

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Сумський державний університет

**Економіка та менеджмент:
перспективи розвитку**

**Экономика и менеджмент:
перспективы развития**

**Economics and management:
development perspectives**

Матеріали
II Міжнародної науково-практичної конференції
(Суми, 22–24 червня 2012 року)



Суми
Сумський державний університет
2012

УДК [33+005](063)
ББК 65.9(4Укр-4Сум)
Е 45

Рецензенти:

С. М. Козьменко – д-р екон. наук, професор (Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України»);
І. О. Александров – д-р екон. наук, професор (Донецький національний університет)

*Рекомендовано вченою радою Сумського державного університету
(протокол № 4 від 8 листопада 2012 р.)*

Економіка та менеджмент: перспективи розвитку : матеріали
Е 45 II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 22–24 червня
2012 року / за заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми : СумДУ, 2012. – 158 с.

II Міжнародна науково-практична конференція «Економіка та менеджмент: перспективи розвитку» зареєстрована в Українському інституті науково-технічної та економічної інформації (посвідчення № 787 від 16.11.2011 р.)

До збірника увійшли матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка і менеджмент: перспективи розвитку» Сумського державного університету, в яких наведені результати наукових досліджень, виконаних у різних країнах, у таких наукових напрямках, як інвестиційно-інноваційні процеси, теоретичні та методологічні основи формування стратегії розвитку, проблеми управління соціально-економічним розвитком та інші.

Для науковців, викладачів вищих навчальних закладів, студентів, аспірантів та всіх, хто цікавиться науково-практичними проблемами сучасної економіки.

В сборник вошли материалы II Международной научно-практической конференции «Экономика и менеджмент: перспективы развития» Сумского государственного университета, в которых приведены результаты научных исследований, выполненных в разных странах, в таких научных направлениях, как инвестиционно-инновационные процессы, теоретические и методологические основы формирования стратегии развития, проблемы управления социально-экономическим развитием и др.

Для научных сотрудников, преподавателей высших учебных заведений, студентов, аспирантов и всех, кто интересуется научно-практическими проблемами современной экономики.

The collection consists of the materials from II International Scientific Conference «Economics and Management: Development Perspectives» of Sumy State University, which presented the results of the research carried out in different countries, in such scientific areas as investment and innovation processes, theoretical and methodological basis of the formation of the development strategy, the problems of socio-economic development and others.

For scientists, lecturers of higher education institutions, students, graduates and everybody, interested in the scientific and practical problems of modern economics.

**УДК [33+005](063)
ББК 65.9(4Укр-4Сум)**

© Сумський державний університет, 2012

ЗМІСТ

Алещик Ю.С. Ресурсы как основа стратегического управления на предприятии	10
Андрушко Р.В. Эффективность внешнеэкономической деятельности как индикатор конкурентоспособности национальной экономики Беларуси	11
Бабкина Т.А. Проектирование как средство управления инновационной деятельностью в экономическом образовании	13
Бернатович А.С. Развитие базы данных о клиентах предприятия «МЕБЕЛЬ-НЕМАН»	16
Білик В.В. Етапи розвитку малого та середнього бізнесу в Україні	17
Божко М.О. Роль банків у фінансовому забезпеченні інноваційної активності в регіонах	19
Божкова В.В., Прокопенко М.О. Реклама: особливості, визначення, класифікація	21
Бондаренко А.О. Сучасний стан формування бізнес-середовища в Україні	23
Бредіхін О.О. Економічні аспекти контролю збереження родючості ґрунтів при оренді земельних часток (паїв)	26
Брижатая И.А. Маркетинг спортивной индустрии на региональном рынке	28
Вернидуб Н.О., Омеляненко В.А., Савельева Г.С. Аналіз інтеграції України в глобальні інноваційні процеси на основі міжнародних рейтингів	30
Володось А.Л. Методика формирования системы управленческого учета на транспортном предприятии	31

Голишева Є.О. Основи формування механізму управління споживчим капіталом промислового підприємства	33
Грищенко О.Ф. Маркетингове інноваційне рішення як джерело розроблення екологічних інновацій	35
Дегтярь Н.В. Фінансові інструменти управління екосистемними послугами водно- болотних угідь України	36
Денисенко П.А. Підходи до оцінки інтелектуальної складової інноваційного потенціалу регіону	38
Дериколенко А.Н. Оценка стоимости венчурных предприятий	39
Дмитрієв Є.Є. Системний підхід до визначення банківської ліквідності	40
Домашенко М.Д. Принципи управління економічною безпекою ЗЕД машинобудівних підприємств	42
Дудкін О.В., Пластун О.Л. Аномалії гіпотези ефективного ринку	43
Ebiziem V. Analysis of economic growth in Nigeria from independence to present	44
Жулінська К.М. Методичне забезпечення оцінки стабільності банківської системи України	46
Illiash O.E., Sen S.S. Investigation of surface water bodies Poltava region	47
Ілляшенко К.В. Актуальні проблеми забезпечення фінансової автономності територій в процесі регулювання містобудівної діяльності	49
Ілляшенко Т.О., Павленко І.В. Світова криза заборгованості	51

Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С. Підходи до факторного аналізу напрямів реалізації конкурентних переваг вітчизняної економіки	52
Караєва Н.В. Риски інноваційного розвитку енергопроизводства України	54
Казарінов Д.В., Лисенко В.С. Загальна характеристика сучасного стану валютного ринку України	56
Карпіщенко О.І., Катериніна М.П. Аналіз діяльності та перспективи розвитку недержавних пенсійних фондів в Україні	57
Касьяненко В.О. Теоретичні підходи до визначення сутності поняття «економічний потенціал»	59
Кицун М.В. Бенчмаркінг как элемент системы контроля на предприятии	60
Ковальов Б.Л., Сюхіна А.Г. Методичні підходи до врахування інноваційної компоненти при оцінюванні конкурентоспроможності країни	62
Ковальова О.М. Оцінка кадрового потенціалу як захід для підвищення ефективності його використання	65
Коверга С.В., Гришина Ю.В. Научно-методический подход к оценке целевых дисбалансов промышленного предприятия	65
Концеал Е.В. Экспектации населения в отношении потребительского рынка	67
Коробка Р.В., Охріменко І.О. Готовність інфраструктури фондового ринку України до впровадження в обіг іноземних цінних паперів	68
Котенко Н.В. Адресні інструменти фінансування публічних послуг на муніципальному рівні	69
Кубатко О.В. Еколого-економічне обґрунтування індикаторів сталого розвитку на регіональному рівні	71

Куль О.С. Рекомендації по удосконаленню маркетингової діяльності підприємства СООО «МЕБЕЛЬ-НЕМАН» (Гродно) по моделі 4 Р	73
Лапшин В.В., Марочко С.С., Сотник В.А. Економіка: фактори і процеси затримки розвитку і реформування	74
Левченко В.П., Абрамітова Д.Р. Страхування туризму як новітня тенденція на ринку небанківських страхових послуг	76
Литвиненко О.О. Інноваційні технології оптимізації процесів в контексті глобального маркетингу	77
Лотиш О.Л. Підходи до запровадження системи муніципального екологічного менеджменту органами місцевого самоврядування	79
Луцкич Е.В. Перспективи викладання на економічному англійському	81
Люлєв А.В. Динамічне моделювання розвитку економічних систем	82
Макаренко М.І. Посткризовий перегляд завдань грошово-кредитної політики центральних банків	84
Малютін О.К. Проблема росту інвестицій в умовах інтенсифікації економічних загроз	85
Мишенін Є.В., Коблянська І.І. Стратегія регіонального розвитку туристичної галузі України	87
Молибог М.А. Переваги іноземного інвестування в Україну та стримуючі фактори інвестиційної діяльності	89
Нагорний Є.І. Методика оцінювання значення новизни екологічної інноваційної продукції	92
Новикова І.В. Аналіз інвестиційних процесів у машинобудуванні в Україні	93

Новікова О.С. Еколого-економічна оцінка ефективності енергоощадних проектів	95
Овчаренко М.І. Вплив корпоративної культури на мікро- та макроекономічний розвиток країни	96
Олійник В.М., Фролов С.С. Науково-методичні основи оцінки бюджетного потенціалу прикордонної території	98
Омельяненко В.А. Механізм розвитку конкурентних переваг країни через систему міжнародного трансферу технологій	99
Оскірко Е.В. Показатели деловой активности как фактора экономической устойчивости предприятия	104
Петрушенко Ю.М. Економічні результати діяльності інститутів громадянського суспільства	106
Пилипенко В.В. Сучасні теорії мотивації персоналу	107
Підкаміний І.М., Самокиш О.В. Креативний менеджмент в системі менеджменту підприємства	109
Пізняк Т.І. Стратегічний аналіз підприємств в умовах глобалізації та динамізму зовнішнього середовища	110
Побоча К.П. Проблемні аспекти управління кредитним портфелем банку в системі антикризового регулювання	112
Попова О.Ю., Дрозд В.А., Черкашин І.В. Сучасні тенденції природокористування та охорони навколишнього середовища в діяльності суб'єктів господарювання	113
Попова О.Ю., Шеставін О.А., Єрмоласва Ю.П. Ефект стратегічного партнерства підприємств в реалізації інноваційних проектів	115

Пристайко О.П. Підходи до еколого-економічного управління сталим регіональним розвитком	117
Прокопенко О.В., Кліменко О.В. Стратегії господарської діяльності підприємства у рамках прийняття інвестиційних рішень	118
Рогова Н.В., Боженко А.С. Програмно-цільовий метод як фактор забезпечення ефективного розподілу бюджетних ресурсів	122
Рожкова Є.Ю. Основи формування екологічної поведінки споживачів	123
Рябенков О.В. Впровадження системи BSC та KPI в фінансовий менеджмент підприємства	125
Савицька Н.Л. Актуалізація цілепокладання господарської діяльності в умовах формування економіки знань	126
Семенчук А.В. Современные тенденции размещения розничных торговых предприятий	128
Ставицький О.В. Аналіз здатності підприємства до інноваційного розвитку	129
Сухоставець А.І. Фінансово-кредитні інститути соціальної сфери села	131
Тахтаї І.Ю. Сутність маркетингових комунікацій. Інтегрований підхід	132
Терехов Є.М. Вплив глобалізаційних ризиків на економічну безпеку України	134
Толмачёв О.Л. Малые предприятия в качестве самостоятельного экономического уклада как одно из условий устойчивого развития	136
Трофимчук В.О. Зміна технологічних укладів та динаміка інвестиційної активності в сфері охорони навколишнього природного середовища в Євросоюзі	140

Удалих О.О. Інвестиційна політика держави як основа стимулювання інвестиційної активності	141
Федірко В.М. Оцінка відносної ефективності витрат на управління в галузі охорони навколишнього середовища	143
Федорова І.О. Управління позиковим капіталом підприємствами України: проблеми та напрями удосконалення	145
Фролов С.М., Олійник І.В. Регресійна модель оцінки бюджетного потенціалу прикордонної території	146
Черняева Е.С. Логистическая деятельность на предприятиях электросвязи	148
Шишова Ю.Г. Інвестиційні оцінки бізнесу: проблеми теорії та практики	149
Школа В.Ю., Барикіна Т.І., Пересадько Г.О. Роль держави у забезпеченні розвитку машинобудування в Україні	151
Шпак Н.В. Основные тенденции развития розничной торговой сети в Республике Беларусь	152
Ярова І.Є. Економізація соціально-екологічних функцій лісів	154
Яшева Г.А. Повышение конкурентоспособности региона на основе кластерной концепции	156

РЕСУРСЫ КАК ОСНОВА СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Алещик Ю.С., студентка

*УО «Гродненский государственный университет им. Я. Купалы»,
Беларусь*

Ресурсы являются решающим фактором при стратегическом управлении предприятием. Область стратегических решений обширна: выбор направлений деятельности, приоритета ресурсов, главных долговременных партнеров, способов развития потенциала, возможностей использования сильных сторон предприятия, снижения отрицательных последствий слабых и угроз внешней среды, конкурентной и инновационной антикризисной политики.

Стратегический характер приобретают применение ресурсов, их логистика (потоки, распределение, хранение, доставка), функции структурных звеньев, деловые процессы и продуктовые проекты.

Модель системы стратегического управления включает три блока: ресурсы (человеческие, материальные и организационные); функции (блок, обеспечивающий ресурсы для осуществления деловых процессов); блок бизнес-процессов по продуктам (комплекс функций для создания и продвижения готовых изделий). Отсюда три уровня стратегического развития предприятия.

Ресурсы – источник энергии стратегического управления, основной фактор деятельности, поэтому жизненно важно управлять ими. Это осуществляется через систему управления ресурсами.

Система управления ресурсами включает в себя:

- Ресурсную стратегию.
- Систему реализации ресурсной стратегии.

Главным компонентом всех трех блоков является человеческий ресурс – лица, принимающие решения (ЛПР) прежде всего на функциональном уровне; сотрудники как единое целое, или коллектив предприятия; персонал как трудовой потенциал (обеспечивающий подбор, подготовку, движение, распределение кадров).

Опыт работы ОАО ШТФ «Элод» г. Гродно показывает, что сложившийся порядок принятия и реализации стратегических решений не систематизирован должным образом, а специалисты и руководители слабо вооружены методологией и технологией управления.

Должна быть разработана и внедрена система стратегического управления с ее центральной частью (штабом стратегического развития) при руководстве, которое само должно быть частью этой системы, и соответствующими периферийными группами в основных структурных единицах. Назначение системы – своевременно формулировать цели развития, ставить проблемы и задачи, находить способы и организовывать достижение целей.

В качестве трудового потенциала рассматриваются главным образом лица, разрабатывающие, принимающие и реализующие стратегические решения. Именно они являются движущей силой системы, и от их достаточности, компетентности и слаженной работы зависит стратегическое развитие. Кроме «жестких» элементов в модели представлены и «мягкие»: организационная культура и стиль управления. В

кризисных ситуациях они становятся столь же «жесткими», как и другие элементы.

Таким образом, организация процесса развития ресурсов стратегического управления требует четкой технологии, предусматривающей постановку и изучение среды (это суть стратегического анализа), разработку, принятие и реализацию стратегии.

1. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Арутюнова, Д.В. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / Д.В. Арутюнова. – Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.
3. Виханский, О.С. Стратегическое управление / О.С. Виханский. – М.: Гардарики, 2003. – 296 с.
4. Волкоганова О.Д. Слагаемые стратегического управления / О.Д. Волкоганова // Стратегическое управление: сетевой журн. – 2012. – URL: <http://logolex.kiev.ua/articles/10/1445/> (дата обращения: 28.09.2012).
5. Чернышев, М.А. Стратегический менеджмент: учеб пособие / М.А. Чернышев. – М.: Экономика, 2009. – 428 с.

Научный руководитель: д.и.н., проф. Рабцевич В.В.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ИНДИКАТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ БЕЛАРУСИ

Андрушко Р.В.

*УО «Гродненский государственный университет им. Я. Купалы»,
Беларусь*

Современный этап развития мировой экономики характеризуется усилением тенденций интернационализации производства, повышением уровня экономической открытости и взаимозависимости государств. Из-за ограниченности внутреннего рынка для Республики Беларусь как малого государства с открытой экономикой важным источником экономического роста является успех продаж на мировом рынке.

Внешнеэкономическая деятельность должна строиться на активной интеграции Беларуси в глобальное пространство с использованием информационных, интеллектуальных ресурсов и имеющегося научно-технического потенциала для получения максимальной прибыли.

Важнейшими приоритетами развития республики становятся повышение эффективности внешней торговли и обеспечение сбалансированности внешнеэкономических отношений.

Динамика основных показателей внешней торговли товарами Республики Беларусь представлена в табл. 1.

Из табл. 1 видно, что на протяжении всего пятилетия сохраняется отрицательное сальдо внешней торговли, а значит зависимость республики от импорта значительно выше, чем потребность в экспортных товарах на внешнем рынке.

В табл. 2. представлены данные о структуре экспорта и импорта республики в страны СНГ и вне стран СНГ.

Таблица 1

**Основные показатели внешней торговли товарами
Республики Беларусь за 2006-2011 гг.**

Показатели	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Миллиардов долларов США						
Экспорт	19,7	24,3	32,6	21,3	25,3	41,4
Импорт	22,4	28,7	39,4	28,7	34,9	45,7
Сальдо	-5,9	-7,8	-11,6	-8,9	-9,6	-4,3
В процентах к предыдущему году						
экспорт	123,5	123,0	134,2	65,4	118,4	164,3
импорт	133,8	128,4	137,2	72,5	122,0	130,9

Источник: Составлено по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь.

Таблица 2

**Удельный вес регионов Республики Беларусь в объеме экспорта и импорта
за 2006-2011 гг., %**

Регионы	Экспорт						Импорт					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Страны СНГ	43,6	46,2	44,1	43,7	53,9	49,2	64,9	66,3	65,9	63,8	58,9	65,7
Страны вне СНГ	56,4	53,8	55,9	56,3	46,1	50,8	35,1	33,7	34,1	36,2	41,1	34,3
Итого:	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Источник: Составлено по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь

В структуре экспорта товаров доля стран СНГ несколько ниже, в структуре импорта доля стран СНГ значительно выше.

Основными торговыми партнерами Беларуси по экспорту являются: Россия (свыше 30% в общем объеме экспорта), Нидерланды (около 17%), Украина, Латвия (около 8%), Германия (около 5%), Польша, Великобритания (около 4%), Индия, Бразилия (свыше 2%), Литва (около 2%).

Перечень основных стран, откуда Беларусь ввозит продукцию, включает: Россию (около 60% совокупного импорта), Германию (около 8%), Украину (около 5%), Китай (около 4%), Польшу (около 3%), Италию (свыше 2%), США, Францию (около 1,5%).

Таким образом, как экспорт, так и импорт товаров является высококонцентрированным, т.к. на вышеназванные страны приходится более 80% белорусских поставок за рубеж и около 85% совокупного импорта.

На сегодняшний день остро стоит вопрос повышения конкурентоспособности белорусской продукции, выхода ее на рынки, однако в экспорте, особенно в страны вне СНГ, высока доля товаров, произведенных с преимущественным использованием труда и природных ресурсов, а инновационный высокотехнологичный экспорт является скорее исключением.

