

Maryna Kovbatiuk
*Candidate of Economic Sciences, Full Professor,
Professor at the Department of Theoretical and Applied Economics
State University of Infrastructure and Technologies*

George Kovbatiuk
*Assistant at the Department of Theoretical and Applied Economics
State University of Infrastructure and Technologies*

Ковбатюк М.В.
*кандидат економічних наук, професор,
професор кафедри теоретичної та прикладної економіки
Державного університету інфраструктури та технологій*

Ковбатюк Г.О.
*асистент кафедри теоретичної та прикладної економіки
Державного університету інфраструктури та технологій*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-452-8-24>

FACTORS INFLUENCING THE MANAGEMENT OF PROCESSES OF FOREIGN TRADE ACTIVITIES

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Зовнішньоекономічні зв'язки відіграють важливу роль у конкурентоздатності національної економіки, а особливе місце відводиться зовнішньоторговельній діяльності, яка сприяє економічному зростанню та створює конкурентне ринкове середовище.

Для забезпечення ефективності даного виду міжнародної діяльності, необхідно оптимізувати процеси управління, одним з головних завдань яких є визначення факторів впливу на зовнішньоторговельню діяльність підприємства та їх врахування.

Управління зовнішньоторговельними процесами є складним і багатограним завданням, для виконання якого, в першу чергу, треба визначити та класифікувати всю різноманітність факторів впливу.

Класично науковці поділяють всі фактори впливу на внутрішні та зовнішні [1-3]. Але, підприємства, які здійснюють зовнішньоторговельню діяльність, не тільки виходять за межі національної економіки, а і стикаються з низкою факторів, обумовлених процесами глобалізації та повинні враховувати галузеві і регіональні особливості. Це свідчить про те, що зовнішні фактори впливу доцільно розглядати за рівнями управління (рис. 1).

Внутрішні фактори охоплюють низку елементів всередині організації, які впливають на управління зовнішньоторговельними процесами. До головних з них належать організаційна структура, стиль управління, корпоративна культура, розподіл ресурсів і технологічні можливості.

Організаційна структура визначає ієрархію повноважень, канали комунікації та розподіл функцій на підприємстві. Стиль управління (автократичний, демократичний, партисипативний або ліберальний) може суттєво впливати на управління зовнішньоторговельними процесами. Спільний та інклюзивний стиль управління може сприяти інноваціям, залученню працівників та міжфункціональній співпраці, що призводить до більш ефективного прийняття рішень та реалізації зовнішньоторговельних стратегій.

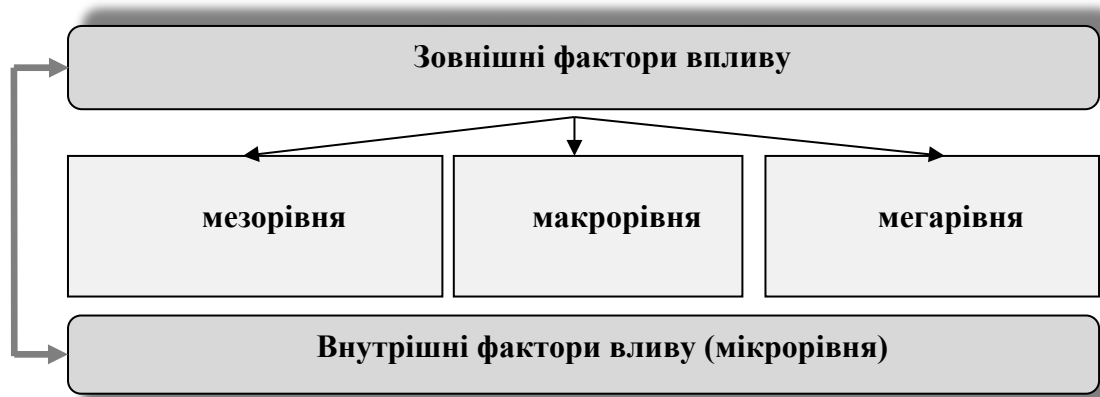


Рис. 1. Класифікація факторів впливу на розвиток зовнішньоторговельної діяльності підприємств за рівнями управління

Джерело: сформовано авторами

Корпоративна культура, яка підкреслює підприємливість, готовність до ризику та гнучкість, може заохочувати проактивну участь у зовнішніх ринках та експерименти з новими торговельними можливостями. І навпаки, консервативна або несхильна до ризику культура може перешкоджати інноваціям і обмежувати здатність організації адаптуватися до динамічних глобальних ринків.

