

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ВИХОДУ КОМПАНІЇ НА СВІТОВИЙ РИНОК

Булах Т. М., к.е.н, доцент кафедри бізнес-економіки
Логвінова А. С., магістрант
Київський національний університет технології та дизайну

Сучасний етап науково-технічного прогресу та інтернаціоналізація світових господарських зв'язків вимагають глибоких змін в організації забезпечення виходу компанії на світовий ринок. Успішну реалізацію виходу компанії на світовий ринок можна досягти за умови відповідного забезпечення організаційними заходами та економічними ресурсами.

Метою організаційного забезпечення виходу компанії на світовий ринок є створення, насамперед, організаційної структури, яка буде відповідати загальним цілям компанії. Це означає, що реалізація зазначеного процесу повинна здійснюватися на основі формально встановлених (регламентованих) і неформальних організаційних зв'язків між елементами організаційної системи компанії [4 с. 7].

Під економічним забезпеченням можна розуміти систему економічних відносин, які виникають у процесі виробництва й реалізації благ між окремими суб'єктами ринку, між суб'єктами ринку і державою (регіоном), між самою структурою та її трудовим колективом, між власниками капіталу і найманими працівниками з приводу порівняння витрат із доходами, виявлення, розподілу та використання прибутку [3 с. 25].

Метою економічного забезпечення виходу компанії на світовий ринок є формування економічних стимулів до зовнішньоекономічної діяльності компанії.

Вважаємо, що цей процес повинен відповідати наступним принципам:

- пріоритету споживача над виробником;
- пріоритетності витрат на зовнішньоекономічну діяльність;
- економічної та соціальної доцільності зовнішньоекономічної діяльності;
- комплексності та спадкоємності планування зовнішньоекономічної діяльності;
- стимулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- відповідності рівня матеріально-технічної бази вимогам, що ставляться до якості й конкурентоспроможності продукції на міжнародних ринках;
- маркетингової спрямованості зовнішньоекономічної діяльності, економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

Отже, формування комплексу організаційно-економічного забезпечення виходу компанії на світовий ринок повинно бути першочерговим управлінським рішенням керівництва [2 с. 225], використання якого дасть змогу сформулювати й реалізувати конкретну послідовність заходів, що спрямовані на стабільне функціонування компанії на зовнішньому ринку, її стійкий та перспективний розвиток.

Список використаної літератури:

1 Денисов В.Т. Воздействие факторов внешней и внутренней среды промышленного предприятия на механизм управления внешнеэкономической деятельностью / В.Т. Денисов, С.Ю. Чанышева // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 4. – Т. 3. – С. 185–189.

2 Лакіза В.В. Організаційно-економічне забезпечення функціонування підприємства / В.В. Лакіза, К.Я. Качмар // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.8. – С. 224-229.

3 Львовчкін С.В. Фінансовий механізм макроекономічного регулювання / С.В. Львовчкін // Фінанси України. – 2000. – С. 23-28.

4 Радіонова Н.Й. Організаційно-економічне забезпечення управління інноваційним розвитком машинобудівного підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами / Н.Й. Радіонова. – Луганськ, 2010. – 19 с.

ПРИБУТКОВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА

Воронкова Т. Є., к.е.н., професор кафедри бізнес-економіки

Безпалько Н. Ю., магістрант

Київський національний університет технологій та дизайну

Забезпечення прибутковості – основна мета функціонування будь-якого господарюючого суб'єкта. В умовах ринкових відносин подальша ефективність діяльності підприємства знаходиться у тісному взаємозв'язку із раціональним формуванням та розподілом отриманих в попередніх періодах результатів функціонування.

Невизначеність загальноекономічної ситуації, зміни законодавчої системи негативно впливають на формування прибутковості підприємств та призводять до збільшення ризику неефективності їх функціонування. В цих умовах важливим завданням кожного підприємства є адаптація до нестабільного ринкового середовища та постійних змін ринкової кон'юнктури.

Прибуток – це водночас найпростіша та найскладніша категорія ринкових відносин. Її простота проявляється у тому, що вона є основним мотивом підприємницької діяльності взагалі, а складність – у великій кількості факторів, що прямо чи опосередковано впливають на її величину.

Зауважимо, що фактори, які впливають на прибутковість діяльності підприємства в економічній теорії поділяються на внутрішні та зовнішні.

Внутрішні фактори – це умови, які склались в межах безпосередньо самого підприємства і які можна проконтролювати та здійснити вплив на їх формування.