

ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ НА ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Колот А.А., гр. МВ-17

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.В. Ольшанський**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Експортно-імпортна діяльність пов'язана з проведенням різними господарськими суб'єктами ділових операцій на закордонних ринках. У законі України "Про зовнішньоекономічну діяльність" (стаття 1), прийнятому 16 квітня 1991р. зазначено, що "Зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності заснована на взаємовідносинах як на території України, так і за її межами".

Процес входження України в систему світогосподарських зв'язків багато в чому залежить від якості прийняття управлінських рішень. Міжнародні ділові операції, як і внутрішні є результатом визначених управлінських дій: прогнозування і планування, організації, мотивації, керівництва, контролю.

Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності пов'язаний із застосуванням загальних ідей і концепцій менеджменту у всіх формах зовнішньоекономічної діяльності (експорті й імпорту товарів і послуг, лізингових операціях, прямому інвестуванні і т.д.). Сутність менеджменту ЗЕД полягає в комплексному дослідженні та моделюванні міжнародного середовища у поєднанні з налагодженою взаємодією всіх підрозділів і посадових осіб організації або підприємства в інтересах продуктивного досягнення визначених зовнішньоекономічних стратегій.

Отже, звернімо увагу на три ключові моменти. По-перше, менеджмент ЗЕД є визначеним процесом, що, насамперед, включає вивчення і проектування елементів міжнародного середовища: закордонних партнерів, рівня цін, митних правил, міжнародних норм і звичаїв та ін. По-друге, необхідно домагатися ефективної взаємодії не тільки між працівниками зовнішньоекономічних підрозділів, але і між усіма службами підприємства, що і визначає успіх на міжнародних ринках. По-третє, потрібно наголосити на продуктивному досягненні всією організацією обраних зовнішньоекономічних цілей. Це значить, що критерієм якості менеджменту ЗЕД є не тільки успіх сам по собі (досягнення цілей), але й ціна цього успіху (витрати ресурсів, продуктивність).

СИСТЕМНІ ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Кононенко М.А., гр. МВм-17

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.М. Селютін**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Стан інноваційної діяльності в Україні більшістю експертів-науковців визначається як кризовий і такий, що не відповідає сучасному рівню інноваційних процесів у промислово-розвинених країнах та потребам інноваційного розвитку. Реформування науково-технічного комплексу побудовано за принципами частих змін цілей та завдань, без урахування загальновідомих чинників функціонування та розвитку науково-технічного потенціалу: активної та передбачуваної державної підтримки, формування попиту на наукові досягнення з боку реального сектора економіки тощо.

Але у деяких великих фірмах склалися стійкі механізми управління науково-технічною діяльністю, що відбивають особливості процесу інтеграції науки і виробництва, велику орієнтацію досліджень і розробок на ринкові потреби, посилення впливу ринкових чинників на визначення стратегічних позицій фірм. Прикладом такої діяльності є ЗАТ «Сармат», яке по праву вважають новатором на українському пивному ринку ще з середини 1990-х рр. Завод першим з українських виробників почав випускати пиво в ПЕТ-пляшці, перший випустив на ринок України КЕГ-упакування, розробив і випустив пшеничне пиво, вивів на ринок принципово новий для України сорт «ель», виробив пиво, засноване на традиціях староегипетських пивоварів, «Ра» і пиво Drive Max з додаванням екстракту гуарани. Нові завдання спричиняють зміни в системі зв'язків: між усіма рівнями управління та між підрозділами науково-виробничо-збутового ланцюга.

Інноваційна діяльність групи «Сармат» свідчить про великі можливості бізнесу в сфері виробництва харчових продуктів на всіх рівнях його організації діяти активно і творчо. Але існуючі об'єктивні системні перешкоди дозволяють впроваджувати інновації тільки окремим потужним підприємствам. Це призводить до руйнування цілісності інноваційного процесу з наступним уповільненням розвитку та занепадом його складових. Насамперед, за таких умов потерпає елемент впровадження нововведень (попит на інновації), який, власне, і перетворює науково-технічний продукт на інновацію як таку. Відтак втрачається економічний ефект і від вкладень в фундаментальні і прикладні дослідження.