

## *6. Економіка*

### **ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНОСТІ**

Борзило Є.В.

Науковий керівник – доц. каф. МЗЕД, к.е.н. Кринська Л.І.

Організаційна структура управління ЗЕД підприємства залежить від методів виходу на зовнішні ринки. У цьому зв'язку можна виділити два варіанти: 1) безпосередній вихід на зовнішній ринок через власну зовнішньоторговельну фірму або відділ зовнішньоекономічних зв'язків; 2) вихід на зовнішній ринок за допомогою посередників.

Створення власних зовнішньоекономічних служб на підприємствах виправдано, якщо: частка експорту велика в загальному обігу; зовнішньоторговельні операції здійснюються регулярно; випускається продукція з високим рівнем конкурентоспроможності, бажано унікальна за своїми властивостями; невисокий рівень конкуренції на відповідному сегменті світового ринку; продукція не потребує серйозної адаптації до закордонних умов використання; на підприємстві є необхідна кількість фахівців із зовнішньоекономічної діяльності. В інших випадках виправдане використання посередників як вітчизняних, так і закордонних або міжнародних. Посередники можуть підвищити ефективність зовнішньоторговельних операцій за рахунок: кращого знання ринку, наявності постійної клієнтури; зниження витрат транспортування і збереження продукції, у тому числі за рахунок операцій зі значними партіями, що належать різним виробникам; скорочення термінів постачань і оформлення документів; забезпечення сервісу перед продажем і обслуговування після продажу; постачання товаровиробників оперативною і докладною інформацією про зміни конкурентоздатності продукції і ринкової ситуації в цілому, відомостями про реальних і потенційних конкурентів. Якщо підприємство-виробник виходить на закордонний ринок із сильною конкуренцією і складною продукцією, добре відомою споживачу, має сенс звертатися до закордонних фірм-посередників.