сказати, що рівень сервісу на рівні 35% являє собою точку беззбитковості для підприємства. Тобто це мінімум, що може затребувати ринок і який повинно забезпечувати підприємство.

З ростом рівня сервісу витрати на нього зростають, при чому зростання має нелінійний характер. Причина у тому, що суб'єкт сервісу у першу чергу використовує ті послуги, що даються йому невеликими витратами. Рівень логістичного сервісу треба підвищувати до певного розміру. Тому що, у деякий час відбувається насичення даною послугою і вона втрачає для споживача статус необхідної. Тобто витрати на здійснення даного виду послуги перевищують прибуток, який вона приносить, а у сукупності декілька неприбуткових послуг знижують рентабельність усієї сервісної системи.

Фірма, яку ми дослідили, має потенціал підвищення рівня сервісу на рівні 50%.

Література:

1. Траченко Л. А. (2015). *Послуга як об'єкт товарознавства: організація та контроль за якістю*, Навчальний посібник. Видання 2-ге. виправлене та доповнене. Одеса ОНЕУ. ротапринт. 414 с.

2. *Підходи до управління якістю послуг.* URL: https://dis.ru/library/560/25464/

КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА В ПРОЦЕСІ ВИХОДУ НА НОВИЙ РИНОК ЗБУТУ

Анатолій Сосновський
к.е.н., професор
Ізмаїлький державний гуманітарний університет
Олена Івченко
магістрантка
Ізмаїльський державний гуманітарний університет

Для створення моделі організаційно-економічного забезпечення експортної діяльності виробничого підприємства в процесі виходу на новий ринок збуту перш за все необхідно визначитися з концепцією. Проаналізувавши моделі, які вже є розглянуто та сформовано у науковому середовищі, ми пропонуємо зосередитися при формуванні власних пропозицій на певних аспектах.

По-перше, нова модель повинна акцентувати увагу саме на організаційно-економічному забезпеченні експортної діяльності, організаційному та економічному інструментарії.

Щоб прийняте рішення було вдало здійснено, необхідні планування, контроль, організація та інформаційне забезпечення. Їх називають інструментами управління.

Інформація – це цілеспрямоване знання, необхідне для процесу управління і створення організації. Планування і контроль є процесами, переробними інформацію. Організація займається структуруванням інформаційних зв'язків на підприємстві. «Інформаційне забезпечення» на підприємстві, тобто переробка, облік, прогноз інформації та аналіз, є сполучною ланкою для інтегрування інструментів управління – планування, контролю та організації, а також для з'єднання системи управління з системою виконання.

Планування можна поділити на окремі фази: визначення цілей, аналіз проблем, пошук альтернатив, оцінка прийнятих рішень. Завдання планування полягає в тому, щоб розробити проекти, які на перспективу встановлюють певні параметри роботи, в результаті

чого досягається мета. За допомогою цих проектів своєчасно виявляються шанси і ризики при досягненні цілей, а також формулюються необхідні організаційні заходи. За плануванням слідують, як правило, реалізація або виконання планів і, логічно, контроль і аналіз відхилень. Контроль повинен встановити розбіжності між планом і фактом, а аналіз відхилень виявляє причини цих розбіжностей. Результати контролю і аналізу дають, в свою чергу, істотну інформацію для подальшого процесу планування.

Завдання організації полягає в тому, щоб відносини між окремими видами діяльності на підприємстві, особами і матеріальними засобами формувалися так, щоб забезпечувалося оптимальне досягнення мети. Для цього є цілий набір альтернатив. Їх називають організаційними формами і організаційними моделями. При їх виборі орієнтуються на мету, а також враховується вплив зовнішнього середовища.

До організаційних інструментів, які може використовувати виробниче підприємство відносять [1, с. 120]:

а) внутрішньокорпоративні механізми управління компанією;
б) механізми управління технологічної та технічної базою підприємства;
в) механізми управління персоналом;
г) механізми управління попитом на продукцію підприємства методами маркетингу;
д) розробка цінової стратегії для мінімізації собівартості продукції;
е) впровадження інноваційних концепцій управління підприємством.

В рамках організації можливі три форми прояву організаційно-адміністративних методів: обов'язкове розпорядження (наказ, заборона та інше); погоджувальні (консультація, компроміс); рекомендації, побажання (рада, роз'яснення, пропозиція, спілкування тощо) [2, с. 217].

У загальному вигляді система організаційних інструментів може бути представлена як сукупність двох рівнозначних елементів: вплив на структуру управління (регламентація діяльності і нормування в системі управління) і на процес управління (підготовка, прийняття, організація виконання і контроль за управлінськими рішеннями).

