарів і послуг безпосередні переваги:

- посередники, що діють в певному секторі ринку і спеціалізуються на певному наборі товарів і послуг, можуть швидше, ніж самі постачальники,

знайти компанії, зацікавлені в придбанні цього товару, забезпечуючи тим самим прискорення оборотності виробничо-торговельного капіталу;

- проводити безперервний маркетинговий моніторинг ринку, тобто постійно перебуваючи в ринковому середовищі, вивчаючи динаміку попиту та пропозиції на товари та послуги, посередники можуть заздалегідь орієнтувати виробників, у якому напрямку їм слід розвивати виробництво продукції та послуг;

- посередники вкладають власний капітал у сферу обігу, тобто просувають виробників товарів і послуг, створюючи їм умови для збільшення прибутку за рахунок економії виробничого капіталу;

- посередники часто беруть на себе фінансові гарантії виконання платіжних та інших зобов'язань сторін, підвищуючи надійність товарообміну: коопераційні, орендні та лізингові операції;

- посередники можуть сприяти організації перевезення товарів, їх митному оформленню та страхуванню за бажанням продавців, покупців, кооперуючих сторін та інших учасників ринку;

- посередники підвищують конкурентоспроможність продукції за рахунок скорочення термінів доставки продукції шляхом її реалізації зі створеного запасу продукції;

- посередники підвищують конкурентоспроможність товарів за технічним рівнем та якістю, здійснюючи передпродажну розробку товарів та їх обслуговування в гарантійний та післягарантійний періоди;

- достатньо ефективна роль посередників у рекламі товарів, яку вони здійснюють на основі національних та інших ринкових особливостей;

- спеціалізуючись на роботі з певним набором товарів, посередники здатні знижувати витрати на розподіл одиниці продукції за рахунок значних обсягів товарообігу [15].

Проте слабкі сторони посередництва можна представити у формі ризиків, які варто приділити на чотири групи:

- комерційні ризики, безпосередньо пов'язані з економічним аспектом діяльності підприємства (невиконання фінансових зобов'язань партнерів, нераціональні закупівлі, зрив поставок, порушення термінів поставки і т. п.);
- господарсько-правові ризики – у зв'язку з настанням цивільної відповідальності, що виникла з причини збитку, нанесеного юридичними або фізичними особами в процесі діяльності;
- технічні ризики – ризики, пов'язані з експлуатацією технічних засобів;
- форс-мажорні ризики, що характеризуються повною непередбачуваністю прояви.

Сучасна міжнародна торгівля відображає не тільки обмін традиційними товарами, а й рух нових товарних форм. Як уже зазначалося, торгове посередництво на світових товарних ринках є широким поняттям.

Охоплює значний спектр послуг з пошуку іноземного контрагента, підготовки та укладання угоди, кредитування сторін та надання гарантій оплати товару покупцем, здійснення транспортно-експедиторських операцій та страхування вантажу під час транспортування, виконання митних формальностей, здійснення рекламної та іншої діяльності з просування товарів на зовнішні ринки обслуговування тощо.

Комерційний успіх торгово-посередницької компанії на світовому ринку багато в чому залежить від відносин з принципалом – виробником товару.

Положення посередника на ринку має певне протиріччя: з одного боку, він як повноправний представник принципала залежить від нього, з іншого – він повинен мати достатній рівень самостійності, тобто діяти автономно стосовно експортера, реалізуючи власну ринкову стратегію, спрямовану на забезпечення стабільності діяльності.

У відповідності зі своїми правилами та обов'язками торговий посередник проводить операції по встановленню зв'язку між світовим попитом і світовою пропозицією. Ці операції і можуть бути класифіковані як:

- операції з перепродажу (договір купівлі-продажу): посередник викуповує товар у виробника і підписує угоди від свого імені і за свій рахунок (купці, дистриб'ютори, дилери);

- комісійні операції (договір комісії, договір консигнації).

Коли посередник не викуповує товар у виробника, а підписує угоди від свого імені, але за рахунок виробника і за це отримує винагороду (до 10% від суми угоди). Це – комісіонери, консигнатори;

- агентські операції (агентські угоди) [17].

Мета угоди – одна сторона доручає іншій (агенту) виконувати дії, пов'язані з продажем (частіше за все) чи купівлею товарів, а також з пошуком замовників і виконавців для надання тих чи інших послуг на обумовленій території в погоджений термін за рахунок та від імені виробника (принципала). Посередники при цьому називаються – агенти-повірені та торговельні агенти;

- брокерські операції: посередник – спеціалізований професійний агент, що працює на одному сегменті і здійснює контракт між продавцем і покупцем і (за цю послугу отримує винагороду до 2-3%). Підписувати угоду при цьому він не має права. Це – агенти-представники, брокер та маклер.

Залежно від характеру взаємодії між експортером і торговим посередником та функцій, які виконує торговий посередник, розрізняють: операції з перепродажу, комісійні, агентські та брокерські.

Щодо першого виду, який називається операціями перепродажу, слід зазначити, що ці операції відрізняються від інших посередницьких операцій насамперед тим, що передбачають передачу права власності на товар і торгівлю за власний рахунок, а також носять експортний характер. Такий посередник є найбільш незалежним (самостійним).

Дистриб'ютерський договір входить до різновидів таких договорів, зокрема, він взмозі бути простим, виключним та виключним з обмеженням.

При простому контракті експортер-клієнт залишає за собою право продавати товар на території контракту безпосередньо третім особам або через інших посередників.

Наявність виключного права зобов'язує клієнта-експортера продавати свій товар тільки через певного посередника.

Положення про те, що клієнт-експортер у деяких випадках (передбачених контрактом) зберігає за собою право на пряму передачу товарів третім особам передбачає виключне право з обмеженням.

Винагорода посередника-дистриб'ютора в більшості випадків традиційно є різницею між ціною товару, за якою він купує товар у клієнта, і ціною його перепродажу, що визначається посередником самостійно. Рідше договір може передбачати продаж товару за ціною та на умовах клієнта. У цьому випадку винагорода посередника складається зі спеціальної знижки при перепродажі, яка розраховується з преїскурантної ціни [6].

Щодо наступного виду, то він називається договір комісії та консигнації. Варто сказати, що договір комісії широко застосовується, який вже не передбачає переходу права власності на товар.

Договір комісії на відміну від операцій перепродажу може бути як експортним, так і імпортом, тобто може передбачати як поставку товару комітента (клієнта) на експорт, так і придбання імпортного товару від його імені.

Винагорода посередника традиційно встановлюється у розмірі % від суми договору купівлі-продажу, яка, як правило, не перевищує 10%.

Типовий договір комісії не передбачає відповідальності посередника за здійснення операції іноземним покупцем або постачальником товару, що несуть комітента, як реального власника товару.

У разі виникнення такої потреби (наприклад, якщо є сумніви в надійності іноземного партнера), договором комісії може бути додатково передбачена така відповідальність. У цьому випадку посереднику виплачується додаткова винагорода, узгоджена сторонами.

Консигнаційна угода використовується, коли ринок не розвивається або коли на ринок виходять нові продукти. Існують також певні категорії товарів, які зазвичай продаються на умовах консигнації. Це автомобілі, продукти харчування, товари легкої промисловості, ліки, твори мистецтва.

Суть договору полягає в тому, що експортер доручає посереднику продати товар зі складу у визначений термін.

Всі загальні умови та елементи договору комісії, консигнаційна угода зберігає, і також включає і ряд специфічних умов, які обумовлюються в договорі. Це так звані терміни та спосіб виплати винагороди, терміни можливого перегляду встановлених цін, порядок продажу товарів, не реалізованих у встановлені терміни, які можуть бути повернуті експортеру-клієнту або продані експортеру- посереднику на підставі договору купівлі-продажу або договору про надання права продажу – дистриб'юторської угоди.

Консигнант несе витрати на транспортування товару у разі його повернення. При викупі товару консигнатором товар найчастіше продається йому за зниженою (пільговою) ціною [18].

Консигнаторська винагорода, як і у випадку договору комісії, зазвичай встановлюється у відсотках від суми проданого товару, або як різниця між встановленою ціною та фактичною ціною продажу. Також може застосовуватися фіксована ставка винагороди.

Іноді консигнатору може бути нарахована додаткова винагорода за реалізацію товару понад передбачені обсяги протягом визначеного строку (також у відсотках від суми реалізації).

Наступний вид — агентські операції. Тут слід зазначити, що якщо комісіонер діє за рахунок комітента, але від свого імені, то агент завжди діє за рахунок клієнта та від його імені.

Торговельні агенти-представники представляють інтереси експортера на ринку. Вони здійснюють маркетингові дослідження, збирають та аналізують інформацію щодо різного роду законодавчих і технічних вимог, організують рекламні та ПР – кампанії, допомагають у переговорах та укладанні контрактів

тощо. Таким чином, ці посередники діють від імені експортера та за його кошти і в результаті одержують комісійну винагороду у розмірі, як правило, 2-5 % від обсягів продаж або заздалегідь обумовлену суму [19].

Це визначає функції агента як представника принципала-клієнта, який здійснює свою діяльність на території певної країни або країн на підставі вказівок останньої та за її рахунок відповідно до повноважень, визначених договором. Частіше така діяльність спрямована на сприяння просуванню товарів і послуг довірителя на відповідному ринку.

Агент, як і дистриб'ютор, залежно від обсягу своїх повноважень може бути простим, ексклюзивним і виключним з обмеженням. Агентська винагорода також, як правило, встановлюється у відсотках від суми укладених угод з його допомогою.

Іншим видом посередницьких операцій є брокерські послуги. Брокер традиційно бере участь у біржах, аукціонах, страхових і фрахтових ринках. Такий посередник сприяє укладенню угоди та зближує контрагентів з цією ж метою. Брокер діє від імені та за рахунок клієнта, але при цьому, на відміну від агента, діє на підставі окремих одноразових доручень, в рамках наданих йому повноважень (як правило, воно обмежена кількістю, якістю, ціною купленого або проданого товару). Брокер за першою вимогою свого клієнта зобов'язаний надати йому звіт про проведені від його імені операції та виконану роботу. Брокер-посередник отримує за свої послуги винагороду, яка коливається від 0,25 до 1 – 1,5 – 2% [22].

Крім посередництва при укладенні угоди, на брокера може бути додатково доручено спостереження за виконанням договору, а також подача скарг. Так само, як комісіонер і агент, брокер може взяти на себе відповідальність за виконання угоди за додаткову плату. Брокер не може представляти інтереси іншої сторони угоди та приймати від неї винагороду за загальним правилом, якщо клієнт на це не згоден. Тому в одній угоді часто приймаються два брокери-посередники: один представляє інтереси покупця, другий – продавця, за що кожен отримує винагороду від свого імені.