Факторы, определяющие экспортную конкурентоспособность можно представить в виде трех укрупненных блоков:

- создание стимулов (торговая и налоговая политика, политика обменного

курса и рынка труда);

- сокращение издержек, связанных с торговлей (основные услуги и затраты: энергия, транспортные, связанные с прохождением таможенных процедур);

- преодоление неэффективности рынка и государственного регулирования (налоговые стимулы для экспорта, инновации, конкурентоспособность промышленности и т.д.).

1. Дайнеко, А.Е. Геоэкономические приоритеты Республики Беларусь / А.Е. Дайнеко. – Минск: Беларус. навука, 2011. – 364с.

2. Тоцицкая, И. Повышение конкурентоспособности внешней торговли Беларуси. Рабочий материал Исследовательского центра ИПМ (исследования-прогнозы – мониторинг), 2010.

3. Червяков, А.В., Грибоедова, И.А., Семашко, О.С. Конкурентоспособность национальной экономики Беларуси: аспекты эффективности и достижения баланса внешнеэкономической деятельности. / Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь, №1. – 2012.

4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь/ Основные показатели внешней торговли [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homepage/ru/indicators/fttrade1.php>. – Дата доступа: 25.08.2012.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ КАК СРЕДСТВО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ОБРАЗОВАНИИ

Бабкина Т.А., к.п.н., доц.

*Институт повышения квалификации и переподготовки кадров
УО «Гродненский государственный университет им. Я. Купалы»,
Беларусь*

Сегодня идеи проектного подхода становятся все более популярными в экономическом образовании. Курс на инновационное образование усиливает интерес к проектированию, так как, с одной стороны, инновационность имеет огромный положительный потенциал, а с другой стороны, несет в себе и опасность стихийных, несистемных изменений, которые могут разрушить устойчивую сложившуюся систему, не обеспечив нового качества. Проектирование, которое рассматривается как процедура управленческой деятельности, как культурная форма инноваций и как метод практикоориентированной науки (Н.А.Масюкова), может выступить одним из путей окультуривания практики создания инноваций в образовании, в том числе и экономическом. Методологические представления о проектировании активно разрабатывались Г.П.Щедровицким и его последователями на протяжении 30-40 лет. Идеи, во многом схожие с идеями проективной деятельности, можно найти в работах начала XX века педагогов России, Америки, Германии. Однако только в 80-х годах массовая практика проектирования в сфере образования сопровождается серьезными философскими, методологическими и научными разработками. Ученые и методологи Н.Г.Алексеев, О.И.Генисаретский, Ю.Ю.Громько, В.В.Давыдов, Д.Б.Дмитриев, С.И.Котельников, Ю.В.Крупнов, В.И.Слободчиков, В.В.Рубцов наметили идеи проектного подхода в образовании.

Управленческий контекст реальности проектирования называют

методологическим, поскольку его источником и местом порождения является СМД (системомыследеятельностная) методология. В этом контексте проектирование рассматривается как особая процедура субъекта деятельности, который способен не только выполнять деятельность, но и становиться в отношении к ней, делать деятельность предметом преобразования. Такой тип отношения представители СМД-методологии определяют как организационно-технический, или управляющий (по Г.П. Щедровицкому). Результатом осуществления организационно-технического отношения является разделение деятельности на управляющую и управляемую, где последняя является предметом преобразования и воздействия первой, управляющей деятельности. Именно развитие управляемой деятельности есть цель управления. А проектирование есть особая процедура управленческой деятельности, направленной на развитие объекта управления – управляемой деятельности. Общественные изменения, массовый всплеск практики стихийного проектирования в сфере образования в начале 90-х годов выявил отсутствие культурной практики проектирования и актуализировал рассмотрение проектирования в контексте культуры. В культурном контексте проектирование выступает, прежде всего, как способ нормирования и трансляции инноваций. Однако для этого в обществе должен сложиться определенный тип культуры, который зависит от ведущих типов деятельности и от того, вокруг каких устройств культуры организуется жизнь общества. На этих основаниях В.А. Никитин выделяет в истории европейского общества обобщенные исторические типы организации культуры: традиционная культура, организуемая вокруг мифа и ритуала, корпоративно-ремесленная – вокруг образца и рецепта, профессиональная – вокруг текста и модели, технологическая – вокруг технологий и экрана (В.А. Никитин). Именно в технологической культуре проектирование выдвигается в качестве приоритетного способа нормирования и трансляции инновационной деятельности. При этом акцент делается на культуру мышления и деятельности проектировщика. В решении задач окультуривания практики создания инноваций появилась необходимость теоретического осмысления законов и закономерностей специфической деятельности по созданию проектов развития образования. Эта ситуация потребовала усилий уже не только методологов, но и представителей науки, прежде всего – психологической (В.И. Слободчиков, Ю.В. Громыко, В.В. Рубцов), культурологической (В.А. Никитин), педагогической (М.В. Кларин, В.Я. Ляудис и др.). Проектирование было выдвинуто в качестве основного метода нового типа научности, который одни авторы именуют практикоориентированной наукой (В.И. Слободчиков, В.В. Рубцов), другие – программно-проектным методом (Ю.В. Громыко).

В случае интеграции трех рассмотренных взглядов на проектную деятельность в образовании (как на управленческую процедуру, культурную форму инноваций и метод практикоориентированной науки) ее включение в арсенал средств экономического образования позволит окультурить практику создания инноваций в ситуации коренных общественных перемен; обогатить и дифференцировать средства оказания образовательных услуг, в частности передачу положительного опыта; гармонизировать педагогическую и научно-исследовательскую деятельность и осуществить переход к новому типу научности – практикоориентированному исследованию; содействовать становлению самоуправляемой образовательной практики (Н.А. Масюкова).

Чтобы занять управленческую позицию по отношению к собственной деятельности, педагогу нужно хорошо понимать, как она устроена, каковы ее нормы. Известно несколько способов онтологического определения нормы – в логике, кибернетике, культурологии. Сегодня категория «нормы» интенсивно используют в социальной, юридической психологии, в некоторых исследованиях по педагогической психологии, в основном посвященных проблемам воспитания. Вместе с тем получил распространение подход, рассматривающий норму деятельности как категорию, весьма важную для всех общественных наук, в том числе и для педагогики. Всякая норма рассчитана на многократное применение. В этом отличие норм от задач и конкретных указаний по осуществлению тех или иных действий в определенной ситуации. Для того, чтобы исполнитель мог развернуть деятельность, ему должны быть переданы определяющие данную деятельность нормативные содержания. Чем больше у реализатора деятельности типов норм, тем больше гарантий воспроизводства и точного развертывания деятельности. Именно нормы определяют тип, характер и содержание той или иной деятельности. Понятийные характеристики норм деятельности предложены О.С. Анисимовым. По мнению автора, норма – это предписание к деятельности. В зависимости от того, что именно предписывается, различают следующие типы норм – подход, принципы, цель, метод, методика, план, проект, технология, программа.

Подход и принципы, лежащие в основании деятельности, рассматриваются исследователем в качестве фундаментальных абстрактных нормативных содержаний. К числу более конкретизированных норм деятельности, в том числе и педагогической, О.С. Анисимов относит цель (простейший тип нормативных содержаний, включающий указание на желаемые результаты труда), метод (обобщенный образ деятельности, содержащий ее фундаментальные характеристики), созданную на основе конкретизации метода методика, план (цепь промежуточных продуктов деятельности), технологию (в совокупности технологических характеристик отдельных этапов деятельности), проект (представления о желаемом результате и оптимальном процессе его достижения). Самый конкретный и полный тип нормы, определяющий деятельность – это программа. В программном предписании, созданном на основе проекта, говорится о том, как человек должен участвовать в деятельности, чтобы реализовать возможности превращения исходного материала в конечный продукт. В связи с этим в программу вводится также некоторое представление о человеке, способном выступить в качестве ее носителя, т.е. обозначающие качества, характеризующие предполагаемый уровень его квалификации (О.С. Анисимов).

В последнее время обострился интерес к такому типу норм, как технология. Однако не всегда понимается комплексный характер этой нормы, наблюдается преувеличение значения технологий: в них часто видят средство разрешения всех проблем современного образования. Однако попытка перестроить деятельность только на технологическом уровне, без переосмысления ценностных и целевых оснований, подходов и принципов часто ещё более усугубляет кризисную ситуацию в образовании, так как приводит к соединению несогласуемых друг с другом норм. Так возникает необходимость в проектировании, то есть в переосмыслении норм деятельности и приведении их в согласованную систему.

Одной из важнейших проблем образования XXI века рассматривают вопрос

соотношения процессов воспроизводства существующих культурных образцов деятельности и развития средств и методов мышления и деятельности. Если содержанием исторически нового образования становятся техники и способы мышления и деятельности, а также понимание процессов исторического мышления и деятельности, то элементы методологического мышления, фрагменты философско-психологических представлений о деятельности и мышлении должны стать предметом освоения всех профессиональных позиций, работающих в сфере образования. Перевод знаний о деятельности и мышлении, техник, методов и способов мышления и деятельности в элемент всеобщей культуры и есть важнейшее условие складывания практики образования нового типа, в том числе и экономического.

РАЗВИТИЕ БАЗЫ ДАННЫХ О КЛИЕНТАХ ПРЕДПРИЯТИЯ «МЕБЕЛЬ-НЕМАН»

Бернатович А.С., студентка

*УО «Гродненский государственный университет им. Я. Купалы»,
Беларусь*

В условиях изменчивой конкурентной среды, все большее значение в деятельности предприятий приобретает клиент, т.к. «клиент-партнер» является идеальной и конечной точкой в иерархии взаимоотношений клиента с компанией. Кроме того, анализ клиентской базы позволяет автоматически выявить ключевые недостатки, возможности и определить первоочередные задачи в работе предприятия. [1, с. 59]

Настоящая статья подготовлена на основе анализа формирования базы данных о клиентах предприятия СООО «Мебель-Неман». Основным видом деятельности общества является производство корпусной мебели, сбыт продукции нацелен на экспорт, но и начато развитие сети розничной торговли внутри страны. В штате предприятия – 180 наемных работников.

На предприятии работой с клиентами занимаются работники отдела маркетинга и сбыта, которые сотрудничают с клиентами по поводу сбыта продукции и формируют на этой основе базу данных о клиентах «Пчелка».

Соответствующая информация в базу данных «Пчелка» поступает от всех маркетологов и коммерческих агентов отдела маркетинга и продаж, а аккумулируются непосредственно руководителем данного подразделения. Но «Пчелка» включает в себя лишь некоторую отрывочную информацию о клиентах. В остальном же есть перспективы создания более полной базы данных о покупателях. В частности, база данных о клиентах должна содержать данные о географических, демографических, социально-экономических особенностях клиентов. При этом демографические данные о клиентах, как правило, включают:

- возраст;
- полученное образование;
- состав семьи, дни рождения членов семьи;
- образ жизни и т.д.

Соціально-економічні показники в базі даних можуть містити інформацію, що характеризує:

- рівень доходів (марка автомобіля і др.);
- род занять;
- коло інтересів дружини (мужа), дітей;
- громадська діяльність, релігія;
- проходження військової служби;
- ставлення до певного класу;
- колишні місця роботи, виконувані посади;
- як клієнт ставиться до своєї фірми;
- в чому полягає його (її) довготривала мета діяльності і др.

База даних також може містити інформацію про клієнтські звички та поведінку, а також важливу інформацію, необхідну для прийняття обґрунтованих стратегій маркетингу. [2, с. 359]

Таким чином, внесення в базу даних такої інформації дозволить накопичувати дані про клієнтів, скоротити час пошуку необхідної інформації, забезпечити доступ до необхідної інформації всіх співробітників відділу для збільшення ефективності роботи.

1. Цуневська, О. Оцінка клієнтської бази в програмах лояльності/ О. Цуневська //Маркетинг. – 2008. – №2. – С.59-68.

2. Акулич І.Л. Маркетинг: навч. посібник/ І.Л. Акулич, І.З. Герчиков; під заг. ред. І.Л. Акулича. – Мінськ: Інтерпрессервіс, 2003. – 397 с.

Науковий керівник: д.и.н., проф. Рабцевич В.В.

ЕТАПИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Білик В.В., здобувач

Черкаська філія ПВНЗ «Європейський університет»

Реальний стан цього сектора підтверджують статистичні дані та стійка тенденція розвитку. Динаміка загальних темпів приросту суб'єктів підприємництва країни свідчить про те, що починаючи з 1991 року, цей сектор економіки кількісно зріс майже у 12 разів. За роки незалежності в Україні поступово відбувалося формування сектору малого та середнього бізнесу, процес формування законодавчої бази якого пройшов декілька етапів. Перший етап почався з прийняттям 7 лютого 1991 року Верховною Радою України Закону України «Про підприємництво» та утворення Державного комітету України зі сприяння малим підприємствам і підприємству (травень 1991 року). Відповідно до Господарського кодексу України (від 16.01.2003 №436-IV із змінами та доповненнями) нормою, що визначала категорію малого підприємства був наступний критерій: юридична особа, де середньооблікова чисельність працюючих за звітний період не перевищувала 50 осіб, а обсяг валового доходу – суми, еквівалентної п'ятистам тисячам євро за середньорічним курсом НБУ [2].

На другому етапі відмічалось бурхливе зростання чисельності підприємств малого бізнесу, але з 1995 р. таке зростання почало уповільнюватися під впливом негативних факторів притаманних національній економіці. На третьому етапі розвитку малого і середнього бізнесу у зв'язку з необхідністю адаптації національних умов до міжнародних, і передусім європейських норм щодо регулювання підприємницької діяльності Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності» від 18.09.2008 р. №523VI, Законом України про державну підтримку малого підприємництва" та Господарським кодексом України були змінені критерії віднесення підприємств до малих, середніх та великих, що стало одним з кроків по приведенню української класифікації підприємств до рекомендацій ЄС [3]. На початок 2010 р. в Україні зареєстровано 324011 малих підприємств (або 70 одиниць на 10 тис. населення). На четвертому етапі становлення та розвитку МСБ, що на відміну від попередніх періодів створення малих підприємств відбувається не в результаті поділу чи реструктуризації діючих підприємств, а шляхом утворення абсолютно нової бізнес-одиниці.

У 2010 році обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг), що припадала на сектор малого і середнього бізнесу склав 4,4% від загального обсягу (106049,5 млн. грн.), причому 60% створено за рахунок торгівлі (у 2009 ця частка склала 63%), 10% – операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям, близько 9% – промисловість, 7% – будівництво.

Поведений аналіз, за кількісними оцінками свідчить що, розвиток сектору малого і середнього бізнесу України практично відповідає європейським показникам: кількість суб'єктів малого і середнього підприємництва на тисячу населення в 2010 р. складає 56,6 од. (у порівнянні: у Італії – 72, Португалії – 66, Великій Британії – 59, Німеччині – 43, Франції – 42). У всіх промислово розвинених країнах малі і середні підприємства займають важливе місце в національних економіках. В економічних системах цих країн кількість малих і середніх підприємств і зайнятих на них працівників вказують на явне переважання малого і середнього бізнесу. Так, у Європейському Союзі (27 країн) малий і середній бізнес становить 99,8% економіки, а кількість працюючих – 67%

На сьогоднішній день суб'єктами малого і середнього бізнесу вважаються фізичні особи, що зареєстровані у встановленому порядку у якості суб'єктів підприємницької діяльності відповідно до Закону України «Про державну підтримку малого підприємництва» та юридичні – визначені відповідно до Господарського кодексу України. Для визначення місця малого та середнього бізнесу в економіці будь-якої країни використовуються такі кількісні показники, що мають вплив на економіку країни – частка малого бізнесу у ВВП, капіталовкладеннях, загальній чисельності зайнятих, прибутку та ін. Станом на 1.01.2010 р. більш ніж 90% підприємств, зареєстрованих в Україні, належали до малого і середнього бізнесу, але реальний внесок цих підприємств у ВВП – близько 11% [3]. За період 2005-2010 рр. доходи малих підприємств склали лише 5,5% усіх доходів економіки, на відміну від країн Європи: у Данії, наприклад, підприємствами малого бізнесу щороку створюється 80% національного продукту, в Італії – 60%, середній внесок таких підприємств у ВНП країн – 63-67%.

1. Воротіна Л. І. Можливості збереження підприємств сектору малого бізнесу економіки України. / Л. І. Воротіна // Теоретичні та прикладні питання економіки: Зб. Наук. пр. – К : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2009. – Вип.19. – С.32-38.

2. Ларіна Р.Р. Малий бізнес в Україні: роль та особливості розвитку в національній економіці (монографія). / Р.Р. Ларіна, О.В. Азаров – Донецьк : «Вебер» (Донецька філія), 2007. – 300 с.

3. Статистичний щорічник України / за ред. О.Г. Осауленка. – К: Держкомстат України, 2010. – 680 с.

РОЛЬ БАНКІВ У ФІНАНСОВОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ В РЕГІОНАХ

Божко М.О.

Сумський державний університет

Світова практика свідчить, що потужними центрами активізації інвестицій в інновації регіонів може і повинен стати банківський сектор. При цьому участь банків в інноваційних процесах може реалізовуватися у двох аспектах (рис. 1).

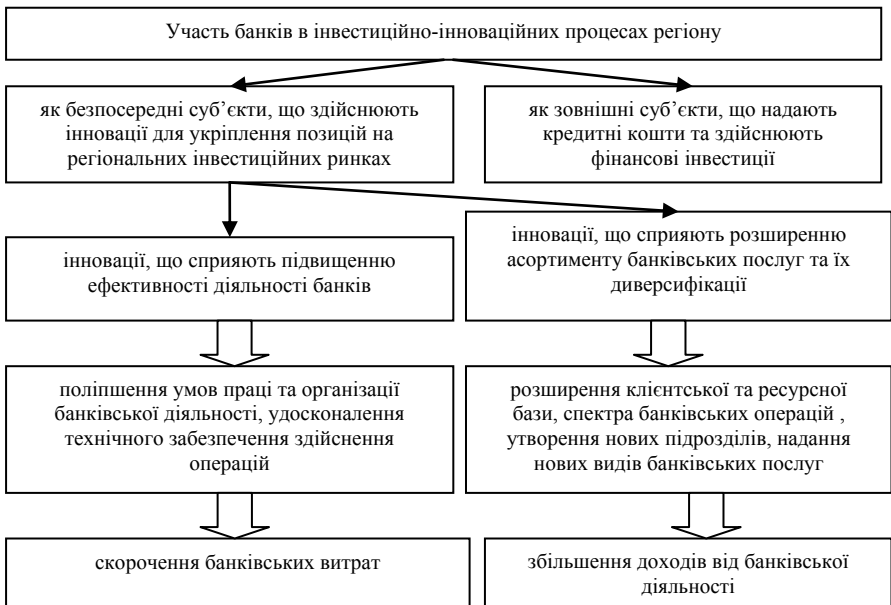


Рис. 1. Участь банків в інвестиційно-інноваційних процесах регіону

Інновації в банківській сфері у випадку, коли банки виступають як безпосередні суб'єкти, передбачають вкладення коштів у розвиток матеріально-технічної бази банківських установ та удосконалення їх організаційного рівня. Керівництво банківських установ в сучасних умовах все більше усвідомлює

важливість такої характеристики банківської організації, як інноваційність, оскільки вона дозволяє пристосовуватися до зовнішніх умов із максимальної користю, прогнозувати тенденції розвитку ринку і здобувати конкурентні переваги.

