

внутрішнього контролю визначають систему мотиваційних, ресурсних, правових, управлінських та організаційно-технічних факторів, використання яких забезпечує визнане співробітниками підприємства завершення конкретних дій господарських відносин [1].

Отже, цілком логічно визначити багаторівневу інформаційну спрямованість внутрішнього контролю, що за своїм підсумком передбачає врегулювання відносин між керуючою та керованою системами з приводу провадження діяльності.

Список літератури:

1. Бутинець Т.А. Розвиток науки господарського контролю: проблеми теорії, методології, практики: монографія / Т.А. Бутинець. – Житомир: ЖДТУ, 2011. – 772 с.
2. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник / Л.І. Нечаюк, Н.О.Телеш. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 348 с.
3. Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства: Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 р. № 219 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02>.

АНАЛІЗ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА В УКРАЇНІ

*Комісаров В.Ф, к.т.н., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери,
Білоконь Ю.А., студент, ДВНЗ «НГУ», м. Дніпропетровськ, Україна*

Процес організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві - дуже складна і клопітка робота. Вона вимагає уважного опрацювання таких питань як кон'юнктура ринку, потенціальні покупці і продавці, встановлення ділових контактів з ними, проведеніх переговорів, підписання угод і т.д. Для ефективного керівництва ЗЕД на рівні підприємства, необхідна адекватна до умов його роботи структура управління. Структура управління ЗЕД відображає побудову системи управління в даній сфері, тобто органи, служби, апарат, що здійснює управління ЗЕД.

Організаційна структура управління ЗЕД визначається тією метою і завданнями, які вона покликана вирішувати. Мета - максималізація прибутку на довготривалій період за рахунок ефективної участі в міжнародному підприємстві. Організаційна структура управління ЗЕД, як і внутрішньо-фірмового управління, повинна постійно розвиватися і вдосконалюватися, пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі і сфері управління. Її форми і методи не можуть залишатися незмінними.

Організаційні форми управління ЗЕД на виробничих підприємствах в Україні багато в чому індивідуалізовані. Разом з тим можна виділити деякі загальні риси.

Основними завданнями зовнішньоторговельної фірми (ЗТФ) являються: планування, організація і регулювання зовнішньоторгових угод, збільшення об'єму експорту і вдосконалення його структури, підвищення ефективності імпортованих закупок у відповідності до стратегії підприємства, підвищення конкурентноздатності продукції за кордоном, сприяння покращенню її якості, вивчення кон'юнктури товарних світових ринків і виявлення критеріїв та вимог.

Перш ніж вирішити вийти на світовий ринок, підприємству необхідно багато чого дізнатись, досконало розібратися в особливостях внутрішнього й зовнішнього середовища.

Важливе місце в системі міжнародного маркетингу займає дослідження іноземних ринків, під яким розуміють процес пошуку, збору, обробки й аналізу даних.

Для успішної реалізації поставлених завдань підприємство повинно розробити різні маркетингові стратегії: охоплення ринків і ринкових сегментів, конкурентні, виходу на нові ринки, виходу на ринки з новим товаром, цільові, ринкового попиту, товарної політики і т.д.

Організувавши вихід на іноземні ринки, підприємство може значно підвищити ефективність ЗЕД. Однак при цьому необхідно добре знати умови діяльності в даній країні, її закони. На основі дослідження, оцінки й вибору іноземних ринків, повинна розроблятися товарна, цінова, збуту та інші види політики, тобто заходи маркетингового комплексу, що входять в стратегічну маркетингову програму.

Дуже важливо визначити країну, в яку найбільш вигідно експортувати чи з якої найбільш вигідно імпортувати товар (послуги). При порівнянні варіантів з виходу на ринок різних країн керівництво підприємства повинно брати до уваги такі фактори: політична й економічна стабільність; витрати виробництва; транспортна інфраструктура; державні пільги й стимули; наявність як кваліфікованої, так і відносно дешевої робочої сили; ємність ринку даної країни; наявність торгових обмежень; наявність необхідних постачальників сировини, матеріалів. Крім економічних критеріїв, важливо враховувати й характер торгово-політичних відносин з даною країною. Перевага повинна надаватись тій, з якою налагоджені нормальні ділові відносини, підтвержені договірно-правовою основою.

