

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-159-6-29>

**РОЗРОБКА ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ
УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
ПРАТ «ПОЛТАВСЬКИЙ АЛМАЗНИЙ ІНСТРУМЕНТ»
ЗА РАХУНОК РЕОГРАНІЗАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ
СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА**

Рахман М. С.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*

Скорик І. Ю.

*студентка
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
м. Харків, Україна*

У період глобалізації міжнародної економіки й постійного розширення політичних та господарських зв'язків, країни більш вмотивовано беруть активну участь у міжнародному поділі праці. З'являється все більше суб'єктів, спрямованих на інтеграцію у світовий економічний простір, удосконалюються зовнішньоекономічні стратегії, досліджуються форми і методи роботи на зарубіжних ринках [2].

Набуває актуальності дослідження соціально-економічної сутності прийняття управлінських рішень у зовнішньоекономічній діяльності.

Питаннями управління зовнішньоекономічною політикою підприємства, їхніми методичними, організаційними та міжнародними аспектами, займалися такі українські вчені, як: Дроздова Г.М. [2], Дідківський М.І. [1], Фатенок-Ткачук А.О. [4] та інші.

Метою роботи є розробка шляхів підвищення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства ПрАТ «Полтавський Алмазний інструмент».

Основний вид діяльності ПрАТ «Полтавський алмазний інструмент» – виробництво абразивних виробів. Підприємство спеціалізується на виробництві широкого асортименту алмазного і CBN інструменту для: виготовлення, шліфування, полірування та заточування інструменту з твердих сплавів і швидкорізальних сталей. У компанії з 2001 року діє система менеджменту якості ISO 9001. З метою виходу на міжнародний ринок – у 2017 році підприємство пройшло сертифікацію на відповідність вимогам з безпеки по EN13236 [3].

Згідно зі статутом ПрАТ «Полтавський алмазний інструмент» має широкі права на здійснення зовнішньоекономічної діяльності [5]. Продукція ПрАТ «Полтавський алмазний інструмент» експортується і продається в таких країнах, як Англія, Бельгія, Німеччина, Румунія, Польща, Туреччина. Налагоджено тісні зовнішньоекономічні зв'язки з продажу насосного обладнання і підприємствам Білорусії. Та через існуючу структуру відділу ЗЕД вивчення попиту на зовнішніх ринках збуту здійснюється недосконало, а тому реалізація продукції на цих ринках є значно меншою за планові показники. Через недостатній ресурс в управлінні зовнішньоекономічними операціями виявлено неточності, що негативно відображається на міжнародному іміджі підприємства.

З метою усунення цих недоліків, підвищення в майбутньому прибутків і рентабельності діяльності ПрАТ «Полтавський алмазний інструмент» – необхідно змінити організаційну структуру відділу маркетингу та ЗЕД підприємства.

Наразі, зовнішньоекономічним напрямком діяльності займається відділ маркетингу та ЗЕД, але для такого великого підприємства, як ПрАТ «Полтавський алмазний інструмент», управління зовнішньоекономічною діяльністю повинно здійснюватися спеціальним підрозділом [3]. Для цього слід створити на підприємстві окремий відділ, який буде займатися вивченням і аналізом зовнішнього ринку і пропонувати рішення відносно удосконалення зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Полтавський алмазний інструмент». З позиції формування ефективної системи управління зовнішньоекономічною діяльністю,

керівництву ПрАТ «Полтавський алмазний інструмент» варто звернути увагу на реструктуризацію відділу маркетингу та ЗЕД.

Отже, новий відділ маркетингу ПрАТ «Полтавський алмазний інструмент» буде займатися тільки питаннями внутрішнього ринку. До цього відділу повинні входити фахівці відповідальні за планування збуту продукції, за визначення каналів розподілу продукції, за рекламу, за стимулювання збуту, за маркетингові дослідження.

Щодо відділу міжнародного маркетингу та зовнішньоекономічних зв'язків, то в цьому відділі слід відокремити фахівців відповідальних за планування зовнішньоекономічної діяльності, за пошук іноземних партнерів, за вивчення зовнішніх ринків, за експорт продукції, за імпорт продукції. Отже, вдосконалена організаційна структура ПрАТ «Полтавський алмазний інструмент» включатиме як відділ внутрішнього маркетингу, так і відділ міжнародного маркетингу та зовнішньоекономічних зв'язків, і буде мати наступний вигляд (рис. 1).

Крім відділу маркетингу, необхідно вдосконалити економічний та виробничо-технічний відділів. Економічний відділ необхідно об'єднати з бухгалтерією і перейменувати його на обліково-економічний відділ. Утворення цього відділу, дасть можливість аналізувати всі процеси, що відбувається на підприємстві, шукати недоліки та шляхи їх уникнення, а утворення інженерно-технічного відділу допоможе створити нові види продукції чи удосконалити наявні.

Окрім цього, на кожному підприємстві, що є зовнішньоекономічним гравцем, необхідно проводити моніторинг його поточних можливостей на зовнішньому ринку. Моніторинг ПрАТ «Полтавський алмазний інструмент» повинен відбуватися за методом графоаналітичної оцінки його потенціалу [5].

Метод графоаналітичної оцінки допоможе у дослідженні реальних обставин, представлених у даній галузі, а також забезпечить своєчасною інформацією. Таке постійне спостереження передбачає збирання, обробку, зберігання та розповсюдження зацікавленими особами інформації про наявний сукупний потенціал, окремі його елементи та рівень його реалізації [1].

За умов правильної організації така система дозволяє оцінити стан об'єкта в будь-який момент часу та забезпечити необхідні умови для прогнозування його розвитку.

Отже, враховуючи результати дослідження шляхів підвищення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства ПрАТ «Полтавський алмазний інструмент», можна зазначити, що його організаційна структура компанії не є досконалою, що значно знижує ефективність зовнішньоекономічної діяльності. Структура

потребує реорганізації, а саме, формування відділу, спрямованого безпосередньо на вивчення зовнішньоекономічних показників. За таких умов у компанії з'явиться додатковий ресурс на проведення моніторингу поточних можливостей підприємства на зовнішньому ринку, проведення графоаналітичну оцінку його потенціалу.



Рис. 1. Удосконалена організаційна структура відділу маркетингу та ЗЕД ПрАТ «Полтавський алмазний інструмент»

За дотримання усіх умов, зазначених у основному тексті статі, така система дозволить здійснювати досконале вивчення попиту на зовнішніх ринках збуту, підвищити планові показники реалізованої продукції

на міжнародному ринку. Підвищиться компетентність управління зовнішньоекономічними операціями.

Література:

1. Дідівський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посібник. Київ : Знання, 2006. 462 с.
2. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: навч. посібник. Київ : ЦУЛ, 2002. 172 с.
3. Полтавський завод алмазних інструментів. URL: <https://pdt.tools/> (дата звернення: 15.09.2021).
4. Фатенок-Ткачук А. О. Формування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Львів : Економічна наука, 2019.