Існує ряд так званих канонічних вимог до посередників, що і визначають його вибір. Серед них:

- посередник повинен бути в змозі надати необхідний рівень додаткового обслуговування, особливо коли йдеться про продаж машин, обладнання чи іншої інженерної продукції (рівень передпродажного та післяпродажного обслуговування є важливим критерієм конкурентоспроможності обох);

- фірма-посередник повинна мати готовність до довгострокової співпраці та здійснення торгово-посередницьких операцій, стабільний фінансовий стан, незаплямовану ділову репутацію;

- потенційний посередник не повинен представляти на цій території іншу іноземну або національну фірму, що виробляє подібний або конкуруючий продукт;

- потенційний партнер повинен мати відповідну матеріально-технічну базу для торгівлі, представництва, демонстрації, складських приміщень і каналів і засобів зв'язку [23].

Обов'язки та права посередників визначаються в договорах з їх клієнтами. Основна умова поділу таких договорів на види полягає в наступному: чи має право посередник укладати угоди з третіми особами, за чий кошти та від імені якого він може це робити.

Тому посередників можна розділити на чотири групи:

- посередники, які не мають права підписувати угоди з третіми особами (агенти, представники, брокери);

- посередники, які укладають угоди з третіми особами від свого імені, але за рахунок комітента (комісіонери, вантажоодержувачі);

- посередники, які підписують угоди з третіми особами від імені та за рахунок принципала (довірчі агенти, торгові агенти);

- посередники, які від свого імені та за свій рахунок підписують угоди з третіми особами (купці, дилери) [5].

Найбільш значна група агентів-представників. Представницький агент представляє лише інтереси довірителя (принципала) на конкретному ринку відповідно до узгодженого асортименту продукції. Він не має права підписувати будь-які договори на товар ні від свого імені, ні від імені принципала. До обов'язків представника входить:

- проводити дослідження ринку та інформувати довірителя про тенденції ринку;
- надати фундаментальну інформацію щодо технічних вимог до товару та ціни;
- інформувати довірителя про запити споживачів, про пропоноване розміщення замовлень;
- створювати сприятливу думку про довірителя та його товари в ділових колах та здійснювати рекламу;
- сприяти укладанню та виконанню договорів;
- організувати ділові контакти принципалів з імпортерами продукції, з державними та іншими організаціями, від яких залежить рішення про розміщення замовлень.

Суб'єктами торгового посередництва є фізичні та юридичні особи:

- контрактні комерсанти,
- торгові агенти,
- комісійні фірми,
- консигнаційні склади,
- лізингові компанії,
- аукціонні центри,
- біржі тощо.

Суб'єкти торгового посередництва можуть бути залежними, частково залежними та незалежними. Їх залежність визначається територіальними, ціновими та іншими видами обмежень дій посередника з боку замовника.

Основні елементи торгового посередництва на світовому товарному ринку представлені в наступній таблиці (табл. 1.1).

На практиці їх набагато більше, а спектр посередницьких операцій розширюється. Разом з тим зростає і кількість посередників – оптових і дрібнооптових фірм, дилерів, консигнаційних складів, брокерських контор, дистриб'юторів.

Таблиця 1.1

Зміст торговельного посередництва на світовому товарному ринку

Вид операції	Об'єкт посередництва	Ступінь залежності посередника	Характер взаємовідносин
Перепродаж товарів	Товари, засоби праці, сировина	Частково незалежний, залежний	Діє за свій рахунок та від свого імені
Консигнування	Сировина та товари на міжнародних ринках	Частково залежний	За рахунок консигнанта та від свого імені
Обмін	Товари, сировина, продукція	Частково залежний	Від імені і за рахунок третьої особи
Агентські операції	Всі види послуг та товарів	Частково залежний	Від імені і за рахунок третьої особи
Брокерські	Здійснює фактичні	Залежний	

Як правило, ті чи інші посередницькі операції виконують ті чи інші посередницькі фірми. Серед них: торгові дома та різні фірми:

- брокерські,
- роздрібні,
- експортні,
- оптові,
- комісійні,
- дистриб'юторські,
- імпорتنі,
- агентські тощо.

Зовнішньоторговельна фірма, яка є багатoproфільною, що здійснює експортно-імпорتنі операції з найширшого асортименту товарів від свого імені та за свій рахунок, називається торговим домом [9].

Його може представляти асоціація підприємств торгівлі та виробництва, а також банки, які входять до асоціації на громадських засадах і діють не лише за кордоном, а й там, де створено об'єднання. Головними посередниками можуть виступати урядові установи.

Особливе місце в міжнародній торгівлі займають торги, біржі та аукціони. Відповідно, біржа — це така організаційна форма торгівлі, за допомогою якої на ринок просуваються великі об'єми однорідних, масових товарів.

На аукціонах продаються справжні одиничні товари. Цим вони, по суті, відрізняються від сучасних бірж і є аукціонами, що спеціалізуються на продажу товарів із суворо індивідуальними властивостями. Аукціони проводяться у двох формах:

- закрита форма (організується спеціалізованими брокерськими фірмами);
- відкритий (організується, як правило, акціонерним товариством, монополізує торгівлю певним видом продукції та диктує закупівельні ціни на неї) [10].

Організаційна система висунення на ринок переважно нових товарних форм має назву міжнародних торгів. У цьому сенсі торги – це, перш за все, спосіб укладання договорів купівлі-продажу або контракту, за яких покупець (замовник) оголошує конкурс продавцям на товар-об'єкт і після порівняння отриманих пропозицій підписує договір з продавця, який запропонував товар-об'єкт на найбільш вигідних для нього пропозицій.

Вся організаційна робота з проведення торгів здійснюється так званими тендерами, вони складаються з представників адміністрацій, технічних та комерційних експертів і т.д. Розрізняють публічні та закриті тендери.

У багатьох країнах використовуються напівзакриті тендери, які проводяться в два етапи:

- на першому (відкритому тендері) відбираються фірми для участі,
- на другому (закритий тендер). За правилом, у закритому тендері беруть участь найвідоміші постачальники та підрядники на світовому ринку[25].

Отже, сутність посередницьких операцій полягає у тому, що одна сторона доручає іншій провадити фінансову діяльність. Здебільшого така діяльність здійснюється шляхом проведення торгів.

1.2. Аналіз діяльності «ДБЮТІ ФРІ» як суб'єкта міжнародного бізнесу

В епоху глобалізації неможливо відкинути того факту, що з кожним роком загальна кількість туристів чи інших громадян, що перетинають кордони країн збільшується. Це, у свою чергу, впливає на економіки країн та світову економіку в цілому.

Безмитна торгівля відіграє важливу роль у сучасній сфері будь-яких видів перевезень. Безмитна торгівля – це глобальна галузь, що продає товари міжнародним мандрівникам. Продажі в магазинах безмитної торгівлі звільняються від сплати певних місцевих чи національних податків та акцизних зборів, як правило з вимогою, щоб товари продавали лише мандрівникам, які вивезуть їх за межі країни.

У більшості випадків магазини безмитної торгівлі розташовуються в транзитних зонах та зонах вильоту в міжнародних аеропортах, на круїзних лайнерах. Безмитні магазини можна зустріти і на кордоні двох країн, через який здійснюється перехід пішки або на авто.

Нещодавно в Україні, в магазині безмитної торгівлі в аеропорту Бориспіль з'явився новий онлайн-сервіс MyDutyFree, який являє собою інтернет-вітрину магазину безмитної торгівлі, в якому можна замовити товари з бориспільського «ДБЮТІ ФРІ» зі знижкою 10% або 12%, і оплатити їх перед вильотом на спеціальній стійці в аеропорту.

Взагалі, слід відзначити психологічний аспект магазинів «ДЬЮТІ ФРІ». За довгі роки історії свого існування, відвідування таких магазинів під час подорожей стало свого роду традицією.

Дьюті-фрі («Duty Free») – це система безмитної торгівлі в аеропортах, на бортах літаків. «Безмитна» – означає без різних податків (акцизів), що збільшують вартість будь-якого товару [24]. Іншими словами, продукція дьюті-фрі набагато дешевша за таку ж продукцію у звичайних магазинах.

Як правило, товари дьюті-фрі – це тютюнові вироби, різноманітні спиртні напої, парфумерія, косметика, сувеніри, іграшки, іноді одяг найпрестижніших світових виробників. Звичайно, асортимент магазинів Дьюті-фрі залежить від країни, де вони знаходяться.

Перший в світі магазин безмитної торгівлі був відкритий Бренданом О'Реганом в аеропорту Шаннон в Ірландії в 1947 році та працює до сьогодні. Був створений для обслуговування пасажирів авіарейсів між Європою і Північною Америкою, літаки яких зупинялися для дозаправки. Він відразу став популярний – аналогічні магазини з'явилися по всьому світу.

У 1966 році була заснована Міжнародна асоціація магазинів «Duty Free» в аеропортах, на сьогоднішній день об'єднує приблизно 400 компаній-операторів безмитної торгівлі. Найбільшою мережа магазинів безмитної торгівлі є Dufry. Ця компанія зі штаб-квартирою в Базелі була заснована ще в 1869 році. Після поглинання одного з конкурентів, The Nuance Group, мережа Dufry налічує 1650 магазинів в 58 країнах світу. Річний оборот компанії перевищує 4 млрд швейцарських франків, 87% виручки дають продаж в аеропортах.

Dubai «Duty Free», согласно з аналізом незалежного дослідника Generation Research, є найбільшим роздрібним продавцем в аеропортах. Ця компанія почала працювати 20 грудня 1983 року, зараз в ній 7600 співробітників, річні обсяги продажів складають біля \$ 2000 млн. Вона веде торгівлю в Міжнародному аеропорту Дубай та Міжнародному аеропорту Аль Мактум [27].

World «Duty Free» Group утворилася в результаті злиття італійської мережі магазинів Autogrill Group (що працює з 1977 року), іспанської роздрібною мережі Aldeasa (працює з 1976 року), британської Alfa Airport Shopping (працює з 1955 року) і World «Duty Free», заснованої холдингом аеропорту Хітроу (Лондон). Штаб-квартира компанії знаходиться в Новарі (Італія).

Група об'єднує 550 торгових центрів і безмитних магазинів в 20 країнах, в першу чергу Італії, Іспанії та Великобританії, а також на Близькому Сході, в Північній і Південній Америці. Обороти компанії в 2014 році склали € 2406,6 млн, з них € 1057,8 млн принесла торгівля в Великобританії, € 737,6 млн решта Європи, € 438,3 млн Північна і Південна Америка, € 172,9 млн Близький Схід і Азія.