В міжнародній практиці з урахуванням загальноприйнятих методик оцінки потенційних партнерів виділяють наступні принципи, які важливо враховувати при організації даної роботи:

- 1) Оцінка ступеня солідності потенційного партнера.
- 2) Оцінка ділової репутації.
- 3) Врахування досвіду минулих угод.
- 4) Врахування становища фірми на зовнішньому ринку.

Процес підготовки і успішного здійснення зовнішньоторгової операції повинен вимагати детального вивчення не лише потенційних контрагентів, а й фірм-партнерів. Вивчення діяльності майбутніх фірм-партнерів являється складовою частиною зовнішньоторгової операції. Тому даному питанню всі учасники міжнародної торгівлі повинні приділяти велику увагу.

Слід сказати, що при виборі міжнародного контрагента багато вітчизняних підприємств зіштовхуються з такою проблемою, як відсутність інформації про свого можливого партнера по бізнесу.

Керівники підприємств та відповідних підрозділів, що відповідають за успішність ведення ЗЕД, повинні знати, що найбільш цінною інформацією для досьє в нинішніх умовах вважаються відомості, одержані при особистому знайомстві з фірмою.

Збір інформації про партнерів по бізнесу, зокрема по такому його специфічному виду, як ведення зовнішньоекономічної діяльності є дуже розумним кроком, якщо фірма ставить перед собою удосконалення організації ЗЕД на підприємстві.

Удосконалення механізму експортної діяльності підприємств має проводитись на належному рівні за допомогою відповідних законодавчих актів. Одним з перспективних шляхів удосконалення експортної діяльності на підприємстві на майбутнє є розробка стратегій розвитку виробництва на середньо та довгострокову перспективу. Ефективна розробка даних стратегій можлива за умови застосування різних методів аналізу, наприклад, SWOT-аналізу.

Висновки. На сучасному етапі багато українських підприємств активно беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності. Проте ефективність зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств ще доволі низька. Дослідження ефективного розвитку зовнішньоекономічної діяльності вказує на обов'язкові умови такої діяльності:

- активна участь на зовнішніх ринках з постійним нарощуванням експортного потенціалу;

- зростання об'ємів господарської діяльності;

- постійний контроль за конкурентоспроможністю;

- контроль та удосконалення економічних зв'язків з партнерами.

Для цього особлива увага повинна приділятися вивченню питань:

- зменшення собівартості товарів і послуг, тобто зменшення суми витратних статей;

- досконале вивчення попиту на ринках;

- підвищення продуктивності праці;

- своєчасне здійснення планування господарської діяльності, враховуючи прийнятну стратегію на ринках.

Серед основних можливих заходів по удосконаленню організації ЗЕД на підприємствах можна виділити наступні: створення окремого структурного підрозділу, що відповідав би за успішність ведення ЗЕД на підприємстві, маркетингові дослідження нових ринків за умови виходу на них, вибір партнерів для ведення зовнішньоекономічної діяльності шляхом збору необхідної інформації про них, проведення SWOT-аналізу для розробки стратегії розвитку підприємства та удосконалення механізму зовнішньоекономічної діяльності підприємства на основі відповідних законодавчих актів.

Втілення в життя вище запропонованих заходів, без сумніву значно покращить якість роботи підприємства у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Костевич Н.О. к.е.н., доцент,

Костевич О.Д., аспірант, КНУТД, м.Київ, Україна

Сталий розвиток в умовах глобалізації є стратегічним напрямом прогресу суспільства. Підвищення конкурентоспроможності, зміцнення позицій на міжнародних ринках, наближення якості життя до рівня економічно-розвинених країн може забезпечити перехід промисловості України на модель сталого розвитку. Реалізація концепції даної моделі ґрунтується на економічних, соціальних, природних, екологічних передумовах. Перехід передбачає такі етапи: збалансування