

УДК 339.564.4

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(1)-18-21

ГРОМОВА О. Є.,
ІВАНЧИК Т. О.,
ОЛІЙНИК В. А.Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету**АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БАРЛІНЕК ІНВЕСТ»**

В роботі проаналізовано зовнішньоекономічну діяльність ТОВ «Барлінек Інвест» в межах деревопереробної діяльності та виготовлення паркетних дошок. В результаті аналізу даних, отриманих шляхом вивчення звітної документації підприємства, вдалося визначити поточний стан компанії на зовнішньому ринку. Це дало змогу знайти шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Барлінек Інвест».

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, Барлінек Інвест, деревообробна діяльність, виробник паркетної дошки, аналіз економічної діяльності.

HROMOVA O. E.,
IVANCHYK T. O.,
OLIYNYK V. A.Vinnytsia Trade and Economics Institute
of Kyiv National Trade and Economics University**ANALYSIS OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF BARLINEK INVEST LTD.**

Increasing competition in foreign markets leads to a constant study of the marketing environment of the company, as it is a combination of factors that affect the marketing policy of the company, its current state and development. One of the most important directions of economic activity of a large enterprise is its output and consolidation in the foreign market. The most actual in our time is the issue of export of finished products at the most favorable terms, on which depends both the quantity of goods sold, and the price policy of the company as a whole. The work analyzes the foreign economic activity of Barlinek Invest Ltd. within the framework of woodworking and parquet boards production. The research was conducted on the basis of the accounting documentation of Barlinek Invest Ltd, which is a participant in the foreign market activity in many leading countries of the world. For the analysis, the activity of the company was used during 2013-2017. The target consumers of the products of the company are construction companies engaged in construction and repair works and interior design in residential buildings. An enterprise does not use intermediary services when supplying products to consumers. Due to this, representatives of companies can directly communicate with their customers and respond to their demands and wishes. The analysis of the reporting documentation reflected the current state of the company in the foreign market. This made it possible to find ways to increase the efficiency of foreign economic activity of Barlinek Investment LLC. We have developed a plan for the economic development of Barlinek Invest LLC in the foreign economic market. This plan consists of a list of the main activities that will improve the company's economic performance. In the study, these measures were analyzed and made forecasts of the results of their implementation. Based on these forecasts, we have constructed graphs that demonstrate the dynamics of changes in the main economic indicators of the company. The results of the evaluation of the effectiveness of the proposed measures have shown that they can be implemented in the conditions of real market activity LLC Barlinek Invest.

Keywords: foreign economic activity, Barlinek Invest, woodworking activity, producer of parquet board, analysis of economic activity.

Постановка проблеми. Вплив динаміки експорту продукції ТОВ «Барлінек Інвест» на рентабельність зовнішньоекономічної діяльності підприємства у деревопереробному секторі світового ринку.

Вступ. ТОВ «Барлінек Інвест» – провідний світовий виробник багатшарових дерев'яних підлог з річною виробничою потужністю понад 9 млн м². Асортимент підприємства налічує декілька сотень найменувань, які можна поділити на три виробничі групи: паркетні дошки, Barkiet System і дерев'яні плінтуси [1].

Висока якість продукції, застосування у виробництві новітніх технологій та сучасної техніки робить «Барлінек» беззаперечним лідером у сфері деревообробної індустрії.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженню основних сучасних тенденцій розвитку ефективної зовнішньоекономічної діяльності підприємства присвячені праці вчених-економістів: Величка К. Ю. і Козуб В. О. Критерії визначення рівня ефективності зовнішньоекономічної діяльності розглянуті у працях Носач Л. Л., Печенка О. І., Чернишова Л. О.

Виклад основного матеріалу. Проаналізувавши баланс експорту/імпорту підприємства в період з 2013 р. по 2017 р. (табл. 1), ми дослідили зміну рівня експорту продукції підприємства, залежно від товарної категорії [2], і на основі отриманих даних побудували діаграму.

Близько 70–80 % всієї виготовленої продукції відправляється на експорт. Інші 20–30 % від загального обсягу виробництва реалізуються на промисловому ринку України [3, с. 107–109].