У другому випадку (коли банки є зовнішніми суб'єктами) актуальною є проблема підвищення зацікавленості банків у кредитуванні та фінансуванні інноваційних проєктів у регіонах з урахуванням економічних та соціальних інтересів держави. Для цього необхідним є створення системи пільг і гарантій для банків, що здійснюють інвестиції у підприємства регіону за проєктами в рамках пріоритетних напрямків економічного розвитку.

Пільгові умови, необхідні для більш широкого залучення банків до інвестиційної та інноваційної діяльності в регіоні, не стануть заходами, які створюють нерівні умови для банків та інших економічних суб'єктів, а будуть необхідними передумовами активізації діяльності банків у цьому напрямку.

На нашу думку, слід розробити регіональну програму інноваційного фінансування (рис. 2).

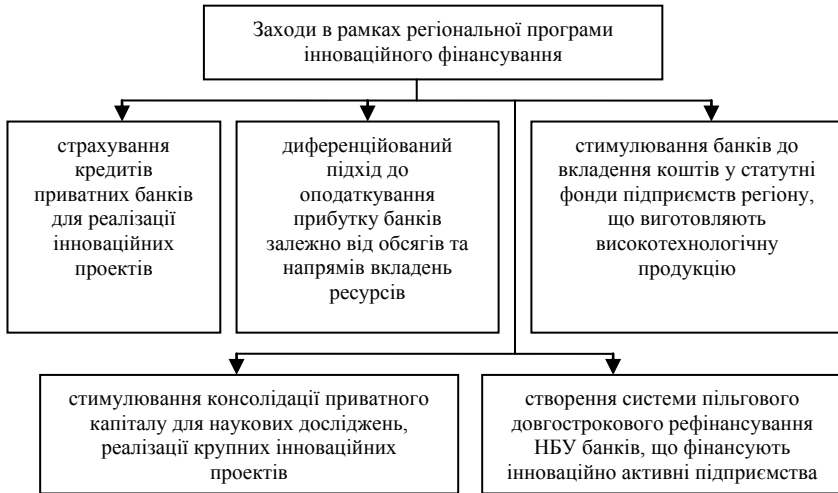


Рис. 2. Заходи в рамках регіональної програми інноваційного фінансування

В сучасних умовах державна кредитна політика практично не стимулює інноваційний розвиток регіонів, а банки незаслужовано витіснені на другий план у формуванні та реалізації інноваційної політики. У економічно розвинених країнах банки є могутніми локомотивами економічного розвитку регіонів, направляючи капітали на розвиток інновацій. Подібну роль має відігравати в економіці і банківська система України, забезпечуючи фінансування альтернативних шляхів соціально-економічного розвитку суспільства.

РЕКЛАМА: ОСОБЛИВОСТІ, ВИЗНАЧЕННЯ, КЛАСИФІКАЦІЯ

Божкова В.В., д.е.н., доц., **Прокопенко М.О.**

Сумський державний університет

Сучасна реклама дуже різноманітна, оскільки не обмежується лише інформуванням населення. Вона має багато завдань і нею послуговуються чимало людей – від приватної особи, що розташовує маленьке тематичне оголошення в місцевій газеті, до великого підприємства, яке витрачає чималі кошти на рекламу, щоб популяризувати свою торговельну марку серед мільйонів споживачів. Реклама є частиною життя сучасного світу, частиною прогресу суспільства, і саме тому вона постійно змінюється.

Відповідні зміни і вдосконалення відбуваються у визначеннях реклами, яких існує багато. Найбільш поширеними є такі:

реклама є найпереконливішим і найдешевшим способом поінформувати потенційних споживачів про певний товар або певну послугу [1];

реклама – будь-яка платна не персоніфікована форма інформаційного впливу на споживача з метою формування мотивів купівлі товарів [2];

реклама – інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару [3];

реклама – це платне, односпрямоване і неособисте звернення, здійснюване через ЗМІ та інші види зв'язку, що агітують на користь якогось товару, марки, фірми [4];

реклама – це друковане, рукописне, усне або графічне повідомлення про особу, товари, послуги або суспільний рух, відкрито опубліковане рекламодавцем і оплачене з метою збільшення обсягів збуту, розширення клієнтури, одержання голосів або суспільної підтримки [5].

Аналіз досліджень провідних зарубіжних (А. Дейана, А. Троадека [4], Ф. Котлера [1], Ф. Джефкінса [6]) та вітчизняних (Т.О. Примака [2], Б.А. Обрицько [5], С.С. Гаркавенко, Т.І. Лук'янець [7]) учених дозволяє зробити висновок про те, що сучасне визначення реклами містить такі позиції:

- 1) реклама це – платна форма ефектного подання інформації;
- 2) має суспільний, масовий характер;
- 3) є безособовою;
- 4) має експресивний характер;
- 5) є багатогранною і багатофункціональною;
- 6) діє завдяки багаторазовому використанню;
- 7) ідентифікує спонсора;
- 8) є однобічною (спілкування з аудиторією у формі монологу);
- 9) має інформативну сутність.

На наш погляд, у цих визначеннях відсутній дуже важливий аспект: реклама має пропагувати суспільно значущі ідеї (чи хоча б не заперечувати їх), а також, включати механізми виховного характеру для підростаючого покоління (а можливо і не тільки для молоді). Не врахування цього може звести нанівець інші зусилля щодо забезпечення «здоров'я нації».

Відсутність урахування соціально-значущого впливу через рекламні звернення у визначеннях реклами не випадкова, адже дійсно, ці аспекти відсутні в сучасній рекламі.

Вважаємо за необхідне закріпити дані положення на законодавчому рівні шляхом наступного удосконалення визначення реклами:

«Реклама – інформація про особу чи товар, яка не суперечить суспільно-корисним цілям, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару».

Існує багато різних класифікацій реклами залежно від підходів, обраних авторами (Ф. Котлер, А. Дейян, Ф. Джефкінс, Т.О. Примак, С.С. Гаркавенко, Б.А. Обритько та інших). Наприклад, науковці виокремлюють такі ознаки: за типом спонсора, залежно від типу цільової аудиторії, за ступенем концентрації на певному сегменті ринку, залежно від ступеня охоплення рекламною діяльністю території та багато інших ознак.

За різними класифікаційними ознаками можна виділити різні види, підвиди і різновиди реклами, які широко застосовуються у практичній діяльності суб'єктів господарювання. Але серед ознак відсутня на наш погляд одна, з якої цей перелік має розпочинатись: «Відповідно до законодавчого визначення».

Таким чином, виходячи з викладеного вище пропонуємо:

включити до визначення реклами у Законі України «Про рекламу» урахування її соціально-значущого впливу на спільноту;

розширити класифікаційні ознаки реклами, додавши ознаку «Відповідно до законодавчого визначення», яка відображає перелік фактично визнаних у нашій державі видів реклами.

Дані пропозиції сприятимуть вдосконаленню реклами у бік соціально-значущого впливу на молодь та дозволять реалізовувати різні державні проекти та програми для молоді більш ефективно (завдяки психологічним особливостям впливу реклами).

1. Котлер Ф. Основы маркетинга /Ф. Котлер. – М.: Бизнес-книга, 1995. – 698 с.

2. Примак Т.О. Маркетингові комунікації: навчальний посібник / Т.О. Примак. – К.: Ельга, Ніка-Центр, 2003. – 280 с.

3. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 р. зі змінами та доповненнями.

4. Дейян А. Стимулирование продаж и реклама на местепродажи / А. Дейян, А. Троадек, Л. Троадек ; пер. с франц.; общ. ред. В.С. Загашвили. – М.: А/О Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994. – 190 с.

5. Обритько Б. А. Реклама і рекламна діяльність: курс лекцій / Б.А. Обритько. – К.: МАУП, 2002. – 240 с.

6. Джефкінс Ф. Реклама: практичний посібник / Ф. Джефкінс; пер. англ.; доп. і ред. Д. Ядіна. – К.: Знання, 2001. – 456 с.

7. Лукьянец Т. И., Рекламный менеджмент: навч. посібник / Т.И. Лукьянец. – [2-ге вид., доп.] – К.: КНЕУ, 2003. – 440 с.

СУЧАСНИЙ СТАН ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА В УКРАЇНІ

Бондаренко А.О., аспірант

Сумський національний аграрний університет

Про Україну зазвичай говорять як про країну з величезним потенціалом, проте цей потенціал ще тільки належить використати повністю. Серед причин, з яких Україна досі не скористалася своїм потенціалом, називають недружнє бізнес-середовище та несприятливий інвестиційний клімат.

Малі та середні підприємства, які, як правило, є найбільш чутливими до змін регуляторного клімату, є ключовими двигунами для створення робочих місць у багатьох країнах.

У 2012 р. Україна втратила три позиції в рейтингу сприятливості ведення бізнесу Світового банку і посіла 152-ге місце серед 183-х країн. У процесі складання даного рейтингу спеціалістами Світового банку оцінювалися регуляторні норми, які впливають на місцеві фірми у 183-х країнах та формувались рейтинги цих країн у 10-ти областях регулювання підприємницької діяльності, включаючи: створення підприємств, вирішення неплатоспроможності та міжнародну торгівлю [6].

Зокрема, Україна у рейтингу з відкриття бізнесу посіла 112 місце, захисту прав інвесторів – 111 місце, забезпечення виконання контрактів – 44 місце, отримання кредитів – 24 місце. У той же час, у рейтингу зі сплати податків наша країна посіла 181 місце, отримання дозволів на будівництво – 180 місце, реєстрації власності – 166 місце, ліквідації бізнесу – 156 місце, міжнародної торгівлі – 140 місце [6] (рис. 1).

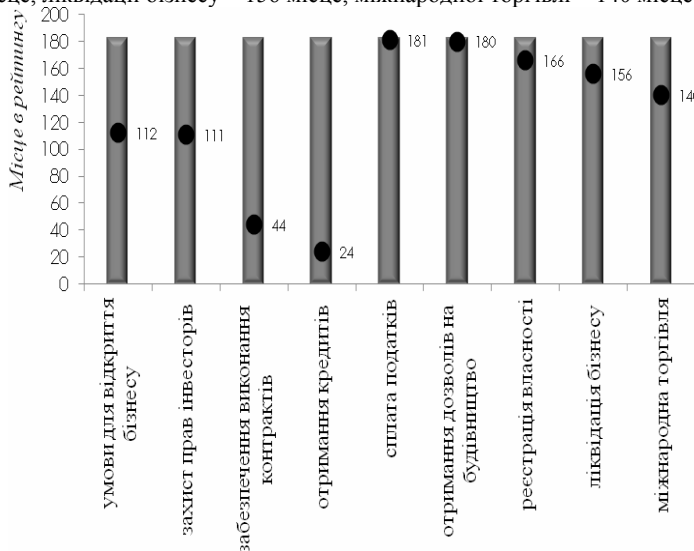


Рис. 1. Місце України в рейтингу сприятливості ведення бізнесу
Джерело: Світовий Банк (www.worldbank.org/en/country/ukraine)

Незважаючи на проведення в Україні багатьох позитивних реформ, процес їх впровадження залишається повільним, тому підприємства не можуть повною мірою користатися перевагами цих змін у законодавстві.

Порядок підготовки необхідних документів для реєстрації технічних умов забирає, як і раніше, багато часу (у 2010 р. 47 відсотків підприємств витратили на ці процедури більше двох місяців порівняно з 41 відсотком у 2008 р.) [7].

За даними опитування Міжнародної фінансової корпорації (IFC), 74 відсотків бізнесу було охоплено перевітками у 2010 р., так само, як і у 2008 р.

У 2010 р. бізнес витратив близько 7,2 млрд. гривень на отримання дозволів, проходження перевірок та процедури технічного регулювання [7]. На додачу бізнес потерпає від хабарництва та корупції, що стали невід'ємними супутниками процесу дотримання регуляторних процедур. Так, близько 46 відсотків опитаних підприємств підтвердили, що вдавалися до неофіційних шляхів вирішення питань із державними органами, витративши у 2010 р. на це у середньому 10 відсотків від обігу компанії [7].

Звичайно, з'явилися і позитивні зрушення, зокрема в реформуванні системи технічного регулювання бізнесу. У 2010 і 2011 рр. були прийняті три основних закони, які стали рушійною силою реформування цієї системи: «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції» [1], «Про загальну безпечність нехарчової продукції» [2] та «Про відповідальність за шкodu, завдану внаслідок дефекту в продукції» [3]. Повільно відбувається процес переходу від застарілої системи сертифікації до гармонізації системи із законодавством Європейського Союзу. Україна починає виконувати зобов'язання, взяті під час приєднання до СОТ. Однак, ще існує багато проблем, таких як наявність обов'язкових стандартів для вітчизняних виробників, які потребують негайного вирішення [7].

У січні-вересні 2012 р. приріст прямих іноземних інвестицій в Україну зменшився на 29,4 відсотки порівняно з аналогічним періодом 2011 р. За даними Державної служби статистики України у III кварталі 2012 р. прямі іноземні інвестиції збільшилися на 0,24 млрд. доларів, що в п'ять разів нижче показника III кварталу 2011 року і є одним з найгірших показників за останні роки [4].

Індекс інвестиційної привабливості України, що розраховується Європейською Бізнес Асоціацією (ЄБА) на підставі опитування керівників низки компаній, за підсумками першого кварталу 2011 р. знизився на 0,1 пункт (до 2,18 пункту за п'ятибальною шкалою). Варто зазначити, що індекс інвестиційної привабливості України знижується вже третій квартал поспіль [5]. За інформацією ЄБА, сприйняття інвесторами ринку України продовжує залишатися негативним.

Так, інвестори відзначили ряд негативних тенденцій, які сьогодні спостерігаються в економіці України. Зокрема, 26 відсотків опитаних вважають, що політична ситуація в країні є тим чинником, який робить Україну непривабливою для інвесторів. Респонденти також відзначили проблеми, що пов'язані з податковою системою та особливостями Податкового кодексу (25 відсотків опитаних), посиленням тиску з боку державних структур і занадто жорстким регулюванням ринку (18 відсотків). Серед інших чинників, які значно послаблюють довіру інвесторів до України, виділяють корупцію (15 відсотків), недосконале правове середовище (11 відсотків), непрозорість судової системи (5 відсотків), технічні бар'єри у процесі митного оформлення і відшкодування ПДВ – 13 відсотків і

сім відсотків опитаних, відповідно. П'ять відсотків респондентів зіткнулися з проблемами під час отримання банківських кредитів і позик [5] (рис. 2).

За словами президента ЄБА Томаша Фіали, опитані представники компаній – членів асоціації не змогли дати позитивні оцінки бізнес-клімату в 2012 р. До всіх існуючих проблем інвестиційного клімату України протягом останнього періоду додалося погіршення в деяких макроекономічних аспектах (відносини з МВФ, гальмування євроінтеграції тощо) [5].

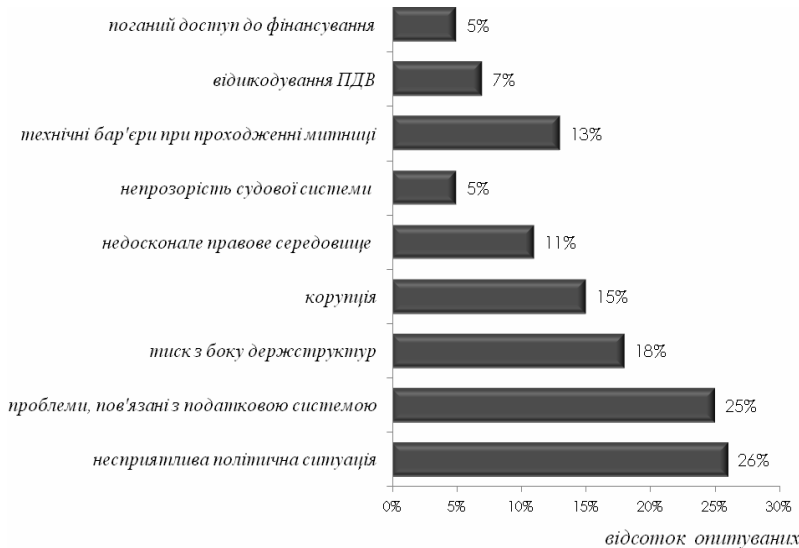


Рис. 5. Результати опитування щодо сприйняття інвесторами бізнес-середовища в Україні

Джерело: УНІАН [Індекс інвестиційної привабливості]

Таким чином, Україна почала демонструвати позитивні ознаки створення сприятливих умов для зростання бізнесу та поліпшення інвестиційного клімату. Проте ці позитивні кроки були знівельовані незадовільною реалізацією реформ. Допоки рівень виконання законодавства в країні не зросте, Україна ризикує залишитись у категорії «країн з потенціалом» і відставати від більш активних і орієнтованих на реформи економік.

1. Закон України «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції» від 02.12.2010 р. // Відомості Верховної Ради України. – К., 2011. – № 21. – С. 144.

2. Закон України «Про загальну безпечність нехарчової продукції» від 02.12.2010 р. // Відомості Верховної Ради України. – К., 2011. – № 22. – С. 145.

3. Закон України «Про відповідальність за шкоду, завдану внаслідок дефекту в продукції» від 19.05.2011 р. // Відомості Верховної Ради України. – К., 2011. – № 47. – С. 531.

