

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

ГУЖОВСЬКА ТАМАРА ВАСИЛІВНА

УДК 332.145

**УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ФІРМИ
(НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ІДДЖІ ГРУП»)**

8.03060104

«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

АВТОРЕФЕРАТ
дипломної роботи освітньо-кваліфікаційного рівня
"МАГІСТР"

Науковий керівник: _____

Київ – 2016

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми обумовлена стрімкими темпами глобалізації світу, розвитку зовнішньоекономічної діяльності в цілому, а також збільшенням об'єму зовнішньоекономічних зв'язків між Україною та Китаєм. Імпорт продукції з КНР з кожним роком зростає, як і кількість підприємств-імпортерів продукції з Китаю. Тому пошук оптимальних шляхів організації торговельно-посередницької діяльності у цій галузі є необхідним для ефективного функціонування підприємств-імпортерів.

Існує два основних способи доведення товару або послуги до споживача, можна продавати його безпосередньо споживачу або реалізувати його через посередників. Сьогодні практично жоден виробник не обходиться без допомоги посередників. В умовах послаблення економіки країни та коливання курсу валют підприємства-імпортери втрачають прибуток. Багато посередників шукають нові шляхи імпорту продукції в Україну або способи управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Світові тенденції вирішення поставлених завдань. Дослідженням проблеми управління зовнішньоекономічною діяльністю торговельно-посередницьких фірм займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: Апопій В. В., Міщук І. П., Бутенко Н. В., Циганкова Т. М., Синяєва І. М. та інші.

Теоретичною базою дослідження є сучасні теорії управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, наукові концепції, монографії та періодичні публікації українських і зарубіжних учених з питань зовнішньоекономічної діяльності, торговельного посередництва, менеджменту та маркетингу.

Інформаційну базу дослідження склали: економічна література, періодичні видання, підручники, аналітичні дані, матеріали органів державної статистики України, звітність підприємства, а також результати досліджень, виконаних автором.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Магістерська робота є фрагментом науково-дослідної роботи кафедри менеджменту за темою: "Удосконалення організаційно-економічних механізмів розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств" (державна реєстрація № 00114U001134).

Метою роботи є пошук шляхів вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю торговельно-посередницьких фірм.

Досягнення поставленої мети зумовлює вирішення наступних завдань:

- розглянути сутність та види торговельно-посередницьких фірм;
- визначити сутність та види торговельно-посередницьких операцій у зовнішньоекономічній діяльності;
- узагальнити науково-практичні підходи до організація роботи торговельно-посередницької фірми в сфері зовнішньоекономічної діяльності;
- надати організаційно-економічну характеристика ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП»;
- оцінити стратегії та організаційні засади менеджменту зовнішньоекономічної діяльності в ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП»;
- проаналізувати ефективність торговельно-посередницької діяльності ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП»;
- розробити проект вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП»;
- оцінити економічну доцільність запропонованих заходів для ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП»;
- надати загальні пропозиції та рекомендації щодо управління зовнішньоекономічною діяльністю в ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП».

Об'єктом дослідження є зовнішньоекономічна діяльність торговельно-посередницьких фірм.

Предметом дослідження є принципи, методи і інструменти управління зовнішньоекономічною діяльністю торговельно-посередницьких фірм.

Методи дослідження. У процесі виконання дипломної роботи застосовувалася сукупність загальних та специфічних наукових методів. Серед них: системний підхід, методи економічного і статистичного аналізу, групування. Для отримання аналітичної інформації були використані дані статистичної звітності, внутрішньої, зокрема, бухгалтерської звітності підприємства. Використовувалися методи графічного моделювання організаційних структур, метод порівняння, метод синтезу. Проект вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП» розроблювався методами проектного моделювання в «MS Project».

Наукова новизна проекту полягає у тому, що торговельно-посередницькому підприємству пропонується виконувати деякі функції виробничого підприємства з метою підвищення доданої вартості продукції та доходів від її продажу.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що висновки та пропозиції роботи можуть знайти конкретну реалізацію в діяльності ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП» в частині рекомендацій щодо виконання підприємством функцій виробничого задля розширення асортименту.

