

Список літератури:

1. Єрмола А.М. Креативність в основі моніторингу / А.М. Єрмола // Практична психологія і соціальна робота. – 2003. - №8. – С. 71-72.
2. Князь С. Сутність креативного менеджменту і результативність креативних рішень у сфері інвестиційної діяльності машинобудівних підприємств / С. Князь, Ю. Андріанов, Д. Зінкевич // Формування ринкової економіки в Україні. – 2009. – Вип. 19. – С. 290-299.
3. Маркина И.А. Научные подходы к определению понятий «креативность» и «креативный потенциал» / И.А. Маркина, Л.М. Шимановская-Дианич // Ежеквартальный научно-практический журнал Академии экономических наук Украины «Экономика Крыма». – 2011. - № 1 (34). – С. 289-295.
4. Мергут О.О. Сутність та місце поняття «креативність» у процесі професійної підготовки майбутніх митців / О.О. Мергут // Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя: Психолого-педагогічні науки. – 2011. - №6. – С. 38-40.
5. Психогимнастика в тренінге / Под ред. Н.Ю. Хрящевой. - СПб.: Речь, Институт тренінга, 2002. – 256 с.
6. Сочинська-Сибірцева І.М. Використання креативних технологій управління персоналом підприємства / І.М. Сочинська-Сибірцева // «Управління розвитком». – 2011. - №21 (118). – С. 28-30.
7. Barron F. Putting creativity to work // R. Sternberg, T. Tardif (eds.). The nature of creativity. - Cambridge: Cambr. Press, 1988. - P. 76-98.
8. Barron F., Harrington D. Creativity, intelligence and personality // Ann. Rev. Of Psychol. - V. 32. - 1981. - P. 439-476.
9. Chikszentmihalyi M. Society, culture, and person: A system view of creativity// R. Sternberg, T. Tardif (eds.). The nature of creativity. - Cambridge: Cambr. Press, 1988. - P. 325-339

ІНТЕГРОВАНІЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

*Варяниченко О.В., к.е.н, доцент кафедри менеджменту виробничої сфери,
Мосійко Ю.О., студентка, ДВНЗ «НГУ», м. Дніпропетровськ, Україна*

Здійснюючи зовнішньоекономічну діяльність підприємства повинні враховувати те, що економіка розвивається динамічно, а тому виникає необхідність приймати оптимальні рішення в умовах обмеження у часі. Для того, щоб підприємство мало можливість досягти ефективних результатів, йому

потрібно мати конкурентні переваги, які сприятимуть досягненню цілей, порівняно з підприємствами, які мають ідентичну мету [1]. Відповідно, керівникам суб'єктів господарювання необхідно забезпечити процес управління, який можливо було коригувати, видозмінювати до вимог ринку.

Особливість управління зовнішньоекономічною діяльністю (ЗЕД) полягає в тому, що цей вид управління – складова частина загального менеджменту підприємства, яка має власні характерні риси: специфічну мету, завдання і функції. Мета управління підприємством – кінцевий бажаний результат, що досягається поєднанням не лише внутрішніх, але й зовнішніх факторів економічного зростання [1]. Отже, підприємство, що здійснює ЗЕД, повинно інтегрувати різні підходи до управління.

Загальновідомими підходами до управління діяльністю підприємства є: функціональний, коли потреба розглядається як сукупність функцій, які потрібно виконати для її задоволення, створюються кілька альтернативних об'єктів для виконання функцій з вибором такого, що вимагає мінімум сукупних витрат за життєвий цикл об'єкта на одиницю його корисного ефекту; процесний – це розгляд всієї діяльності компанії як мережі взаємодіючих процесів, що протікають усередині організаційної структури компанії і реалізують мету її існування; системний підхід передбачає дослідження об'єкта як системи, основними складовими елементами якої можуть бути цілі, структура, завдання, технології й люди; ситуаційний – вивчає розв'язання окремих управлінських ситуацій, тобто конкретного набору обставин, які впливають на організацію протягом певного часу з метою найефективнішого досягнення нею цілей [1].

Вказані підходи до менеджменту ЗЕД повинні реалізовуватися комплексно, тому що їхнє окреме використання не створить очікуваного сукупного результату й підприємствам варто не обмежуватися в управлінні лише одним певним підходом. Якщо ефективно поєднати усі підходи, то може виникнути так званий синергічний ефект – зростання сукупної ефективності діяльності в результаті поєднання зусиль окремих частин цілого, їхнього злиття, інтеграції. Тобто відповідне поєднання усіх підходів дасть більше користі, ніж би вони існували окремо. Але при взаємодії підходів виникають не лише синергічні зв'язки, а і рекурсивні (причинно-наслідкові) та циклічні (зворотні). Суть рекурсивних зв'язків між підходами до менеджменту ЗЕД полягає у тому, що вони допомагають простежити логіку змін, що відбуваються при застосуванні певного підходу і визначають необхідні зміни іншого [1]. Проте треба усвідомлювати той факт, що економіка не статична, а ефективність

ЗЕД досягається через інтеграцію підходів й необхідно пам'ятати, що час – пріоритетний чинник.

Отже, успіх ЗЕД залежить від комплексності та послідовності вжитих заходів. Важливо розуміти, що менеджмент ЗЕД – багатогранний та вимагає використання різних підходів, які реалізуються через формування інтегрованої стратегії діяльності. Завдання керівника полягає в тому, щоб вибрати не єдиний підхід, який найбільшою мірою відповідає умовам його підприємства, а поєднати усі можливі для отримання максимального результату. Інтегрований підхід повинен передбачати врахування технічних, екологічних, економічних, організаційних, соціально-психологічних та інших аспектів менеджменту ЗЕД у їхній взаємодії. Комплексне поєднання усіх цих підходів зумовлює синергію – зростання сукупної ефективності діяльності в результаті інтеграції.

Список літератури:

1. Ноджак Л.С., Лебедева О.О. Інтегрований підхід до менеджменту ЗЕД: сутність та складові елементи [Електронний ресурс] / Л.С. Ноджак, О.О. Лебедева. – Режим доступа: http://archive.nbuu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Menegment/2007_606/11.pdf

ВИКОРИСТАННЯ ABC ТА XYZ АНАЛІЗУ У СФЕРІ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*Варяниченко О.В., к.е.н, доцент кафедри менеджменту виробничої сфери,
Семенов С.А., студент, ДВНЗ «НГУ», м. Дніпропетровськ, Україна*

ABC-аналіз – один з варіантів математико-статистичних методів аналізу, що використовується для дослідження частоти певних економічних явищ і фактів. Його синонімами є первинний аналіз, правило 80/20 і принцип Парето. За допомогою цього методу здійснюється класифікація або розподіл існуючої сукупності відповідно обраним критеріям на три групи, а саме А, В і С. Даний метод аналізу отримав великий розвиток, завдяки своїй універсальності і ефективності. Результатом ABC аналізу є групування об'єктів за ступенем впливу на загальний результат. Для кожної категорії формується відповідна методика управління. У вітчизняній практиці використання ABC - аналізу в сфері менеджменту зовнішньоекономічної діяльності має недостатнє теоретичне обґрунтування та за частую цей метод відносять виключно до сфери маркетингу.