11 жовтня 2001 року три брата, Саймон Фалік (Simon Falic), Джером Фалік (Jerome Falic) і Леон Фалік (Leon Falic) придбали американську частину World «Duty Free» за \$ 121 млн і перейменували її в компанію «Duty Free» Americas. Її мережа складається з 28 магазинів на кордоні США і Канади, 48 на кордоні США і Мексики, ще 19 розташовані в Мексиці, Південній Америці та Китаї. Також є магазини в 12 найбільших аеропортах США. Штаб-квартира компанії розташована в Голлівуді (Флорида) [27].

Коли безмитна торгівля ще тільки зароджувалася, два американських підприємця, Чарльз Фіні і Роберт Міллер, створили компанію «Duty Free» Shoppers (DFS, «безмитні покупці»). 7 листопада 1960 року розпочав працювати їх перший магазин в Гонконзі. Зараз ця мережа нараховує 420 магазинів в 11 країнах, в тому числі в 17 міжнародних аеропортах, а також 14 безмитних магазинів в ділових кварталах деяких міст Південно-східної Азії і Австралії. У 1996 році LVMH Moët Hennessy придбала частину акцій у Ч. Фіні і двох інших акціонерів і сьогодні володіє DFS спільно з Р. Міллером.

Австралійська компанія James Richardson свій перший магазин «Duty Free» відкрила в аеропорту Брісбена в 1972 році. В даний час мережа безмитних магазинів James Richardson складається з 8 магазинів в Австралії, 3

в Новій Зеландії і 5 в Ізраїлі. James Richardson Group була заснована в 1892 році і займалася виробництвом меблів і нерухомістю.

Ексклюзивне право на безмитну торгівлю в Греції має компанія Hellenic «Duty Free» Shops. Компанія була заснована в 1979 году державою, у 2000 году Почаїв ее приватизація (завершилася в 2006 році). Компанія має 111 магазинів по всій Греції (включаючи 22 аеропорту, 11 Прикордонний пунктів и 11 портів).

Провідною мережа магазинів «Duty Free» в Таїланді є King Power, что має свой торговий центр площею 12 000 м² в діловому кварталі Бангкока и магазин біля всех великих аеропортах Таїланду [27].

Ввезення товару в країну чи його вивезення, як правило, обмежено законодавством. Ціни на товари в дьюті фрі вкрай привабливі, а тому є ризик того, що тут будуть закуповуватися оптовики з метою подальшого перепродажу. Щоб уникнути таких ситуацій, вводиться ліміт, кожна країна ставить свої обмеження на придбання різних видів продукції. Приміром, з турецького дьюті фрі вам не дозволять вивезти більше, ніж 8 літрів віскі. Привезти на територію Туреччини ви зможете не більше 7-ми пляшок алкогольного напою, мова йде про пляшки об'ємом 0,7 літра.

Ціни на товари duty-free, що пропонуються на бортах літаків, найчастіше нижчі, ніж на землі, завдяки тому, що в літаках можна уникнути низки витрат, що йдуть, наприклад, на оренду площ, зарплату персоналу магазинів. Щоправда, асортимент у «повітряних» duty-free досить обмежений – у літак багато не завантажиш.

Товари, представлені у магазинах «ДЬЮТІ ФРІ», можна умовно поділити на дві групи. У першу входить традиційний набір товарів для подібного типу торгівлі, а в другу – все, що завгодно, залежно від специфіки країни, де знаходиться магазин, доступності та унікальності того чи іншого товару чи конкурентного середовища.

До традиційної групи товарів «ДЬЮТІ ФРІ» відносяться:

-алкоголь;

- тютюн та тютюнові вироби;
- парфумерія і косметика;
- ювелірні прикраси.

При цьому на алкоголь і цигарки припадає приблизно 70% усіх безмитних продажів у світі. Це й не дивно. Адже саме дані групи товарів за звичайної роздрібною торгівлі обкладаються максимальними розмірами мит, акцизів та інших видів податків, що може завищувати їхню ціну вдвічі.

Таким чином, купуючи алкогольні напої в мережі «ДЬЮТІ ФРІ» можна заощадити щонайменше від 25% до 50%. Ще важливим моментом є обсяг пляшки, в якій купується алкоголь. Люди вважають за краще брати невеликі (до 0,5 л) розфасовки, щоб комусь подарувати або скуштувати багато різних напоїв. Тоді як обсяги 1 літр і більше продаються із додатковими знижками, т.к. не дуже затребувані [7].

Вибираючи той чи інший напій, варто подивитися і на місце, де він був виготовлений. Звичайно, ціна в країні виробника буде нижчою, ніж на продукцію, що імпортується.

Так, наприклад, пляшка прекрасного темного рому, виробленого на Гоа, коштує не більше 2 доларів, а потрапивши до будь-якої країни, ціна її може змінитись у десятки разів. Якщо порівнювати напої за міцністю, то найвигіднішими зазвичай бувають напої з високим вмістом алкоголю: коньяк, віскі, ром.

Що стосується цигарок, то тут фігурують менш вигідні розміри економії, а часом взагалі ціна порівнянна з ціною в супермаркеті за 100 метрів від будинку. Цигарки, сигари, тютюн вигідно купувати з двох інших причин.

По-перше, у «ДЬЮТІ ФРІ» можна знайти такі сорти та марки, які в принципі не завозяться до нашої країни.

По-друге, автентичність тютюну та тютюнових виробів. Купуючи «ДЬЮТІ ФРІ», можна бути впевненим, що це справжній тютюн, справжня Куба, справжній Camel.

Ціни на одні і ті ж товари в магазинах безмитної торгівлі можуть істотно відрізнятися в різних аеропортах. Причин такого явища декілька.

По-перше, підприємець не звільняється від податку на прибуток і повинен чимось виплачувати заробітну плату своїм співробітникам.

По-друге, оренда самих приміщень в різних країнах не однакова, що також впливає на ціноутворення в магазинах.

І по-третє, це ж бізнес: магазини безмитної торгівлі користуються неймовірною популярністю у пасажирів, тому продавцям важко встояти перед спокусою заробити трохи більше [7].

Експерти порівняли ціни на 13 видів товарів у 50 аеропортах світу на шести континентах. Дослідження свідчить, що найдешевші товари в зоні «ДЬЮТІ ФРІ» перебувають в аеропортах Куала-Лумпур (Малайзія), а найдорожчі – в грецькому аеропорту Санторіні. Згідно цих даних придбати парфуми можна вигідно в Мадриді, Лондоні та Порту, а найдорожче вони будуть коштувати в Бангкоці, Відні. Щодо косметики то приємні ціни вас здивують в Лондоні, Відні, що неможливо сказати про ціни на цей товар у Бангкоці, Цюріху.

Алкогольні напої недорого коштують в Києві та Мадриді, що є протилежним до цін в Санторіні та Афінах. Найдорожчі ціни на сигарети знаходяться в Лондоні, Парижі та Сіднеї, а найбільш вигідна ціна в Сінгапурі, Гонконзі та Тайланді.

У світовій безмитній торгівлі спостерігається така картина щодо часток, що їх займають у загальних продажах певні категорії, представлені мною на Рис. 1. 1 «Частки загального асортименту товарів».

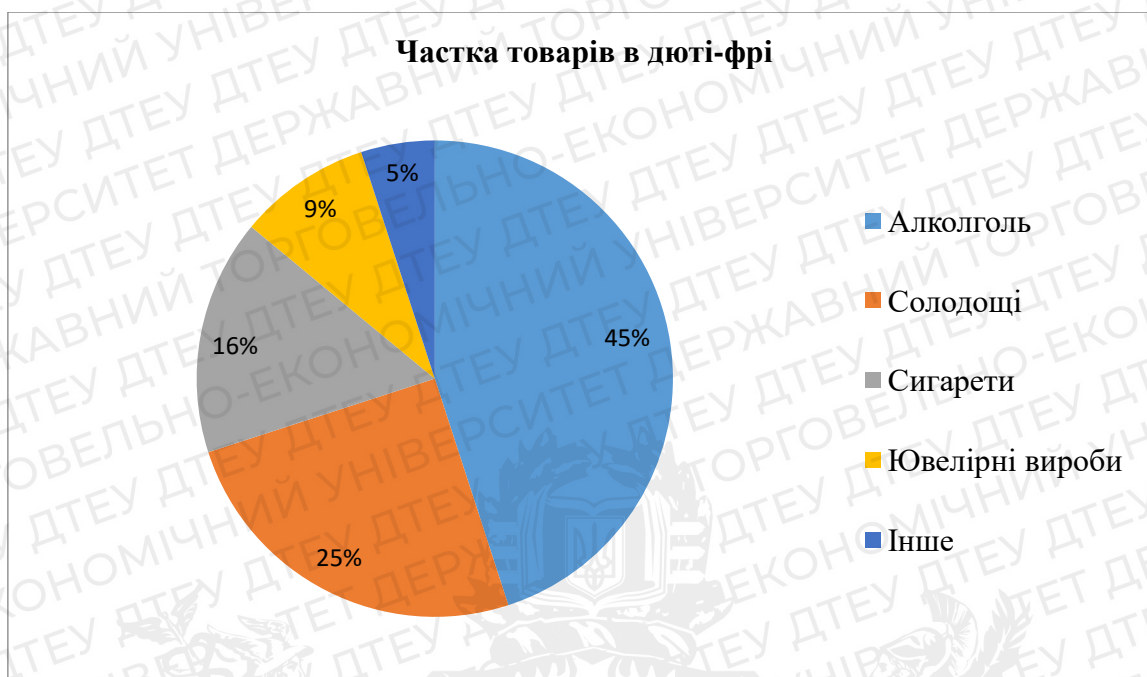


Рис. 1. 1. Частки загального асортименту товарів

Проте у кожного регіону є свої особливості, тому для задоволення потреб необхідно не забувати про це, а ще краще формувати на цій основі розміщення тих чи інших магазинів.

Існує великий спектр факторів, які заважають розвитку безмитної торгівлі :

- Зміна поведінки споживачів;
- Конкуренція з боку роздрібної торгівлі в Інтернеті;
- Правила, що обмежують перевезення безмитної продукції.

Варто зазначити, що значною мережею магазинів безмитної торгівлі (дьюті фрі) в Україні є заснована Ігорем Кунянським в 1990 році ПП «ПАВО ГРУП» (PAVO Group).

Зокрема, у міжнародних Аеропортах знаходяться «ДЬЮТІ ФРІ» PAVO.