Апробація результатів дослідження. Основні теоретичні та практичні результати дослідження висвітлювались на VII Всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю (Київ, 2016).

Публікації. За результатами дипломної роботи освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр» опубліковано 2 наукові праці.

Структура та обсяг роботи. Дипломну роботу викладено на 110 сторінках. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми роботи, сформульовано мету, завдання, предмет і об'єкт дослідження, визначено наукову новизну та практичне значення отриманих результатів і запропонованих рекомендацій.

У першому розділі – «Теоретичні засади управління зовнішньоекономічною діяльністю торговельно-посередницьких фірм» – визначено поняття торгівлі, торговельно-посередницької фірми, їх значення для виробників товарів та основні функції. З економічної точки зору, задачу торговельних посередників розглянуто як необхідність трансформувати асортимент продукції, що випускається виробниками, в асортимент товарів, необхідних споживачам.

У дипломній роботі наголошено, що торговельне посередництво – обов'язковий елемент ринку. Фірми використовують посередників для найбільш кваліфікованого забезпечення зручності придбання продукції за факторами часу, місця, форми і власності; зниження витрат на реалізацію продукції або здійснення операцій з матеріально-технічного забезпечення виробництва; зниження рівня запасів готової продукції або необхідних матеріально-технічних ресурсів; зменшення кількості постачально-збутових операцій; кращого контактування зі споживачами або постачальниками – банками, транспортними, складськими, експедиторськими, страховими фірмами, іншими суб'єктами сфери товарного обігу; досягнення високої оперативності реакції на зміни ринкової кон'юнктури; підвищення ступеня конкурентоспроможності товарів; забезпечення доступу до первинної ринкової інформації.

В роботі розглянуто різні види торговельно-посередницьких фірм, зокрема, експортні та імпорتنі. Серед імпорتنих виділено: оптові, роздрібні, дистриб'юторів, стокістів, брокерів, агентські та комісійні фірми.

На основі аналізу теоретичних джерел, у магістерській роботі під торговельно-посередницькими операціями запропоновано розуміти операції, зв'язані з купівлею та продажем товарів, виконувані з доручення виробника-експортера незалежним від нього торговим посередником на основі висновку угоди або доручення.

Посередницькі торгові операції є невід'ємним взаємозалежним елементом системи зовнішньої торгівлі товарами. Під торгівлею розуміється придбання господарських благ з метою одержання прибутку від їхнього наступного продажу. У системі суспільного поділу праці торгівля займає самостійне місце. Вона є невід'ємною ланкою в ланцюзі господарських відносин суспільства, побудованих на принципах поділу праці і товарного обміну.

Виділено такі види торговельно-посередницьких операцій: операції з перепродажу, комісійні, агентські та брокерські операції.

Наголошено, що торговельне посередництво охоплює широке коло послуг:

- пошук іноземного контрагента;
- підготовка і укладання договорів;
- кредитування сторін і надання гарантій оплати товару покупцем;
- здійснення транспортно-експедиторських операцій;
- страхування товарів при транспортуванні;
- виконання митних формальностей;
- проведення рекламних та інших заходів щодо просування товарів на зовнішні ринки;
- здійснення технічного обслуговування та інші послуги.

Управління торговельно-посередницькою фірмою у сучасних умовах має певні специфічні риси: розширення напрямів і сфер торговельно-посередницької діяльності, що здійснюється по окремих товарах (номенклатурі), видах діяльності (оптові, роздрібні, посилкові), здійснюваних операціях (експортні, імпорتنі), наданих послугах, характеру угод і функціях; прив'язування торговельних посередників до виробників машин і устаткування; зосередження гнітючої частини торговельно-посередницьких операцій в руках невеликого числа ТНК, що мають свої фінансові, страхові компанії, флот, склади запасних частин; посилення впливу на торговельних посередників ТНК, що координують сферу і характер їхньої діяльності

шляхом поділу ринків збуту; підпорядкування великим промисловим компаніям дрібних і середніх торговельно-посередницьких фірм шляхом системи франшиз, тобто довгострокових договорів з наданням виключного права на реалізацію товарів і послуг зі збереженням торгової марки виробника; участь торговельно-посередницьких фірм у міжнародних консорціумах для здійснення великих будівельних проектів (здійснюють закупівельно-збутові операції для цих підприємств).

