

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Рішення підприємства про вихід на зовнішній ринок повинно бути спрямоване, на сам перед, на пристосування економіки до системи загальних господарських відносин та формування економіки відкритого типу. Прагнення отримати прибуток більший, ніж усередині країни, спонукає підприємства виходити на міжнародний ринок. Згідно з чинним законодавством підприємство має право самостійно визначати форми, методи та обсяги праці на зовнішньому ринку.

Для ефективного здійснення зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) необхідно враховувати мету та завдання її організаційної структури управління. Організаційна структура управління ЗЕД має постійно розвиватися і вдосконалюватися, пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі та сфері управління, так як, її форми і методи не можуть залишатися незмінними.

Найбільший досвід організації та управління зовнішньоекономічною діяльністю набуто у спеціалізованих зовнішньоторговельних організаціях (ЗТО).

Основною структурною одиницею ЗТО є підприємство, яке спеціалізується на торгівлі певними товарами або з групою країн. Керівником підприємства є директор і залежно від обсягу роботи – декілька його заступників.

До основних напрямів зовнішньоекономічної діяльності підприємства слід віднести такі:

- 1) вихід на зовнішній ринок;
- 2) організація експортно-імпорتنих операцій з поставок товарів, послуг і капіталу;
- 3) валютно-фінансові та кредитні операції;
- 4) створення спільних підприємств і участь у їхній діяльності;
- 5) міжнародний маркетинг.

Для ефективної роботи спеціалізованих підприємств ЗТО необхідно виділити такі функціональні відділи і служби:

1. Відділи і служби, що здійснюють планування, а саме: планово-економічний, валютно-фінансовий, транспортний відділи та бухгалтерія ЗТО. Вони забезпечують планування і контроль ЗЕД, аналіз господарської діяльності ЗТО, планування та контроль за банківськими, валютними, кредитними і розрахунковими операціями,

планування і забезпечення експортно-імпортних перевезень вантажів, облік і звітність, аналіз результатів фінансової діяльності з об'єднання і рекомендації щодо її поліпшення.

2. Маркетингові відділи: відділ кон'юнктури і цін, відділ реклами і виставок, відділ спільних підприємств, відділ технічного обслуговування і запчастин. Ці служби займаються дослідженням попиту і пропозиції, динаміки цін, структури ринків, координують роботи підприємств із загальними іноземними агентами, здійснюють методичне керівництво та контроль правильності розрахунків і застосування цін підприємствами при підготовці й ухваленні контрактів, а також виконують іншу роботу з дослідження кон'юнктури ринків.

3. Група відділів, що забезпечують ухвалення і виконання управлінських рішень: відділ розвитку та вдосконалення організаційної структури об'єднання, відділ кадрів, відділ закордонних відраджень, канцелярія, адміністративно-господарський, юридичний та протокольний відділи. Іноді ці відділи підпорядковуються безпосередньо генеральному директору ЗТО, виконуючи ті самі функції.

Головним у цьому напрямку діяльності є відділ зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ), що становить частину апарату управління. Його головне завдання полягає в управлінні ЗЕД як елементом єдиної цілісної системи внутрішнього управління підприємством. Цей відділ створюється, як правило, для планування, організації і координації ЗЕД. Головними завданнями ВЗЕЗ підприємства можуть бути такі: участь у розробці стратегії ЗЕД підприємства; сприяння розвитку ЗЕД підприємства з метою прискорення його соціально-економічного розвитку; управління експортним потенціалом підприємства, постійне його зміцнення й розвиток; забезпечення виконання зобов'язань, що витікають із договорів та угод із зарубіжними партнерами; вивчення кон'юнктури іноземних ринків, збирання і накопичення відповідної інформації; організація експортно-імпортних операцій, забезпечення їх ефективності; здійснення рекламної діяльності; організація протокольних заходів та ін.

Таким чином, з вищезазначеного можна зробити висновок, що для ефективного виходу вітчизняних підприємств на міжнародний ринок та максимізації прибутків підприємства насамперед необхідна спланована система управління зовнішньоекономічною діяльністю, в основу якої покладено основні напрями організації та координації зовнішньоторговельних зв'язків.