- «Бориспіль, Зал офіційних делегацій»,
- «Запоріжжя»,
- «Львів ім. Д. Галицького»,
- «Харків»

Компанія ПП «ПАВО ГРУП» є правонаступником Компанії ПП ДАНП «Авіакомпанія АНП» - ідентифікаційний код юридичної особи — 01286056. У неї динамічна історія розвитку з відкриттям магазинів безмитної торгівлі в нашій державі.

Свого часу магазини були розташовані на території наступних Міжнародних Аеропортів:

- «Донецьк» - 1997р.- 2014р.;
- «Симферополь»- 1999р. - 2014р.;
- «Чернівці»,
- «Харків»,
- «Запоріжжя»,
- «Одеса»,
- «Київ (Жуляни) в старому та новому терміналах»,
- «Бориспіль - терм.В, терм. Д» [28].

Онлайн-шопінг в магазинах безмитної торгівлі «ДЬЮТІ ФРІ» в Україні був розпочато зі створення веб-сайту www.anp-dutyfree.com.

Також в Україні працює [MyDutyFree](http://MyDutyFree.com), що має на ресурсі сервіс ще підключений до магазинів в Росії, Білорусі, Азербайджані, Саудівській Аравії та Грузії.

Аналізуючи діяльність «ДЬЮТІ ФРІ» вважаю за потрібне зробити це на прикладі ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН». Тут варто зазначити, що воно є спільним українсько-німецько-швейцарським підприємством у формі Товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Це одна з небагатьох компаній, яка більше 25 років здійснює безмитну торгівлю у власній мережі роздрібних магазинів на кордонах України з Білоруссю, Словаччиною, Польщею, Молдовою, Угорщиною, Румунією.

СП у формі ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН». Адреса: вул. Возз'єднання, 53, м. Ужгород, 88015. Телефон: +38 (044) 363-01-70. Email:

office@dftua.com. «Д'юті Фрі Трейдинг» являється членом Асоціації Безмитної Торгівлі України.

13 магазинів компанії знаходяться в зонах прикордонного та митного контролю – на кордонах України в Чернівецькій, Житомирській, Волинській, Закарпатській, Одеській областях [26].

Фінансова звітність ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» за 2020 рік

Дохід	737 371 000 грн.
Чистий прибуток	214 769 000 грн.
Активи	208 470 000 грн.
Зобов'язання	108 329 000 грн.

Детальніше про фінансову звітність в Додатках А та Б.

Вартість активів компанії СП У ФОРМІ ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» станом на кінець 2020 року становить 208 470 000 грн. Щодо статутного капіталу, то згідно з Єдиним державним реєстром юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань СП У ФОРМІ ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» він складає 4 073 867 грн.

Отже, ДЬЮТІ ФРІ є магазинами безмитної торгівлі, що мають широкий асортимент товарів. Перевагою таких торгових точок є низькі ціни та відсутність оподаткування на продукцію.

Висновок до розділу 1

Таким чином, під посередницькими операціями розуміються операції з купівлі-продажу товарів, що здійснюються від імені виробників і споживачів товарів незалежним торговим посередником на підставі укладеного між ними договору або окремого замовлення.

«ДЬЮТІ ФРІ» - магазин, розташований у пункті пропуску державного кордону (включаючи порти, аеропорти) на «нейтральній» території, тобто за межами митної зони держави, де він знаходиться. Як правило, безмитними

товарами є тютюнові вироби, різноманітні алкогольні напої, парфумерія, косметика, сувеніри, іграшки, а іноді й одяг найпрестижніших світових виробників. Безпосередньо, асортимент магазинів безмитної торгівлі залежить від країни, де вони розташовані.

Безмитна торгівля – це глобальна галузь, що продає товари міжнародним мандрівникам. Продажі в магазинах безмитної торгівлі звільняються від сплати певних місцевих чи національних податків та акцизних зборів, як правило з вимогою, щоб товари продавали лише мандрівникам, які вивезуть їх за межі країни.

Товари, представлені у магазинах «ДЬЮТІ ФРІ», можна умовно поділити на дві групи. У першу входить традиційний набір товарів для подібного типу торгівлі, а в другу – все, що завгодно, залежно від специфіки країни, де знаходиться магазин, доступності та унікальності того чи іншого товару чи конкурентного середовища.

Спільним українсько-німецько-швейцарським підприємством у формі «ДЬЮТІ ФРІ» є товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ), зокрема це ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН». Це одна з небагатьох компаній, яка більше 25 років здійснює безмитну торгівлю у власній мережі роздрібних магазинів на кордонах України з Білоруссю, Словаччиною, Польщею, Молдовою, Угорщиною, Румунією.

РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗДІЙСНЕННЯ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ОПЕРАЦІЙ «ДЬЮТІ ФРІ» У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

2.1 Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу у сфері посередницьких операцій «ДЬЮТІ ФРІ»

У сучасних умовах діяльність всіх підприємств та компаній знаходиться під впливом і постійною взаємодією бізнес-середовища. Дані міжнародних джерел говорять про те, що близько 80% світового обігу товарів і послуг здійснюється через посередників.

Більшість всіх товарів, що займається міжнародною торгівлею, реалізується за допомогою посередників, їх послуги широко використовуються у зовнішній торгівлі в Великобританії, Швеції, Японії, США, Нідерландах.

Будь-яке підприємство повинно мати інформацію про стан бізнес-середовища, шляхи його розвитку та своє місце в ньому, адже воно завжди породжує загрози та можливості, які необхідно враховувати при постановці цілей та визначенні шляхів їх досягнення для того щоб функціонувати на ринку ефективно. Для цього першочерговим завданням будь-якого підприємства є аналіз бізнес-середовища, і зокрема, його оцінка.

Під «бізнес-середовищем» Л. В. Соколова розуміє зовнішнє середовище підприємства. Вона розглядає бізнес-середовище як окремі чинники прямої та непрямой дії у п'яти напрямках: політико-правовому, економічному, соціально-культурному, науково-технічному та екологічному [14]. Я вважаю, що з цією точкою зору слід погодитися, тому що для одного підприємства, наприклад, політичний фактор має прямий вплив, а для іншого – опосередковано. Отже, бізнес-середовище — це за своєю суттю макросередовище, в якому працює підприємство.

Форма і порядок здійснення зовнішньоекономічної операції є методом організації міжнародного торговельного бізнесу. Будь-яке підприємство є відкритою системою і знаходиться в постійній взаємодії з різними елементами зовнішнього середовища. Принципово нове бізнес-середовище створює мінливість і невизначеність середовища підприємства, безперервна поява нових тенденцій розвитку економіки і суспільства, прискорення науково-технічного прогресу.

Слід приділяти належну увагу оцінці факторів бізнес-середовища та їх дослідженню, оскільки вони визначають основу для прийняття управлінських рішень і враховуються при постановці цілей та розробці шляхів їх досягнення підприємством. У зв'язку з цим особливу актуальність набувають питання сутності посередництва, ролі та значення у здійсненні зовнішньоекономічних операцій та вдосконалення управління зовнішньоторговельними посередницькими операціями.

Класифікація бізнес-середовища може ґрунтуватися на різних критеріях, в основі множинності яких лежить об'єктивне різноманіття його властивостей. Різного роду критерії та класифікації накладаються одна на одну, взаємно переплітаються, хоча і відображають різні сторони бізнес-середовища.

Для бізнес-середовища характерними є наступні його особливості:

- бізнес-середовище є частиною суспільного середовища та в ідеалі слугує підвищенню національного багатства і добробуту;
- функцією якості бізнес-середовища є ефективність економічних процесів у країні;
- бізнес-середовище має властивості територіальної цілісності, в межах якої формується діловими людьми, нацією та інститутами (державними, фінансово-кредитними та ін.) з їх взаємозв'язками та взаємовідносинами.

Основними факторами, що впливають на бізнес-середовище є: політико-правові, економічні, соціально-демографічні, технологічні факторами. Узагальнено можна визначити такі чинники, що впливають на бізнес-середовище «ДБЮТІ ФРІ» в Україні. Табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Чинники впливу на бізнес-середовище «ДБЮТІ ФРІ» в Україні

Номер п/п	Чинник	Характеристика
1	Нестабільність законодавчої бази	Часто змінюються закони та нормативно-правові акти, що регулюють безмитну торгівлю
2	Стан розвитку сфери діяльності	Сфера розвитку «ДБЮТІ ФРІ» в Україні тільки починає розвиток та представлена обмеженим асортиментом товарів
3	Зростання рівня потреб споживачів	Більшість споживачів «ДБЮТІ ФРІ» в Україні здійснюють покупки алкогольних напоїв, а інші категорії товарів продаються менше
4	Рівень обладнання	Технологічне оснащення точок продажу «ДБЮТІ ФРІ» в Україні є слабким

Як ми бачимо, це лише ті чинники, які найсильніше впливали на діяльність бізнес-середовища в Україні у сфері «ДБЮТІ ФРІ». Проте їх існує велика кількість, адже дана сфера лише починає свій розвиток в Україні, тому характеризується нестабільність, зокрема і законодавчою. Можна також окремо сказати і про економічні фактори такі як зубожіння населення, що зменшує рівень купівельної спроможності в «ДБЮТІ ФРІ». Узагальнено, можна представити такий рівень впливу кожного фактору на «ДБЮТІ ФРІ» в Україні: нестабільність законодавчої бази – 12%, стан розвитку сфери діяльності – 26%, зростання рівня потреб населення – 29%. рівень обладнання – 33%. Тобто, як видно на розвиток бізнесу в даній сфері найбільше впливає стан запропонованих точок продажу, їх розміщення, оснащення.

Одночасно з тим, на сьогодні відсутня єдина система оцінювання бізнес-середовища. Існує кілька поширених методів. Зокрема, це метод 5*5. Його сутність полягає у тому, що підприємство має визначити 5 чинників, що становлять загрозу для бізнесу, 5 чинників із планів конкурентів, 5 чинників для досягнення завдань, 5 сприятливих змін. Важливо, щоб підприємство володіло прогнозом щодо свого подальшого розвитку.

Наступним методом є рівень інвестування. За ним визначається те, скільки коштів було вкладено у певну сферу, відповідно, її можливий рівень прибутковості. При цьому значна увага приділяється саме іноземним інвесторам, що відображає гарантію відносно інвестиційного прибутку.

Третім поширеним методом є рейтинги. Відносно рейтингів, то оцінка середовища відбувається на основі даних про індекс економічної свободи, індекс забезпечення даними досліджень, індекс легкості ведення бізнесу, індекс глобальної конкурентоспроможності; рівень втручання уряду, відкритість ринку, ефективність регулювання, верховенство права.

