Розробка ефективних засобів удосконалення управління експортною діяльністю виробничого підприємства базується на:

1. Підвищенні конкурентоздатності товарів на експорт, тому що конкуренція на світовому ринку більш жорстка і споживачі пред'являють до товарів більш високі вимоги, що досягається забезпеченням відповідності товарів з міжнародними стандартами якості.

2. Гнучкій диверсифікації виробництва з метою своєчасного виведення на зовнішні ринки нових видів продукції.

3. Забезпеченні високої кваліфікації персоналу, що приймає участь в організації експортних операцій, шляхом регулярного проведення навчання й атестацій та відповідною його мотивацією.

4. Створенні найбільш ефективної організаційної структури для проведення експортних операцій.

5. Створенні автоматизованої інформаційної системи пошуку контрагентів і встановлення контактів з ними.

6. Забезпеченні умов довгострокових соціально-економічних відносин з контрагентами.

7. Використанні найбільш вигідної для експортера підприємства розрахунків акредитива, при якій експортер має гарантію оплати товару.

8. Застосуванні базисних умов постачання, мінімізуючи витрати експортера на транспортування товару.

9. Здійсненні постачань за принципом «точно в термін».

10. Розробці і реалізації комплексу маркетингу експорту кожного виду продукції при виході на новий ринок.

11. Розробці заходів щодо мінімізації ціни шляхом зменшення собівартості виробництва.

Отже, дотримуючись зазначених заходів управління експортною діяльністю, підприємство має можливість вийти на світовий ринок з якісним та конкурентоспроможним товаром, забезпечити ефективне функціонування фінансового механізму та імідж надійного контрагента.

КОРПОРАТИВНІ ПРИНЦИПИ В УПРАВЛІННІ ВЛАСНІСТЮ МЕШКАНЦІВ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

Замковий О.І. ДВНЗ «НГУ» м.Дніпропетровськ

Інновація (нововведення) - це кінцевий результат творчої діяльності, що отримав втілення у вигляді нової або вдосконаленої продукції або технології, практично застосовних і здатних задовольнити певні потреби. Інакше кажучі, інновація - це результат реалізації нових ідей і знань з метою їх практичного використання для задоволення певних запитів споживачів.

Одною з таких інновацій, яка назріла на сьогоднішній час є реформування відносин власності і управління обєктами жилої інфраструктури

мешканців територіальної громади (будівлі, району, селища, міста). Для того щоб зрозуміти це слід врахувати наступні припущення:

а) багатоповерхові будинки належать як співвласність власникам квартир та інших приміщень - і нікому, крім них: ні ЖЕКам, ні місцевим органам влади, ні державі, тому ніхто, крім власників, дбати про ці будинки не зобов'язаний і не буде;

б) у власників будинків та в організацій, які обслуговують будинки (ЖЕКів) - абсолютно різні цілі, власникам треба, щоб їхній будинок був у гарному стані, а обслуговувачу - комерційній структурі прагнення отримати прибуток;

в) в зв’язку з цим ОСББ і ЖЕК - апріорі різні сутності, так як ОСББ - це механізм прийняття та примусового виконання колективних рішень щодо спільного неподільного майна, а ЖЕК - це обслуговуюча організація;

г) щоб приймати рішення щодо спільного неподільного майна та домагатися їх виконання, потрібен інституційний механізм та нові "правила гри".

Для багатоповерхових будинків такий механізм називається "квартирне товариство", (КТ). У діючому законодавстві є два види КТ - ОСББ та ЖБК. Обидва наразі малопридатні для прийняття й виконання колективних рішень щодо багатоповерхівок. Тому без ефективного механізму прийняття колективних рішень, власники багатоповерхівок приречені на неефективне управління їх власністю, а будинки - на руйнацію.

Лише колективний власник може зламати ситуацію. Тому інноваційні принципи корпоративного управління застосовані до розпорядження комунальним майном територіальної громади можуть допомогти у розв’язанні цього питання.

Ключовим при цьому є отримання чіткої рівноваги між принципами підзвітності і невтручання. Іншими словами, аби контролювати муніципальний менеджмент, представницька влада муніципального утворення і рада директорів нового утворення мають бути об'єктами контролю.

Громадське соціально-корпоративне управління муніципальним утворенням покликане забезпечити компроміс між протилежними інтересами. Представницька влада і рада власників представляють і гарантують виконання волі різних верств населення. Найважливішим моментом тут є співвідношення між тим, що населення муніципального утворення хоче (цілі), і тим, що вони можуть мати через свої можливості, ресурси, компетенцію і прийняті цінності.

До основних функцій такого управління, використовуємого муніципальним утворенням у вирішенні завдань свого соціально-економічного і політичного розвитку можливо віднести:

- формування громадської соціально-корпоративної власності (спільне і рівне володіння) населення муніципального утворення;
- відділення володіння (власник - населення) від професійного управління (розпорядження) власністю (муніципальні менеджери);
- громадська соціально-корпоративна організація економіки муніципальної утворення (створення територіальної фінансово-виробничої

групи);

Застосування принципів корпортивізму в управлінні власністю мешканцями територіальної громади безумовно підвищить якість наданих послуг і буде сприяти подальшому розвитку комунальної сфери муніципального утворення в цілому.

ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ З ВИКОРИСТАННЯМ МОДЕЛЕЙ СПЛІТ АНАЛІЗУ

Демиденко М.А. Пархоменко О.О. „НГУ”, м. Дніпропетровськ

Сучасні комерційні та виробничі підприємства для розширення ринку збуту та диверсифікації послуг використовують засоби електронної комерції. Впроваджуються електронні магазини, сайти підприємств, реклама на на порталах , в пошукових системах та каталогах. Такі заходи дозволяють підвищити прибутковість підприємства, але ефективність впроваджуваних заходів не завжди очевидна і існують багато варіантів іх реалізації. Тому виникають проблеми формулювання критеріїв та методів оцінки і вибору оптимальних варіантів реалізації заходів електронної комерції.

Інтернет надає безпрецедентні можливості для оцінки запропонованих заходів , використовуючи контрольовані експерименти, які також називаються рандомізованими експериментами, A/B тестами, спліт-аналізом. Контрольовані експерименти втілюють в собі найкращі наукові розробки для встановлення причинно-наслідкового зв'язку між заходами та їхнім впливом на клієнтів та покупців які користуються сайтом електронної комерції. Схема запропонованого спліт-аналізу показано на рис.1.

Користувачі-клієнти розподіляються на два потоки, які спрямовуються в існуючу систему і в систему із реалізованим заходом. Обсяг потоку користувачів має бути таким, щоби забезпечувати статистичну достовірність експеременту і обчислюється за формулою

$$n = \frac{16\sigma^2}{\Delta^2}$$

де, n – обсяг потоку користувачів; σ – середньоквадратичне відхилення критерія оцінювання; Δ – поріг чутливості починаючи з якого оцінюємо вплив запропонованого заходу на критерій . Для оцінки впливу запропонованого заходу на ефективність системи доцільно використати t-тест за формулою

$$t = \frac{\overline{O}_b - \overline{O}_a}{\overline{\sigma}_d}$$

де, $\overline{O}_b$, $\overline{O}_a$ – значення критерію ефективності для двох варіантів функціонування системи, $\overline{\sigma}_d$ – стандартне відхилення між $\overline{O}_b$ та $\overline{O}_a$. t - результат t-тесту.