Таблиця 1

Оцінка експорту / імпорту продукції ТОВ «Барлінек Інвест» за 2013–2017 рр. (у тис. грн.)

| Основні види продукції підприємства | 2013 рік | 2014 рік | 2015 рік | 2016 рік | 2017 рік | Приріст | |
|-------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|--------------|----------|
| | | | | | | Абсол. знач. | %, знач. |
| Паркетна дошка | 98475,5 | 102847,1 | 95938,3 | 101834,7 | 114324,5 | 15849 | 15,9 |
| Barkiet System (супутні товари) | 53968,2 | 64857,9 | 62941,6 | 71602,4 | 76183,5 | 22215,3 | 37,3 |
| Дерев'яні плінтуси | 48736,2 | 59083,1 | 57643,3 | 61837,7 | 66003,9 | 17267,7 | 31,8 |
| Усього | 201179,9 | 427968 | 216522,6 | 235274,8 | 256511,9 | 55332 | 79,7 |
| Обсяги закупленої сировини, грн. | 101748,4 | 134859,1 | 93847,7 | 108475,9 | 116937,6 | 27964,6 | 24,9 |

Таким чином, товарна структура експорту в основному складається з паркетної дошки. Обсяги ж експорту Barkiet System (супутніх товарів) та дерев'яних плінтусів майже вдвічі менший.

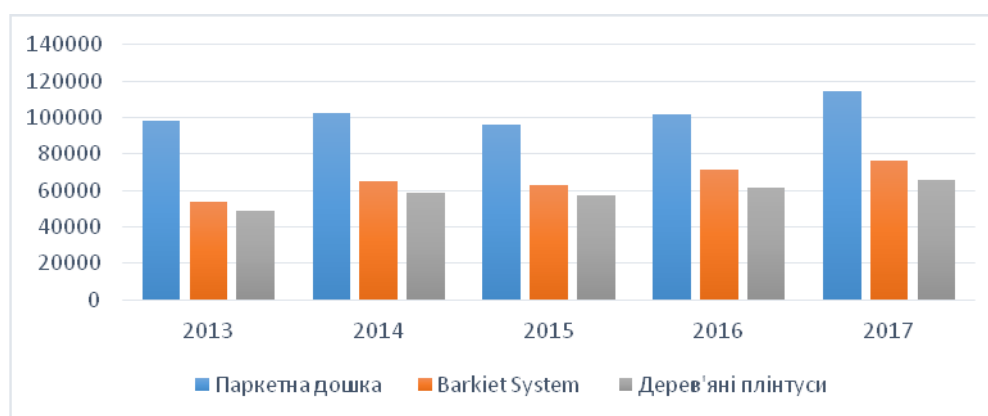


Рис. 1. Динаміка товарної структури експорту ТОВ «Барлінек Інвест» протягом 2013–2017 рр.

Основним країнами-імпортерами товарів Барлінек є Франція, Італія, США, Великобританія, Норвегія, Швеція та Німеччина. За останні роки підприємство вийшло на ринок Канади та посилало свою присутність на ринку Австралії [4], проте частка продажів у цих країнах залишається мінімальною. Територіальна частка експорту ТОВ «Барлінек Інвест» за 2017 р. представлена на рис. 2.



Рис. 2. Циклічність територіальної структури експорту ТОВ «Барлінек Інвест» за 2017 р.

Відповідно до наданих даних, експорт ТОВ «Барлінек Інвест» покриває більшу частину європейського ринку та намагається збільшити свою присутність на ринках інших материків [5, с.19–30]. Також з огляду на зібрані дані, ми можемо дійти висновку, що в період з 2015 р. по 2017 р. чистий прибуток стабільно зростає, проте разом з ним зростає і щорічне відхилення. На протигагу росту чистого прибутку, операційна рентабельність та рентабельність оборотних активів щороку знижується в середньому на 3–4%. Рентабельність власного капіталу та чиста рентабельність поступово зростають. Щорічне відхилення становить в середньому близько 0,002 – 0,004%. Рівень рентабельності витрат щороку збільшується на 0,002–0,003%.