4. Приріст інвестицій в Україну зменшився майже на 30% [Електронний ресурс] // Економічна правда. – 14 листопада 2012 р. – Постійне посилання: <http://www.epravda.com.ua/news/2012/11/14/344009/>

5. Індекс інвестиційної привабливості України падає третій квартал [Електронний ресурс] // УНІАН: Економіка. – 3 квітня 2012 р. – Постійне посилання: <http://economics.unian.net/ukr/detail/124104>
6. Україна опустилася на 152 місце в рейтингу легкості ведення бізнесу // Економічна правда. – 20 жовтня 2011 р. – Постійне посилання: <http://www.epravda.com.ua/news/2011/10/20/302569/>
7. Інвестиційний клімат в Україні: яким його бачить бізнес // Міжнародна фінансова корпорація (IFC). – К., 2011 р. – 126 с.

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ КОНТРОЛЮ ЗБЕРЕЖЕННЯ РОДЮЧОСТІ ГРУНТІВ ПРИ ОРЕНДІ ЗЕМЕЛЬНИХ ЧАСТОК (ПАЇВ)

Бредіхін О.О.

КІП «Київський інститут земельних відносин»

В Україні із 60,3 млн. га земель, 42,8 млн. га (70,9%) займають землі сільськогосподарського призначення, у тому числі 41,6 млн. га сільськогосподарських угідь з яких 32,5 млн. га ріллі. За даними державного земельного кадастру у використанні підприємств, організацій і громадян, які займаються сільськогосподарським виробництвом, обліковується 37,3 млн. га земель сільськогосподарського призначення (66%).

Нині проведення земельної реформи в Україні знаходиться на стадії завершення одного з основних етапів – роздержавлення і приватизації земель. За інформацією Держземгентства, 96,4% власників земельних паїв отримали державні акти в заміні сертифікатів на право на земельну частку(пай). Вважається, що компанію із заміни сертифікатів на державні акти завершено, оскільки решта сертифікатів знаходиться у стадії переоформлення спадщини, або належить особам, що виїхали за кордон.

Земельні відносини у сільському господарстві країни набули орендного характеру, оскільки у більшості своїй (17,3 млн. га земель сільськогосподарського призначення) власники земельних паїв передали в оренду отримані безкоштовно у приватну власність земельні ділянки для ведення товарного сільськогосподарського виробництва сільськогосподарським підприємствам, що були утворені на майні колишніх КСП. Слід зауважити, що питання контролю якості ґрунтів, як на момент передачі земельної ділянки в оренду, так і під час її повернення, цими документами остаточно не врегульовані і мають лише декларативний характер. Таким чином, одна з основних якісних характеристик об'єкту оренди (земельної ділянки) навіть не віднесена до переліку невід'ємних частин договору і не розглядається як критерій відповідальності орендаря за погіршення якості об'єкту оренди. Відсутня методологія обрахунку заподіяної шкоди земельній ділянці у результаті погіршення показників її родючості. Власник земельної ділянки сільськогосподарського призначення позбавлений важелів впливу на процес забезпечення раціонального використання його власності орендарем.

Теперішній стан використання сільськогосподарських угідь не забезпечує охорону та раціональне використання найціннішого ресурсу (національного багатства) нашої держави. Власники землі (держава, громада, громадянин) – позбавлені важелів впливу і контролю за зміною якості своєї власності. Землекористувачі (орендарі) цієї власності не зацікавлені у покращення якісних

властивостей об'єкту оренди. Спостерігається постійна тенденція деградації ґрунтового покриву, у державі відсутні механізми контролю та впливу на ситуацію. У законодавстві навіть відсутня відповідальність за погіршення (зниження) родючості ґрунтів. Зважаючи на зазначене, для зупинення негативних процесів, потребують негайної реалізації ряд заходів законодавчого, нормативного та організаційного характеру, зокрема:

1. Відміна мораторію на запровадження Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо збереження родючості ґрунтів» від 4 червня 2009 року N 1443-VI;

2. Розробка і прийняття Верховною Радою України Закону України „Про збереження родючості ґрунтів” у якому слід врегулювати питання контролю якості ґрунтів, відповідальності за погіршення якості ґрунтів, визначення розмірів та порядку сплати заподіяної шкоди;

3. Запровадження механізму контролю родючості ґрунтів власниками земельних паїв, що передані в оренду для товарного сільськогосподарського виробництва, а саме: при укладанні договорів оренди земель сільськогосподарського призначення особливою умовою цього договору має бути наявність показників якості ґрунтів на момент передачі в оренду земельної ділянки. На законодавчому рівні слід визначити статус агрохімічного паспорту земельної ділянки; затвердити механізм обрахунку заподіяної шкоди ґрунтам у разі зниження показників родючості, який, на нашу думку, повинен базуватися на компенсаційних принципах, тобто відновлення втраченого. В даному випадку нанесена шкода базується на відновленні різниці показників родючості ґрунтів окремої земельної ділянки під час передачі її в оренду та перед поверненням, або на підставі аналізів проведених через визначений договором оренди період. Слід зазначити, що для контролю показників якості можуть бути використані матеріали агрохімічної паспортизації. Для обрахунку нанесеної ґрунтам шкоди у зв'язку із зниженням показників родючості пропонується застосування наступної формули:

$$Ш_{зр} = B_{орз} + B_{мін} + B_{зк} + B_{зл} + B_{ер} + B_{інш}, \quad (1)$$

де $Ш_{зр}$ – розмір заподіяної шкоди ґрунтам; $B_{орз}$ – витрати на відновлення показників гумусу; $B_{мін}$ – витрати на відновлення показників хімічних елементів; $B_{зк}$ – витрати на знекислення; $B_{зл}$ – витрати на знелуження; $B_{ер}$ – витрати на протиерозійні заходи; $B_{інш}$ – інші витрати на відновлення показників родючості ґрунтів.

Обрахунок окремих видів витрат повинен здійснюватись на підставі показників науково обґрунтованих доз внесення добрив на відповідних ґрунтах. При визначенні доз внесення добрив слід також враховувати кількість добрив для планування урожайності культур, що будуть розмішуватись на земельній ділянці у відповідний період. Витрати по усуненню наслідків ерозійних процесів складаються з витрат на усунення наслідків та запобігання їх у майбутньому. Зрозуміло, що порядок визначення заподіяної шкоди у зв'язку із зниженням родючості ґрунтів це лише частина механізму забезпечення раціонального використання сільськогосподарських земель. Потребує додаткового вивчення питання створення та фінансування Державного Земельного Фонду до завдань якого повинно увійти опікування процесом охорони земель у державі та стимулювання власників і землекористувачів щодо раціонального використання земельних ресурсів. Також, на часі є вивчення питання встановлення залежності розміру орендної плати від отриманого урожаю

орендарем на орендованій земельній ділянці. Реалізація цих заходів створить сприятливі умови для сталого та ефективного розвитку земельно-орендних відносин, що у свою чергу вплине на забезпечення раціональне та ефективне землекористування, вирішення соціально-економічних проблем сільського населення.

1. Балує С.А., Медведєв В.В., Тараріко О.Г., Греков В.О., Балаєв А.Д.: Національна доповідь «Про стан родючості ґрунтів України». – К. – 2010. – 111 с.
2. Семеряк Ю.А., Москва М.Г. Орендні земельні відносини в аграрному секторі економіки та напрями їх удосконалення: Науковий вісник НЛТУ України 2010. – № 20.13. – с. 247-253.
3. Копитник М.В., Бредіхін О.О. Економічна ефективність використання земель сільськогосподарського призначення різними формами господарювання // Вісник Сумського НАУ. Серія: Фінанси і кредит. – 2007. – Вип. 1. – С. 231-236.

МАРКЕТИНГ СПОРТИВНОЇ ІНДУСТРИЇ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РЫНКЕ

Брижатає І.А., к.п.н., доц.

Сумської державної педагогічної університету імені А.С.Макаренка

В наших исследованиях мы рассматриваем специфику маркетинговых принципов и развитие экономических процессов на региональном рынке спортивной индустрии.

Спорт в экономике определяют как продукт развлечения или как физическую активность потребителя для получения удовольствия. Однако спорт отличается от других видов развлечений – телепрограмм, шоу-концертов, театральных зрелищ и других видов тем, что в спорте существует эффект неожиданности спортивного результата и он не контролируется участниками события. Эмоции, которые испытывают потребители спортивного продукта во время просмотра спортивного события, сложно предугадать, но в зависимости от качества спортивного продукта в последующем они имеют большое влияние на экономические взаимоотношения потребителя и поставщика спортивной индустрии.

Установлено, что спортивная индустрия состоит из трех основных элементов: потребителей спорта, спортивных продуктов, которые они потребляют, и поставщиков, а её цель – удовлетворять потребности трех типов потребителей: зрителей, участников и спонсоров.

В наших исследованиях спортивный продукт – это товар или услуга, которые должны обеспечивать потребности спортивного зрителя, участника или спонсора, а спортивные события – главный продукт спортивной индустрии.

В структуре взаимоотношений потребителя и поставщика в региональной спортивной индустрии зрители, участники и спонсоры выступают как потребители, а производителями и посредниками являются команды, спортивные ассоциации, спортивные федерации и клубы, масс-медиа, спортивные агенты.

Особенности региональных экономических взаимоотношений мы рассматриваем с оценкой качества спортивного продукта, что в целом зависит от спортивного мастерства команд или спортивной квалификации спортсменов.

Установлено, что, как потребители спортивного продукта, зрители делятся на

два типа: физические лица и корпорации. Выявлено, что между потребностями корпоративных и индивидуальных потребителей иногда возникает конфликт. Последние убеждены, что корпоративные клиенты платят большие суммы за свои билеты и таким образом способствуют повышению цен, ограничивая возможности посещения соревнований для зрителей с ограниченным бюджетом. Однако на региональном уровне такие конфликты нивелируются сравнительно небольшой стоимостью входных билетов на спортивные соревнования.

Важный сегмент корпоративных потребителей спортивных состязаний – медиакомпания: телевидение, радио и Интернет. В регионах уменьшается роль радио в трансляции спортивных событий и существенно возрастает спрос на их показ через Интернет.

Мы рассматриваем участников спортивных событий как потребителей спортивного продукта. Все больше людей становятся активными участниками различных спортивных соревнований, поэтому среди участников выделяем тех, кто предпочитает неорганизованные соревнования, и тех, кто выбирает организованные, однако и те и другие могут быть потребителями спортивной рекламы.

Неорганизованные состязания – это спортивная активность, в ходе которой участники не контролируются извне. Это могут быть детские спортивные и подвижные игры. Организованные спортивные события – соревнования, санкционированные и контролируемые клубами и ассоциациями. Организованный спорт предполагает два вида участников: любителей и профессионалов. Разница между ними заключается в том, что профессионалы в отличие от любителей получают денежное вознаграждение. Региональная спортивная индустрия в большинстве своем представлена любительским спортом. Следовательно, экономические региональные спортивные программы должны развиваться в зависимости от массового спорта.

Существует стереотип, согласно которому спортивный маркетинг очень важен только для профессиональных спортивных соревнований. Однако, нами установлено, что это не так: например, на региональном уровне организаторы спортивных турниров между командами университетов и школ используют маркетинговые приемы.

Самая проблемная группа потребителей в системе региональной спортивной индустрии – это спортивные спонсоры. В спортивном спонсорстве потребитель обменивает деньги или продукт на право ассоциироваться с тем или иным спортивным событием. Нами установлено, что в регионах невысокий уровень взаимовыгодных экономических отношений между спонсорами, спортивным продуктом и его потребителем. Почти не внедряется положительный опыт спонсорских программ экономически развитых стран. По сути, в регионах есть спортивное меценатство, но отсутствует спортивное спонсорство.

Нами изучено преимущество спортивного маркетинга перед другими видами маркетинга в регионах. Определена роль рекламы, а также функции спортивных агентов и спортивных менеджеров.

АНАЛІЗ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНІ ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ НА ОСНОВІ МІЖНАРОДНИХ РЕЙТИНГІВ

Вернидуб Н.О., асистент, **Омельяненко В.А.**, асистент, **Савельєва Г.С.**, студентка
Сумський державний університет

Для аналізу ефективності міжнародної участі України в міжнародних інноваційних процесах доцільно проаналізувати світові рейтинги, які включають показники розвитку національних інноваційних систем.

Відповідно до Глобального індексу конкурентоспроможності за оснащеністю новими технологіями (підіндекс «технологічна готовність») Україна знаходиться на 83 місці проти 80 у попередньому році, що спричинено зниженням місця за показниками розвитку нових технологій.

Рейтинг України за підіндексом «інновації» у 2010-2011 рр. знизився до 63 місця проти 62 порівняно з 2009-2010 рр. На зниження вплинуло погіршення його складових, зокрема: інноваційна спроможність (37 проти 32), якість науково-дослідних інститутів (68 проти 56), взаємозв'язки університетів з промисловістю у сфері досліджень і розвитку (72 проти 64), державні закупівлі новітніх технологій і продукції (112 проти 85).

На нашу думку, до інноваційного підіндексу необхідно внести показник глобалізації НІС, який можна визначити на основі аналізу патентної статистики та статистики НДДКР, спільних з іноземними вченими.

Експериментальні розрахунки для України дозволяють визначити місце нашої країни у рейтингу відповідно European Innovation Scoreboard. Україна знаходиться в останній за рівнем інноваційності – четвертій – групі «наздоганяючих країн». Порівняно з іншими країнами ЄС відставання України становить: від групи «країн-лідерів» – приблизно у 3 рази (Швеція – 0,68), від групи «країн-послідовників» – 2 рази (Великобританія – 0,48), від країн групи «помірні інноватори» – 1,6 рази (Норвегія – 0,35). З точки зору інноваційного розвитку, Україна знаходиться на рівні Росії та Болгарії.

На нашу думку, сьогодні інноваційний розвиток не можна розглядати відокремлено від процесів глобалізації, оскільки інновації, особливо в сфері високих технологій, носять глобальний характер.

Рівень глобалізації країн світу вимірюють за допомогою індексу KOF Index of Globalization. Цей індекс складається із трьох субіндексів: *економічна глобалізація* (міжнародні потоки товарів, капіталу і послуг), *соціальна глобалізація* (поширення ідей, інформації, зображень і потоки людей) і *політична глобалізація* (участь країни в міжнародних організаціях і міжнародній діяльності).

Отримані результати дозволяють стверджувати про існування залежності між рівнем глобалізації та інноваційним розвитком виходячи з даних 2007-2008 рр., яку можна апроксимувати за допомогою лінійної регресії. Таким чином, збільшення значень KOF Index of Globalization для буде лінійно відповідати збільшенню значень Global Innovation Index.

Ще одним з «інтеграційних» індексів є Індекс мережевої готовності (Networked Readiness Index), який сформований на основі трьох груп:

1) сприятливість середовища (ринкового, політичного та інфраструктури) для

розвитку інформаційних технологій: рівень конкуренції, інноваційний потенціал, можливість фінансувати нові проекти;

2) готовність суспільства, бізнесу та урядовців до використання нових технологій: доступність мережі Інтернет у школах, вартість мобільного зв'язку, державна політика в сфері інформаційних технологій, доступність ІТ для бізнесу, витрати на дослідження і розробки в галузевому розрізі;

3) поточний ступінь використання інформаційних технологій на державному, бізнесовому та приватному рівнях: кількість персональних комп'ютерів, інтернет-користувачів, абонентів мобільного зв'язку, наявність робочих інтернет-ресурсів урядових організацій, а також кількість інформаційних технологій країна виробляє і споживає.

Україна займає 90 місце із 139 країн за індексом ІМГ у 2010–2011 роках. Україна втратила 15 позицій порівняно із ІМГ за 2008–2009 роки через те, що залишилась позаду інших країн за стимулюванням ІКТ. Країна займає 98 місце за субіндексом середовища, 82 за субіндексом готовності та 86 за субіндексом використання. Її ринкове середовище (128 місце) є непривабливим, а регуляторне середовище для використання ІКТ (122 місце) залишає бажати кращого. Субіндекс готовності показує, що готовність населення є досить високою в Україні (28 місце), тоді як готовність бізнесу та уряду є низькою (місця відповідно 106 та 122). Низька готовність бізнесу пов'язана із несприятливим діловим середовищем, тоді як низька готовність уряду може бути пояснена відсутністю чіткої стратегії ІКТ. Україна займає 120 місце серед 139 країн за рівнем надання урядом ІКТ пріоритетного значення. Варто зазначити, що, незважаючи на зростання значення індексу, Україна скочується вниз по рейтингу у зв'язку з розвитком інших країн.

Забезпечення конкурентоспроможності України неможливе без інноваційного розвитку. Для цього необхідно проаналізувати існуючі пріоритети інноваційного розвитку з точки зору міжнародного аспекту (можливість експорту технологій та високотехнологічних товарів, міжнародного інноваційно-технологічного співробітництва та кластеризації).

1. Давыдов, А.А. Глобализация и инновационное развитие: гипотеза для России [Электронный ресурс]. – М.: РОС. – 2010. – Режим доступа: www.ssa-rss.ru/files/File/info/Globalization_Innovation.pdf

2. Інноваційна спроможність та технологічна готовність української економіки у міжнародних порівняннях [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uintei.kiev.ua/viewpage.php?page_id=432

МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА НА ТРАНСПОРТНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Володось А.Л., студентка

*УО «Гродненский государственный университет им. Я. Купаль»,
Беларусь*

Упорядоченная система выявления, измерения, сбора, регистрации, интерпретации, обобщения, подготовки и предоставления важной для принятия решений по деятельности организации информации и показателей для

управленческого звена организации представляет управленческий учет. В настоящее время управленческий учет не привлек большого внимания в отечественной литературе, но при этом имеет развитую теорию и практику в американской и европейской бухгалтерских системах [1, С.18]. Управленческий учет выполняет ряд определенных функций: планирование, контроль, оценка, организационная работа, стимулирование, формирование внутренней информационной связи [2, С.18-19].

Главная цель внедрения системы управленческого учета на предприятии – обеспечение руководства компании максимально полной информацией, необходимой для эффективной работы. Часто на предприятиях внедрение управленческого учета осуществляется по инициативе высшего руководства, которому не хватает конкретной управленческой информации. Разработка и внедрение системы управленческого учета требуют немало усилий и времени, при этом выделяют следующие основные этапы.

Этап 1 – диагностика, определение целей и объема работ. Цель введения управленческого учета на транспортном предприятии – формирование информационной базы, необходимой для оптимизации её финансово-хозяйственной деятельности. Введение управленческого учета в рамках уже существующей финансово-экономической службы предполагает создание аналитического центра разных направлений (финансы, экономика и т.д.), которые будут заниматься управленческим учетом.

