

- повне і скорочене найменування;
 - поштова і телеграфна адреси;
 - номер телексу, телефону, факсу;
 - рік підстави і етапи розвитку фірми;
 - сфера діяльності і основні товари виробництва або торгівлі, види послуг;
 - банки, через які фірма здійснює свої операції;
 - власники фірми або материнська компанія;
 - состав керівних органів;
 - число і місцезнаходження підприємств;
 - дочірні і асоційовані фірми;
 - число зайнятих у фірмі;
 - основні показники діяльності (річний об'єм продаж, прибуток, активи, власний капітал та ін.);
 - зв'язки з іншими фірмами через участь у капіталі;
 - персональні зв'язки з іншими фірмами і організаціями;
 - відомості про ділову репутацію фірми та її керівників.
- Найбільш цінною інформацією про потенційного партнера є фінансова звітність фірм.

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК МІЖНАРОДНИХ КОРПОРАЦІЙ

Могилко В. О.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

Міжнародні комерційні операції можна розділити на операції купівлі-продажу і товарообмінні операції. Така класифікація ґрунтується на тому, що при операціях купівлі-продажу продавець (званий в зовнішньоторговельних операціях експортером) зобов'язується передати товар, що є об'єктом операції» у власність безпосередньому учаснику операції - покупцю (який в зовнішньоторговельних операціях називається імпортером) за умови, що останній зобов'язується сплатити за товар якусь грошову суму, тоді як при товарообмінних операціях один товар обмінюється на іншій з дотриманням якихось умов, залежних типу операції. Природно, що і при операціях купівлі-продажу і при товарообмінних операціях мають місце вивіз товарів закордон (експорт) і ввезення товарів з-за кордону (імпорт).

Але при операціях купівлі-продажу ми маємо справу, умовно кажучи, з експортом і імпортом в чистому вигляді; у таких операціях один контрагент (торговий партнер) виступає в кожному контракті тільки як продавець-експортер або тільки як покупель-імпортер, тоді як при товарообмінних операціях, які називаються також операціями стрічної торгівлі (countertrade), один і той же контрагент може виступати імпортером одних товарів і експортером інших або, будучи експортером, бере на себе зобов'язання купити якісь товари (тобто виступити імпортером) у інших підприємців країни покупця.

У міжнародній торгівлі існують також поняття реекспортних і реімпорту операцій.

Реекспортні операції передбачають продаж і вивіз з країни раніше ввезених в неї товарів без їх переробки. Країна (а також суб'єкти підприємницької діяльності в цій країні), яка ввозить, а потім вивозить товари в третю країну, називається таким, що реекспортує

Реекспортні операції здійснюються, в основному, за замовленням кінцевого імпортера: якщо він не має виходу на ринок країни експортера і не хоче нести витрати, пов'язані з таким виходом, йому простіше звернутися до того, що реекспортує, у якого є тісні зв'язки з експортером: можливо, реекспортує, через якісь інші зобов'язання перед кінцевим імпортером, зможе запропонувати йому вигідніші умови продажу. Іноді причиною реекспортних операцій є торгово-політичні умови, що обмежують експорт або імпорт в деякі країни.

Якщо продавець хоче обмежити право покупця реалізувати товар в третій країні, що

звичайно пов'язано із захистом своїх ринків збуту, він повинен чітко вказати це в договорі купівлі-продажу.

Операції реімпорту, по своїй суті є експортні операції, що не відбулися, і позначають вивезених з неї товарів. Сюди відносяться повернення забракованих покупцем товарів, повернення товарів, не проданих на аукціонах, повернення товарів, не реалізованих через консигнаційні склади. Основною ознакою операцій реімпорту є перетин вітчизняними товарами кордону своєї країни двічі: при вивозі і ввезенні. Товари, що повертаються з виставок і ярмарків, до таких, що ре імпортуються, не відносяться.

Бартерна операція (barter transaction) – це операція з обміну певної кількості товарів одного або різних видів на еквівалентну за вартістю кількість іншого товару або товарів.

Таким чином, бартерна операція не припускає ніяких грошових розрахунків між контрагентами. У бартерній угоді встановлюються або кількості взаємопостачальних товарів, або обумовлюється сума, на яку сторони зобов'язуються поставити товари. Перевага даної операції перед операцією купівлі-продажу полягає в тому, що для її здійснення не потрібна валюта, і сторони не вдаються до посередництва банків.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Носик О. М., Шахворостов В. В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

Важливою умовою успішного функціонування економіки України є вдосконалення діючих систем управління підприємствами, впровадження сучасних досягнень менеджменту. Усе більш очевидним стає факт, що конкурентоспроможність підприємств обумовлюється не тільки технологіями ведення бізнесу, але й етичними, культурними та соціальними чинниками. Саме вони у сприятливих умовах дають якісний імпульс для розвитку економіки, забезпечують її інтенсивне зростання.

Кадровий потенціал у реальному вигляді може бути представлений можливостями працівників, якістю їх професійно-кваліфікаційної підготовки, трудовими, особистісними, психологічними і фізіологічними якостями, а також, що найбільш важливо на нашу думку, творчими здібностями. Він наділений властивостями цілісності, які принципово відрізняють його від властивостей притаманних кожному працівникові окремо.

Аналіз літературних джерел дозволяє зробити висновок, що проблеми формування та управління кадровим потенціалом займають вирішальне значення в системі ефективного функціонування підприємства. В якості засобів досягнення ефективності діяльності передбачається розвиток кадрового потенціалу та покращення його використання, управління кадровим потенціалом, посилення мотивації високопродуктивної праці, підвищення соціального розвитку колективу, створення максимальної зацікавленості робітників в кінцевих результатах діяльності підприємства.

Оскільки кадровий потенціал пропонується розглядати, як складну, динамічну систему, що розвивається, змінює у часі та просторі свої параметри, піддається впливу зовнішнього середовища та впливає на нього за принципом зворотного зв'язку, то він повинен володіти такими властивостями: цілісність; диференціація; складність; динамічність.

Основними етапами процесу формування кадрового потенціалу є:

1. Аналіз кадрового потенціалу підприємства;
2. Вибір цілей управління кадровим потенціалом підприємства;
3. Визначення стратегії управління кадровим потенціалом у відповідності до