

12. Управління діяльністю підприємств при проведенні зовнішньоекономічних операцій та напрямки його вдосконалення

Марія Касенич , Ірина Тюха

Національний університет харчових технологій

Вступ : Із зростанням лібералізації зовнішньоекономічних зв'язків та відкритості економіки в українських підприємствах збільшується потреба у поступовому проникненні на зарубіжні ринки, які є для них джерелом інвестиційних коштів та можливості збільшення обсягів реалізації, а отже, і стабілізації доходів.

Ефективність організації експортно-імпорتنих операцій залежить від функціонування підприємства в цілому. Так організація зовнішньоекономічних операцій залежить від кваліфікації менеджера з продажу, від обраної маркетингової політики, від діяльності агентів з пошуку ринків збуту, від якості продукції, від ціни продукції, від витрат на організацію експортних операцій. Ефективність імпорتنих операцій залежить від правильного вибору постачальників, від якості сировини, від його ціни, від строків поставки [1].

Матеріали і методи: При дослідженні питання використовувались наступні методи: системний підхід, узагальнення, порівняння, формалізація, структурний, абстрактно-логічний аналіз.

Результати : Під стратегією ефективного розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства розуміють узагальнюючу модель дій, які потрібні для досягнення визначених цілей шляхом координації і розподілу його ресурсів, формування системи довгострокових цілей зовнішньоекономічної діяльності та вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, і цілісну систему взаємопов'язаних рішень, які спрямовані на розвиток процесів взаємодії умов внутрішнього і зовнішнього середовищ, визначення на цій основі якісно нових завдань.

Організаційно-економічний механізм зовнішньоекономічної діяльності підприємства спирається на ресурси та цілі зовнішньоекономічної діяльності, а також на кон'юнктуру як внутрішнього, так і зовнішнього ринків.

Стабільне становище на конкретному ринку свідчить про здатність підприємства адекватно оцінювати свої можливості, співвідносити їх із кон'юктурою ринку, виявляти закономірності конкурентної боротьби та забезпечувати потреби споживачів. Розробці відповідного механізму регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємства має передувати оцінка його потенційних можливостей на конкретному ринку на основі узгодження структури та обсягів експортного

потенціалу з вимогами світового ринку [2].

Повинна бути розроблена міжнародна маркетингова стратегія, основу якої мають складати такі стратегічні рішення: доцільність виходу на зовнішній ринок; визначення регіональних ринків та вибір країни; основні методи здійснення зовнішньоекономічної діяльності (експортно-імпорتنі операції, портфельні або прямі інвестиції); формування маркетингових програм [1-2].

Серед визначальних факторів, що впливають на ефективність управління зовнішньоекономічною діяльністю українських підприємств, є такі: міжнародна інтеграція, політична ситуація в країні, соціально-демографічні та природно-кліматичні особливості регіону, наявність ринкової інфраструктури, технічний рівень суб'єкта господарювання чи галузі, відносно якої формується управлінська стратегія.

Для стабілізації та подальшого зміцнення економіки України, досягнення більш високого позитивного сальдо зовнішньої торгівлі необхідна абсолютна перебудова структури зовнішньої торгівлі, вдосконалення всієї системи зовнішньоекономічної діяльності країни як одного із найважливіших важелів її успішного розвитку.

Еволюційний розвиток зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств зумовлює необхідність вдосконалення організаційно-економічного механізму зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Тільки глобальна орієнтація зовнішньоекономічної діяльності дозволить сучасним українським компаніям виживати та конкурувати у жорстких умовах міжнародного ринку.

Висновки : Отже, основними напрямками вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств є такі: розробка стратегії ефективного розвитку зовнішньоекономічної діяльності; формування системи її довгострокових цілей; оцінка потенційних можливостей підприємства на конкретному ринку; розробка міжнародної маркетингової стратегії.

Література

1. Адаптація механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства на основі системи збалансованих показників//Економіка Менеджмент Підприємництва/ Збірник наукових праць СНУ ім.В.Даля – Вип. 22 (2). Луганськ: СНУ ім. В.Даля, 2010 - С. 97-101.

2. Вівчар О.І. Основні аспекти підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств / О. Вівчар // Галицький економічний вісник. 2009. № 2. 30 с.