Этап 2 – разработка системы управленческого учета. Основным направлением при формировании системы управленческого учета на транспортном предприятии предполагается внедрение специализированных программ. Если условно разделить производственный процесс такого предприятия на этапы, то получается следующая картина:

1. В диспетчерскую службу поступает заявка от заказчика автотехники. На основании поступивших заявок, диспетчер формирует разрядку на работу транспорта. Далее на каждую единицу транспорта выписывается путевой лист, содержащий множество реквизитов. Применение специализированных программ позволяет автоматизировать формирование, заполнение и распечатку документа на основании зарегистрированных заявок, заполняя реквизиты печатных форм из баз данных, хранящих информацию об автомобиле, контрагенте и т.д.

2. После возвращения автотехники в гараж на основании сданного водителем путевого листа осуществляется множество последующих учетных операций. Для начала производится Таксировка документа: вносятся данные о пробеге, об отработанных машиночасах, об отработанном времени водителя, о заправках ГСМ.

3. Таксировщик вносит эти данные в документ, что позволяет произвести учет следующих показателей.

Данный перечень основных функций, которые может выполнять качественное отраслевое программное обеспечение, позволяет значительно сократить временные затраты и обеспечить предоставление оперативных данных о текущем состоянии и возможностях реализации предлагаемых заказов автопарком предприятия. Взаимосвязь с другими учетными программами может значительно расширить возможности и довести автоматизацию до такого высокого уровня, который помог проведению экономического анализа деятельности выявлению скрытых резервов и потенциалов.

Етап 3 – введєння системи управленческого учета. Ответственные лица за ведєние управленческого учета, должны удовлетворять несколькими требованиями: информационная обеспеченность, методологическая подготовленность, компетентность.

Кроме этого важным элементом является выявление и нейтрализация ошибок при введении управленческого учета, а именно:

- отсутствие единой нормативной базы и терминологии;
- неправильное распределение ролей между сотрудниками;
- отсутствие механизма взаимодействия участниками;
- нереалистичные цели и сроки;
- отсутствие механизмов контроля и получения информации;

Таким образом, осуществив все описанные этапы внедрения управленческого учета, транспортное предприятие получит систему, готовую к эксплуатации. Для повышения эффективности работы данной системы на практике, с течением времени нужно внести определенные корректировки. И лишь после этого руководство организации сможет полноценно пользоваться результатами работы по внедрению системы управленческого учета.

1. Банцевич, Е.Е. Концепция управления себестоимостью продукции на предприятии / Е.Е. Банцевич // Бухгалтерский учет и анализ. – 2005. – № 3. – С. 18-22.

2. Гущина, И.Э. Управленческий учет: основы теории и практики / И.Э. Гущина, Н.М. Балакирева. – М.: КНОРУС, 2004. – 192 с.

Научный руководитель: д.и.н., проф. Рабцевич В.В.

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ СПОЖИВЧИМ КАПІТАЛОМ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Голишева Є.О., аспірант
Сумський державний університет

Для ефективного управління необхідне формування організаційно-економічних засад, що включає створення механізму управління, його принципів функціонування, завдань, функцій та структури. На жаль, на сьогодні майже відсутні вітчизняні наукові праці, які б були присвячені споживчому капіталу як окремому об'єкту управління на підприємстві та формуванню організаційно-економічних засад його управління.

На рис. 1 представлені принципи з урахуванням ступеня їхнього впливу на формування організаційно-економічного механізму управління споживчим капіталом промислового підприємства.

Основні принципи, на основі яких формується ефективне управління споживчим капіталом підприємства:

1. *Принцип урахування інтересів усіх учасників виробничого процесу* – це один з головних принципів управління споживчим капіталом. Тільки на основі урахування інтересів всіх економічних контрагентів, з якими співпрацює промислове підприємство в процесі своєї діяльності, можна заснувати тривалу та стабільну

взаємодію. Цей принцип включає в себе:

- урахування інтересів економічних контрагентів, з якими взаємодіє підприємство;

- орієнтацію на споживача; (формування споживчого капіталу промислового підприємства можливе тільки під час дотримання клієнторієнтованої діяльності)

- опору на загальнолюдські цінності та соціально-етичне ведення бізнесу.

2. *Принцип ефективного та справедливого управління персоналом.* Цей принцип включає:

- повноваження і відповідальність: разом із наданням повноважень виникає відповідальність за них. Тому відповідальність має відповідати наданим повноваженням. Справедливий розподіл стимулює працівників до ефективної роботи.

- справедливий поділ відповідальності за результати роботи між менеджерами та робітниками. Нижня і вища ланка мають нести відповідальність за результати роботи підприємства відповідно до здійснюваних обов’язків;

- корпоративний дух. Єдність працівників, робота заради єдиної місії, комфортна атмосфера та ототожнення себе з компанією призводить до підвищення ефективності праці. Працівник – це обличчя підприємства, тому важливо, щоб він пишався його представляти;



Рис. 1 – Вплив принципів управління на формування організаційно-економічного механізму управління споживчим капіталом підприємства

- стабільність (орієнтація на довгострокову роботу). Висока плинність кадрів знижує ефективність роботи підприємства. Впевненість у завтрашньому дні мотивує працювати добросовісно. Також налаштування довготривалих особистих контактів важливе для управління споживчим капіталом;

– мотивація праці та справедлива винагорода за виконання обов'язків.

3. *Принцип інноваційного характеру розвитку системи* передбачає опору промислового підприємства на високі стандарти роботи та прагнення до нововведень. Постійний пошук нових можливостей стимулює розвиток підприємства. Орієнтація на інновації допомагає промислового підприємству ефективно здійснювати свою діяльність.

4. *Принцип дотримання етики бізнесу* включає чесність і довіру в ділових стосунках, дотримання домовленостей та підписаних угод, повагу до партнерів та інших учасників взаємодії. Цей принцип лягає в основу довготривалих відносин. Без нього накопичення ресурсів та потенціалу споживчого капіталу неможливе.

5. *Принцип автоматизації управлінських процесів.* Автоматизація полегшує процеси управління та робить їх більш ефективними. Застосування спеціальних технологій (програмного забезпечення) дозволяє формувати та накопичувати бази даних, аналізувати бізнес-процеси та управляти ними тощо.

МАРКЕТИНГОВЕ ІННОВАЦІЙНЕ РІШЕННЯ ЯК ДЖЕРЕЛО РОЗРОБЛЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ¹

Грищенко О.Ф., аспірант
Сумський державний університет

В умовах посилення рівня інтеграції України до міжнародного економічного простору виникає необхідність екологізації всіх сфер господарювання. Питання розроблення та впровадження заходів щодо підвищення економічної та екологічної ефективності вітчизняних підприємств, впровадження заходів активізації їх інноваційної діяльності стають центральними проблемами сьогодення.

З іншого боку, спираючись на дослідження [1], можна стверджувати, що причини, які спонукають вітчизняні промислові підприємства здійснювати інноваційну діяльність, в основному носять маркетинговий характер. Все це звертає увагу дослідників на те, що в сучасних умовах концепція інноваційного маркетингу стає провідною концепцією ведення бізнесу. В свою чергу маркетингові інноваційні рішення необхідно розглядати як головний засіб реалізації підприємствами даної концепції.

Розроблення та реалізація маркетингових інноваційних рішень передбачає використання проблемно-орієнтованого підходу, що дозволяє виявляти та опрацьовувати проблемні області діяльності підприємства на основі використання раніше відкинутих чи вдосконалення існуючих ідей та бізнес-моделей, впровадження нових, нестандартних маркетингових прийомів, методів та технологій.

У контексті екологізації процесів господарювання вітчизняних підприємств особливу увагу необхідно приділити питанням інтеграції інноваційної, екологічної та маркетингової складової. Розроблення маркетингових інноваційних рішень в

¹ Робота виконувалась за рахунок бюджетних коштів МОНмолодьспорт України, наданих на виконання науково-дослідної роботи на тему: «Розроблення механізму впровадження екологічних інновацій» (№ДР 0112U001378)

екологічній сфері повинне базуватись на ґрунтовному вивченні ринкових тенденцій, проблемному аналізі маркетингової, економічної та екологічної складових підприємництва, виявленні запитів та дослідженні мотивів екологізації і покликане максимально ефективно задовольняти екологічний попит шляхом впровадження екологічних інновацій.

Впровадження екологічних інновацій пов'язане з науково-технічним прогресом, що веде до якісних поліпшень в організації виробництва і забезпечує збільшення економічного, соціального або екологічного ефекту [2]. На нашу думку, в найближчі 5-6 років екстенсивний розвиток вітчизняних підприємств за рахунок використання не екологічно орієнтованих напрямків господарювання вичерпає себе. Далі функціонування лише за даними принципами може призвести до падіння обсягів продажів і банкрутства. Слід зазначити, що вітчизняні підприємства вже сьогодні повинні переорієнтувати свою діяльність та розробляти стратегії виходу на нові ринки збуту, тобто, звертаючись до думки класика Пітера Друкера, виконувати дві основні функції: інновації та маркетинг, адже лише вони забезпечують результат.

Іншими словами, підвищення інтересу до продукції вітчизняних підприємств, розроблення напрямків щодо її вдосконалення та забезпечення сприятливих умов для її реалізації стають пріоритетними завданнями сьогодення. Все це звертає увагу не те, що вітчизняні підприємства мають перспективи для розвитку лише за умови впровадження підприємствами маркетингових та екологічних інновацій та прийняття маркетингових інноваційних рішень.

Підсумовуючи все вищезазначене, вважаємо за доцільне зауважити, що розроблення маркетингових інноваційних рішень в екологічній сфері та впровадженні на їх основі екологічних інновацій є дієвим методом розвитку вітчизняних підприємств, підвищення ефективності діяльності та їх рівня екологічності, і, як результат, підвищення конкурентоздатності на внутрішньому та зовнішньому ринках.

1. Пугачова М.В. Оцінка інвестиційної та інноваційної діяльності промислових підприємств України на базі показників кон'юнктурних обстежень / М.В. Пугачова // Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. – 2006. – Випуск 30 – С. 140 – 146

2. Белякова О.В. Екологічні інновації – шлях розвитку ринку екологічно чистих товарів / О.В. Белякова // Маркетинг. Менеджмент. Інновації. – 2011. – № 4. – Т2. – С. 268-272

ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ЕКОСИСТЕМНИМИ ПОСЛУГАМИ ВОДНО-БОЛОТНИХ УГІДЬ УКРАЇНИ

Дегтярь Н.В., аспірант

Сумський національний аграрний університет

Досягнення орієнтирів посткризової модернізації економіки України, ускладнюється негативними процесами використання, збереження та відновлення потенціалу природних екосистем, а також проблемами фінансування природоохоронних заходів, від вирішення яких багато в чому залежить еколого-економічна безпека українського суспільства. Постає проблема пошуку альтернативних методів управління екосистемами, а також механізмів фінансування

збереження та відновлення їх функцій, що сприяли б формуванню оптимального базису для подальшого розвитку економіки України. Одним з таких механізмів може стати ринок екосистемних послуг України.

Метою створення національних ринків екосистемних послуг є організація системи платежів підприємствам, організаціям або окремим особам за перехід на нову систему господарювання, яка б забезпечувала збереження або збільшення пропозиції цінних екосистемних послуг.

Вітчизняні та зарубіжні дослідження вказують на те, що в даний час лише для чотирьох категорій екосистемних послуг здійснюються компенсаційні платежі та функціонують відповідні ринки екосистемних послуг. Водно-болотні угіддя (ВБУ) можуть надавати всі види екосистемних послуг, для яких сьогодні функціонують ринки, а саме: послуги із забезпечення прісною водою належної якості, поглинання вуглецю, збереження біорізноманіття та естетичних властивостей ландшафтів. Ці групи (кожна містить у собі цілий перелік) екосистемних послуг значно простіше оцінити економічно, а тому створити для останніх відповідні ринки.

Як свідчить світова практика формування ринків екосистемних послуг ВБУ, найбільш поширеним є ринок послуг із забезпечення прісною водою відповідної якості. На відміну від усіх інших, платежі на ринку водних екосистемних послуг практично завжди здійснюються на локальному рівні – як угоди між постачальниками чистої води, розташованими у верхів'ях, та користувачами, розташованими нижче за течією. Основою формування таких ринків є ідея про існування прямого взаємозв'язку між збереженням водно-болотних екосистем верхів'їв та якістю води, що надходить споживачам, розташованим нижче за течією.

Ринок екосистемних послуг із поглинання вуглецю функціонує в основному на міжнародному рівні: покупцями й продавцями цих послуг виступають окремі країни. Потенціал заболочених торфовищ на ринку вуглецевої сировини досить великий, використання якого у певній мірі допоможе знайти додаткові джерела фінансування різних природоохоронних програм. Для окремого водно-болотного угіддя стати учасником ринку карбонових платежів набагато складніше, ніж учасником водного ринку, оскільки вуглецевий ринок має глобальний характер та занадто високі транзакційні витрати участі (підраховано, що середня вартість інтеграції у цей ринок складає близько 100 тис. дол. США за проєкт). Формування таких механізмів можливе лише за умови об'єднання інтересів та потреб різних господарюючих суб'єктів, держави та населення.

Ринки платежів за збереження біорізноманіття можуть існувати на всіх рівнях – від локального до міжнародного. Як і у випадку з водними ринками, об'єктом продажу є природоохоронні заходи, які призводять до збереження цінних, з точки зору конкретного споживача, видів, екосистем або генетичного різноманіття.

Ринки платежів за естетичні цінності досі розвинені в меншій мірі. Однак потенціал їхнього росту дуже великий. Основним споживачем цих послуг є галузь екологічного туризму. Крім цього, традиційними споживачами цього виду послуг є державні організації, що займаються охороною історичної та культурної спадщини

Потенційними перевагами розвитку ринків екосистемних послуг в Україні можна назвати наступні: для держави – посилення співпраці та партнерства, підвищення ефективності реалізації природоохоронних програм та заходів, додаткове та стабільне джерело фінансування заходів із збереження та відновлення

екосистемних послуг ВБУ, додаткова можливість інформувати зацікавлені сторони про економічну цінність екосистем; для неурядових організацій та місцевих громад – поглиблення розуміння поняття екосистемних послуг, забезпечення сталості екологічних проєктів, можливість для збільшення добробуту місцевого населення; для бізнесу – економічна вигода, імідж та репутація соціально- та екологічно-відповідальної організації, додаткова можливість для отримання інвестицій, зручність – ринковий механізм. Ключовими принципами розвитку ринку екосистемних послуг України повинні стати партнерство, міжсекторальний підхід та інтеграція.

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

Денисенко П.А., здобувач
Сумський державний університет

Дослідники СумДУ [1] дають наступне визначення інтелектуальній складовій інноваційного потенціалу – можливості генерування та сприйняття ідей та задумок новацій та доведення їх до рівня нових технологій, конструкцій, організаційних та управлінських рішень.

У дослідженнях, що стосуються оцінки інтелектуального капіталу підприємства [2] у його структурі пропонують розрізнити три основні складові: людський (знання, навички, досвід, творчі здібності та ін.), організаційний (патенти, ліцензії, ноу-хау, організаційна структура) та інтерфейсний (зв'язки з економічними контрагентами: постачальниками, споживачами, кредитно-фінансовими установами, органами влади та ін.)

Накопичений капітал одночасно є як результатом реалізації відповідного потенціалу, так і збільшенням наявних ресурсів, що потенційно можуть бути використані для подальшого розвитку соціо-економічної системи. Тому з метою визначення інтелектуальної складової інноваційного потенціалу регіону пропонуємо використовувати ті самі структурні компоненти із використанням вже регіональних статистичних даних замість показників окремого підприємства. Виходячи з того, що інноваційно спрямована інтелектуалізація має за мету забезпечення сталого розвитку шляхом підвищення ефективності використання ресурсів, вважаємо за доцільне включити окремим компонентом вимір екологічної спрямованості в структуру показників інтелектуальної складової інноваційного потенціалу.

Нарешті, для інтегральної оцінки інтелектуального потенціалу підприємства [3] пропонується застосувати метод відстаней для визначення віддаленості сукупності значень показників від певного еталонного варіанту. Для використання такого підходу пропонуємо використовувати згадані вище регіональні статистичні показники, а в якості оптимального їх значення застосувати відповідні результати для загальнодержавної статистики за відповідний період.

1. Экономический потенциал административных и производственных систем [А.М. Телиженко, А.Ю. Жулавский, В.Н. Кислый и др.] / Под общ. ред. проф. О.Ф. Балацкого. – Сумы: ИТД Университетская книга, 2006. – 973 с.

2. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: Підручник. – Суми: ВТД —Університетська книга, 2010. – 334 с.

3. Прокопенко О.В., Школа В.Ю. Оцінка рівня інтелектуального потенціалу в системі стратегічного управління інноваційним розвитком підприємств // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2010. – № 1. – С. 127–131.

ОЦЕНКА СТОИМОСТИ ВЕНЧУРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Дериколенко А.Н., к.э.н.

Сумский государственный университет

Анализ деятельности предпринимательства в Украине за последние десять лет позволяет выработать ряд подходов к оценке текущей стоимости венчурных предприятий.

На первом этапе необходимо определить первоначальную и инвестиционную стоимость венчурного предприятия. Первоначальная стоимость рассчитывается с целью привлечения инвестора, для её оценки используют несколько методов:

– метод сопоставимых оценок – стоимость предприятия определяется на основе отраслевых показателей, рассчитанных по предприятиям-аналогам (с учетом уровня риска, размеров, типов и т.д.);

– метод, основанный на оценке стоимости активов;

– метод, основанный на расчете годового объема продаж (оборота);

– метод, основанный на прогнозе её продажной стоимости на этапе, предшествующим расширению спроса;

– договорной метод – стоимость предприятия определяется на базе субъективных оценок продавца и инвестора.

Инвестиционная оценка стоимости венчурного предприятия во многом определяется его статусом и представляет собой сумму следующих показателей:

- текущая рыночная стоимость акций,

- долгосрочные долговые обязательства,

- деньги и денежные эквиваленты.

Однако, при этом нужно учитывать структуру капитала для того чтобы рыночная капитализация была бы не меньше суммы долговых обязательств.

Определение первоначальной и инвестиционной стоимостей предприятия учитываются при расчете объема средств, привлекаемых путем венчурного финансирования, определении цены каждой акции, доли собственности инвесторов.