У роботі виділено, що посередники виконують певні логістичні функції. Логістика є тим аспектом процесу розподілу товарів, який пов'язаний із забезпеченням фізичного руху товарів (як на виході – збут продукції, так і на вході – закупівля необхідних ресурсів для підприємства). Логістичні питання, зокрема на виході, вирішуються як самим підприємством-виробником, так і торговельними посередниками. Це питання доставки продукції, її зберігання та інше.

У другому розділі – «Дослідження управління зовнішньоекономічною діяльністю торговельно-посередницької фірми ТОВ "ІДІДЖІ ГРУП"» – розглянуто організаційно-економічну характеристику ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП», форму організації зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП» та особливості її управління.

Компанія «ІДІДЖІ ГРУП» була створена в 1992 році, як постачальник комп'ютерної продукції на українському ринку. За більш ніж 20 років роботи фірма створила і розвинула кілька успішних напрямків діяльності, які на початок 2000 року були зосереджені на декількох найважливіших – дистрибуції повного комплексу ІТ продукції, особливо комп'ютерних аксесуарів та кабельної продукції, а також поширення її через мережу партнерів по всій Україні. Компанія «ІДІДЖІ ГРУП» співпрацює з 39 брендами, продукція яких імпортується з Китаю та Тайваню. Партнерами ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП» є десятки роздрібних магазинів, приватних підприємств, а також інших оптовиків по всій Україні.

У роботі розглянуто процес закупівлі продукції, що складається з наступних етапів:

- аналіз щорічних та щоквартальних звітів щодо продажу товарів як партнерам та роздрібним мережам (Sell in), так і продажі клієнтів товару кінцевому споживачу (Sell out);
 - дослідження ринку, факторів впливу мікро та макросередовища;
 - створення прогнозу продаж на наступні квартали та рік;
 - формування внутрішньоорганізаційного замовлення на товари та послуги (Order form);
 - відправлення китайському виробнику запиту на певну кількість продукції;
 - розгляд отриманого від виробника рахунку-фактури;
 - внесення правок до договору та його підписання;
 - відправка передоплати у розмірі 30% від вартості замовлення через банк «FIRST COMMERCIAL BANK HONG KONG BRANCH»;
 - вироблення продукції заводом та відправка до порту Шеньчжень;
 - міжнародний фрахт до Одеси;
 - доставка партії всередині країни;
 - розмитнення в Києві, перевезення на склад "ІДІДЖІ ГРУП";
 - сертифікація продукції;
- проклейка українських стікерів на товар.

При виході на український ринок комп'ютерних аксесуарів, ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП» використовувало стратегію лазерного променю. Освоєння ринку починалося з проходження простіших ринків та сегментів (кабелі, диски, чохли для мобільних телефонів, різноманітні брелоки), а тільки потім складніших (зовнішні накопичувачі, електронні книги, мишки, клавіатури). Підприємство, таким чином, зуміло зменшити ризики при захопленні нового сегменту, адже кожен наступний ринок нагадував попередній і споживачі вже призвичаїлись до брендів, що пропонуються.

Форму організації зовнішньоекономічної діяльності у роботі визначено такою схемою (Рис. 1).

