

## ХАРАКТЕРНІ РИСИ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Управління – це вплив суб'єкта на об'єкт для досягнення поставлених цілей. У широкому розумінні об'єкт – це те, на що спрямована дія, це підприємство як система. Слід враховувати обов'язково те, що підприємства можуть проникнути на міжнародні ринки як за допомогою експорту продукції, ліцензування, створення спільних підприємств, прямих капіталовкладень так і через створення транснаціональних корпорацій.

Пшик-Ковальська О. О. зазначає, що «система управління ЗЕД підприємства являє собою множини законірно пов'язаних елементів управління (цілей, структури, задач, методів і функцій, технологій, персоналу), що об'єднані в механізм, спроможний досягати поставлених цілей, приймати скоординовані та ефективні рішення щодо зовнішньоекономічної діяльності підприємства» [3, с. 296-301].

Багато науковців наголошують на тому, що мета системи управління ЗЕД підприємства витікає з основної мети діяльності підприємства. Тобто по суті - з його місії, та полягає в задоволенні потреб споживачів (вітчизняних і закордонних) на комерційній основі.

Перед системою управління ЗЕД підприємства стоять наступні завдання: по-перше вивчити та проаналізувати, а також оцінити зовнішнє середовище щодо здійснення зовнішньоекономічної діяльності для того, щоб знайти та реалізувати конкурентні переваги на закордонних ринках. По-друге провести поглиблений аналіз і оцінку культурного фону в країні-контрагента для того, щоб потім можна було використати отримані дані для розробки та реалізації стратегії.

По-третє обрати певні необхідні організаційні форми бізнесу, в межах яких будуть здійснюватися зовнішньоекономічні операції. По-четверте сформувати та розвинути багатонаціональні трудові ресурси в своїй країні та країні-контрагента. По-п'яте знайти можливості для ефективного використання бізнес-сервісу [1, с. 118-121].

Також зазначимо, що організаційна структура управління ЗЕД підприємства залежить від методів виходу на зовнішні ринки. Серед основних методів виходу на зовнішні ринки назвемо два:

- Безпосередній вихід на зовнішній ринок через власну зовнішньоторговельну фірму або відділ зовнішньоекономічних зв'язків;

- вихід на зовнішній ринок за допомогою посередників. Перший метод науковці називають прямим методом, другий метод –непрямим.

Переваги та недоліки використання прямого та непрямого методів ведення ЗЕД підприємства представлено в табл. 1.

Організаційна система залежить від взаємодії та координації діяльності всіх підрозділів підприємства, які задіяні у процесі зовнішньоекономічної діяльності.

Таблиця 1.

### Порівняння переваг та недоліків використання прямого та непрямого методів ведення ЗЕД підприємства

Прямий спосіб виходу на закордонні ринки	Непрямий спосіб виходу на закордонні ринки
Переваги	Переваги
<ul style="list-style-type: none"> <li>- відсутність витрат на посередників;</li> <li>- безпосередній контакт із контрагентами;</li> <li>- контроль над здійсненням ЗТО;</li> <li>- незалежність від сумлінності й активності організацій-посередників.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- відсутність витрат на організацію збутової мережі;</li> <li>- відсутність відповідальності пов'язанної з реалізацією товарів.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- швидке реагування на зміни ринкової ситуації.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-- великі можливості в організації реклами наявність стійких зв'язків посередників із банками, страховими та транспортними компаніями;</li> <li>- можливість потрапити на деякі монополізовані ринки лише через посередників.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- різниця між соціальними та правовими умовами країн-партнерів;</li> <li>- затрати на висококваліфіковану робочу силу.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- витрати на оплату посередників;</li> <li>- відсутність контакту між експортером та іноземним споживачем;</li> <li>- ризик недобросовісної роботи посередників.</li> </ul>

Організація взаємної діяльності підрозділів ЗЕД підприємства, що є функціонально пов'язаними є окремою частиною забезпечення організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Таке співробітництво повинно ґрунтуватися на певних встановлених регламентованих і нерегламентованих організаційних зв'язках між основними структурними елементами системи підприємства.

В цілому для забезпечення організації та налагодження зовнішньоекономічної діяльності підприємства необхідно виконувати базові організаційні принципи управління. Серед таких принципів науковці зазначають наступні: принцип організаційної цілісності; принцип паритету повноважень і відповідальності; принцип делегування повноважень; принцип єдності цілей, функціональної регламентації та гнучкості організаційних структур. Реалізація всіх цих та багатьох інших принципів організаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємства стає можливою лише за наявності системи відповідного економічного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

На рівні окремого підприємства, що займається ЗЕД, функціональні відділи та служби в структурі управління умовно поділяються на три групи:

1. Відділи та служби, що здійснюють планування, який називають планово-економічний, валютно-фінансовий, транспортний чи логістичний.
2. Відділи, що займаються маркетингом та збутом, які називають відділом збуту, кон'юктури і цін, реклами, інженерно-технічний, технічного обслуговування тощо.
3. Відділи, що забезпечують прийняття та виконання управлінських рішень, а саме: юридичний та договірний, кадрів, протокольний та ін.

Також наголошують фахівці на тому, що підприємства виходять на зовнішні ринки, задля того, що отримати більший прибуток, ніж на внутрішньому ринку країни. Підприємства мають право самостійно визначати форми, методи та обсяги продажів або закупівель на зовнішніх ринках, згідно чинному законодавству [4, с. 87].

Основні напрями зовнішньоекономічної діяльності фірми такі:

- вихід на зовнішній ринок;
- організація експортно-імпортних операцій з поставок товарів, послуг і капіталу;
- валютно-фінансові та кредитні операції;
- створення спільних підприємств і участь у їхній діяльності;
- міжнародний маркетинг.

Що стосується способів управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, то їх можна виділити основні чотири. Серед них: стратегічне планування, фінансовий контроль, стратегічний контроль, управління з боку холдингової компанії. Звідси можемо зазначити, що вибір способу управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, буде залежати від розміру підприємства, його організаційної структури та ще від багатьох інших факторів. Назвемо основні з них: внутрішні, до яких належать заплановані масштаби ЗЕД, витрати на цю діяльність, складність продукції, досвід проведення ЗЕД, контроль діяльності та її результатів; та зовнішні – економічна свобода, конкуренція, присутність у країні, ризики.

Таким чином, зовнішньоекономічна діяльність підприємства в її стратегічному аспекті можна представити як систему, що за топологічно-змістовним описом, який відображає її просторову структуру, являє собою сукупність структурних елементів, до яких належать продуктово-ринкова та ресурсна підсистеми.

#### Список використаної літератури:

1. Павлюк Т. С. Проблемні питання розвитку зовнішньоекономічної діяльності України. / Шмиголь Н. М. Причорноморські економічні студії: науковий журнал, Вип. 3, С.118–121.
2. Павлюк, Т. С. Комплекс методів управління зовнішньоекономічною діяльністю машинобудівних підприємств. /Шмиголь Н. М. Вісник Хмельницького національного університету: науковий журнал. Економічні науки, №6, Т. 3 (253), С. 38-42.
3. Пшик-Ковальська О. О. Чинники впливу на планування зовнішньоекономічної діяльності / О. О. Пшик-Ковальська, Х. С. Передало // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.8. – С. 296 – 301.
4. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. / І. І. Дахно, В. М. Барановська, Ю. А. Бовтрук та ін.; / за ред. І. І. Дахна. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.
5. Рум'янцев А. П. Зовнішньоекономічна діяльність: посіб. / А. П. Рум'янцев, Н. С. Рум'янцева. – К.: Центр навчальної літератури, 2009. – 377 с.