При данных расчетах необходимо учитывать реальные условия ведения бизнеса в Украине. У подавляющего большинства украинских малых и средних предприятий размер собственного капитала – величина номинальная и редко достигающих более-менее значимых сумм, например 100000 гривен. Поэтому, для отражения значительных инвестиций в уставной капитал собственники либо должны увеличить уставной капитал до величины, сопоставимой с величиной инвестиций, либо дооценить свои активы до ликвидации разницы между их остаточной балансовой стоимостью и предлагаемой суммой новым акционером. Оба варианта маловероятны, поскольку источник достаточных средств отсутствует (это

подавляющее большинство малых и средних предприятий), либо присутствует нежелание показать их источник, если они есть. Вследствие этого, обычно инвестор предоставляет в каком-либо виде венчурной компании кредит сроком на 3-5 лет под небольшие проценты (либо беспроцентный). Затем этот кредит может быть конвертирован в ценные бумаги данного предприятия с одновременной дополнительной эмиссией.

В дальнейшем венчурный инвестор предполагает определение срока, по истечению которого его доля в предприятии (проекте) будет им продана. Как правило, данный срок колеблется в пределах от 3 до 5 лет. При расчете объемов инвестиций необходимо учитывать такую ситуацию, когда инициаторы проекта не могут определиться по показателям величины средств, необходимых для финансирования, а также, имея несколько вариантов инновационных проектов колеблются в выборе одного из них (под конкретного инвестора).

Расчет суммы средств, которые планирует получить инвестор на момент продажи своей доли в проекте обычно базируется на следующей формуле:

$$D = 3u(1+q)t, \quad (1)$$

где D – величина дохода, которую планирует получить инвестор; $3u$ – сумма инвестиций; q – ставка доходности, %; t – период времени, по истечении которого инвестор планирует выйти с проекта.

Стоимость предприятия на момент выхода инвестора с проекта может рассчитываться исходя из следующей базовой формулы:

$$Cm = M \times Pr, \quad (2)$$

где Cm – стоимость компании на момент выхода; M – значение числового мультипликатора; Pr – чистая прибыль в год.

Реализация этих формул для конкретных предприятий может иметь очень много вариантов.

При этом необходимо учитывать, что в Украине государственная и региональная политики развития венчурного предпринимательства находится лишь на стадии становления. В условиях мирового экономического кризиса и рецессии возможности инвестирования и кредитования существенно ограничены.

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ БАНКІВСЬКОЇ ЛІКВІДНОСТІ

Дмитрієв Є.Є., аспірант

ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

Поняття ліквідності є одним з фундаментальних не тільки у банківській справі, але й у теорії фінансів загалом. Однак і до сьогодні питання щодо природи ліквідності залишається не до кінця розробленим. За словами Ендрю Крокета, президента JPMorgan Chase International, ліквідність легше розпізнати, ніж визначити. Світова фінансова криза початку ХХІ ст. продемонструвала, як швидко можуть вичерпуватись джерела фінансування, що вважались до того постійними та надійними, і як, навіть, найпотужніші світові фінансові інституції можуть стикнутися з нестачею ліквідності.

Тривалий час, для світової фінансової системи, була характерна стабільність та

надлишок фінансових активів. За такої ситуації банківський менеджмент та науковці не приділяли питанню ліквідності достатньої уваги. Підтвердженням цьому слугує дослідження банківських ризиків, що проводиться Центром з вивчення фінансових інновацій (Centre for Study of Financial Innovation) разом з Pricewaterhouse Coopers, протягом більш ніж 10 років, результатом якого є рейтинг банківських ризиків. Згідно з ним, ще у 2006 р. банкірами та експертами коливання ліквідності не розглядалися як ризикбанківської діяльності. Проте вже у 2008 р. ризик ліквідності виходить на перший план серед банківських ризиків, і протягом 2008-2012 рр. посідає провідні місця в рейтингу.

З часом трансформується підхід до розуміння самої природи ліквідності. З подальшим розвитком економіки, фондового ринку, ринку страхових послуг ліквідність перестає бути суто категорією банківської системи. Вона стає категорією ринку. Таким чином, спостерігається модифікація поняття банківської ліквідності в складну систему, підсистеми якої здійснюють взаємний вплив одна на одну та на економіку в цілому.

Можна виділити деякі базові принципи, що стосуються поняття ліквідності та ліквідних активів, адже ліквідність слугує мірою легкості трансформації активів у грошові кошти. По-перше, ліквідні активи виступають засобом сек'юритизації, оскільки їх легко продати при виникненні потреби в коштах. По-друге, ліквідні активи знижують ризики, оскільки є впевненість в тому, що вони можуть бути конвертовані в гроші по мірі необхідності. І, нарешті, ліквідні активи, як правило, торгуються на відкритому ринку, а їх ціни визначаються прозоро і відповідають реальній економічній кон'юктурі, що склалася на ринку.

На сьогодні банківська ліквідність являє собою складну економічну систему, що складається з наступних підсистем: ліквідність ринку (міжбанківський ринок та ринок активів), ліквідність фінансування та ліквідність Центрального банку.

Однією з базових складових ліквідності банківської системи виступає ліквідність центрального банку, тобто його здатність робити ін'єкції ліквідності, в обсягах необхідних для функціонування фінансової системи. Вона, здебільшого, визначається як ліквідність, що надходить в економіку з боку Центрального банку.

Ліквідність фінансування визначається Базельським комітетом як здатність банку виконувати свої зобов'язання, покриваючи свою відкриту позицію або розраховуватись за своїми зобов'язаннями по мірі настання строку сплати. Окрім того, МВФ визначає ліквідність фінансування як здатність кредитних установ, робити платежі в установлені терміни. Однак, ліквідність фінансування може розглядатись виходячи з погляду на банк як на трейдера або інвестора. Згідно з цим під ліквідністю фінансування можна розуміти здатність фінансової установи залучати капітал або грошові кошти в найкоротший термін за найвигіднішою ціною.

Виходячи з вищесказаного, основними джерелами ліквідності фінансування для банківських інституцій виступають: по-перше, вкладники, які довіряють свої заощадження банківській системі; по-друге, одним з основних джерел є ринок. Банківські установи завжди можуть продати на ринку свої активи або генерувати ліквідність за рахунок їх сек'юритизації, синдикованого кредиту чи залучень на вторинному ринку, виступаючи в ролі «творця та розповсюджувача» (причому, банки виступають джерелами ліквідності ринку, оскільки вони є маркет-мейкерами на кредитному ринку). Однак, все ж таки, основним джерелом ліквідності для банків

виступає міжбанківський ринок, а у разі несприятливого розвитку подій у економіці, кредитор останньої інстанції – Центральний банк.

Наступною складовою частиною ліквідності банківської системи є ліквідність ринку. Поняття ліквідності ринку відоме, принаймні, з часів Дж. Кейнса. Проте, минуло багато часу, доки це поняття набуло устаткованого розуміння. Під ринковою ліквідністю, зазвичай, прийнято розуміти можливість в короткостроковому періоді торгувати активами, за низькою ціною і з мінімальним впливом на їх ціну.

Отже, можна стверджувати, що з розвитком економіки ліквідність перестала бути тільки явищем, притаманним лише банківському сектору, трансформувавшись в складну динамічну систему, що здійснює прямий та опосередкований вплив через ринковий механізм на розвиток не тільки банків, але й усієї національної економіки.

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ЗЕД МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Домашенко М.Д., асистент
Сумський державний університет*

Ефективне функціонування будь-якого промислового підприємства не можливе без управління його господарською діяльністю. Відомо, що управління являє собою цілеспрямований вплив управляючої системи на виконуючу та виявляється в ряді взаємопов'язаних між собою процесів планування, прийняття, організації та виконання управлінських рішень.

Управління економічною безпекою зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) машинобудівного підприємства включає розроблення певних принципів, які необхідні для ефективного функціонування підприємства як на сьогоднішній день так і в майбутньому.

В якості основних принципів управління економічною безпекою ЗЕД машинобудівних підприємств, запропоновано:

1. принцип орієнтації підприємства на роботу в напрямі ЗЕД – передбачає орієнтацію підприємства на постійний пошук та використання нових методів для роботи в напрямку ЗЕД [3].

2. принцип підтримки стабільності – передбачає забезпечення стабільної та ефективної роботи підприємства при настанні негативних та кризових явищ [3];

3. принцип гнучкого реагування – передбачає гнучке реагування на зміну ринкових можливостей та загроз. Залежно від напрямку цих змін підприємство має оперативно перебудовувати свою діяльність, обираючи саме ті стратегії розвитку, які відповідають новій ситуації на ринку та наявному потенціалу [1];

4. принцип забезпечення максимізації прибутку підприємства при одночасній максимізації добробуту кожного працівника [2]. передбачає тісну взаємозалежність та взаємоузгодженість прибутку з покращенням рівня добробуту кожного працівника зайнятого у господарській діяльності;

5. Принцип збереження і розвитку конкурентних переваг – передбачає визначення сильних та слабких сторін діяльності підприємства, що дозволяє формувати стратегії діяльності та розвитку на основі їх прогнозування [1].

1. Ілляшенко С.М. Управління портфелем замовлень науково-виробничого підприємства : монографія / С.М. Ілляшенко, О.М. Олефіренко [за заг. ред. С.М. Ілляшенко]. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. – 272 с.

2. Тейлор Ф Научные основы организации промышленных предприятий / Ф. Тейлор. – СПб. : Изд-во Л.А. Левенстерна, 1916. – 105 с.

3. Тейлор Ф Научные основы организации промышленных предприятий / Ф. Тейлор. – СПб. : Изд-во Л.А. Левенстерна, 1916. – 105 с.

АНОМАЛІ ГІПОТЕЗИ ЕФЕКТИВНОГО РИНКУ

Дудкін О.В., к.е.н., ст. викладач
Сумський державний університет

Пластун О.Л., к.е.н., доц.
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

На сьогодні не існує єдиного підходу до пояснення та прогнозування руху цін на біржові активи. Існуючі концепції суперечать одна одній та базуються на різних передумовах. Пануючою економічною теорією, що пояснює поведінку біржових ринків, на сьогодні є гіпотеза ефективного ринку (ГЕР), згідно з якою всі учасники біржових ринків є раціональними економічними суб'єктами, що діють в умовах повної доступності інформації, що дає їм можливість точно спрогнозувати майбутнє значення ціни. Виходячи з цього вони приймають відповідні інвестиційні рішення. Ціна ж біржового активу в таких умовах повністю відповідає його ринковій вартості, що, в свою чергу, не дає можливості отримання надприбутків на біржових ринках. Таким чином, ринки, на яких ціна фінансового активу дорівнює його внутрішній вартості, є абсолютно ефективним.

Але дана гіпотеза не є досконалою та містить ряд спірних припущень, які не підтверджуються практикою.

До основних аномалій ГЕР (невідповідностей між базовими положеннями ГЕР і практикою) можна віднести:

1. Вся нова інформація надходить на ринок дуже швидко і майже миттєвого відображається у ціні – лише частина нової інформація може бути оцінена швидко і в повній мірі врахована в ціні. Як правило, потрібен час для відносно повного врахування тієї чи іншої новини в ціні.

2. На ринку діють раціональні економічні суб'єкти – психологи і біхейвіористські економісти відмічають невірність постулату про те, що людська поведінка завжди і для всіх є раціональною. Людям характерне як скоєння індивідуальних помилок, так і підпадання під різного роду «колективні ефекти» – паніка, масовий психоз, азіотаж тощо. Сюди ж можна віднести і виникнення біржових бульбашок, що було б неможливе за умови присутності на ринку лише раціональних суб'єктів.

3. Біржові ринки є ринками досконалої конкуренції – жодний окремий його учасник (або група учасників) не здатен своїми діями вплинути на ринкову ціну – інтервенції центральних банків, зміни ними структури золотовалютних резервів, переорієнтація активів інвестиційних та хеджевих фондів, операції крупних гравців (наприклад, операція Сороса по продажі фунта проти німецької марки) значно

впливають на ціни на ринку.

4. Очікування учасників ринку гомогенні (однорідні) – інвестори однаково оцінюють ймовірності майбутніх доходностей активів – часова орієнтація у інвесторів різна. Частина з них робить операції, виходячи з короткострокових цілей, інші – довгострокових. Відповідно їх оцінки будуть різними. Політики управління ризиками у різних учасників ринку теж різні, отже і очікувана доходність буде різною.

5. Ціни на фінансові активи змінюються в часі відповідно до закону випадкового блукання – існування протягом довгого періоду часу трендів руху цін на ринкові активи ставить під сумнів дану тезу. Аналіз свідчить, що на фінансових ринках спостерігається невелика позитивна автокореляція на короткостроковому відрізку часу (щоденному, щотижневому і щомісячному). В довгостроковій перспективі (3-5 років) існує тенденція повернення ринкових цін до рівноважного значення.

6. Технічний аналіз не дає трейдеру ніякої корисної інформації – технічний аналіз знаходить широке поширення серед трейдерів, що теоретично говорить про його ефективність; емпіричні докази ефективності технічного аналізу щодо високих доходів мають змішаний характер. Крім того використання однакових технічних індикаторів багатьма трейдерами може провокувати прийняття схожих рішень.

7. Неможливо прийняти економічне рішення, яке б дало можливість отримати надприбутки – дане положення спростовується не тільки легендами інвестиційного світу (У. Баффет, Дж. Сорос), але і самим фактом існування та розмірами оплати чисельного штату біржових аналітиків та трейдерів. Вибухи волатильності (різке зростання коливань цін активу) лише підтверджують принципову можливість отримання надприбутків від біржових операцій. Крім того, якщо б отримання прибутків було неможливим, то ринки б зникли.

8. Ринкова ціна завжди дорівнює внутрішній вартості активу – ціни на фінансові активи значно відхиляються від рівноважних протягом тривалих періодів часу. Найбільш характерним прикладом практичної обмеженості даного положення ГЕР є виникнення і схлопування цінових бульбашок.

Жодна теорія не може пояснити все, і ГЕР не є винятком. Але від теорії і не вимагається, щоб вона повністю відтворювала світ у всій його складності. З цього приводу можна навести слова відомого американського історика та філософа Томаса Куна: «теорії кишать аномаліями, але ми підготовані до того, щоб жити з ними, якщо знаходимо якусь теорію більш корисною, ніж її альтернативи». Інакше кажучи, для того, щоб відкинути якусь теорію, нам потрібна інша, краща теорія. Таким чином, не зважаючи на те, що ГЕР фактично є ідеалізацією, яка не в повній мірі відображає реальний стан речей, вона слугує корисним мірилом відносної ефективності ринків.

ANALYSIS OF ECONOMIC GROWTH IN NIGERIA FROM INDEPENDENCE TO PRESENT

Ebiziem V., Student
Suny State University

Economic growth refers to increase in a country's potential GDP, although this differs depending on how national product has been measured. Economic growth must be

sustained for a developing economy to break the circle of poverty. Countries usually pursue fiscal policy applies to the use of fiscal instruments. But in contrast regarding the negative economic growth in Nigeria; it is a decrease in her potential GDP. Generally, economic growth theory deals with long-run growth trend of the economy or potential growth path, the focus is on factors that leads to economic growth overtime and forces that allow some countries to grow rapidly, some slowly and others not at all.

The case of this paper is the growth of economy in Nigeria from independence to present. The focus of Nigeria economy lies on oil and agriculture. In the period 1960-70, the Gross Domestic Product (GDP) recorded 3.1 per cent growth annually. During the oil boom era, roughly 1970–78, GDP grew positively by 6.2 per cent annually – a remarkable growth. However, in the 1980s, GDP had negative growth rates. In the period 1988-1997 this constitutes the period of structural adjustment and economic liberalization. In the years after independence, industry and manufacturing sectors had positive growth rates except for the period 1980-1988 where industry and manufacturing grew negatively by – 3.2 per cent and – 2.9 per cent respectively. The growth of agriculture for the periods 1960-70 and 1970–78 was unsatisfactory. In the early 1960s, the agricultural sector suffered from low commodity prices while the oil boom contributed to the negative growth of agriculture in the 1970s. The boom in the oil sector lured labor away from the rural sector to urban centers.

The contribution of agriculture to GDP, which was 63 percent in 1960, declined to 34 per cent in 1988–1990, not because the industrial sector increased its share but due to neglect of the agricultural sector. The government’s expenditure now becomes a net importer of basic food items. The oil boom that supposed to affect the economy positively brought negative growth to the economy. This is because the land meant for agriculture lost its nutrient and the water got spoilt and dangerous for cultivation. The expenditure of the government affect the economy so high that nobody values agriculture and concentrated on the benefits that comes from oil (money) which can only be seen in the hands of few. Though from a cursory look at the Nigerian data on employment level and real GDP, it appears that the recent economic growth trends and patterns have been insufficient to make any appreciable impact on employment generation and poverty reduction, but this has not been sufficiently investigated empirically in the literature. However, the statistics especially on unemployment must be interpreted with caution. Most job seekers do not use the labor exchanges, apart from the inherent distortions in the country's labor market. Based on some basic indicators, it appears that the economy performed well during the years immediately after independence and into the oil boom years.

Therefore, the expenditure should be channeled to creating jobs and employment, also establish ways to improve the agricultural sector which is the landmark of Nigeria (Africa) economic growth.

Scientific Advisor: Senior Lecturer Vernidub N.A.

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ СТАБІЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Жулінська К.М., викладач

ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

Зважаючи на істотність ролі банківського сектору в Україні, як основного фінансового посередника в ланцюгу «заощадження – інвестиції», стабільність банків є необхідною умовою розвитку економіки країни. Стабільність банківської системи визначено як динамічну характеристику, яка виражається у здатності системи протистояти ендогенним та екзогенним шокам, у процесі чого її відхилення від рівноважного стану не призводить до зменшення рівня довіри зі сторони економічних суб'єктів. Стабільно функціонуюча банківська система забезпечує акумуляцію надлишкової ліквідності, зменшує рівень тінізації економіки, сприяє розвитку довгострокового кредитування, що слугує каталізатором економічного зростання та підвищення добробуту населення. Для завчасного передбачення дисбалансів у банківській системі, центральні банки багатьох країн проводять моніторинг їх фінансової стійкості.

Відповідно до рекомендацій МВФ в Україні запроваджено методику комплексної оцінки стабільності фінансового сектору нашої держави, що включає 12 індикаторів для щоденного моніторингу та 23 – для щомісячного. Щомісячні показники оцінки фінансової стійкості банківської системи НБУ наводить у повній мірі лише з травня 2011 р. Значна уніфікованість загальноприйнятого підходу виступила поштовхом до формування пропозицій щодо удосконалення методики оцінки стабільності банківської системи в Україні.