Сутність економічних інструментів полягає в тому, щоб через вплив на економічні інтереси співробітників компанії та інших осіб, які беруть участь в економічній діяльності компанії за допомогою економічних важелів (заробітної плати, премій, прибутку, податків, пільгових цін тощо) організувати ефективне управління виробництвом. В основі даних інструментів лежить матеріальне стимулювання, спрямоване на підвищення відповідальності та зацікавленості менеджерів у прийнятті ефективних управлінських рішень, а також стимулювання співробітників проявляти ініціативу при вирішенні поставлених завдань без спеціального розпорядчого впливу [3, с. 154].

Економічні методи забезпечення спираються на всі важелі господарювання: прибуток, фінанси, кредити, рентабельність, фондовіддачу, заробітну плату тощо.

Другий аспект формування моделі організаційно-економічного забезпечення експортної діяльності – акцент на тому, що модель розробляється для виробничого підприємства. Це змушує враховувати фактори, які є характерними саме для виробництва, а не торгової фірми або, компанії, що займається послугами. Так, виробниче підприємство має змогу безпосередньо в своїх межах вдосконалювати та змінювати характеристики товару. Інша важлива особливість – у виробничого підприємства, зазвичай, на так сильно розвинуті адміністративні підрозділі, відділи управління персоналом, маркетингу та після продажного сервісу.

Третій аспект, який буде використаний у побудові моделі – це принцип алгоритму. Поняття алгоритму – одне з основних понять в програмуванні та інформатики. Це послідовність команд, призначена виконавцю, в результаті виконання якої він повинен

вирішити поставлену задачу. Запис алгоритму на формальному мові називається програмою. Іноді саме поняття алгоритму ототожнюється з його записом, так що слова «алгоритм» і «програма» – майже синоніми. Невелике розходження полягає в тому, що під алгоритмом, як правило, розуміють основну ідею його побудови [4, с. 81].

У процесі створення моделі організаційно-економічного забезпечення експортної діяльності в процесі виходу на новий ринок збуту буде спроба використати саме принцип побудови алгоритму, тобто описувати ряд дій у результаті яких буде вирішена поставлена задача, в даному випадку – створення ефективної системи організаційно-економічного забезпечення експортної діяльності на виробничому підприємстві.

Четвертий принцип побудови моделі – вона повинна бути гнучкою, адаптуватися до різних галузей виробництва та легко та зручно конкретизуватися.

Література:

1. Поліщук Т.А. (2017). *Напрями і пріоритети інноваційно-технологічного забезпечення експортоспроможності підприємства*. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. №3. С. 119-122.

2. Аль-Оста С.А.–А. (2015). *Трикомпонентна модель експортної діяльності підприємства*. Маркетинг і менеджмент інновацій. № 1. С. 213-220.

3. Вершигора Е.Е. (2017). *Менеджмент*. К.: Промінь. 248 с.

4. Борисенко В. В. (2015). *Основы программирования*. М.: Интернет университет информационных технологий. 345 с.

ТУРИСТСЬКІ РЕСУРСИ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ ПРИДУНАЙСЬКОГО РЕГІОНУ

Надія Степанова
викладач
Ізмаїльський державний гуманітарний університет

Сучасний міжнародний туризм в значній мірі є децентралізованим і інтегрується в економіку, завдяки мобільності і різноманітності потреб туристів, а також завдяки товарам і послугам, які мають відношення до туристського попиту. У той же час, туризм є таким видом діяльності, який різними способами впливає на суспільство і має суттєвий вплив на соціальне, культурне та економічне життя. Більше, ніж справа звички або різнорідний набір економічної діяльності, туризм став визначальним фактором життя мільйонів людей; він є найкращим засобом для здійснення прямих контактів і відкриттів; він стає ідеальною основою для більш тісного єднання людей з метою забезпечення миру і взаєморозуміння між народами [2. с. 27].

Рівень розвитку туризму в придунайському регіонів більшій мірі пов’язаний з нарощуванням ресурсів та рівнем розвитку логістичної бази. Це пов’язано з тим, що кількість та якість виробленого туристського продукту залежить від поточних, чітко визначених запитів споживачів.

Політичні та економічні умови, що склалися в Україні, серйозно вплинули на скорочення числа вітчизняних туристів, що виїжджають за кордон. Виїзний туризм знаходиться в непростій ситуації, перш за все через коливання курсу гривні, політичної та економічної нестабільності. Сформована ситуація з виїзним туризмом в країні, дозволяє