

Чу хаовэй

студент

2 курс магистратуры, Институт социально-гуманитарного

образования

Московский педагогический государственный университет

Россия, г. Москва

**УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ МЕХАНИЗМАМИ
ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ**

Аннотация:

Внешнеэкономическая деятельность ТНК включает в себя не только экспортные операции и продажу продукции через зарубежные сбытовые дочерние компании, но и развитие зарубежного производства. Развитие зарубежного производства требует от предприятий координации собственной деятельности, разделения рынков сбыта, профессионализации определенных продуктов, развития кооперационных отношений между зарубежными дочерними компаниями, решения разумных поставок сырья и полуфабрикатов, предоставления лицензий, технической помощи и услуг.

Ключевые слова: ТНК, внешнеэкономическая деятельность, управление

Chuhaowei

student

2 courses of a magistrac, Institute of social arts education

Moscow pedagogical state university

Russia, Moscow

**MANAGEMENT OF ECONOMIC MECHANISMS OF FOREIGN
ECONOMIC ACTIVITY OF MULTINATIONAL COMPANIES**

Summary:

The foreign economic activity of TNCs includes not only export operations and sales of products through foreign sales subsidiaries, but also the development of foreign production. The development of foreign production requires enterprises

to coordinate their own activities , divide sales markets, professionalize certain products, develop cooperative relations between foreign subsidiaries , solve reasonable supplies of raw materials and semi-finished products, provide licenses, technical assistance and services.

Keywords: TNK, foreign economic activity, management

Выбор формы организационного управления внешнеэкономической деятельностью зависит от ряда факторов , таких как размер компании, характер внешнеэкономической деятельности, степень диверсификации и сложность производимой продукции, характер продукции, производимой и экспортируемой зарубежными предприятиями, и их способность конкурировать на рынке. Принципиальное отличие транснациональных корпораций в форме организационного управления внешнеэкономической деятельностью заключается в том, что управление такой деятельностью осуществляется независимыми субкомпаниями и в рамках производственного сектора. Среди транснациональных компаний с децентрализованной структурой институтами, ведущими внешнеэкономическую деятельность , являются: функциональный отдел штаб-квартиры, международная филиальная компания и дочерняя компания, управляющая зарубежной деятельностью¹.

Функциональный отдел Головного офиса (Отдел продаж или Международных продаж) в первую очередь отвечает за координацию деятельности иностранных дочерних компаний внешнего бизнеса Головного офиса. Предоставляя большую независимость иностранным дочерним компаниям, межстрановые компании позволяют штаб-квартире нести общую ответственность за управление внешнеэкономической деятельностью. Как правило, последняя и материнская компания требуют либо только поставки сырья, либо только принятия заказов и представления финансовой отчетности. Функциональный отдел , возглавляемый заместителем Генерального директора, отвечает за управление внешнеэкономической

¹ Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф, Основы менеджмента. / Пер. с англ. – М.: Дело, 2005. – 720 с.

деятельностью и реализацию продукции на внутреннем рынке или только за внешнеэкономическую деятельность. Первый называется отделом продаж , второй-Международным отделом (или экспортным отделом).

1) По составу отдел продаж можно разделить на функциональные офисы, продуктовые офисы и региональные офисы. Дистрибьюторская служба , созданная по продукту или категории продукта, функции которой включают идентификацию клиентов, проведение деловых переговоров, подписание контрактов и контроль за исполнением контрактов. Региональные отделения, созданные на основе регионального принципа, классифицируются по странам, а не по ассортименту продукции.

2) Международный отдел (или Экспортный отдел) расположен в штаб-квартире транснациональных корпораций для мониторинга и координации деятельности зарубежных субкомпаний, которые пользуются значительной независимостью. Некоторые экспортные операции являются небольшими , а иностранная деятельность ограничивается многонациональными компаниями, которые разрабатывают месторождения полезных ископаемых в других странах и предоставляют сырье и основные материалы не компаниям, таким как Американская сталелитейная корпорация. В функции Международного отдела входит развитие производственной специализации и сотрудничества между дочерними компаниями , а также экспортный бизнес страны материнской компании. Она отвечает не только за рынок происхождения, но и за продажу продукции, произведенной зарубежными дочерними компаниями, на других рынках. Технологическая связь между субкомпаниями и иностранными субкомпаниями , субкомпаниями , иностранными субкомпаниями и материнской компанией достигается через Международный отдел , который отражает преимущества достижения международной субподрядной работы в рамках одной организации, а также через управление (планирование, финансы, распределение прибыли, поставка сырья) центральным отделом материнской компании. Международный отдел обеспечивает соблюдение единой политики в отношении цен, конкуренции и сегментации рынка между компаниями

разных стран. Положение Международного отдела на уровне руководства материнской компании зависит от полномочий и обязанностей, возложенных на ребенка. Когда Международный отдел становится центром прибыли, он обычно пользуется той же деловой автономией, что и производственный отдел. Если он не действует как центр прибыли, , Тогда его функция заключается только в надзоре за региональными дочерними компаниями (роль центра сверхприбыли). Управление внешнеэкономической деятельностью через Международный отдел, управление внешнеэкономическим бизнесом, наиболее характерное для многонациональных компаний в США.

В управлении транснациональными корпорациями возросшая роль внешнеэкономической деятельности привела не только к коренному изменению функций Международного департамента , но и к глубоким изменениям в его структуре. Они отражают значительные изменения, происходящие в экономике капитала и международных экономических отношениях. Среди них они играют особую роль в снижении соответствующей экономической независимости этих разрозненных , но тесно связанных предприятий при одновременном повышении уровня обобществления производства , развитии интеграционных процессов в международном контексте , создании региональных экономических блоков , выполнении роли межстрановых компаний в экономике стран и создании условий для интернационализации производства и капитала в контексте капиталистического регулирования.