Переваги розробленої методики оцінки стабільності банківської системи полягають у її сигнально-випереджальному характері, що пов'язано з використанням нормативно-індексного підходу, та врахуванні особливостей функціонування банківської системи в Україні (схильність до закордонних заощаджень, що обумовлює важливість введення показника оцінки валютного ризику при залученні коштів нерезидентів та показника співвідношення власного капіталу і обсягів запозичень у нерезидентів). Крім того, методика передбачає використання оцінкової шкали для надання якісної інтерпретації отриманим розрахункам.

Розроблений підхід базується на використанні методів непараметричної статистики та головних компонент. На основі методу головних компонент визначено пріоритетність включених до моделі оцінки стабільності банківської системи 12 показників, серед яких найбільш значимим виявився показник співвідношення проблемних кредитів до сукупного кредитного портфеля банків.

За результатами застосування моделі стан банківської системи у 2011 р. охарактеризовано як загроза стабільності, де «найслабшими» місяцями виявлено недостатній рівень довіри до банків, збитковість їх функціонування. За результати першого півріччя 2012 р. стан банківської системи, як і раніше, оцінено як загроза стабільності, причому загальною ознакою епогіршення ліквідності, недостатня ефективність використання активів та власного капіталу банків.

Позитивним фактом є суттєве (майже на 15 в.п., станом на 1.04.2012 р., відносно попереднього року) зниження рівня чистої відкритої позиції в іноземній

валюти до капіталу банків, що свідчить про позитивні тенденції у збалансуванні вимог та зобов'язань банків в іноземній валюті, що сприяє їх меншій чутливості до курсових коливань. Побоювання викликає посилення впливу політичного фактору як потужного чинника циклічності економіки України та спровокований цим наростаючий попит на іноземну валюту, що може у сукупності викликати інфляційні сплески, зниження довіри до банків.

Застосовувати вищеописані принципи аналізу доцільно окремо для системно важливих банків з погляду економіки України. При цьому варто запроваджувати спеціальне, більш жорстке регулювання системоутворюючих банків. До таких заходів можна включити посилення вимог до адекватності капіталу, зобов'язавши системоутворюючі банки утримувати регулятивний капітал відносно активів в обсягах, більших наразі встановлених 10%. У разі порушення банками такої вимоги, доцільним є накладання стягнень, отримувачами яких можна визначити Фонд гарантування вкладів фізичних осіб.

Загалом, важливим питанням є корегування підходу до визначення системоутворюючого банку, яким, відповідно до Закону України „Про банки та банківську діяльність” названо банк, зобов'язання якого становлять не менше 10% сукупних зобов'язань банківської системи. Виходить, що за вищенаведеним критерієм до переліку системоутворюючих належить, станом на 1.07.2012 р., лише Приватбанк (15,4 % від сукупних зобов'язань).

Посилена увага до аналізу стабільності банків, особливо системоутворюючих, з використанням інструментарію, що носить сигнально-випереджальний характер, сприятиме завчасному реагуванню НБУ на погіршення тенденцій стабільного функціонування банківської системи. Це сприятиме формуванню стійкої довіри до банків зі сторони вкладників, що виступає необхідною умовою розвитку довгострокового кредитування як рушія економічного зростання в Україні.

INVESTIGATION OF SURFACE WATER BODIES POLTAVA REGION

Iliash O.E., Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,

Sen S.S., student

Poltava National Technical University named after Yuri Kondratyuk

Implementation of quality of surface waters is important stage on which priorities are determined by water protection activities, the Organization of monitoring networks and water-planning activities.

The river network of the Poltava region includes a large river – the Dnieper, which flows within the region in the area 145 km long, 8 medium-sized rivers with total length of 1,360 km and 1,771 small rivers, streams and creeks total length of 11,501 km, and 69 small reservoirs. The main sources of water area is the river Sula, Psel, Vorskla, Orel and their tributaries, and Kremenchug water reservoir and the river Dnipro [1].

Monitoring of water sources in the region shows that the negative processes in rivers, reservoirs and ponds continues. Most rivers and streams zamulylyssa, overgrown wetland vegetation and shrubs have lost their natural meaning. They do not have draining capacity, resulting in a floodplain wetlands and flooded the land and not used in the

agricultural sector. Especially this is true for small rivers, channels length does not exceed 20-35 km. Because of their beds and swamps flooded land is not created water-coastal zone, they are in poor sanitary condition and Hydrotechnical.

The study of water quality of rivers in Poltava region was performed on the basis of the known Ukrainian methodological approach developed Derzhkomhidrometom [2], based on an assessment of water quality of groundwater by hydro chemical parameters. This method involves identifying combinatorial pollution index (goats) based on detection of dangerous level for each of the selected indicators in alignment and determination of recurrence cases exceeding MPC and multiplicity dangerous level.

For the purposes of these studies was chosen range from 8 hydro chemical parameters, namely: BOD5, chlorides, sulfates, iron general, nitrite ions, nitrogen salt of ammonia, phosphates, petroleum products. Studies were conducted according to the observations of the Poltava Oblast Sanitary and Epidemiological Service and the State Department of Environmental Protection in the Poltava region during the 2005-2011 year (by 106 ranges).

The evaluation of quality of river water pollution of Poltava, on average, ranging from class III "dirty water" (goats = 3.0) to fourth grade "very dirty" (goats = 6.25). Water quality in the alignment of the rivers Dnieper and Psel mainly refers to the third class, that is classified as "dirty" (goats = $3,0 \div 4,0$), water quality in rivers Sula, Khorol and Vorskla is characterized class IV – "very dirty" water. Especially negative status regarding pollution formed in the alignment of small rivers curve ore, was dry Lohvytsya, r Kolomak, r Bagachka, was dry Kahamlyk, by Uday, R. Tatar, r beater, he Hovtva, by dry Kobelyachok, was rotten Orzhytsya – goats on the calculation of water quality monitoring data alignment rivers belongs to class IV (very dirty) (Fig. 1).

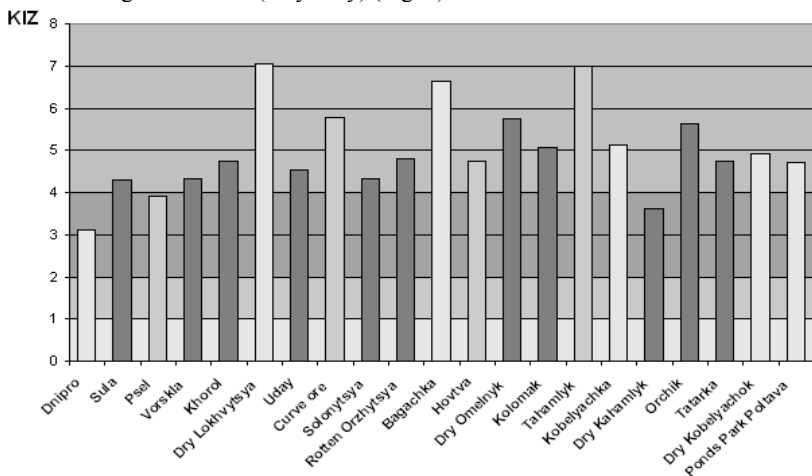


Figure 1 The analysis of surface water in Poltava region for the period 2005 – 2011

According to research in 99 ranges of a total of 106 alignment quality of water in

reservoirs from pollution is classified as "very dirty" (fourth level). This group of water bodies is almost all small rivers. Only 4% of the total number of points for research on pollution levels classified as "contaminated" (second level).

The results of these studies are a prerequisite for selection of priority direction of environmental activities in the Poltava region until 2015 – the restoration and maintenance of favorable hydrological regime and the health of rivers, certification of small rivers and reservoirs [3].

1. Agro ecological Atlas of Poltava. Environmental Library of Poltava. Issue 7. – Poltava, 2009. – 7 p.
2. Environmental assessment of surface water quality sushu and estuaries Ukraine: methods. CPV 211.1.4.010-94. – К., 1994. – 37 p.
3. Regional program for environmental protection, rational use of natural resources and environmental safety, taking into account regional priorities of the Poltava region in 2012-2015 years ("Environment-2015"). – Poltava, 2012. – 164 p.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ АВТОНОМНОСТІ ТЕРИТОРІЙ В ПРОЦЕСІ РЕГУЛЮВАННЯ МІСТОБУДІВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Ілляшенко К.В., к.е.н., доц.
Сумський державний університет

Просторовою базою розвитку продуктивних сил є земля. У випадку, коли мова йде як про сталий розвиток окремих населених пунктів, так і цілих регіонів України просторовою базою поступального розвитку виступає певна комбінація земель конкретної площі, категорії та цільового призначення.

Будь-яке економічне явище, або процес породжують зміну певних характеристик у просторі або часі. Розуміння просторових особливостей еволюції процесу допомагає виявити його суть та більш об'єктивно і точно підібрати ефективні важелі впливу на процес з урахуванням його специфіки.

Пропозиція земель населених пунктів як за обсягом так і за структурою окремих категорій земель у загальній величині земельного фонду міста є відносно сталою величиною. Сталість є певною мірою наслідком дії регламентуючих обмежень. На загальнодержавному рівні нормативно-правове регулювання містобудівної діяльності місцевих суб'єктів відбувається у першу чергу через наявність жорстких вимог до складу і змісту містобудівної документації (перш за все – генерального плану міст), а також вимог щодо необхідності обов'язкового врахування положень цієї документації при розробці містобудівної документації нижчого рівня, якою впорядковується безпосередньо забудова та інше використання території міста. На місцевому рівні проекти зонування територій та детальні плани територій, враховуючи інтереси усіх зацікавлених сторін (громади, інвесторів та органів влади), визначають конкретні параметри середовища, які безпосередньо впливають на його привабливість як для населення, так і бізнесу.

Штучне обмеження кількості територій відповідного цільового призначення при наявності жорстких санкцій за нецільовий характер використання землі дозволяють створити умови для централізованого акумулювання місцевим органам фінансових ресурсів достатніх для забезпечення нормативних (бажаних) показників

автономії території (рис. 1).

При незмінному попиті на землю відповідного цільового призначення (крива D не рухається) скорочення у генеральному плані, наприклад, обсягів земель які можливо використовувати під комерцію ($S1 \rightarrow S2$) автоматично призводить до зміни ціни ресурсу з $P1$ до $P2$. Сукупна вартість земель відповідного цільового призначення для міста зростає на величину, що дорівнює площі заштрихованої геометричної фігури.

Цікавим при цьому є той факт, що зростає в ціні як земля, яка безпосередньо обертається на ринку, так і та, яка не є у даний час об'єктом купівлі-продажу.

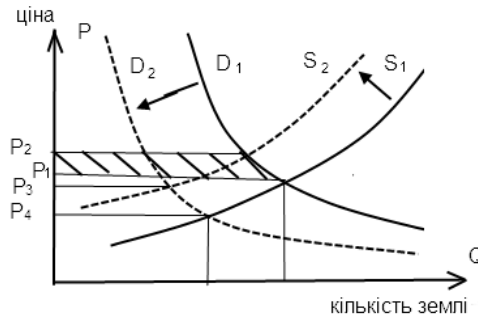


Рис. 1 Вплив регулювання містобудівної діяльності на вартість земельних ресурсів

Приріст вартості земельних ресурсів має непересічне значення для економіки міста: по-перше, зростання вартості одного із ключових факторів виробництва призводить неминуче до конкуренції за простір серед представників бізнесу, що як наслідок призводить до алокації у відповідній місцевості найбільш ефективних і сучасних технологій, які в свою сергу вимагають висококваліфікованої робочої сили. Зростання вимог до персоналу супроводжується зростанням і надходжень до бюджету відповідного рівня через механізм оподаткування доходів громадян, що діє в Україні.

По-друге, зростання вартості нерухомого майна автоматично призводить до збільшення надходжень до місцевого бюджету у вигляді податку на нерухомість для громадян і податку на землю як для фізичних, так і для юридичних осіб.

При цьому актуальними залишаються питання, які до цього часу не знайшли свого вирішення:

1. яким чином зміна структури земель населеного пункту впливає на потенціал території та якість життя населення, як показники що визначають привабливість населеного пункту в очах потенційної робочої сили (тобто як унеможливити зміну попиту від $D1$ в напрямку до $D2$).

2. недосконале законодавство щодо визначення справедливої вартості землі для цілей оподаткування: нормативно-грошова оцінка землі не враховує вплив багатьох ціноутворюючих факторів, а отже сильно відрізняється від ринкової.

3. відсутність на державному рівні чіткої формалізованої методології просторового планування розвитку міст з урахуванням можливих змін таких показників, як якість життя населення, потенціал території та ін.

СВІТОВА КРИЗА ЗАБОРГОВАНОСТІ

Ілляшенко Т.О., к.е.н., Павленко І.В., студент
Сумський державний університет

Однією з серйозних проблем функціонування глобальної фінансово-економічної системи є криза міжнародної заборгованості. Такі кризи починаються з того, що будь-яка країна або група країн оголошують про неможливість виплачувати свої зовнішні борги або про анулювання свого боргу. Якщо країна – боржник не має бажання погасити свою заборгованість, то домогтися відновлення виплат від неї досить складно, а найчастіше буває просто неможливо. У ролі позичальника виступає уряд іноземної держави, тому пред'явити та застосувати санкції до такого позичальника, які б могли застосуватися для звичайного неплатника тієї чи іншої країни, неможливо. Коли окремі порушення в сфері міжнародного кредитування та запозичення приймають масовий характер, починається чергова криза світової заборгованості.

Визначимо причини, що призводять до кризи світової заборгованості. Зовнішні запозичення збільшують ресурси економічного розвитку, але за отримані кредити рано чи пізно потрібно розраховуватися. Загострення проблеми обслуговування зовнішнього боргу відбувається під впливом багатьох факторів, серед яких найважливішими є: надмірне зростання зовнішнього боргу країни; зменшення притоку довгострокових кредитів і зростання притоку короткострокових кредитів на ринкових умовах, в результаті чого відбувається зростання процентної ставки; труднощі в регулюванні платіжного балансу в результаті погіршення умов торгівлі; загальний спад виробництва або різке погіршення зовнішніх чинників (зміни цін, процентних ставок, обмінного курсу); втрата країною довіри іноземних кредиторів, що веде до зменшення обсягу кредитування; втеча капіталів з країни в результаті погіршення економічної та політичної ситуації.

Коли дію названих факторів призупинити неможливо, настає чергова криза світової заборгованості.

Однією з головних причин періодичної повторюваності міжнародної кризи заборгованості є наявність сильної мотивації щодо відмови від платежів за боргом суверенними боржниками. Якщо уряди-боржники приходять до висновку, що виконання всіх платіжних зобов'язань не забезпечує більше чистого припливу коштів у майбутньому, з'являється стимул відмовитись від частини або від усіх платежів за боргом, аби тільки уникнути відпливу ресурсів з країни.

Найбільші боржники держави світу показані в табл. 1.

У 80-90-і роки були вироблені і застосовані на практиці різні механізми з вирішення або відстрочення проблеми боргової кризи. Прийняті за згодою кредиторів та боржників заходи, спрямовані на підтримку платоспроможності кредиторів у середній і довгостроковій перспективі, одержали назву реструктуризації (перегляду) боргу. Реструктуризація зовнішнього боргу ввібрала в себе різні заходи: скорочення боргу; перенесення платежів; взаємозалік або обмін в національній валюті одного боргу на інший; рекапіталізація.

Організацією, що займається питаннями кредитних відносин між урядами, тобто питаннями офіційної заборгованості, є «Паризький клуб», у який країна-

боржник подає свою справу на розгляд представників 17 урядів країн-членів ОЕСР перш, ніж будуть розроблятися двосторонні угоди з кожним окремим боржником. Зміна термінів погашення кредитів, наданих комерційними банками, відбувається в рамках «Лондонського клубу».

Таким чином, міжнародна заборгованість є гострою проблемою світової економіки. Економічне становище країни внаслідок глобалізації фінансових ринків дедалі більше залежить від зовнішніх джерел, необхідних для покриття дефіциту державного бюджету, внутрішнього інвестування, соціально-економічних реформ.

Таблиця 1

**Зовнішній борг деяких країн світу, млрд. дол.
(станом на 30.06 2011 р.) [1]**

№	Країна	Обсяг боргу(\$)	№	Країна	Обсяг боргу(\$)	№	Країна	Обсяг боргу(\$)
1	Європейський Союз	16080	14	Канада	1181	27	Польща	365,400
2	США	14710	15	Швеція	1016	28	Індія	316,900
3	Сполучене Королівство	9836	16	Гонконг	903,200	29	Туреччина	309,600
4	Франція	5633	17	Австрія	883,500	30	Мексикі	279,800
5	Німеччина	5624	18	Норвегія	644,500	31	Угорщина	232,500
6	Японії	2719	19	Данія	626,900	32	Індонезія	223
7	Італія	2684	20	Грецію	583,300	33	Об'єднані Арабські Емірати	151,800
8	Іспанія	2570	21	Португалія	548,300	34	Румунія	143,500
9	Ірландія	2357	22	Росія	538,600	35	Аргентина	132,500
10	Люксембург	2146	23	Китай	529,200	36	Ісландії	124,500
11	Бельгія	1399	24	Фінляндія	518	37	Казахстан	124,100
12	Швейцарія	1346	25	Південна Корея	398	38	Україна	123,400
13	Австралія	1302	26	Бразилію	396,200	39	Ізраїль	112,400

Але світова криза заборгованості може призвести до світової економічної кризи та падіння всієї світової економіки.

1 Country Comparison to the World [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2079rank.html?countryCode=&rankAnchorRow=#top>. – Назва з екрану

ПІДХОДИ ДО ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ НАПРЯМІВ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ

Ілляшенко С.М., д.е.н., проф., **Ілляшенко Н.С.**, к.е.н.
Сумський державний університет

Для економіки України все більшою мірою актуалізується проблема виявлення (прогнозування) і обґрунтування найбільш перспективних напрямків науково-

технологічного інноваційного розвитку, реалізація яких дозволила б реалізувати відносні конкурентні переваги, перейти до випереджаючої стратегії інноваційного прориву.

