

1	2	3
Величезні витрати Держбюджету України направлені на фінансування бюрократичного апарату, а також на дотації місцевим бюджетам	Скоротити витрати на бюрократичний апарат та збільшити витрати в соціальній сфері	Поступове скорочення розмірів бюрократичного апарату. Зростання рівня життя, що приведе до розвитку в усіх сферах вітчизняної економіки

Важливою реформою має стати створення Державного стабілізаційного фонду України – спеціального фінансового фонду для усунення дефіциту бюджету. Прикладами подібного фонду можуть бути стабілізаційні фонди Кувейту, Оману, ОАЕ, Норвегії та Венесуели. Але в цих країнах стабілізаційні фонди залежать від доходів від видобутку та реалізації нафти. Для створення та наповнення Державного стабілізаційного фонду України можна застосувати такий механізм: необхідне введення додаткового збору, він може бути включений в якості невеликої надбавки до найбільш доходних статей податкових і неподаткових надходжень, що дозволить зробити наповнюваність фонду ефективною. Або збір можна офіційно включити в перелік відрахувань до цільових фондів, що може бути менш ефективно в сучасній економічній ситуації. Слід звернути увагу на Європейський фонд фінансової стабільності, де кожна країна-учасниця має свою обов'язкову частку. Подібний механізм може бути застосований щодо регіонів України для наповнення Державного стабілізаційного фонду. Однак створення Фонду буде більш ефективним у разі проведення усіх запропонованих заходів. У наслідку Державний стабілізаційний фонд повинен взяти на себе функції НБУ щодо усунення дефіциту бюджету України.

Усі ці заходи дозволять змінити структуру, обсяги і напрями доходної та видаткової частин бюджету України, скоротити дефіцит Держбюджету, а також дозволять забезпечити подальший розвиток вітчизняної економіки.

Наук. керівн. Возненко Н. І.

Література: 1. Фещенко Л. В. Финансы : учебн. пособ. для самост. изучения дисц. / [Л. В. Фещенко, П. В. Проноза, Л. А. Меренкова]. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2003. – 232 с. 2. Сайт "Z-Україна". – Режим доступу : <http://zet.in.ua>. 3. Державна служба статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 4. Іванов Ю. Б. Податкова система : підручник / [Ю. Б. Іванов, А. І. Крисоватий, О. М. Десятнюк]. – К. : Атіка, 2006. – 920 с. 5. Сайт "Хвиля". – Режим доступу : <http://hvylya.org>. 6. Система оподаткування в сферах і таблицях. Ч. 1 : Загальнодержавні та місцеві податки і збори в Україні : навч. посібн. / Ю. Б. Іванов. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2004. – 416 с.

Зерниченко К. Д.

УДК 658.8:339.564

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Досліджено сучасний процес та розроблено основні етапи формування й розвитку організаційних структур управління експортною діяльністю підприємства. Виокремлено фактори, які впливають на вибір типу організаційної структури управління експортною діяльністю підприємства.

Аннотация. Исследован современный процесс и разработаны основные этапы формирования и развития организационных структур управления экспортной деятельностью предприятия. Выделены факторы, которые влияют на выбор организационной структуры управления экспортной деятельностью предприятия.

Annotation. Modern process and the basic stages of the formation and development of organizational structures of managing export activity of a company are studied and developed. The factors, which influence the choice of organizational structure of managing export activity of a company are revealed.

Ключові слова: управління, експортна діяльність підприємства, організаційна структура управління, етапи, формування, фактори впливу.



Організація та функціонування злагодженої організаційної структури управління (ОСУ) експортною діяльністю підприємства є необхідною передумовою не лише для реалізації його конкурентних переваг на зовнішньому ринку, а й для зміцнення власних позицій на внутрішньому ринку.

Проблеми розвитку та формування ОСУ стоять в центрі дослідницьких інтересів таких відомих вчених, як: Х. Віссема, Воронкова О. Н., Кириченко О. А., Кузьмін О. Є., Мельник О. Г., Мескон М. Х., Пузакова Е. П., Рубинська Є. Т. та ін. Проте до цього часу деякі важливі аспекти формування організаційної структури управління не мають належного наукового обґрунтування та методичного забезпечення, а інші потребують актуалізації та адаптації до динамічних умов господарювання.

