

устаткування, він не втрачає своїх властивостей з часом, а навпаки, нарощує знання та досвід і стає більш цінним для підприємства.

На конкурентоспроможність підприємства, а також його розвиток і прибутковість впливає дуже багато чинників, у тому числі і інтелектуальний капітал.

Таким чином інтелектуальний капітал – один з головних стратегічних ресурсів підприємства, в який доцільно інвестувати кошти підприємства. У статті було наведено визначення даного поняття, проаналізовано місце і роль інтелектуального капіталу на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Перский Ю.К., Имайкин Е.А. Объектно-субъектное представление интеллектуального капитала / Ю.К. Перский, Е.А. Имайкин // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. – 2010. – № 2. – С. 28-36.
2. Степанова А.Е. Инвестиции в интеллектуальный капитал важнейший фактор инновационной экономики / А.Е. Степанова // TERRA ECONOMICUS. – 2008. – № 2-3(6). – С. 73-77.
3. Митина А.Н. Роль интеллектуального капитала в формировании конкурентоспособности организации / А.Н. Митина. // Вісник МСУ. – 2011. – № 1. – С. 15-23.

Люткевич Г.Р.

студентка,

Запорізький національний університет

СТРАТЕГІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Для розвитку і досягнення успіху організаціям як малим так і великим необхідно розвивати стратегічне мислення. Без стратегії неможливий вихід на ринок товарів та послуг, захват нових сегментів ринку як в Україні так і закордоном. Стратегія може бути направлена на: освоєння нових ринків; внутрішнього клімату організації; зменшення витрат і ін. Освоєння нових ринків дає можливість експортувати продукцію організації обходячи конкурентів, які ще не встигли завоювати той самий ринок пропонуючи ті ж товари та послуги.

Поліпшення внутрішнього клімату організації повинно в першу чергу бути направлено на персонал: поліпшення умов праці та відповідне ставлення до працівників. Якщо люди будуть задоволені, у них не буде приводу погано працювати та йти до конкурентів, що може нашкодити організації.

Вирішальну роль у досягненні успіху організації відіграє вміння створювати навколо себе обставини які виводять організацію на лідируючі позиції (співпраця, комунікації).

Питаннями оцінки економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності організації та розробки стратегії викладені в роботах вітчизняних

та зарубіжних науковців. Проблемами ефективності зовнішньоекономічної діяльності займаються такі вчені, як Миролюбова Т. В., яка представила методика розрахунку ефективності зовнішньоекономічної діяльності, що являє собою сукупність таких показників, як абсолютна ефективність експорту, економічна ефективність реалізації експортних товарів на зовнішньому ринку, ефективність використання виробничих та оборотних фондів при експорті [3]; Яковлев А. І., який розробив систему оцінки ефективності для різних агентів міжнародного бізнесу та дав визначення коефіцієнту кредитного впливу [5, с. 28-34]. Дем'яненко А. Г. запропонував використання кількісних показників при оцінюванні зовнішньоекономічної діяльності організації, що допоможе в більш повному обсязі простежити вплив кожного фактору на ефективність зовнішньоекономічної діяльності [1, с. 22-28]. Визначення поняття «стратегія» було опубліковано різними авторами. Декілька найближчих до нашого часу :

- Бланк І. О. «Формування системи довгострокових цілей діяльності підприємства і вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення».

- Наливайко А. П. «Встановлений та переглядуваний набір напрямків діяльності (мети та засобів її досягнення) для забезпечення поновлюваної відмінності та прибутковості».

- Оберемчук В. Ф. «Програма дій, що визначає розвиток фірми, і відповідне управління, а також досягнення поставлених цілей, визначення перспективних орієнтирів діяльності підприємства на основі оцінювання його потенційних можливостей і прогнозування розвитку зовнішнього середовища».

- Куденко Н. В. «Координуючий, об'єднуючий фактор між цілями та ресурсами фірми».

- Шершньова З. Е., Оборська С. В. «Довгостроковий курс розвитку підприємства, спосіб досягнення цілей, який воно визначає для себе з альтернативних варіантів, керуючись власними міркуваннями у межах своєї політики».

В зарубіжній економічній літературі є ряд концепцій, які обґрунтовують конкурентні стратегії організації, визначають методи, механізми, інструменти, за допомогою яких організації досягають конкурентних переваг на ринку. Серед економістів, що проводили дослідження в цій області, треба відзначити М. Портера, Г. Саймона, Д. Еклунда, Р. Мінцберга [4, с. 17-20].

Концепція збалансованої системи показників (ЗСП) була розроблена Робертом С. Капланом [2, с. 512].

Виходячи з наведених теорій, можна простежити, що кожна з них направлена на удосконалення системи зовнішньоекономічної діяльності організації.

Отже, поняття «стратегія» розглядається як безперервне дослідження, аналіз, пошук та впровадження обґрунтованих ідей, перетворених на покроковий схематично структурований план дій, який може бути направлений як на окремий відділ, групу товарів чи послуг так і на всю організацію в цілому.

Метою впровадження стратегії в організації або у відділі – є вихід на лідируючі позиції в рейтингу серед конкурентів, можливість стати кращим.

Таким чином, керівники організацій повинні звертатись до вже перевічених понять «стратегії» для вирішення проблем. Також, вміти прислухатись до сучасних умов управління та коректно впроваджувати нові поняття. Звернення до механізмів, які дозволяють цілісно підійти до аналізу стратегій ЗЕД організації дає змогу покращити показники конкурентоспроможності. Отже, ознайомлення з сучасним поняттям «стратегія» дає змогу розширити світогляд на проблему конкурентоспроможності організації, як в цілому так і в окремих підсистемах ЗЕД організації.

Список використаних джерел:

1. Дем'яненко А. Г. Формування моделі комплексного аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства // Економіка, фінанси, право. – 2005. – № 2. – 22-28 с.
2. Каплан Роберт С., Нортон Дейвід П. Збалансована система показників. Від стратегії до дії. – 2-е вид., Испр. і доп. / Пер. з англ. – М. : ЗАТ «Олімп-Бізнес». – 2006. – 512 с.
3. Миролюбова Т. В. Удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємств в умовах ринкової економіки: Автореферат дисертації на здобуття уч. ст. канд. ек. наук. – Скатеринбург, 1992.
4. Теслюк Н. П. стратегії підприємства по досягненні конкурентних переваг // Економіка, фінанси, право. – 2005. – № 11. – 17-20 с.
5. Яковлев А. І. Удосконалення методів визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності // Фінанси України. – 1998. – № 9. – 28-34 с.

Мізгерова А.В.

аспірант,

Уманський національний університет садівництва

ОСНОВНІ ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ГАЛУЗІ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Підвищення ефективності ведення сільського господарства значно залежить від розвитку галузі тваринництва, зокрема молочного скотарства. Це одна із стратегічних сільськогосподарських галузей України, що визначає продовольчу безпеку держави, якість харчування населення та має високий експортний потенціал. У зв'язку зі стрімким зростанням населення планети зрозумілим стає збільшення попиту на продукти харчування, зокрема на молочну продукцію. Таким чином, молочне скотарство сьогодні являється досить перспективним та інвестиційно привабливим видом діяльності [1].

Оскільки сьогодні в галузі молочного скотарства України спостерігається низька ефективність, то є доцільним діагностування і пошук шляхів поліпшення виробництва молока. Скорочення поголів'я корів призводить до зниження валового виробництва. Навіть поступове підвищення