Розширення міжнародної торгівлі та інвестиційного співробітництва веде до підвищення ролі посередницьких операцій [13]. У сукупності ринкових дій сучасного товарного ринку швидкими темпами розвивається торгово-посередницька діяльність. Він є невід'ємною частиною господарсько-торгівельної діяльності суб'єктів інфраструктури товарного ринку, у тому числі Дьюті Фрі. Система ділових відносин і господарських операцій, що здійснюються суб'єктами господарювання двох і більше країн з метою отримання прибутку називається міжнародним бізнесом.

«ДЬЮТІ ФРІ» для досягнення будь-якої зі своїх цілей має встановити форми торгівельних та посередницьких операцій, при цьому деякі з них можуть суттєво відрізнитися від тих, що використовуються всередині. На вибір форм впливає не тільки запланована мета, а й зовнішнє середовище, в якому діятиме підприємство.

Середовище впливає на вибір засобів, що визначають такі бізнес-функції, як, наприклад, маркетинг. У той же час компанія, яка веде бізнес на міжнародному рівні, мало впливає на бізнес-середовище, в якому вона має працювати.

Міжнародна інтеграція суб'єктів господарювання як процес перетворюються на потужний чинник їх функціонування.

Сприятливе середовище для міжнародного бізнесу в сфері посередницьких операцій можливе лише за наявності сприятливих умов, які будуть проявлятися в трьох основних сферах:

- проведення перспективної, стабільної зовнішньоторговельної та інвестиційної політики;
- скасування (або значне зниження) митних платежів за комплектуючі та напівфабрикати;
- удосконалення внутрішніх та міжнародних транспортних систем [21].

Оцінку бізнес-середовища «ДЬЮТІ ФРІ» може проводитися на основі показників за 2018-2021 рр. (табл. 2.2. Оцінка бізнес-середовища «ДЬЮТІ ФРІ» в Україні за 2018-2021 рр.).

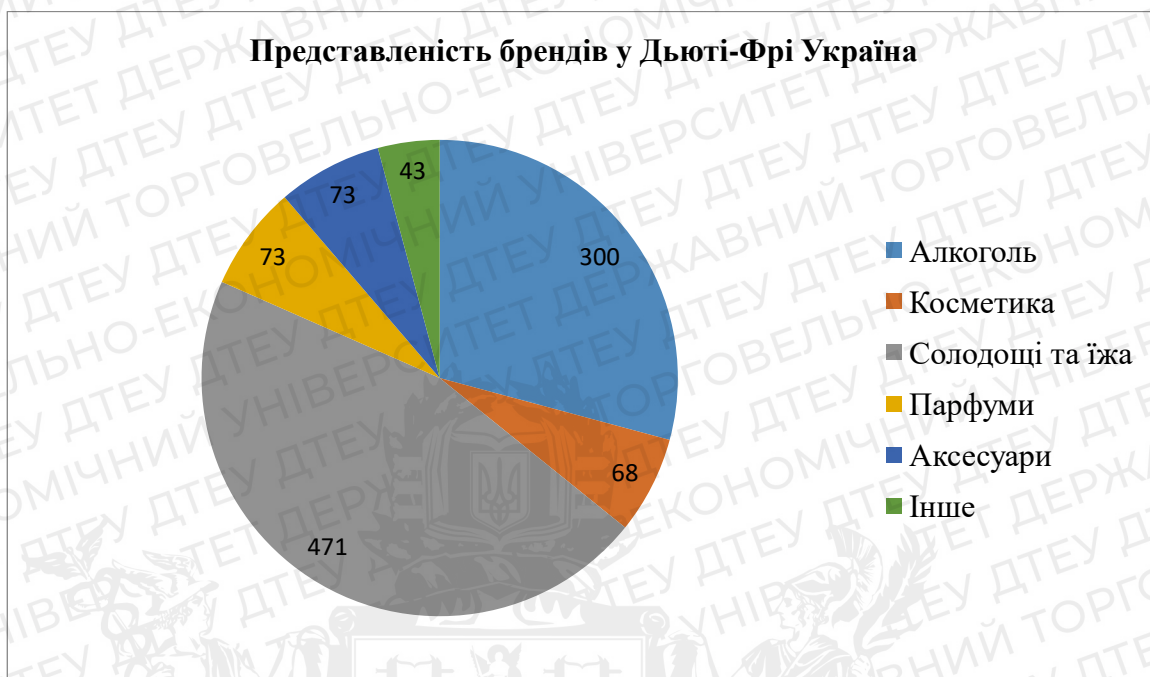
Таблиця 2.2

**Загальна характеристика ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН»
в Україні за 2018-2021 рр.**

Рік	Кількість точок БМТ	Загальна площа точок БМТ (м.кв)	Скасовано дозволів на діяльність	Представлено брендів
2018	31	3700	4	750
2019	43	4600	4	901
2020	51	5300	3	990
2021	54	5660	6	1028

Як видно з даних, спостерігається постійне зростання точок безмитної торгівлі в Україні. Одночасно з цим, у період 2020-2021 було відкрито тільки 3 точки. Основною причиною тут можна відзначити пандемію та зменшення кількості туристів, що є покупцями таких товарів. Відповідно, зменшився рівень прибутку від даної сфери. Водночас збільшилася кількість брендів.

Доцільним є відображення співвідношення між асортиментом представлених брендів (Рис. 2.1. Співвідношення між асортиментом брендів у ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН»).



**Рис. 2.1. Співвідношення між асортиментом брендів у ТОВ
«ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН»**

Як видно з діаграми, найбільше на вітчизняному ринку ДЬЮТІ ФРІ представлено брендів солодощів та їжі. Ці дані відрізняються від міжнародних, де перевага віддається алкоголю. Також парфумів та акcesуарів в Україні однакова кількість, хоча закордоном брендів парфумів представлено більше. Теж саме стосується косметики.

Тож, можна узагальнити, що українське бізнес-середовище є сприятливим, адже відображається позитивна динаміка появи точок безмитної торгівлі та розширення торгових площ. Зростає кількість брендів, що представлені в асортименті. Проте зменшення купівельної можливості наших громадян впливає на динаміку появи нових точок.

Відповідно, вважаючи, що найменше представлено інших товарів, можна говорити, що перспективним є розвиток точок із продажу навушників, іграшок, подушок.

Отже, міжнародне бізнес-середовище — це сукупність умов і чинників, які мають вплив на функціонування компанії, її господарську діяльність за

кордоном і вимагають прийняття управлінських рішень, спрямованих на їх усунення або адаптацію до них. В Україні спостерігається сприятливе бізнес-середовище.

2.2 Рекомендації та пріоритети розвитку посередницьких операцій ТОВ «ДБЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» на світових товарних ринках

Важливим для розвитку посередницьких операцій ТОВ «ДБЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» на світових ринках є залучення до міжнародних операцій посередників – зовнішніх спеціалізованих організацій, які надають професійні послуги компаніям з організації міжнародної економічної діяльності.

Дуже важливо, щоб дотримувалися всіх заходів безпеки, оскільки кінцева мета такого виду торгівлі – це роздрібна реалізація продукції фізичним особам із заборону попадання проданої продукції на внутрішній ринок.

Значну роль у підвищенні міжнародної конкурентоспроможності підприємств відіграють посередницькі компанії, які надають різноманітні послуги для сприяння розвитку міжнародних операцій.

Зарубіжні дослідники зовнішньої торгівлі та фінансового посередництва (Р. Кокс, С. І. Де Куссерг, М. Панг, Д. Петропулу, Р. Порте, Х. Рей, Дж. Тобін, Б. Фрідман, П. І. Гейне та ін.) до факторів збільшення посередниками ефективності операцій своїх клієнтів відносять економію на масштабах та переваги спеціалізації, використання інноваційних технологій і, можливо, необхідної матеріально-технічної бази, дія ефективних міжнародних комунікацій та володіння культурною цінністю, налагоджені комунікації та позитивна ділова репутація [16]

В умовах глобалізації компанії-посередники знижують собівартість міжнародних операцій (трансакційні витрати, постійні витрати, витрати часу), які збільшуються в результаті різкого підвищення мобільності міжнародного руху продукції, послуг і капіталу.

У цій діяльності посередницькі компанії є незалежними. Сфера діяльності торгово-посередницьких фірм дуже велика.

В основному вони займаються комерційною діяльністю, тоді як великі посередники іноді виконують виробничі операції, пов'язані переважно з складуванням, переробкою реалізованих товарів, страхуванням, транспортуванням, але ці функції підпорядковані комерційним операціям.

Багато угод у міжнародній торгівлі здійснюється за допомогою посередників – торговельних компаній, організацій і фізичних осіб, що займають проміжне положення між виробниками товарів і послуг і їх кінцевими споживачами [3].

За даними багатьох зарубіжних досліджень, кількість посередників у торгівлі постійно зростає. Це пояснюється розширенням і поглибленням міжнародного поділу праці, у тому числі й у сфері розподілу, постійно зростаючим споживчим попитом на товари та послуги, оновленням і поповненням асортименту останніх[20].

Торгово-посередницькі фірми та організації, що працюють за кордоном, активно вдосконалюють свою діяльність за рахунок використання нових методів і технологій, які вже успішно використовуються в промисловості. Це дозволяє їм оптимізувати свої транзакції, знизити ціни та покращити обслуговування клієнтів. Багато з них тепер оснащені найсучаснішими засобами зв'язку, передовими операційними системами інвентаризації в режимі реального часу та автоматизованими системами виставлення рахунків і замовлень.

Технології сучасності впроваджуються у сфері складського господарства, в якому переважно застосовується комп'ютерна та інша техніка. Однією з функцій маркетингу є реалізація продукції, його ефективність багато в чому залежить від правильного вибору каналів просування продукції до споживача.

Існує дві основні форми реалізації продукції:

- пряма форма (прямий маркетинг);

- непряма форма (через посередників) [1].

Основною метою використання посередників є підвищення економічної доцільності та ефективності зовнішньоторговельних операцій.

Операції, пов'язані з купівлею-продажем товарів, що здійснюються від імені виробника-експортера незалежним торговельним посередником на підставі укладеного між ними договору або окремої довіреності, називаються торгово-посередницькими.

Характер та види торгово-посередницьких операцій визначаються функціями, котрі здійснюють посередники:

1. Дослідницька робота – збір інформації, необхідної для вдосконалення та планування обміну;
2. Прийняття ризику – прийняття відповідальності за доведення товару до кінцевих споживачів.
3. Встановлення контактів – встановлення та підтримка відносин з потенційними покупцями;
4. Переговори – спроби домовитися про ціни та інші умови подальшої передачі права власності;
5. Стимулювання збуту – короткострокові заходи, спрямовані на викликання швидкої реакції ринку у відповідь на продукцію компанії;
6. Організація торгівлі – транспортування та зберігання товарів;
7. Фінансування – пошук і використання коштів для покриття витрат на доставку товарів споживачам;
8. Налаштування продукту – налаштування товару відповідно до вимог замовника. Це стосується таких видів діяльності, як виробництво, сортування, монтаж, пакування [11].

