

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто сутність та процес організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві. Викладені напрямки удосконалення співробітництва із зарубіжними партнерами, напрямки підвищення ефективності організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність підприємства, SWOT-аналізу, direct Mail.

Abstract

The article deals with the essence and process of organization of foreign economic activity at the enterprise. The directions of improvement of cooperation with foreign partners, directions of increase of efficiency of organization of foreign economic activity at the enterprise are outlined.

Keywords: foreign economic activity of the enterprise, SWOT-analysis, direct Mail.

На сьогоднішній день, велика кількість українських підприємств активно беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності, це безпосередньо пов'язано з тим, що внутрішній ринок України не здатний забезпечити споживання всієї кількості продукції, яку пропонують виробники, саме тому підприємства змушені розширювати свої ринки збуту. Відповідно вони виходять на зовнішні ринки збуту, де наявна дуже сильна конкуренція з боку іноземних підприємств. Для того, щоб зайняти певну нішу на іноземному ринку, українські підприємства визначають стратегічні напрями розвитку, удосконалюють експортну діяльність, підвищують якість продукції – це дає їм змогу досягти довгострокової конкурентної переваги.

Питання вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства представлені, насамперед, у зарубіжній науковій літературі. В Україні даними проблемами займаються такі фахівці, як Губенко В., Лозенко А., Кредисов А., Павленко Ф., Щербак В., Яковлев А., Якубовський М., Білий В. та ін.

Організація зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві – це дуже складна та кропітка робота, яка вимагає детального вивчення таких основних питань як кон'юнктура ринку, потенційні покупці та конкуренти, пошук іноземних партнерів та налагодження ділових контактів з ними, проведення переговорів, укладання договорів, підписання угод і т.д. Тому, для ефективного здійснення зовнішньоекономічної діяльності, підприємству необхідно побудувати адекватну структуру управління ЗЕД [1].

Основною метою формування структури управління ЗЕД є максимізація прибутку на довгостроковий період від участі в міжнародному підприємстві. Дана структура на підприємстві потребує постійного розвитку та вдосконалення, пристосування до постійних змін у зовнішньому середовищі та сфері управління. Форми та методи управління ЗЕД на підприємстві мають постійно змінюватись [2].

Для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємству, перш за все, необхідно визначити ті країни, які є привабливими для співпраці, дослідити існуючі зовнішньоекономічні зв'язки. Підприємство має здійснити ретельний аналіз системи міжнародної торгівлі, дослідити економічне середовище країни, куди безпосередньо має проникати, а також обов'язково потрібно врахувати політичні, культурні та правові особливості її середовища.

Для того, щоб підприємство було конкурентоспроможним на зовнішньому ринку, йому потрібно сформулювати стратегію, тобто основний напрямок, який буде акцентований на внутрішні можливості підприємства та на ринкові умови, в яких воно функціонує [3].

Дана стратегія має враховувати такі фактори:

- 1) формування чітких цілей виходу на зовнішній ринок;
- 2) попит на даний товар за кордоном;
- 3) потенціал та розмір зовнішнього ринку;
- 4) кон'юнктура ринку, наявність товарів-аналогів, конкурентів тощо.

Важливим фактором для удосконалення зовнішньоекономічної діяльності є аналіз та оцінка сильних та слабких сторін підприємства. Аналіз сильних сторін дозволить підприємству оцінити

перспективи підприємства на зовнішньому ринку, а аналіз слабких сторін – небезпеки зі сторони зовнішнього ринку.

Підприємству, яке прагне впровадити ефективну зовнішньоекономічну діяльність доцільно удосконалити маркетингову складову своєї діяльності [4, 5]. Для цього необхідно здійснювати більш ефективні маркетингові заходи, до них відносять:

- 1) direct Mail — розсилка для потенційних замовників у вигляді рекламних матеріалів підприємства (перелік продуктів та послуг з цінами на них) у вигляді ділових пропозицій;
- 2) заочна участь у закордонних виставках - розповсюдження рекламних матеріалів підприємства всім відвідувачам та учасникам міжнародної виставки;
- 3) пошук та стимулювання посередників, оптових покупців, дилерів.

Підприємству щоб виявити шляхи підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності підприємств необхідно:

- дослідити динаміку розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- проаналізувати раціональність використання усіх ресурсів, зацікавленість споживачів у продукції підприємства на зовнішньому ринку;
- дослідити проблеми підвищення ефективності та розвитку зовнішньоекономічної діяльності;
- визначити напрями удосконалення системи управління зовнішньоекономічних зв'язків підприємства;
- удосконалення організаційно-економічних заходів щодо підвищення конкурентоспроможності експортної продукції;
- провести оцінку рівня і якості виконання підприємством зобов'язань по контрактах з іноземними партнерами, визначити ефективність та переваги такої співпраці;
- визначити методикку аналітичної оцінки ефективності окремої експортної операції.

Кількість можливих напрямів удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства досить широкий. Підприємству необхідно серед усіх можливих варіантів розвитку зовнішньоекономічних зв'язків обрати саме ті напрямки, які є більш реальними та досяжними [6].

Підприємству також необхідно виділити ряд критеріїв, яким мають відповідати шляхи удосконалення зовнішньоекономічної діяльності. Найголовнішим критерієм має стати збільшення рентабельності виробництва і реалізації продукції, а також збільшення прибутку.

Висновок: Серед основних заходів удосконалення організації ЗЕД на підприємствах виділяють наступні: створення окремого структурного підрозділу, який буде відповідати за успішність ведення ЗЕД на підприємстві, проведення маркетингових досліджень нових ринків та виявлення умов виходу на них, вибір партнерів для ведення зовнішньоекономічної діяльності, збір необхідної інформації конкурентів, проведення SWOT-аналізу для розробки стратегії розвитку підприємства та удосконалення механізму зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Втілення в життя вище запропонованих заходів на підприємстві, без сумніву значно покращить якість його роботи у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Яковлев А. І. Удосконалення методів визначення ефективності ЗЕД / А. І. Яковлев // Фінанси України. – 2010. – № 9. – С.25-27.
2. Ходорович О.С. Розвиток зовнішньоекономічних операцій та шляхи її удосконалення / О. С. Ходорович // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/25_WP_2010/Economics/71141.doc.htm
3. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства / В. І. Гринчуцький. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 304 с.
4. Гетьман О. О. Економіка підприємства: навчальний посібник / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал – Київ: Центр учбової літератури. – 2010. – 488с.
5. Нікіфорова Л. О. Оптимізація маркетингової діяльності у сфері «business to business» / Нікіфорова Л.О., Мещерякова Т.К., Ковтун Р. // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький: ХНУ, 2013 – № 2. – С. 46 – 49.
6. Іванілов О. С. Економіка підприємства / О. С. Іванілов. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.

Хоменко Максим Олегович - студент групи МОп -14б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail:

Науковий керівник: Нікіфорова Лілія Олександрівна - к.е.н., доцент каф. ЕПВМ, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

***Khomenko Maksym O.** - student of Management and Information Security Faculty of Vinnytsia National Technical University, Vinnytsa, e-mail:*

*Supervisor: **Nikiforova Liliya Oleksandrivna** – Ph.D. (Econ.), Associate Professor, Associate Professor of Business Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsa.*