Розподіл ресурсів передбачає виділення фінансових, людських і технологічних ресурсів для підтримки зовнішньоторговельної діяльності. Наявність та розподіл ресурсів може суттєво вплинути на здатність підприємства виходити на нові ринки, розвивати міжнародні партнерства та інвестувати в інфраструктуру і можливості, пов'язані з торгівлею.

Технологічні можливості охоплюють здатність підприємства використовувати технології для підвищення ефективності, результативності та конкурентоспроможності зовнішньоторговельних процесів. Інвестиції в технологічну інфраструктуру, навчання цифровим навичкам і заходи з кібербезпеки мають важливе значення для використання повного потенціалу технологій в управлінні зовнішньою торгівлею.

Таким чином, внутрішні фактори відіграють вирішальну роль у формуванні управління зовнішньоторговельними процесами. Узгоджуючи ці внутрішні фактори зі стратегічними цілями та динамікою зовнішнього ринку, підприємства можуть підвищити свою здатність орієнтуватися в складнощах глобальної торгівлі та отримувати вигоду з міжнародних бізнес-можливостей.

Зовнішні фактори охоплюють широкий спектр елементів за межами організації, які впливають на управління зовнішньоторговельними процесами. Ці фактори включають економічні умови, політичне та правове середовище, соціокультурну динаміку, технологічний прогрес і конкурентний тиск на міжнародних ринках, динаміку ринку та розуміння споживчого попиту.

Економічні фактори, такі як темпи зростання ВВП, інфляція, обмінні курси та торговельна політика ключових торговельних партнерів, мають значний вплив на управління зовнішньоторговельними процесами. Коливання валютних курсів, відсоткових ставок та цін на товари можуть впливати на вартість імпорту та експорту, норму прибутку та конкурентоспроможність на ринку. Економічні спади або рецесії на основних ринках можуть обмежувати споживчий попит, порушувати ланцюги поставок і вимагати коригування торговельних стратегій.

Політико-правове середовище, а саме урядові постанови, торговельні угоди, тарифи, санкції та контроль за імпортом/експортом накладають обмеження та

створюють можливості для міжнародної торговельної діяльності. Політична нестабільність, корупція та геополітична напруженість можуть підвищити операційні ризики і вимагають від підприємств оцінювати та зменшувати політичні та регуляторні ризики при виході на нові ринки або здійсненні транскордонних операцій.

Розуміння та адаптація до соціокультурних нюансів є важливими для ефективного виходу на ринок та залучення клієнтів у різних культурних контекстах.

Технологічний прогрес, включаючи діджиталізацію, автоматизацію, штучний інтелект та аналіз даних, трансформував ландшафт міжнародної торгівлі та управління ланцюгами поставок. Нові технології уможливають відстеження вантажів у режимі реального часу, предиктивну аналітику для прогнозування попиту, відстеження товарів на основі блокчейну та платформи електронної комерції для транскордонних транзакцій.

Конкурентний тиск з боку конкуруючих фірм, як національних, так і міжнародних, впливає на торговельні стратегії, цінові рішення та позиціонування на ринку. Посилення конкуренції, підривні бізнес-моделі та зміна споживчих уподобань вимагають постійних інновацій, диференціації та створення цінності для утримання конкурентних переваг на світових ринках.

Розуміючи ринкову динаміку, сегментуючи ринки та узгоджуючи свої пропозиції з уподобаннями та тенденціями клієнтів, організації можуть ефективно орієнтуватися на світових ринках, використовувати можливості та сприяти сталому зростанню та прибутковості в міжнародній торгівлі.

Таким чином, зовнішні фактори формують контекст, в якому організації управляють своїми зовнішньоторговельними процесами. Відстежуючи зовнішні тенденції, передбачаючи зміни та проактивно адаптуючись до ринкової динаміки, організації можуть підвищити свою стійкість, гнучкість та успіх у міжнародній торгівлі.

Література:

1. Кравець І.В. Фактори впливу на ефективність зовнішньоторговельної діяльності підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 14. С. 59-62.

2. Кузьминчук Н.В., Куценко Т.М., Терованесова О.Ю. Формування чинників впливу на експортно-імпорتنу діяльність вітчизняних промислових підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 50(1). С. 69-74. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.50-12>

3. Оліховський В.С. Класифікація факторів впливу на імпорتنу діяльність. *Економіка та суспільство*. 2024. № 61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-98>