Перші п'ять функцій сприяють укладанню угод, а наступних трьох – виконанню вже укладених угод. Питання не в тому, чи потрібно виконувати ці функції – це необхідно і обов'язково, а в тому, хто повинен їх виконувати. Усі ці функції мають три загальні властивості:

- вони поглинають дефіцитні ресурси;

- часто можна краще виконувати завдяки спеціалізації;
- можуть виготовлятися як посередниками, так і виробниками.

Якщо частина з них виконується виробником, його витрати відповідно зростають, тому ціни на товари мають бути вищими. При передачі частини функцій посередникам витрати, а в результаті і ціни виробника нижчі. Посередники в цьому випадку повинні стягувати плату для покриття своїх витрат на організацію роботи.

На даний момент значно розширилися посередницькі функції, що пов'язано зі зростанням ролі торгівлі та посередницької ланки в міжнародній торгівлі [12].

Зокрема, вибір торгово-посередницької фірми залежить від типу здійснених операцій. Також розширилося надання різноманітних видів послуг, серед яких варто виділити:

- операції з організації збуту – пошук контрагентів, укладання угод від імені продавця, надання гарантій оплати товару покупцем, проведення рекламних кампаній та дослідження ринків;
- надання технічних послуг, здійснення післяпродажного технічного обслуговування;
- фінансування комерційних операцій;
- збір, обробка та надання інформації про стан та тенденції розвитку регіональних товарних ринків;
- транспортно-експедиційні операції, перевезення вантажів та страхові операції [4].

Посередники здійснюють операції на ринках засобів виробництва, сировини, нерухомості, товарів, послуг, цінних паперів, інтелектуальної власності. Відповідно до цього види операцій відповідають об'єктам посередницької діяльності та типу ринку та його особливостям.

Таким чином, безпосередньо для розвитку посередницьких операцій Д్యоті Фрі на світових ринках необхідно впроваджувати та використовувати

інформацію, яку я виклав вище, а також, зокрема, здійснювати посередницькі операції шляхом торговельно-посередницької діяльності із:

- перепродажу товарів (перепродаж товарів від імені або за дорученням товаровиробника, комісійна та консигнаційна торгівля, інші види перепродажу за довіреністю іншої сторони);
- торгово-посередницька діяльність щодо створення умов для здійснення актів купівлі-продажу (діяльність із сприяння суб'єктам товарообігу у здійсненні ними операцій купівлі-продажу, створення умов для укладення комерційних операцій);

- організація торгівлі.

Зокрема, варто здійснювати:

- пошук іноземних партнерів;
- маркетингове дослідження;
- транспортування та страхування;
- кредитно-фінансове обслуговування учасників угоди;
- оформлення документів при укладенні правочинів; виконання митних формальностей;
- проведення рекламних та інших заходів щодо просування товарів на зовнішні ринки; післяпродажне обслуговування [8]

Посередники забезпечують клієнтам пошук контрагентів, підписують угоди в особі продавця, покупця, надають гарантії оплати товару покупцем, проводять рекламні кампанії та дослідження ринку.

Діючи в певному сегменті ринку, посередники, як правило, спеціалізуються на відповідних групах товарів і послуг, і, отже, знаходять контрагентів, зацікавлених у придбанні таких товарів, набагато швидше, ніж виробників. Це дозволяє знизити трансакційні витрати, збільшити швидкість обертання торгового капіталу.

Враховуючи сучасні тенденції в сфері ДЬЮТІ ФРІ Україна та міжнародні тренди можна виокремити такі поради щодо розвитку даної галузі:

- розширення брендів аксесуарів для подорожей (оскільки їх присутній незначний асортимент);
- збільшення кількості мультибрендових точок безмитної торгівлі, що дозволяє збільшити прибуток їх власників;
- проведення регулярних маркетингових досліджень підприємствами, що дозволить оптимізувати продажі;
- спрощення законодавства щодо реєстрації точок безмитних продажів. Зменшення кількості необхідних документів та дозволів, вимог;
- спрощення законодавства щодо реєстрації точок безмитних продажів проведення регулярних рекламних акцій. Організація піар-акцій, пропагування певних товарів, промоакції.

Отже, було запропоновано шляхи для покращення розвитку галузі Дьюті-фрі в Україні та світі. Зокрема, це розширення брендів аксесуарів для подорожей, збільшення кількості мультибрендових точок безмитної торгівлі, проведення регулярних маркетингових досліджень, проведення регулярних маркетингових досліджень

Висновок до розділу 2

Залучення до участі у міжнародних операціях посередників – зовнішніх спеціалізованих організацій, які надають послуги професіоналів з питань сприяння компаніям в організації їх міжнародної господарської діяльності має вагомим значенням для розвитку посередницьких операцій ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ІУКРЕЙН» на світових товарних ринках. Основною метою використання посередників є підвищення економічної доцільності та ефективності зовнішньоторговельних операцій.

Значну роль у підвищенні міжнародної конкурентоспроможності підприємств відіграють посередницькі компанії, які надають різноманітні послуги для сприяння розвитку міжнародних операцій.

Найбільш характерними посередницькими операціями являються операції по перепродажу товарів, комісійні, обмінні, консигнаційні, брокерські, агенські, лізингові, біржові, аукціонні. Посередники забезпечують клієнтам пошук контрагентів, підписують угоди в особі продавця, покупця, надають гарантії оплати товару покупцем, проводять рекламні кампанії та дослідження ринку. Інакше кажучи, об'єктами посередницьких операцій виступають продукція промислового призначення, товари широкого вжитку, послуги, цінні папери тощо.

Безпосередньо для розвитку посередницьких операцій Дьюті Фрі на світових ринках необхідно впроваджувати та використовувати інформацію, яку я виклав вище, а також, зокрема, здійснювати посередницькі операції шляхом торговельно-посередницької діяльності.

Шляхами покращення розвитку сфери є розширення брендів аксесуарів для подорожей, збільшення кількості мультибрендових точок безмитної торгівлі, проведення регулярних маркетингових досліджень, проведення регулярних маркетингових досліджень.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи викладене, варто зазначити наступне:

1. Посередницькі операції широко зростають в сучасній міжнародній торгівлі та володіють стійкою тенденцією поширення. Нині існує 4-ступнева класифікаційна схема посередницьких операцій у міжнародному бізнесі: договір консигнації та комісії; брокерські посередницькі послуги; операції з перепродажу; агентський договір. Побудування цієї схеми відбувається за принципом зменшення повноважень, прав та відповідальності посередників і, безпосередньо, підвищення прав та ролі клієнта, в частині контролю за посередницькою діяльністю.

2. «Duty Free» - магазин, розташований у пункті пропуску державного кордону (включаючи порти, аеропорти) на «нейтральній» території, тобто за межами митної зони держави, де він знаходиться. Як правило, безмитними товарами є тютюнові вироби, різноманітні алкогольні напої, парфумерія, косметика, сувеніри, іграшки, а іноді й одяг найпрестижніших світових виробників. Безпосередньо, асортимент магазинів безмитної торгівлі залежить від країни, де вони розташовані. Аналізуючи діяльність «Duty Free» на прикладі ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» я дізнався, що це спільне українсько-німецько-швейцарське підприємство у формі Товариства з обмеженою відповідальністю – одна з небагатьох компаній, більше 25 років здійснюють безмитну торгівлю у власній мережі роздрібних магазинів на кордонах України з Білоруссю, Угорщиною, Польщею, Молдовою, Румунією, Словаччиною.

3. Правове регулювання досвіду торгово-посередницької діяльності і аналіз дозволяє зробити висновок, що посередники грають значну роль у товарообігу, а їх грамотне використання дозволить Дьюті Фрі заощадити гроші, час та підвищити ефективність діяльності.

4. Ускладнюється розподіл товарів без використання посередницьких операцій. Компанія змушена витратити зайві ресурси на організацію

зберігання продукції, її розповсюдження та комунікаційний процес. Варто зазначити, що виробник/продавець може не мати достатньо компетенцій для реалізації деяких функцій. Як наслідок, необхідність включення посередників у ланцюг створення вартості пояснюється зменшенням кількості контактів, що зменшує витрати.

5. Таке соціально-економічне явище як посередництво характеризується високою поширеністю в практиці суб'єктів господарювання та водночас низькою обізнаністю в науковій літературі. Швидкі зміни в суспільстві тягнуть за собою істотні зміни в економічних відносинах між компаніями, споживачами та іншими учасниками трансакцій.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авдокушин Е.Ф. Маркетинг в международном бизнесе : Учеб. Пособ. М. *Издательско-торговая корпорация "Дашков и К"*, 2002. С.33
2. Безручко О.О. Торгівельне посередництво як особливий вид підприємницької діяльності на ринку товарів та послуг. 2017 URL: http://www.rusnauka.com/20_PNR_2010/Economics/70139.doc.htm (дата звернення: 19.01.2022 р.)
3. Глобальна економіка: парадигми та парадокси розвитку: монографія. Рокоча В.В., Одягайло Б.М., Терехов В.І. Київ: Університет економіки та права «КРОК» 2017. С.28
4. Дима О.О. Аналіз тенденцій у розвитку посередницьких організацій. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2014. № 4. С. 72
5. Захарчевна М.В. Організація міжнародних посередницьких відносин підприємств. Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця № 7-8, 2020. С.72
6. Магнутова Т.Е. «Правовое регулирование отношений по торговому посредничеству», Автореферат дисс. ... канд. Юрид. Наук. 2016. С.8
7. Магазин беспошлинной торговли: организация деятельности.2019. URL: <https://www.google.com.ua/amp/s/i.factor.ua/journals/bn/2012/september/is-sue-38/article-87625.amp?espv=1> (дата звернення 20.01.2022 р.)
8. Мартынов Л. М. Особенности бизнес-среды Инфоком-менеджмента Проблемы экономики и менеджмента. 2012. № 9 (13). С. 72
9. Михайленко О.Г. Посібник до вивчення дисципліни «Міжнародний бізнес». О. Г. Михайленко, Д. А. Красніков. Дн-ск: Видавництво «КИТ», 2017. С.25
10. Міжнародна економічна діяльність у ХХІ столітті: механізми, форми, регулювання: зб. Матеріалів студентської наук.-практ. Інтернет-конф. 13 листопада 2020 р., м. Київ. Київ: КНЕУ, 2020. С.38
11. Міжнародна торговельна діяльність: підручник / наук. Ред. В.В. Рокоча. Київ: Університет економіки та права «КРОК», 2018. С.128

