

Силантьєв Ю.А., студент гр.073м-22-2

Науковий керівник: Дубей Ю.В., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту

(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства є складовою загальної діяльності, а отже, взаємопов'язаною з нею і спільно вмотивованою підприємства; водночас зовнішньоекономічна діяльність має суттєву специфіку, яка полягає у тому, що здійснюється на іншому, міжнародному, рівні, у взаємозв'язку з суб'єктами господарювання інших країн.

Організація управління зовнішньоекономічної діяльності – досить складна робота і визначається, насамперед, його галузевою приналежністю. Вона вимагає уважного опрацювання таких питань як кон'юнктура ринку, потенціальні покупці і продавці, встановлення ділових контактів з ними, проведені переговорів, підписання угод тощо.

Мотиви розвитку зовнішньоекономічної діяльності і виходу підприємств на зовнішні ринки наступні:

- розширення ринку збуту своєї продукції за національні межі з метою збільшення прибутку;
- обмеженість та відносно низькі можливості розширення внутрішнього ринку;
- рівень розвитку внутрішнього ринку, за якого вигідно розміщувати капітали за кордоном: насичення ринку товарами; посилення тиску конкурентів; зростання залежності від посередницької торгівлі; зростання зборів, що пов'язані із захистом довкілля; труднощі у дотриманні соціального законодавства;
- закупка необхідної сировини, комплектуючих виробів, нових технологій і обладнання; – подолання залежності від внутрішнього ринку, сезонних коливань попиту та розсіювання ризиків шляхом завоювання закордонних ринків;
- скорочення витрат виробництва за рахунок кращого використання виробничих потужностей, зменшення податкових платежів, у тому числі шляхом виробництва продукції за кордоном;
- залучення іноземних інвестицій з метою модернізації виробництва, зміцнення експортного потенціалу і конкурентних позицій на світових товарних ринках;
- продовження життєвого циклу товару;
- використання державних програм сприяння, які діють у своїй країні чи за кордоном;
- підвищення ефективності збутової діяльності шляхом посилення ринкових позицій на основі створення відділень, філій, дочірніх підприємств, розширення мережі сервісних пунктів тощо;
- компенсація коливань валютного курсу шляхом організації паралельного виробництва і збуту у відповідних країнах;
- подолання тарифних та нетарифних бар'єрів шляхом організації закордонного виробництва;
- підвищення престижу підприємства на національному ринку як суб'єкта міжнародних економічних відносин [1].

Вибір форм організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства визначають різні фактори:

- мотиви і потреби, які спонукають до участі в міжнародному поділ праці (експорт, імпорт, залучення іноземних інвестицій, участь у міжнародній кооперації та ін.);

– ступінь інтернаціоналізації виробничої діяльності (вже бере участь або тільки має намір включитися в міжнародні операції);

– методи реалізації продукції фірми: самостійні експортні операції або через посередників; масштаб підприємства та обсяг її фактичного і потенційного експорту, що визначає кількісні параметри служби управління ЗЕД;

– зовнішньоекономічні операції мають постійний характер або здійснюються час від часу [2].

Отже, зовнішньоекономічна діяльність підприємства вимагає чіткого планування, тому потрібно мати абсолютне уявлення про засоби та мету її здійснення. Для цього потрібно мати чітке уявлення про мету її здійснення та засоби для цього.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бахрамов Ю.М., Глухів В.В. (2021) Організація зовнішньоекономічної діяльності. Особливості менеджменту: Навчальний посібник. К: Видавництво «Лань». 448с.

2. Ковтун Е.О. Формування ефективного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства (2020). *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* № 6. С. 285-290.