Результати аналізу основних показників рентабельності ТОВ «Барлінек Інвест» відображені на рис. 3.

Таблиця 2

Динаміка основних показників рентабельності ТОВ «Барлінек Інвест» за 2015–2017 рр.

| № | Показники | Роки | | | Абсолютне відхилення (+/-) | | Відносне відхилення, % | |
|---|--|-------|-------|-------|----------------------------|-----------|------------------------|-----------|
| | | 2015 | 2016 | 2017 | 2016/2015 | 2017/2016 | 2016/2015 | 2017/2016 |
| 1 | Чистий прибуток, тис. грн. | 213 | 238 | 271 | 25 | 33 | 1,117 | 1,139 |
| 2 | Рентабельність продажу (операційна рентабельність) | 0,016 | 0,013 | 0,011 | -0,003 | 0,002 | 0,813 | 0,846 |
| 3 | Рентабельність оборотних активів, % | 0,039 | 0,035 | 0,027 | -0,004 | -0,008 | 0,897 | 0,771 |
| 4 | Рентабельність власного капіталу, % | 0,131 | 0,156 | 0,179 | 0,025 | 0,023 | 1,191 | 1,147 |
| 5 | Чиста рентабельність, % | 0,006 | 0,007 | 0,011 | 0,001 | 0,004 | 1,177 | 1,571 |
| 6 | Рівень рентабельності витрат, % | 0,007 | 0,009 | 0,013 | 0,002 | 0,004 | 1,286 | 1,444 |

Для аналізу організаційно-економічної характеристики не менш важливо дослідити показники фінансово-господарської діяльності ТОВ «Барлінек Інвест», зокрема показники чистого доходу, собівартості реалізованої продукції, валового та чистого прибутку (табл. 3).

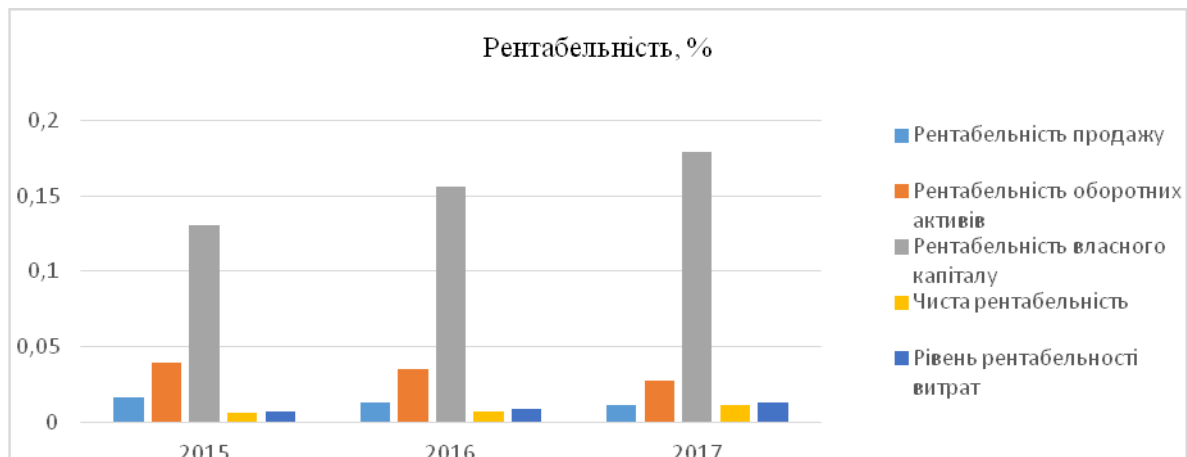


Рис. 3. Динаміка рентабельності ТОВ «Барлінек Інвест» за 2015–2017 рр.

Проаналізовані дані свідчать, що чистий дохід від реалізації продукції, власне як і її собівартість, щороку зростають приблизно на 10–13%. Валовий прибуток впродовж 2015–2016 рр. зріс більш ніж на 47%, а впродовж 2016–2017 рр. – на 16%. Приріст чистого прибутку за 2015–2017 рр. становить близько 20–25% щороку.