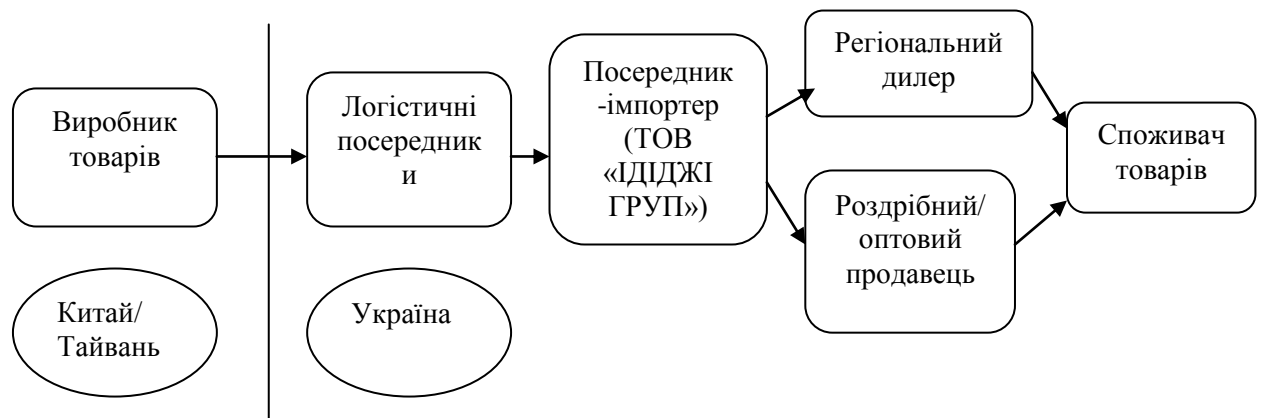


Рисунок. 1. Форма організації зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП»

Розроблено автором на основі даних ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП».

У дипломній роботі визначено роль партнерів компанії у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності. Регіональні дилери закупають товар в «ІДІДЖІ ГРУП» та продають продукцію напряму магазинам у своєму регіоні. Необхідність дилерів виявляється у тому, що сама компанія «ІДІДЖІ ГРУП» недосконало знає особливості ринку та покупців в конкретному районі, а також не може оперативно реагувати на зміни попиту на місцях. Дилери організують місцеві невеликі склади для розподілу товару.

Окрім дилерів, «ІДІДЖІ ГРУП» продає продукцію оптовим або роздрібним магазинам напряму. Проте якщо у певному регіоні в компанії є регіональний дилер, то «ІДІДЖІ ГРУП» реалізує продукт саме через нього і не може продавати товар напряму.

За останні роки обсяг продаж компанії стрімко впав при тому, що ціна закупівлі у виробника майже не змінилася. "ІДІДЖІ ГРУП" має пропонувати свою продукцію за конкурентоспроможною ціною, нижчою, ніж у

конкурентів, а також зберігати рівень цін у гривні або намагатись стримувати його та поступально підвищувати.

Розглянемо обсяг продажу за останні 3 роки різних популярних категорій товарів, які постійно завозяться партіями в Україну, а також їх вартість на складі "ІДДЖІ ГРУП" (табл. 1).

Таблиця 1. Розрахунок вартості партій на складі "ІДДЖІ ГРУП" у 2013-2015 роках

Продукт	Вартість у виробника, долари	Логістичні витрати на доставку партії, долари	Обсяг продажу за рік, одиниць			Митний збір (2% митної вартості)			Вартість партій на складі з ПДВ, доларів		
			2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Мишка Gembird MUS-101	1,2	1750	12230	8561	7314	16426	12023	10526	36137	26451	23159
Кабель Cabel expert PC-186	0,6		18965	15489	11067	13129	11043	8390	28883	24295	18458
Мережевий фільтр SPG-G-6B	1,4	1750	13352	8049	5990	20442	13018	10136	44974	28640	22299
Клавіатура Махтро	2,5	1750	8194	6532	4876	22235	18080	13940	48917	39776	30668
Ігрове кермо Race Street Force	17		503	395	223	10301	8465	5541	22662	18623	12190

Розроблено автором на основі даних ТОВ «ІДДЖІ ГРУП».

З таблиці 1 видно, що обсяг продаж значно впав по всім категоріям товарів з 2013 року по 2015 рік.

У третьому розділі – «Основні напрями вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю торговельно-посередницької фірми ТОВ «ІДДЖІ ГРУП» описано проект вдосконалення імпортованої комп'ютерної миші.

Мета проекту: запуск системи закупівель та виробництва комп'ютерних мишей з надрукованим малюнком.