В управлении внешнеэкономической деятельностью транснациональных компаний дочерняя компания и Международный отдел отличаются главным образом тем , что первый обладает юридической независимостью , которая является одновременно центром прибыли и центром ответственности, а также имеет собственный совет директоров и функции по обеспечению управления деятельностью компании. Она пользуется деловой и финансовой независимостью, и ее контакты с материнской компанией ограничиваются распределением прибыли и регулярным представлением отчетности.

Директор дочерней компании обычно является заместителем директора Совета директоров материнской компании. Субкомпания не только определяет внешнюю деловую политику в рамках общей стратегии международной организации-монополиста, но и обеспечивает развитие своих сбытовых и производственных компаний, обеспечивая, чтобы каждое звено на протяжении всего цикла могло играть определенную роль, такую как поставка материалов и технологий, разработка новых продуктов и улучшение работы организации производственного процесса. Поскольку дочерняя компания сама выступает в качестве центра прибыли, можно распределить основные инвестиции в строительство между ее зарубежными дочерними компаниями, определить трансфертную цену различных продуктов перепродажи между зарубежными предприятиями и дать им возможность профессионализироваться в рамках единой технологической политики.

Некоторые компании в настоящее время передают контроль за внешней деятельностью специализированным учреждениям, главным образом тем, которые производят ограниченный ассортимент продукции и собственное производство с целью удовлетворения потребностей местного рынка или разрабатывают лишь ограниченный ассортимент продукции в определенных странах. Расширение международной деятельности организаций-монополистов привело к тому, что многие компании начали организовывать управление такой деятельностью по продуктам или регионам.

Организационная структура "продукт за продуктом"² получила широкое распространение в результате децентрализации организации и внедрения децентрализованных структур управления. Такая структура предполагает, что производственные отделы материнских компаний также специализируются на основе различных или различных продуктов и что им предоставляются полномочия по управлению как отечественными, так и зарубежными производственными и маркетинговыми компаниями. Например, Westinghouse Electric, Anaconda Copper, Fiat, шведская компания

² Нуреев Р. М. Курс микроэкономики: учеб. Для вузов / Р.М. Нуреев. – 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2007. – 576 с.

по производству шарикоподшипников, Simon & Schuster и Estelle-Hersch-Hoggels Steel and Iron реформировали свои организационные структуры в соответствии с этим принципом. Организационная структура "продукт за продуктом" обеспечивает централизованное управление и координацию деятельности предприятий транснациональных компаний, дальнейшее углубление объема поставок в дочерних компаниях одной и той же монопольной организации и позволяет использовать выделенную цену для снижения суммы налогов, подлежащих уплате. Кроме того, это облегчает разделение рынков между дочерними компаниями, способствует разработке продуктов в едином центре и создает условия для производства продуктов с горячей продажей в производственном секторе. Однако такая структура не облегчает экспертам по управлению применение своих знаний и опыта в одной и той же стране или регионе, и трудно планировать координацию деятельности предприятий в производственных секторах одной и той же монопольной организации и долгосрочную инвестиционную деятельность на одном и том же рынке. Из-за присутствия дочерних компаний во многих странах производственные отделы, организованные по категориям продукции, часто не обладают достаточными знаниями о местных рыночных условиях и потребностях. Для достижения региональной координации им необходима помощь функционального департамента штаб-квартиры или отдела рынков по видам продукции с учетом географического распределения предприятий.

Организационная структура по регионам была основана на распределении ответственности между независимыми региональными секторами за всю их деятельность на внутреннем и внешнем рынках. Они либо служат производственными отделами и центрами прибыли, либо центрами прибыли и центрами ответственности в форме дочерних компаний. В любом случае региональные субагентства координируют деятельность дочерних компаний по маркетингу и производству продукции транснациональных компаний в регионе. Такие региональные отделы возглавляет заместитель генерального директора, который выступает в

качестве командира или менеджера , служит в высшем руководстве многонациональных компаний и осуществляет свою собственную деятельность во взаимодействии с функциональными отделами в штаб-квартире. Филиал также осуществляет финансовый контроль за деятельностью дочерней компании, контролирует ее повседневную подготовку бюджета и отвечает за работу по планированию. Для более тесной увязки производственной деятельности своих соответствующих компаний некоторые организации-монополисты назначили координаторов по продуктам или создали специализированные отделы , ответственные за управление производством и разработкой различных продуктов. В настоящее время лишь небольшое число межстрановых компаний с низкой степенью разнообразия операций имеют региональные органы управления. Такие компании , как Gulf Oil Company, Mobil Oil Company (Индиана), Royal Dutch Shell Oil Company, а также канадская Massey Ferguson agricultural machinery, Industrial construction equipment company, швейцарская Nestle Food Industries и англо-голландская Conzion Unilev company, используют этот тип управленческих институтов.

Большинство транснациональных компаний придерживаются принципа продуктовой и региональной интеграции организационной структуры , в которой доминирует продуктовая структура и дополняется региональными принципами. Региональное управление осуществляется через региональные представительства или региональные офисы, администрации региональных маркетинговых компаний и одну или несколько национальных администраций. Однако, применяя этот принцип организационной структуры и подход к централизованному управлению, компании разных стран создают различные регулирующие органы в соответствии с характером своей деятельности в целом , особенно в отношении внешнеэкономической деятельности.

Литература:

1. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф, Основы менеджмента. / Пер. с англ. – М.: Дело, 2005. – 720 с.
2. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики: учеб. Для вузов / Р.М. Нуреев. – 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2007. – 576 с.
3. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш. Экономика и управление.-М., 2005