Метою даного дослідження є процес формування та розвитку ОСУ експортною діяльністю підприємства, а також аналіз впливу факторів на ОСУ експортною діяльністю підприємства.

Об'єктом дослідження є ОСУ експортною діяльністю підприємства.

Предметом дослідження є підвищення ефективності процесу формування ОСУ експортною діяльністю підприємства.

Управління експортною діяльністю підприємства є системою дій, методів та рішень, пов'язаних із формуванням, розвитком та реалізацією експортного потенціалу підприємства на закордонних ринках, а також забезпеченням його безперервного та ефективного функціонування як суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності за рахунок отримання прибутку від такого роду діяльності [1].

Ефективність експортної діяльності підприємства залежить від низки факторів, чільне місце серед яких займає відповідність ОСУ експортною діяльністю підприємства вимогам бізнесу та ринку і ступінь її адаптивності до змін зовнішнього середовища.

Організаційна структура управління (ОСУ) – це упорядкована взаємозалежність ланок, що забезпечують діяльність підприємства як єдиного цілого. При цьому відбувається розподіл функціональних обов'язків, прав і відповідальності персоналу, а також форм взаємодії між ланками [2].

Формування та розвиток ОСУ експортною діяльністю підприємства можна функціонально розділити на кілька основних етапів:

1. Аналіз внутрішнього середовища підприємства:
 - а) аналіз діючої ОСУ на предмет придатності до розвитку експортної діяльності;
 - б) дослідження структури персоналу та потенціалу його роботи на зовнішніх ринках;
 - в) виділення цілей за експортною діяльністю щодо обсягів та структури продажів, географії ринків та пріоритетів розвитку;
 - г) аналіз обсягу та структури матеріальних та фінансових ресурсів, прогнозування їх надходження та джерел залучення;
 - д) дослідження системи управління підприємством та моделей поведінки керівництва;
 - е) аналіз технології виробництва та продажу продукції.
2. Аналіз зовнішнього середовища підприємства:
 - а) дослідження кон'юнктури ринку, прогнозування її зміни у середньостроковому періоді;
 - б) аналіз інфраструктури обраних ринків та макросередовища;
 - в) аналіз конкурентного середовища;
 - г) аналіз технологічних факторів;
 - д) аналіз міжнародних факторів та торгових умов.
3. Вибір факторів, що впливають на вид ОСУ експортною діяльністю підприємства:
 - а) виокремлення ключових внутрішніх та зовнішніх факторів, аналіз інтегральних факторів впливу (інфраструктурних та макроекономічних);
 - б) визначення сили та напряму впливу виділених факторів на управління експортною діяльністю.
4. Вибір альтернативних варіантів формування ОСУ експортною діяльністю підприємства:
 - а) вибір кількох варіантів ОСУ експортною діяльністю підприємства на підставі аналізу ключових чинників впливу;
 - б) розроблення проектів ОСУ експортною діяльністю підприємства за кожним з обраних варіантів;
 - в) формування системи критеріїв та показників оцінювання ефективності ОСУ експортною діяльністю підприємства.
5. Вибір оптимального варіанта формування ОСУ експортною діяльністю підприємства:
 - а) розрахунок показників економічної ефективності ОСУ експортною діяльністю підприємства;
 - б) оцінювання впливу ОСУ експортною діяльністю підприємства на стратегію розвитку підприємства;
 - в) прийняття та оформлення рішення про формування (реорганізацію) ОСУ експортною діяльністю підприємства.
6. Упровадження вибраної ОСУ експортною діяльністю підприємства у дію:
 - а) побудова та затвердження органіграми;
 - б) формування і затвердження посадових інструкцій для працівників зовнішньоекономічних підрозділів;
 - в) упровадження процедур контролю за роботою зовнішньоекономічних служб.



7. Діагностика функціонування ОСУ експортною діяльністю підприємства:

а) формування системи моніторингу параметрів функціонування ОСУ експортною діяльністю підприємства;

б) формування критеріїв доцільності розвитку (реформування) ОСУ експортною діяльністю підприємства;

в) визначення порядку (послідовності) удосконалення окремих елементів ОСУ експортною діяльністю підприємства [3].