ТОВ «ІДДЖІ ГРУП» на даному етапі свого розвитку намагається розширити асортимент імпортованої продукції задля задоволення більшого обсягу потреб споживачів, у тому числі за рахунок пошуку нових областей на ринку комп'ютерних аксесуарів, тому ціллю розробки даного проекту став пошук нових ніш для діяльності ТОВ «ІДДЖІ ГРУП».

Формою організаційної структури обрано проектну команду. Існує основна фірма, в ній створюється окрема проектна група, що підпорядковується менеджеру проекту та директору фірми.

Проект складається загалом з 24 задач, 4 сумарних задач та 4 віх. Тривалість виконання усіх робіт становить 91 день. Було призначено 5 трудових ресурсів, 3 матеріальних та 1 витратні ресурси. Після планування ресурсів у "MS Project" виявилось, що всі ресурси не перевантажені.

Виробничі площі представлені цехом, в якому розміщуються 3 друкарські машини. Вони здатні наносити задане на комп'ютері у векторному форматі зображення на будь-які криві поверхні.

Матеріальними ресурсами проекту є фарби та мишки, якими «ІДДЖІ ГРУП» має сама забезпечувати цех. Фарба закуповується в спеціалізованих магазинах, а мишки, відповідно, імпортуються.

Розглянуто ресурси проекту, що розділено на трудові, матеріальні та затратні (Рис 2.).

	Название ресурса	Тип	Един. изм. мат.	Краткое название	Мак. един.	Стандартная ставка	Ставка сверхур.	Начисление	Базовый календарь
1	Менеджер проекту	Трудовой		М	100%	50,00€/ч	60,00€/ч	Пропорционал	Курсова
2	Директор фірми	Трудовой		Д	100%	100,00€/ч	120,00€/ч	Пропорционал	Курсова
3	Дизайнер	Трудовой		Диз	100%	40,00€/ч	48,00€/ч	Пропорционал	Курсова
4	Команда	Трудовой		К	400%	30,00€/ч	36,00€/ч	Пропорционал	Курсова
5	Цех	Трудовой		Ц	100%	70,00€/ч	84,00€/ч	Пропорционал	Курсова
6	Мишки	Материал	шт.	Миш		95,00€		Пропорционал	
7	Фарба	Материал	банка	Ф		50,00€		Пропорционал	
8	Наліпки	Материал	пачка	Н		10,00€		Пропорционал	
9	Логістика в Києві	Затраты		Л				Пропорционал	

Рисунок 2. Лист ресурсів проекту

Розроблено автором на основі даних ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП».

Постачальником компютерних мишок є «А4 Tech». Торгова марка присутня на світовому ринку з 1987 року і є світовим лідером у виробництві пристроїв введення. ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП» співпрацює з даним виробником вже більше 10 років.

У роботі розглянуто Діаграму Ганта проекту разом з витратами на кожному етапі реалізації (Рис. 3).