12. Міжнародна економіка: підручни. Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, Я. М. Одягайло, В. І. Терехов. К.: Університет економіки та права «КРОК», 2017. С.88.
13. Міжнародна торгівля: Практикум. Шпак В., Кондор І. Ромеро А. К. МАУП, 2004. – 384 с.
14. Міжнародне середовище бізнесу: Конкуренція та регулювання у глобальній економіці : пер. з англ. Д. Олесневич, О. Олесневич, Н. Стельмах та ін. Київ : Либідь, 2002. С.10
15. Міжнародний бізнес та стратегічні зміни: навчальний посібник. В. Рокоча, Б.М. Одягайло, В.І. Терехов. Університет економіки та права «КРОК», 2019. С.8
16. Покрещук О.О. Правове регулювання міжнародної торгівлі у контексті норм і правил ГАТТ/СОТ: Монографія. К: Зовнішня торгівля, 2003. С.88
17. Посередницька діяльність на світових товарних ринках: навчальний посібник. В.В. Рокоча, Б.М. Одягайло, В.І. Терехов, С.А. Філатов; під загальною ред. В.В. Рокочої. Київ: ВНЗ Університет економіки та права «КРОК», 2020. С.28
18. Посередницькі договори в міжнародній торгівлі. 2021. URL: <https://go-advocate.com/poserednytski-dohovory-v-mizhnarodnij-torhivli/> (дата звернення: 19.01.2022 р.)
19. Проблеми розвитку посередницької ланки в зовнішньоторговельних операціях. Ковтун Е.О., Сафонюк Н.О., Гусак К.Ю. Ефективна економіка. 2018. С.8
20. Резнікова В. Економічна сутність посередництва. Вісник Хмельницького національного університету. 2019. № 3 (4). С. 228
21. Савельєв В. Оцінка бізнес-середовища при формуванні глобальної маркетингової стратегії. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2014. № 3(156). С. 112

22. Сіденко С. В. Міжнародні економічні відносини: навч. Посібник. С. В. Сіденко, О. М. Іваницька, О. В. Кузнецов; за ред. Д-ра екон. Наук, проф. С. В. Сіденко. К.: НАУ, 2015. С.68
23. Сімонов Р.В. Значення посередництва в умовах глобалізації світової економіки. Інфраструктура ринку. 2018. С.22
24. Сучасні перетворення міжнародного бізнесу. Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції (31 березня 2021 року, м. Харків). За заг. ред. Архієреєва С.І., Дерід І.О. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2021. С.113-115
25. Управління міжнародним бізнесом: конспект лекцій для студентів В-27 економічного спрямування, аспірантів, викладачів. Н. Г. Ушакова, К. Ю. Величко, О. І. Печенка. Харків: Видавництво «Форт», 2016. 126с.
26. «ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СПІЛЬНЕ УКРАЇНСЬКО-НІМЕЦЬКО-ШВЕЙЦАРСЬКЕ ПІДПРИЄМСТВО У ФОРМІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «Д'ЮТІ ФРІ ТРЕЙДІНГ»: бухгалтерська звітність і фінансовий аналіз за 2020 р. URL: https://zvitnist.com/14285992_TOVARYSTVO_Z_OBMEZHENOU_VDP_OVDALNSTU_SPILNE_UKRAY (дата звернення 20.01.2022 р.)
27. Что такое дьюти-фри. Продажа товаров в магазине беспошлинной торговли. 2018. URL: <https://www.google.com.ua/amp/s/www.glavbukh.ru/amp/article/41134?espv=1> (дата звернення 20.01.2022 р.)
28. MyDutyFree
https://zvitnist.com/14285992_TOVARYSTVO_Z_OBMEZHENOU_VDP_OVDALNSTU_SPILNE_UKRAY (дата звернення 20.01.2022 р.).

ДОДАТКИ

Додаток А

Загальна інформація про ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН».

Назва: «ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СПІЛЬНЕ УКРАЇНСЬКО-НІМЕЦЬКО-ШВЕЙЦАРСЬКЕ ПІДПРИЄМСТВО У ФОРМІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ »Д'ЮТІ ФРІ ТРЕЙДІНГ» ЄДРПОУ: 14285992.

Скорочена назва: СП У ФОРМІ ТОВ «Д'ЮТІ ФРІ ТРЕЙДІНГ»

Організаційно-правова форма: ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

Дані про початок діяльності: 23.10.1991; 16.06.2005; 13201200000000303

Основний напрямок діяльності: 47.25 Роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах

Додаткові(ий) напрямки(ок) діяльності:

68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна

49.41 Вантажний автомобільний транспорт

47.77 Роздрібна торгівля годинниками та ювелірними виробами в спеціалізованих магазинах

47.11 Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами

46.19 Діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту

79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність

82.30 Організування конгресів і торговельних виставок

82.99 Надання інших допоміжних комерційних послуг, н.в.і.у.

47.24 Роздрібна торгівля хлібобулочними виробами, борошняними та цукровими кондитерськими виробами в спеціалізованих магазинах

47.26 Роздрібна торгівля тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах

47.42 Роздрібна торгівля телекомунікаційним устаткуванням у спеціалізованих магазинах

47.53 Роздрібна торгівля килимами, килимовими виробами, покриттям для стін і підлоги в спеціалізованих магазинах

47.64 Роздрібна торгівля спортивним інвентарем у спеціалізованих магазинах

47.65 Роздрібна торгівля іграми та іграшками в спеціалізованих магазинах

47.71 Роздрібна торгівля одягом у спеціалізованих магазинах

47.75 Роздрібна торгівля косметичними товарами та туалетними принадлежностями в спеціалізованих магазинах

47.76 Роздрібна торгівля квітами, рослинами, насінням, добривами, домашніми тваринами та кормами для них у спеціалізованих магазинах

47.78 Роздрібна торгівля іншими неживаними товарами в спеціалізованих магазинах

56.30 Обслуговування напоями

77.11 Надання в оренду автомобілів і легкових автотранспортних засобів

77.12 Надання в оренду вантажних автомобілів

73.11 Рекламні агентства

73.20 Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки

Поточний стан: діє

Офіційна адреса: Україна, 89423, Закарпатська обл., Ужгородський р-н, село Минай, ВУЛИЦЯ ПОЛЬОВА, будинок Б/Н

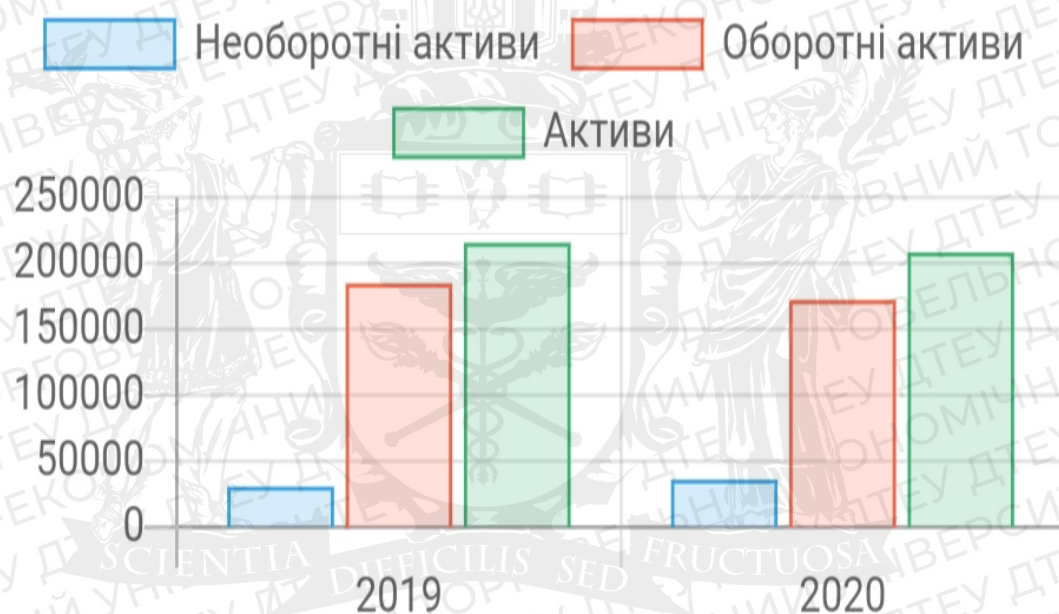
Контактні дані: 0312664343; +380503179900; +380312664343

Засновник(и):

Т.Р.П. ТРЕВЕЛ РІТЕЙЛ ПАРТНЕРС ЛІМІТЕД, Кіпр, Кіпр,
АРХ.МАКАРІУ Ш І КАЛОГРЕОН 4, НІКОЛАІДЕС СІ ВЬЮ СІТІ,

Додаток Б
Фінансовий аналіз за 2019-2020 рр.

Діаграма. Динаміка активів «ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ІОКРЕЙН» у 2019-2020 рр., тис. Грн.



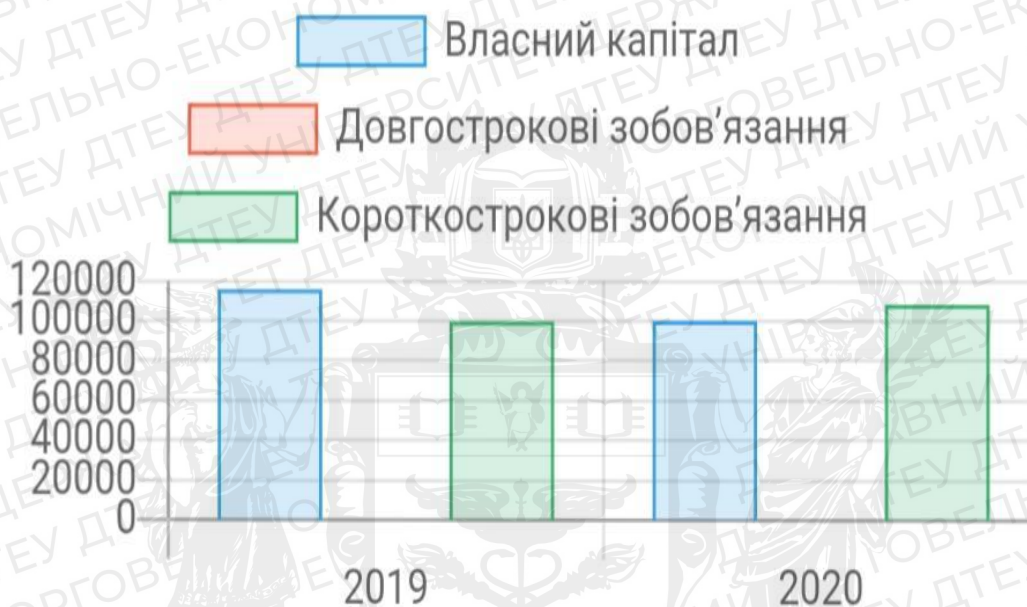
Спостерігається послаблення господарського потенціалу, на що вказує зменшення суми активів на 3,3%. Тобто у підприємства скорочується обсяг наявного у розпорядженні майна.