Вибір типу ОСУ експортною діяльністю підприємства не є однозначним, оскільки вплив факторів, що визначають середовище міжнародного бізнесу компанії, є переважно різнобічним та визначається ситуаційно. До того ж у різні моменти часу сила впливу того чи іншого фактора може змінюватися у широкому діапазоні для конкретного підприємства, не говорячи вже про галузеву варіацію.

На рисунку подані основні фактори, що впливають на вибір типу ОСУ експортною діяльністю підприємства. Для вибору найбільш ефективного типу ОСУ їх доцільно розділити на зовнішні та внутрішні залежно від джерела впливу фактора. При цьому кожна група поділяється на низку підгруп, які дозволяють охарактеризувати необхідну ОСУ експортною діяльністю залежно від особливостей підприємства.

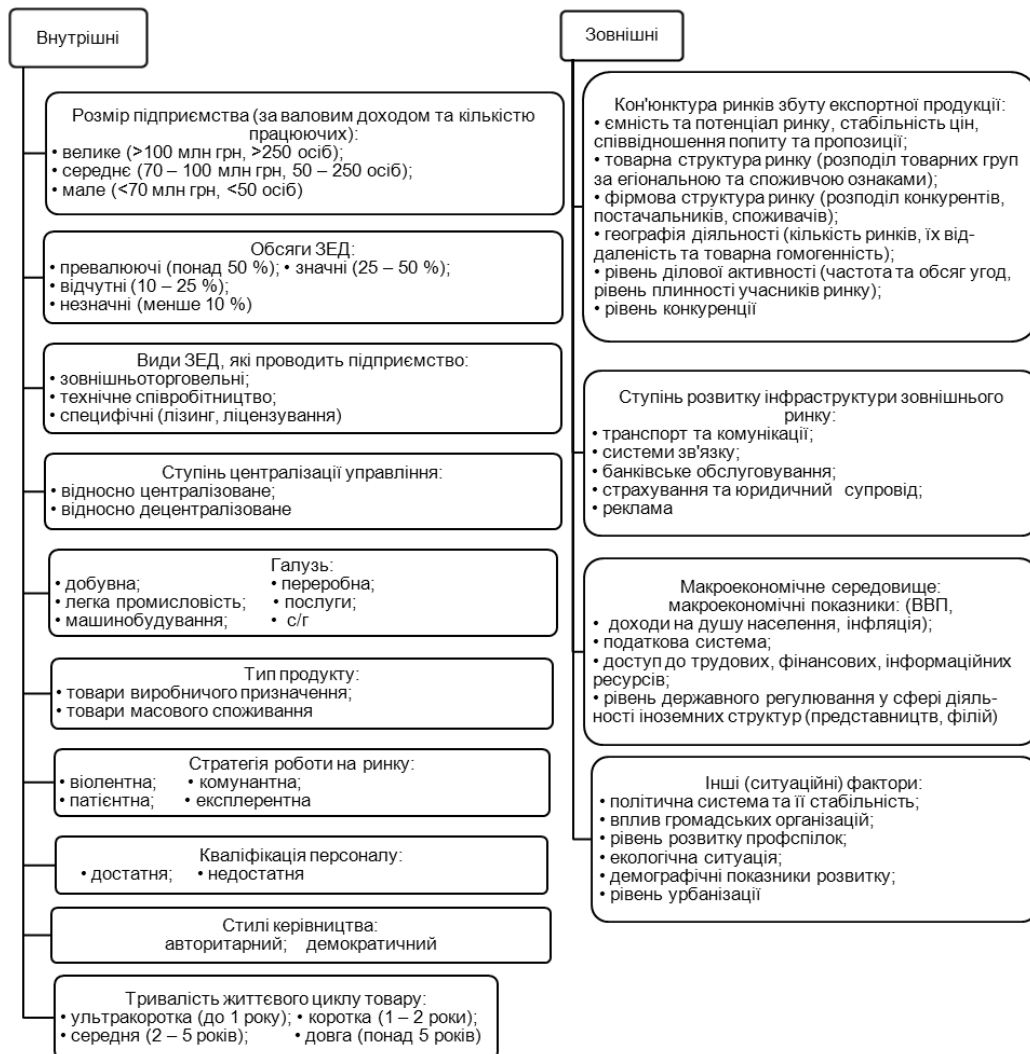


Рис. Фактори впливу на вибір типу ОСУ експортною діяльністю підприємства

Вплив деяких факторів на формування ОСУ експортною діяльністю підприємства є очевидним, він проявляється безпосередньо ще на початку первинного проектування. Це стосується таких факторів, як розмір підприємства, обсяги експортної діяльності, актуальні та потенційні види зовнішньоекономічної діяльності, ступінь централізації управління, галузь діяльності, а також ступінь розвитку інфраструктури закордонних ринків. Решта факторів мають опосередкований вплив.