СДР	Назва задачі	Длитель	Начало	Окончани	СДР предш	Названия ресурсов	Затраты
	Вдосконалення імпортованої комп'ютерної миші	91 днів	Ср 01.02.17	Ср 07.06.17			247 690,00€
1	Розробка концепції проекту	13 днів	Ср 01.02.17	Пт 17.02.17			5 200,00€
1.1	Формування мети та завдань проекту	12 днів	Ср 01.02.17	Чт 16.02.17		Менеджер проект	4 800,00€
1.2	Презентація ідеї проекту на раді директорів	1 день	Пт 17.02.17	Пт 17.02.17	1.1	Менеджер проект	400,00€
1.3	Ухвалення проекту радою директорів	0 днів	Пт 17.02.17	Пт 17.02.17	1.2	Директор фірми	0,00€
2	Планування проекту	17 днів	Пн 20.02.17	Вт 14.03.17	1.3		7 200,00€
2.1	Формування команди та офісу проекту	4 днів	Пн 20.02.17	Чт 23.02.17		Менеджер проект	1 600,00€
2.2	Розробка переліку робіт та термінів реалізації проекту	4 днів	Пт 24.02.17	Ср 01.03.17	2.1	Команда;Менедже	2 560,00€
2.3	Пошук виробничого цеху	3 днів	Чт 02.03.17	Пн 06.03.17	2.2	Команда	720,00€
2.4	Розробка бізнес-плану	9 днів	Чт 02.03.17	Вт 14.03.17	2.3[НН]		2 320,00€
2.4.1	Планування витрат та ефективності проекту	8 днів	Чт 02.03.17	Пн 13.03.17		Команда	1 920,00€
2.4.2	Презентація бізнес-плану проекту	1 день	Вт 14.03.17	Вт 14.03.17	2.4.1	Менеджер проект	400,00€
2.4.3	Затвердження бюджету проекту директором	0 днів	Вт 14.03.17	Вт 14.03.17	2.4.2	Директор фірми	0,00€
3	Виробництво партії	60 днів	Ср 15.03.17	Вт 06.06.17	2.4.3		234 890,00€
3.1	Підписання договору з виробничим цехом	1 день	Ср 15.03.17	Ср 15.03.17		Директор фірми;M	1 200,00€
3.2	Очікування партії мишок з Китаю	40 днів	Чт 16.03.17	Ср 10.05.17	3.1	Логістика в Києві[1	100,00€
3.3	Розробка малюнків на комп'ютерні мишки	20 днів	Чт 16.03.17	Ср 12.04.17	3.2[НН]	Дизайнер	6 400,00€
3.4	Купівля фарби для друку, замовлення наліпок на оригінальну упаковку	12 днів	Чт 13.04.17	Пт 28.04.17	3.3	Дизайнер; Команда	6 720,00€
3.5	Отримання партії оригінальних комп'ютерних мишок	0 днів	Ср 10.05.17	Ср 10.05.17	3.2	Менеджер проект	0,00€
3.6	Друк малюнку	16 днів	Чт 11.05.17	Чт 01.06.17	3.5;3.4		214 370,00€
3.6.1	Перевірка обладнання, друк пробної партії	2 днів	Чт 11.05.17	Пт 12.05.17		Цех;Мишки[50 шт.	6 130,00€
3.6.2	Друк партії мишок та упаковка	14 днів	Пн 15.05.17	Чт 01.06.17	3.6.1	Мишки[2 000 шт.];	208 240,00€
3.6.3	Отримання готової партії мишок	0 днів	Чт 01.06.17	Чт 01.06.17	3.6.2	Менеджер проект	0,00€
3.7	Оцінка результатів	3 днів	Пт 02.06.17	Вт 06.06.17	3.6.3	Директор фірми;K	6 100,00€
4	Звіт перед керівництвом	1 день	Ср 07.06.17	Ср 07.06.17	3.7	Менеджер проект	400,00€

Рисунок 3. Діаграма Ганта проекту з урахуванням витрат

Розроблено автором на основі даних ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП».

Загальна вартість проекту для випуску 1 партії складе 247690 гривень. Найбільші витрати спостерігаються на етапі друку малюнку.

Інвестиції для діяльності проекту 3 роки складуть 2229021 гривень. Підприємство залучить ці кошти через самофінансування.

Проект є ефективним за всіма показниками, зокрема $NPV = 128308$ грн., а дисконтований термін окупності становить 2,78 роки.

В проекті було виділено 4 ризики зі ступенем ймовірності 5%, 6%, 15% та 4%. Показник варіації є незначним, тобто, мінливість невелика.

Проект може бути прийнятий ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП».

ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП» запропоновано для імпорту товарів пасивного попиту відігравати роль оптовика, що дає можливість знизити ризики при реалізації товарів, на які попит в Україні ще не сформувався.

Останнім часом компанія «ІДІДЖІ ГРУП» втратила безліч клієнтів в Донецькій області, Луганській та АР Крим через політичну нестабільність. Підприємству запропоновано розширити клієнтську мережу у інших регіонах України, де недостатня насиченість ринку товарами компанії.