Підприємство використовує як основні, так і синтетичні засоби маркетингових комунікацій. З основних засобів підприємство використовує стимулювання збуту. Заходи зі стимулювання збуту спрямовані на споживачів і торговий персонал фірми.

Посилення конкуренції на зовнішніх ринках зумовлює постійне вивчення підприємством маркетингового середовища, адже це сукупність чинників, які впливають на маркетингову політику компанії, її сучасний стан і розвиток.

Таблиця 3

Динаміка показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «Барлінек Інвест»

| № | Показники | Роки | | | Абсолютне Відхилення (+/-) | |
|----|---|-------|-------|-------|----------------------------|-----------|
| | | 2015 | 2016 | 2017 | 2016/2015 | 2017/2016 |
| 1. | Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн. | 34756 | 38293 | 42746 | 3537 | 4453 |
| 2. | Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн. | 27384 | 28394 | 30291 | 1010 | 1897 |
| 3. | Валовий прибуток, тис. грн. | 7372 | 11899 | 12455 | 4527 | 556 |
| 4. | Рентабельність, % | 21,02 | 25,85 | 19,80 | 4,83 | -6,05 |
| 5. | Адміністративні витрати, тис. грн. | 954 | 1354 | 2546 | 400 | 1192 |
| 6. | Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, тис. грн. | 465 | 486 | 499 | 21 | 13 |
| 7. | Фінансові результати від звичайної діяльності: прибуток, тис. грн. | 265 | 293 | 365 | 28 | 72 |
| 8. | Чистий прибуток, тис. грн. | 475 | 546 | 692 | 71 | 146 |

Цільовими споживачами продукції компанії є будівельні компанії, які займаються будівельно-ремонтними роботами та облаштуванням інтер'єру в житлових будинках. Підприємство не використовує послуги посередників під час постачання продукції споживачам. Завдяки цьому представники фірми можуть безпосередньо спілкуватися зі своїми споживачами і реагувати на їхні вимоги та побажання.

Висновки. Отже, для ефективної роботи підприємства та просування товару на ринку замало просто розробити грамотну стратегію просування продукції з урахуванням зовнішніх і внутрішніх факторів чи сформулювати збалансовану цінову політику. Необхідно також створити та налаштувати інтерактивну систему комунікацій з реальними та потенційними споживачами компанії.

Література

1. Барлінек Інвест : [офіційний сайт компанії] [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.barlinek.ua/>
2. Українська асоціація маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uam.in.ua>
3. Стегура Е. С. Роль та методи маркетингових досліджень у роздрібній торгівлі / Е. С. Стегура, М. Г. Рега // Економіка & держава, 2015. – № 5. – С. 107–109.
4. Менеджмент і маркетинг / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://management.com.ua>
5. Лилик І. Ринок маркетингових досліджень в Україні 2015 рік: експертна оцінка та аналіз УАМ / І. Лилик // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 1–2. – С. 19–30.
6. Hromova Olha Lending as motivation for innovative activity of a modern enterprise / Olha Hromova, Nataliia Polishchuk, Ruslana Lopatiuk // Investment Management and Financial Innovations. – 2018. – Volume 15. Issue 2. – P. 213–221.

References

1. Barlinek Invest [Official website of the company] [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.barlinek.ua/>
2. Ukrainian Marketing Association [Electronic resource]. – Access mode: <http://uam.in.ua>
3. Stegura E.S. Role and methods of marketing research in retail trade / E. S. Stegura, M. G. Reg // Economy & State, 2015. – No. 5. – P. 107–109.
4. Management and marketing [Electronic resource]. – Mode of access: <http://management.com.ua>
5. Lilyk I. Marketing Research Market in Ukraine in 2015: expert assessment and analysis by UAM / I. Lilyk // Marketing in Ukraine, 2016. – No. 1–2. – P. 19–30.
6. Hromova Olha Lending as motivation for innovative activity of a modern enterprise / Nataliia Polishchuk, Olha Hromova, Ruslana Lopatiuk // Investment Management and Financial Innovations. Volume 15. 2018, Issue 2, P. 213–221.

Рецензія/Peerreview : 11.11.2018 Надрукована/Printed : 05.12.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Рудніченко С. М.