Отже, процес формування ОСУ експортною діяльністю підприємства відбувається через поетапне його впровадження, яке передбачає раціональний вибір ОСУ з урахуванням різних факторів впливу. Тільки правильно обрана організаційна структура управління забезпечить ефективну, стабільну, узгоджену діяльність підприємства, процвітання та виживання його на ринку. Одне з головних завдань для керівництва підприємства є перехід на нові принципи господарювання, зміна пріоритетів діяльності, оцінювати перспективи розвитку з точки зору потенційних можливостей підприємства у процесі вибору оптимальної організаційної структури управління.

Наук. керівн. Бестужева С. В.

Література: 1. Вічевич А. М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності / А. М. Вічевич, О. В. Максимець. – Львів : Афіша, 2004. – 140 с. 2. Федорова Н. Н. Организационная структура управления предприятием : учебн. пособ. / Н. Н. Федорова. – М. : ТК "Велби", 2003. – 256 с. 3. Губіна М. І. Організація експортно-імпорتنних операцій на підприємстві та шляхи її удосконалення / М. І. Губіна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 5. – С. 202–204. 4. Управління зовнішньоекономічною діяльністю : навч. посібн. / за заг. ред. А. І. Кредісова. – 2-ге вид., випр. і доп. – К. : ВІРА-Р, 2002. – 552 с. 5. Прокушев Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность : [учебник] / Е. Ф. Прокушев. – [2-е изд.]. – М. : Дашков и К°, 2006. – 488 с.

УДК 658.81:339.13

Кирноз Е. О.

Студент 3 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ

УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ НА ОСНОВЕ ИНТЕРАКТИВНОГО МАРКЕТИНГА

Аннотация. Рассмотрена сущность интерактивного маркетинга. Выявлена необходимость управления предприятием на основе интерактивного маркетинга, а также рассмотрения бизнеса как деятельности на рынках факторов производства, внутри предприятия и на рынках готовой продукции.

Анотация. Розглянуто сутність інтерактивного маркетингу. Виявлено необхідність управління підприємством на основі інтерактивного маркетингу, а також розгляду бізнесу як діяльності на ринках факторів виробництва, всередині підприємства і на ринках готової продукції.

Annotation. The article deals with the essence of interactive marketing. The need for management of an enterprise which is based on interactive marketing as well as consideration of business as an activity in production factors markets, within the enterprise and in markets of the finished product is revealed.

Ключевые слова: интерактивный маркетинг, система разделения труда, трансфер, аутсорсинг, мониторинг, контроллинг, мерчандайзинг.

В условиях глобализации с ужесточением конкуренции, развитием информационных технологий и быстро изменяющейся внешней средой управление бизнесом постоянно усложняется. Для успешной деятельности хозяйственной организации необходимо реализовать, актуальные на сегодняшний день изменения, преобразования в методах и приемах управления.

На данном этапе развития процесс глобализации проникает практически во все сферы жизни, происходит превращение внутренних рынков в глобальные, что вызывает необходимость перехода от традиционных подходов управления к концепции интерактивного управления.

Проблема заключается в том, что на сегодняшнем этапе украинские субъекты хозяйствования уступают иностранным конкурентам по ряду причин. Одной из них является фокусирование деятельности отечественных предприятий в основном на рынках готовой продукции. Однако для эффективной деятельности хозяйственной организации необходимым условием является гармонизация взаимодействия рынков факторов производства и рынков готовой продукции, их связи с внутрихозяйственными процессами. В связи с этим появилась необходимость в решении вопросов развития теории и практики интерактивного маркетинга, составляющими которого являются внутрифирменный, внутрисубъектный, международный, глобальный маркетинг.

Международный бизнес основывается на возможности получения преимуществ из международных деловых сделок и впоследствии получения более высоких результатов, по сравнению с национальным бизнесом [1, с. 3].