ВИСНОВКИ

В ході виконання дипломної роботи були розглянуті теоретичні аспекти управління зовнішньоекономічною діяльністю торговельно-посередницької фірми та практичні на прикладі ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП».

Торговельне посередництво – обов'язковий елемент ринку. Фірми використовують посередників для найбільш кваліфікованого забезпечення зручності придбання продукції за факторами часу, місця, форми і власності; зниження витрат на реалізацію продукції або здійснення операцій з матеріально-технічного забезпечення виробництва; зниження рівня запасів готової продукції або необхідних матеріально-технічних ресурсів.

Виділяють такі види торговельних посередників, як: оптові, роздрібні, дистриб'ютори, сто кісти, комісійні, агентські фірми, брокери.

Аналіз фінансового стану ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП» показав, що підприємство прибуткове та поступово збільшує свій чистий фінансовий результат. У 2015 році покращились показник рентабельності капіталу та зменшився коефіцієнт автономності. Підприємство все менше залежить від зовнішніх джерел інвестування.

ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП», як імпортер, співпрацює з 39 китайськими та тайванськими брендами, основними з яких є «Gembird», «Titan», «Agestar» та інші. Компанія є офіційним дистриб'ютором даних торгових марок в Україні. Підприємство має широку мережу партнерів по всій країні, які і є споживачами «ІДІДЖІ ГРУП».

ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП» як посередник є офіційним дистриб'ютором та перепродає товар як мережі регіональних дилерів по всій Україні, так і оптовим та роздрібним магазинам напряму. Це залежить від розміру та особливостей ринку у кожному з регіонів.

У роботі було описано проект вдосконалення імпортованої комп'ютерної миші.

Мета проекту: запуск системи закупівель та виробництва комп'ютерних мишей з надрукованим малюнком.

ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП» на даному етапі свого розвитку намагається розширити асортимент імпортованої продукції задля задоволення більшого обсягу потреб споживачів, у тому числі за рахунок пошуку нових областей на ринку комп'ютерних аксесуарів, тому ціллю розробки даного проекту став пошук нових ніш для діяльності ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП».

Постачальником комп'ютерних мишок є «A4 Tech». ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП» співпрацює з даним виробником вже більше 10 років. Мишки на замовлення партіями виготовляються в Китаї у провінції Гуандун та за допомогою міжнародного перевізника транспортуються в Україну.

Ринок комп'ютерних мишок зараз активно розвивається в Україні. Існують стандартні мишки та професійні або мишки для комп'ютерних ігор. У випадку «ІДІДЖІ ГРУП» доцільно використовувати стандартні мишки, адже це розширює коло споживачів, які захочуть купити даний продукт.

У розмальованих мишок «ІДІДЖІ ГРУП» є декілька конкурентів на ринку, але є й перевага – дизайн для мишок буде створений, на відміну від принту конкурентів, в Україні з урахуванням місцевих культурних

особливостей та смаків. Наприклад, можна використовувати українську патріотичну або святкову тематику для створення сувенірних мишок.

Даний проект має життєвий цикл та складається з фаз: ініціація, планування, виконання і контроль, завершення. Ініціацією є розробка проекту та презентація на раді директорів, плануванням є формування команди, офісу проекту, розробка переліку робіт, бізнес-плану та затвердження бюджету проекту, виконанням є реалізація ідеї проекту, а завершенням є друк першої партії мишок, оцінка результатів та звіт перед керівництвом.

За допомогою програмного комплексу «MS Project» в роботі було створено модель інноваційного проекту. Проект складається загалом з 24 задач, 4 сумарних задач та 4 віх. Тривалість виконання усіх робіт становить 91 день. Було призначено 5 трудових ресурсів, 3 матеріальних та 1 витратні ресурси. Після планування ресурсів у "MS Project" виявилось, що всі ресурси не перевантажені. Найдовша задача – очікування партії мишок з Китаю.

Загальна вартість проекту складе 247690 гривень, що вписується в бюджет. Найбільші витрати спостерігаються на етапі друку малюнку.