Той факт, що дохід від продажу товарів і послуг зростає при зниженні суми активів, вказує на підвищення ефективності управління обмеженим обсягом доступних ресурсів.

Таблиця 1. Горизонтальний аналіз активів ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ
ЮКРЕЙН» у 2019-2020 рр., тис. Грн.

Показник	2019	2020	Абс. приріст, +,-	Відн. приріст, %
Основні засоби	2885 0	3596 9	7119	24,68
НЕОБОРОТНІ АКТИВИ	3083 3	3618 3	5350	17,35
Запаси	9373 6	1068 86	13150	14,03
Гроші та їх еквіваленти	8823 9	5654 1	-31698	-35,92
ОБОРОТНІ АКТИВИ	1847 45	1722 87	-12458	-6,74
АКТИВИ	2155 78	2084 70	-7108	-3,3

Діаграма. Динаміка джерел фінансування ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» у 2019-2020 рр., тис. Грн.



Скорочується сума наявних джерел фінансування для залучення активів, що зумовлено зменшенням власного капіталу (-13,48%).

Таблиця 2. Горизонтальний аналіз пасивів (джерел фінансування активів)

ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» у 2019-2020 рр., тис. Грн.

Показник	2019	2020	Відн.	
			Абс. приріст, +/-	приріст, %
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1152	9597	-19231	-16,69
ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ	1157	1001	-15598	-13,48
ДОВГОСТРОКОВІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ	39	41	0	-
товари,	7909	8559	6494	8,21
роботи,	6	0		
послуги				
КОРОТКОСТРОКОВІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ	9983	1083	8490	8,5
БАЛАНС	2155	2084	-7108	-3,3
	78	70		

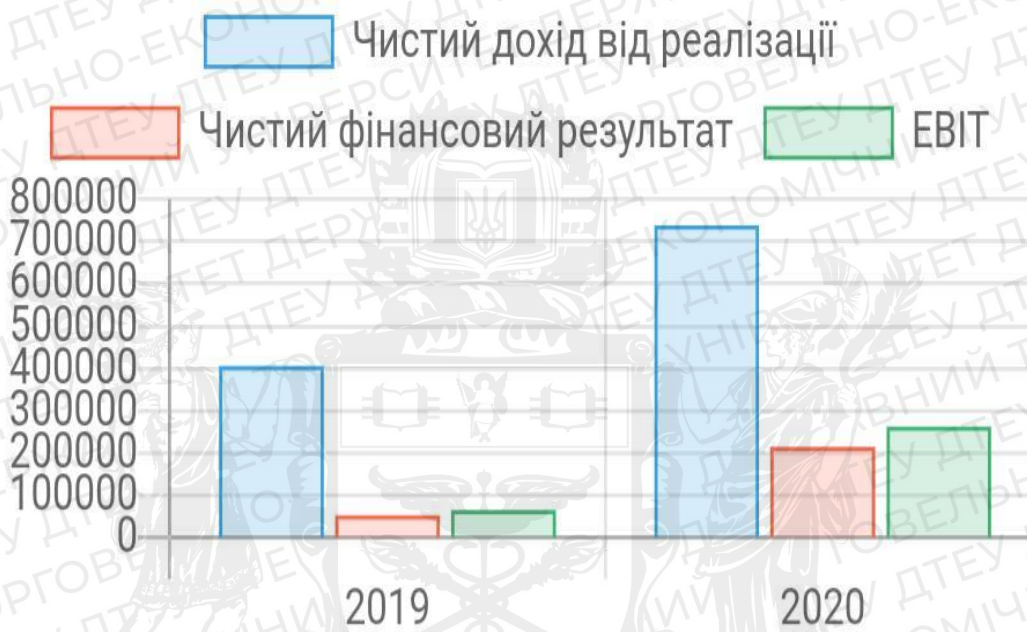
Таблиця 3. Показники стійкості та платоспроможності ТОВ «ДБЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» у 2019-2020 рр., частка одиниці

Показник	Абс.		Відн.	
	2019	2020	Приріст, +,-	Приріст, %
Фінансова автономія	0,54	0,48	-0,06	-10,53
Поточна ліквідність	0,31	0,33	0,03	8,15

Спостерігається зниження фінансової незалежності компанії, про що свідчить динаміка коефіцієнта фінансової автономії. На кінець 2020р. підприємство спроможне самостійно профінансувати 48,04% своїх активів.

Значення поточної ліквідності знаходиться нижче нормативної межі (1,5), що може вказувати на імовірність втрати платоспроможності у найближчій перспективі.

Діаграма 3. Динаміка фінансових результатів ТОВ «ДБЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» у 2019-2020 рр., тис. Грн.



Відбувається збільшення чистого доходу від реалізації товарів та послуг на 81,92%, що вказує на високу конкурентоспроможність в динамічному середовищі.

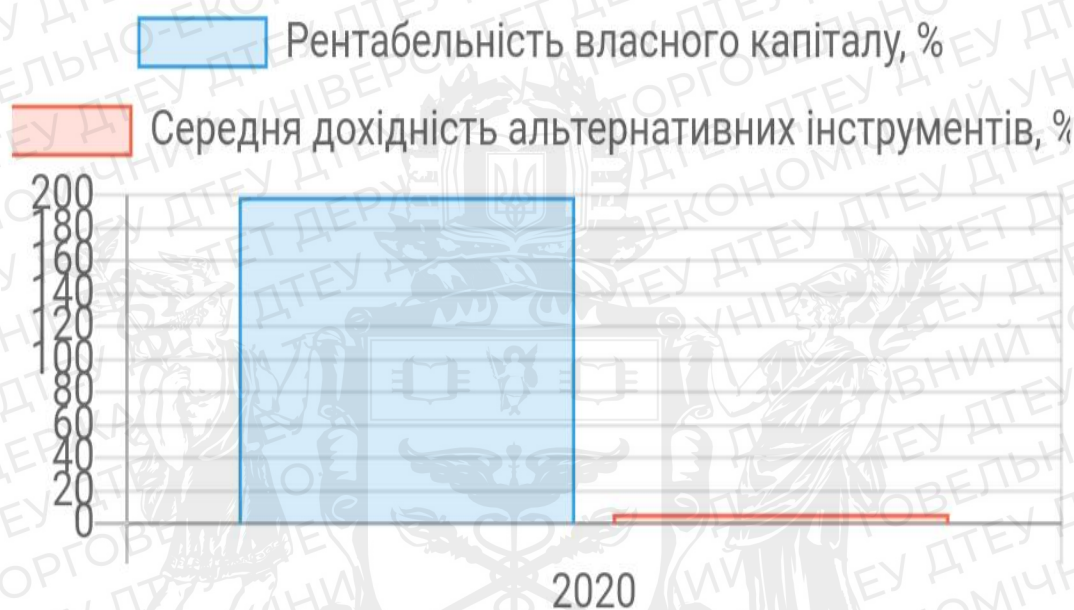
Сума чистого прибутку компанії є додатною (214769 тис. Грн у 2020 році), що може вказувати на продуману бізнес-модель. Хоча для кращого розуміння здатності менеджменту досягати поставлених цілей слід розглянути показники рентабельності.

Діаграма 4. Співставлення рентабельності активів ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» з інфляцією в Україні у 2020 р., %



Рентабельність активів у 2020р. Перевищувала інфляцію, що свідчить про реальне зростання вартості наявних у компанії активів.

Діаграма 5. Співставлення рентабельності власного капіталу ТОВ «ДБЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» з дохідністю альтернативних інструментів у 2020р., %



Для визначення привабливості компанії як об'єкту інвестування доцільно співставити рентабельність власного капіталу та рентабельність альтернативних напрямків вкладення капіталу власниками. Для простоти розрахунку використовуються дані Національного банку України щодо середньої доходності депозитів за 2020р. Таким чином, перевищення рентабельністю власного капіталу доходності за альтернативним інструментом вказує, що рівень благополуччя власників компанії зростає, причому більш швидкими темпами, ніж це характерно в середньому для фінансового ринку.

Діаграма 6. Динаміка показників рентабельності продажів ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ
ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» у 2019-2020 рр., %



Показник валової рентабельності демонструє додатне значення у 2020р.

Це вказує на необхідність подальшого пошуку можливостей для збільшення обсягу продажів товарів та послуг для максимізації кінцевого фінансового результату.

АНОТАЦІЯ

Шейнфельд Даніель Романович. Посередницькі операції в міжнародному бізнесі (на матеріалах ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН»)

Випускна кваліфікаційна робота присвячена основним аспектам посередницьких операцій в міжнародному бізнесі, рекомендаціям щодо здійснення посередницьких операцій у міжнародному бізнесі.

У роботі розкрито сутність посередницьких операцій та їх суб'єкти на світових товарних ринках за матеріалами ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН», проаналізовано діяльності ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» як суб'єкта міжнародного бізнесу.

В ході випускної кваліфікаційної роботи було розроблено комплекс рекомендацій щодо здійснення посередницьких операцій ТОВ «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙ ЮКРЕЙН» у міжнародному бізнесі. Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу у сфері посередницьких операцій, пріоритети розвитку посередницьких операцій.

Ключові слова: міжнародній бізнес, посередницькі операції, рекомендації.

ABSTRACT

Sheinfeld Daniel Romanovich. Intermediary operations in international business (based on the materials of DUTY FREE PJ UKRAINE LLC)

The final qualifying work is devoted to the main aspects of intermediary operations in international business, recommendations for the implementation of intermediary operations in international business.

The essence of intermediary operations and their subjects in the world commodity markets on the materials of DUTY FREE PJ UKRAINE LLC is revealed, the activity of DUTY FREE PJ UKRAINE LLC as an international business entity is analyzed.

In the course of the final qualification work, a set of recommendations was developed for the implementation of intermediary operations of DUTY FREE PJ UKRAINE LLC in international business. Assessment of the favorable environment of international business in the field of intermediary operations, priorities for the development of intermediary operations.

Key words: international business, intermediary operations, recommendations.