Підприємству необхідно 3 роки, щоб покрити початкові інвестиції. Слід зазначити, що проект окупний кожен рік, адже доходи будуть покривати витрати.

Для даного проекту виділено 4 основних ризики, а саме:

- відхилення проекту радою директорів;
- помилки в проектуванні;
- отримання товару поганої якості;
- затримки поставки партії з Китаю.

ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП» запропоновано для імпорту товарів пасивного попиту відігравати роль оптовика, що дає можливість знизити ризики при реалізації товарів, на які попит в Україні ще не сформувався.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ

1. Гужовська Т. В., Луценко І. С. Забезпечення розвитку імпоротної діяльності торговельно-посередницьких фірм. – Актуальні проблеми економіки і управління: Збірник наукових праць. – К. : НТУУ „КПІ”. – Вип. 10.
2. Гужовська Т.В. Можливості розширення імпорту з країн Сходу для українських торговельних посередників. – Сучасні підходи до управління підприємством: Збірник тез доповідей VII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю, 28 квітня 2016 р. – К.: Вид-во "Політехніка", 2016. – 104 с. (С. 54).

АННОТАЦІЯ

Гужовська Т. В. Управління зовнішньоекономічною діяльністю торговельно-посередницької фірми (на прикладі ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП»). – Рукопис.

Дипломна робота освітньо-кваліфікаційного рівня "магістр" за спеціальністю 8.03060104 «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» – НТУУ "КПІ ім. Ігоря Сікорського", Київ, 2016.

Дипломну роботу присвячено комплексу питань, пов'язаних з управлінням зовнішньоекономічною діяльністю торговельно-посередницької фірми. Для цього розглянуто поняття торгівлі та посередництва, форми торговельного посередництва, види зовнішньоторговельних контрактів. У практичній частині розглянуто зовнішньоекономічну діяльність ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП», форму організації та управління зовнішньоекономічною посередницькою діяльністю фірми. У рекомендаційній частині запропоновано проект вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ІДІДЖІ ГРУП», що базується на передачі підприємству певних функцій виробничого підприємства.

Ключові слова: *торговельні посередники, дистриб'ютор, зовнішньоекономічна діяльність.*

АННОТАЦИЯ

Гужовская Т. В. Управление внешнеэкономической деятельностью торгово-посреднической фирмы (на примере ООО «ИДИДЖИ ГРУП»). - Рукопись.

Дипломная работа образовательно-квалификационного уровня "магистр" по специальности 8.03060104 «Менеджмент внешнеэкономической деятельности» - "КПИ им. Игоря Сикорского", Киев, 2016.

Дипломную работу посвящено комплексу вопросов, связанных с управлением внешнеэкономической деятельностью торгово-посреднической фирмы. Для этого рассмотрено понятие торговли и посредничества, формы торгового посредничества, виды внешнеторговых контрактов. В практической части рассмотрены внешнеэкономическая деятельность ООО «ИДИДЖИ ГРУПП», форма организации и управления внешнеэкономической посреднической деятельностью фирмы. В рекомендательной части предложен проект усовершенствования внешнеэкономической деятельности ООО «ИДИДЖИ ГРУПП», основанный на передаче предприятию определенных функций производственного предприятия.

Ключевые слова: *торговые посредники, дистрибьютор, внешнеэкономическая деятельность.*

ABSTRACT

Huzhovska T. Management of foreign trade activities of intermediary firm (at the example of Ltd. «EDG GROUP»). – Manuscript.

Master's thesis educational qualification in the specialty 8.03060104 "Management of foreign economic activity" – NTUU "Igor Sikorsky KPI ", Kiev, 2016.

Thesis is devoted to the complex issues related to the management of foreign trade activities. To this case the definition of trade and mediation, forms of

mediation, types of foreign trade contracts are reviewed. In the practical part foreign economic activity of Ltd. "EDG GROUP", form of organization and management of foreign trade firm are considered. In recommendation part the project of the improvement of foreign economic activity of Ltd. "EDG GROUP" is proposed, basing on the transfer of certain functions of production company to the mediation enterprise.

Keywords: *resellers, distributor, foreign economic activity.*