Розв'язання зазначеної проблеми потребує попереднього визначення факторів, які будуть визначати успіх стратегій інноваційного економічного зростання як у найближчій (до 3-5 років), так і у віддаленій перспективі – на час становлення б технологічного укладу. Це є конче необхідним, оскільки зараз вітчизняна економіка розвивається, в основному, на базі виробництва 3-4 технологічних укладів (завершилися, відповідно у середині 30-х і середині 80-х рр. ХХ ст.), і в незначному ступені на базі виробництва 5 технологічного укладу (панівного на поточний час). Тим самим закладено технологічне відставання економіки яке, якщо згаяти час, подолати буде неможливо. Відповідно, постає фундаментальна проблема визначення і урахування (при виборі траєкторій інноваційного прискорення) факторів, що визначають можливості реалізації наявних і перспективних конкурентних переваг вітчизняної економіки у нових техніко-технологічних і соціо-економіко-екологічних умовах які будуть складатися у найближчій і віддаленій (на час початку і становлення б технологічного укладу) перспективі.

Згідно попередніх досліджень авторів прогнозування напрямків економічного розвитку потребує вирішення наступних комплексів завдань:

1. Експертна оцінка стану і тенденцій розвитку науки і техніки в Україні і світі.

2. Проведення комплексу маркетингових дослідження для виявлення найбільш імовірних тенденцій зміни споживчого попиту на різних товарних ринках (національних і міжнародних).

3. Оцінка конкурентного потенціалу та конкурентних переваг вітчизняної економіки.

Їх розв'язання дозволяє виділити і обґрунтувати перспективні з наукової і комерційної точки зору напрями розвитку.

Відповідно до виділених комплексів завдань сформульовані основні етапи розробки теоретичного підґрунтя і методичних засад факторного аналізу напрямів реалізації конкурентних переваг вітчизняної економіки у середньостроковій і довгостроковій перспективі:

- обґрунтування складу, структури і обсягу вибірки експертів для прогнозування перспективних напрямів інноваційного науково-технологічного розвитку на світовому, державному, галузевому та регіональному рівнях;

- розробка критеріальної бази для відбору найбільш перспективних напрямів інноваційного науково-технологічного розвитку вітчизняної економіки, а також визначення їх пріоритетності з урахуванням можливих сценаріїв змін економічних, політико-правових, екологічних, соціально-демографічних та техніко-технологічних умов;

- розробка теоретико-методичних засад проведення експертних опитувань щодо виявлення перспективних напрямів інноваційного науково-технологічного розвитку України, обробки та інтерпретації їх результатів;

- прогнозування тривалості життєвого циклу існуючої і нової техніки та технологій, що становлять основу найбільш перспективних напрямів, для коригування відповідно до цього стратегічних перспектив інноваційного науково-

технологічного розвитку;

- імітаційне моделювання змін споживчих потреб щодо продукції основних галузей сфери виробництва і сфери послуг, залежно від змін стану складових макро- і мікросередовища господарювання;

- виділення основних факторів, які будуть визначати успіх стратегій інноваційного економічного зростання в Україні і світі у найближчій і віддаленій перспективі;

- оцінка конкурентного потенціалу економіки України відповідно до тенденцій змін умов зовнішнього макро- і мікросередовища у близькій і віддаленій перспективі;

- прогнозування найбільш перспективних напрямів інноваційного науково-технологічного розвитку вітчизняної економіки.

Згідно виділених етапів повинні формуватися процедури і алгоритм їх реалізації для розроблення теоретичних засад, а також комплексу методик та рекомендації щодо їх застосування, які у сукупності становитимуть методологічне та теоретико-методичне забезпечення складання стратегічних прогнозів щодо виявлення факторів, які визначатимуть у найближчій і віддаленій перспективі успішність вибору найбільш перспективних (з огляду на наявні і прогнозовані конкурентні переваги держави, а також на тенденції зміни умов техніко-технологічного і соціо-економіко-екологічного середовища) напрямів інноваційного науково-технологічного розвитку України.

РИСКИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭНЕРГОПРОИЗВОДСТВА УКРАИНЫ

Караева Н.В., к.е.н., доц.

*Национальный Технический Университет Украины
«Киевский политехнический институт»*

Среди насущных проблем, которые необходимо решать любому государству, проблемы обеспечения экономики и населения топливно-энергетическими ресурсами имеют определяющее значение для перехода на инновационный путь развития.

В Украине формирование рыночных отношений в энергетическом секторе создало как новые возможности для его инновационного развития, так и новые риски, требующие поиска системы решений позволяющих реализовать экономический потенциал развития энергопроизводства, обеспечивая при этом, конкурентоспособное развитие всей экономики. Так, например, реформирование электроэнергетического рынка (ЭР) Украины привело к появлению новых субъектов рынка (электроэнергетические компании, потребители, государственные и региональные органы власти, инвесторы и общественные организации), новых условий и правил функционирования, а, следовательно, появились и новые риски субъектов ЭР. Риск в энергетике связан с вероятностью возникновения нежелательных событий (угроз) в условиях неопределенности и конфликта интересов разных групп субъектов ЭР. Конфликт интересов субъектов ЭР обусловлен, прежде всего, принципиально новым механизмом установления отпускных цен. В период существования естественных монополий цены на разные виды энергии определялись из расходов на производство

и транспорт. С появлением ЭР цены начали устанавливаться по результатам ежегодных торгов, на которых котируются как «спотовые» контракты, так и контракты, где срок снабжения может меняться в пределах года. Поэтому большинство субъектов ЭР в серьезной мере склонно к финансовым рискам, связанным с коммерческими аспектами их деятельности. К ним, в первую очередь, следует отнести [1, 2]:

- финансовые риски колебания цен реализации электроэнергии в свободном секторе торговли;

- финансовые риски, которые возникают в результате колебания цен на топливо, другие материальные ресурсы. Именно противоречия в системе ценовой взаимозависимости субъектов ЭР являются важнейшей проблемой повышения эффективности развития всей экономики, поскольку их преодоление позволит обеспечить взаимовыгодную реализацию интересов тех или иных субъектов. При этом кризисное финансовое состояние экономики страны, низкая платежеспособность потребителей – главная причина деформации механизма рыночного ценообразования на электроэнергию.

Также основными источниками формирования рисков инновационного развития энергопроизводства являются:

- высокая энергоемкость потребления энергетических продуктов в отраслях экономики и социальной сфере;

- изношенность основных фондов и технологическая отсталость; высокие и неустойчивые цены на основные энергоресурсы;

- большая доля импорта в балансе энергопотребления с подавляющей долей импорта из одной страны природного газа, ядерного топлива, нефти;

- непоследовательная государственная политика реформирования энергетики;

- деформации рыночных механизмов ценообразования;

- конфликт интересов производителей энергии и энергоснабжающих компаний. Сущность конфликта состоит в том, что существующая система взаимоотношений в данном комплексе более полно позволяет реализовать интересы энергоснабжающих компаний, что обуславливается как технологическими особенностями производства, так и спецификой взаимоотношений. Так, например, цены на энергию регулируются государством, а цены на промышленную продукцию, в том числе для нужд энергопредприятий, фактически свободны;

- противоречия в формировании структуры экономики, способной обеспечивать развитие ее постиндустриальной модели и структуры ЭР – трансформация энергетики должна решать не только проблемы финансовой самостоятельности его отраслей или надежности обеспечения экономики топливно-энергетическими ресурсами, но и позволять обеспечивать структурную трансформацию экономики.

Таким образом, формирование стратегии инновационного развития энергопроизводства Украины, направленной на преодоление вышеуказанных конфликтов и рисков возможно только с учетом специфики трансформационных процессов, тактических и стратегических приоритетов развития экономики. Именно структурная трансформация экономики будет оказывать существенное влияние на процессы трансформации энергопроизводства.

1. Моделювання впливу інтеграційних рішень в енергетиці на передумови досягнення сталого розвитку території: монографія / І.І.Гусева, В.В.Дергачева, Н.В.Карасва, Б.С.Серебренніков, І.В.Сегада; за заг. ред. Н.В.Карасвої. – Черкаси: видавець Чабаненко Ю.А., 2010. – 364с.

2. Ризик-менеджмент суб'єктів енергетичного ринку як складова механізму забезпечення енергетичної безпеки: монографія / Н.В.Карасва, І.І.Гусева, В.О.Бараннік, А.О.Савицька. – К.: Софія-А, 2012. – 256 с.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНОГО СТАНУ ВАЛЮТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Казарінов Д.В., аспірант, **Лисенко В.С.**, аспірант
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

Валютний ринок та його регулювання займає провідне місце в економічній політиці держави, адже він є важливим не лише для банківських установ, але і для суб'єктів підприємницької діяльності та населення країни. Відповідно до зазначеного, валютне регулювання може бути стимулом для економічного розвитку в країні та передумовою для посилення позицій держави на світовому ринку. Розвиток валютних відносин всередині країни можливий за умови нормального функціонування ринку, на якому можна вільно продати та купити валюту.

На сьогоднішній день існує декілька визначень валютного ринку, згідно яких він трактується як з організаційного боку, так і з боку відносин між учасниками, які на ньому виникають. Будемо вважати, що валютний ринок є регламентованим національним законодавством механізмом купівлі-продажу національної валюти, її конверсії в іноземні валюти.

Основними учасниками валютного ринку України є НБУ, комерційні банки, юридичні та фізичні особи, а також кредитно-фінансові установи.

Сучасний український валютний ринок можна вважати достатньо сформованим, а існуючий механізм валютного регулювання, на думку експертів, є досить дієвим. Основним нормативним документом, який регламентує операції з іноземною валютою на території України є Декрет КМУ «Про систему валютного регулювання та валютного контролю», втім, окрім нього існує ряд документів які чітко визначають дії учасників валютного ринку щодо проведення валютних операцій. НБУ впливає на валютні курси, проводить політику, спрямовану на збереження сприятливих умов для кредитної підтримки банківською системою процесів економічного розвитку з одночасним запобіганням утворенню монетарних ризиків для цінової стабільності.

Валютно-курсова політика Національного банку України ґрунтується на принципах, визначених в Меморандумі про економічну та фінансову політику та передбачає послідовне запровадження гнучкого курсоутворення, посилення прозорості валютних інтервенцій з одночасним підвищенням питомої ваги валютних аукціонів, визначення офіційного курсу гривні за результатами торгів на міжбанківському валютному ринку, дотримання критеріїв ефективності, включаючи нижню межу щодо рівня чистих міжнародних резервів.

Сучасний стан валютного ринку характеризують офіційні обмінні курси, сформовані всередині країни, розмір золотовалютних резервів, валютні інтервенції

центробанку, показники доларизації економіки тощо.

Станом на жовтень 2012 р. офіційний курс долара США склав 799,3000 грн. за 100 дол. США, курс української гривні до євро – 1036,0527 грн. за 100 євро, а курсова пара гривня-російський рубль становила 2,5354 грн. за 10 рублів. Якщо розглядати в динаміці за останні три роки, то долар залишається практично незмінним, євро подешевшало (з 12 грн. за 1 євро у 2009 р.), а російський рубль був найдорожчим у 2011 р. (29 копійок за 1 рубль).

Найбільша частка кредитів в іноземній валюті, які мають українські громадяни, була у кризовий 2008 р. (59,1%), втім, після різкого подорожчання долара по відношенню до гривні, вона почала зменшуватися (до 40,23% в 2011 р.).

Міжнародні резерви НБУ станом на 01.11.2012 становили 26811,7 млн. доларів США.

Таким чином, на сучасному етапі існують деякі хвилювання щодо національного валютного ринку. Співвідношення гривні і долара хвилює не тільки професіоналів, а й широкі верстви населення України. Проте, крім дій НБУ, на валютні курси в Україні впливають і події світових валютних ринків. Зважаючи на це, погіршення темпів економічного зростання як на світовому ринку, так і в межах держави, матиме негативний вплив на національний валютний ринок.

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НЕДЕРЖАВНИХ ПЕНСІЙНИХ ФОНДІВ В УКРАЇНІ

Карпіщенко О.І., к.е.н., проф., **Катериніна М.П.**, студентка
Сумський державний університет

На сьогоднішній день для України сфера пенсійного забезпечення громадян є все більш актуальною. Постійне зростання кількості пенсіонерів потребує необхідності реформування системи пенсійного забезпечення. Цей процес був розпочатий з 2004 року, коли законами «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» та «Про недержавне пенсійне забезпечення» було запроваджено два рівні пенсійної системи: оновленого солідарного рівня та недержавного пенсійного забезпечення на добровільних засадах.

У розвинених країнах світу передбачається існування трьох рівнів системи пенсійного забезпечення. Крім солідарної системи вона включає обов'язкову накопичувальну і добровільну накопичувальну системи. Щодо останньої, то вона стає все більш актуальною – її діяльність може здійснюватися завдяки страховим організаціям, банківським установам та недержавним пенсійним фондам (НПФ).

Зосередимо увагу саме на розгляді останнього варіанту. Українським законодавством передбачається існування трьох типів НПФ: відкритих, корпоративних та професійних. В Україні переважно функціонують відкриті НПФ, вкладником яких може стати будь-який громадянин. Корпоративний НПФ створюється для формування пенсійного фонду роботодавцями для своїх працівників. Найчастіше засновниками таких фондів є декілька великих компаній. Щодо професійного НПФ, то його вкладниками можуть бути лише люди тієї професії, профспілка якої його заснувала.

В Україні на початок 2011 року зареєстровано 101 НПФ, з них 83 – це відкриті

фонди. Але така цифра є загальною і не дозволяє побачити реальні показники діяльності фондів. Так із загального числа НПФ тих, у яких чиста вартість активів на початок 2011 року перевищила 1 млн. гривень було лише 29. За даними Держфінпослуг, кількість учасників НПФ на 1 січня 2011 року становила 569,2 тис. осіб, але валова частка вкладів належала юридичним особам, що свідчить про відсутність попиту на послуги НПФ у населення.

Загалом усі НПФ є неприбутковими організаціями і функціонують за рахунок визначеного відсотку від вкладень. Основним завданням їх діяльності є невеликий, але стабільний приріст коштів вкладників. Особливістю діяльності НПФ є те, що вони провадять діяльність лише з національною валютою і досягнення більшого прибутку, ніж рівень інфляції можна досягти лише шляхом інвестування коштів у інструменти з високим ступенем надійності, якими можуть бути банківські депозити, цінні державні папери, дорогоцінні метали. Метою такої діяльності не є отримання надприбутків – головне, щоб інвестиції супроводжувалися мінімальним ризиком. Досягти необхідних результатів можна лише за рахунок успішної роботи НПФ і на інших сегментах ринку, що є можливим лише для третини організацій, які провадять свою діяльність в Україні.

Щодо функціонування НПФ на українському ринку, то основними показниками діяльності можуть слугувати чиста вартість одиниці пенсійних внесків, її приріст порівняно з інфляцією та кількість учасників.

Так чиста вартість одиниці пенсійних внесків показує, наскільки збільшилася кожна вкладена гривня з початку дії фонду. Наприклад, показник «1,5» означає, що внесена 1 тис. грн. на звітну дату становить 1,5 тис. грн., а «0,8» – 800 грн. Фонди з показниками, що перевищують чисту вартість початкових вкладів вдвічі – це Універсальний, ПриватФонд, Соціальний стандарт, ВСІ, Укрсоцфонд.

При річній інфляції близько 10 % зміна чистої вартості для НПФ «Універсальний» в останні роки складала приблизно 30 % за рік, для «ПриватФонду» – 12-14 %, для НПФ «Соціальний стандарт» – від 20 до 48 %, для НПФ «ВСІ» – більше 20 %, «Укрсоцфонду» – лише близько 8 %.

За кількістю учасників явну перевагу має НПФ «Європа», який має більше 135 тис. вкладників, але з них лише трохи більше 8 тисяч складають фізичні особи, решта – це компанії, які застрахували своїх працівників. Лідером за кількістю приватних вкладників є «Перший національний відкритий пенсійний фонд», учасниками якого є більше 13 тис. осіб. Серед вище перерахованих найбільшу кількість вкладників на початок 2011 року має «Укрсоцфонд» – 15,6 тис. осіб.

Отже, можна зробити висновок, що недержавне пенсійне страхування залишається в Україні лише на етапі початкового розвитку. Серед 83 відкритих фондів активну діяльність провадять не більше тридцяти, а задовільні показники роботи має лише кожен третій з них. НПФ не користуються значною популярністю у громадян. Причинами цього є обмеженість інформації про діяльність НПФ, недовіра населення та низькі фінансові можливості потенційних учасників, які все частіше мають можливість лише задовольнити поточні потреби і не в змозі вилучити частину доходів для безпосереднього накопичення майбутньої пенсії. Тож для розвитку НПФ необхідно покращення соціального становища в країні в цілому. В свою чергу, очевидні переваги фондів такі, як особисте визначення платником настання пенсійного віку, частоти, суми та тривалості виплат все ж гарантують в перспективі пріоритет НПФ над державним пенсійним забезпеченням в Україні.

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ»

Касьяненко В.О., к.е.н.
Сумський державний університет

Проведене дослідження сутнісних аспектів економічного потенціалу показало, що на сьогодні у науково-методичній літературі існує досить широка палітра підходів до його трактування.

Найбільш широкого розповсюдження у науково-методичній літературі набув ресурсний підхід, у межах якого під економічним потенціалом традиційно розуміється сукупність необхідних для функціонування або розвитку системи різних видів ресурсів. Такої думки дотримуються Л. Абалкін, А. Анчишкін, Д. Черников, С. Белова, Є. Фігурновта інші.

Варто відзначити, що на сьогодні одержало розповсюдження дві «ресурсні» позиції.

Прихильники першої ресурсної позиції наголошують на тому, що економічний потенціал являє собою сукупність ресурсів без обліку їхніх взаємозв'язків і участі в процесі виробництва.

Особливість другої ресурсної позиції полягає у трактуванні економічного потенціалу як сукупності ресурсів, здатних виробити визначену кількість матеріальних благ.

В межах другого підходу під потенціалом розуміється сукупність потенційних можливостей та ключових компетенцій економічної системи, необхідних для забезпечення її нормального функціонування. Така точка зору представлена в роботах М.А. Іванова, Ю.Г. Одегов, К.Л. Андреева та ін. У роботах визначеного кола авторів акцентується увага на тому, що ефективність розвитку економіки базується не на використанні наявних ресурсів, а на потенційних можливостях виробництва.

Наступний підхід до визначення структури потенціалу підприємства – комплексний – підхід, в межах якого при трактуванні «економічного потенціалу» розглядаються дві його складові – ресурси та здатність до використання цих ресурсів.

Деяко іншої точки зору дотримуються прихильники об'єктно-суб'єктного підходу до визначення економічного потенціалу, згідно з яким економічний потенціал розглядається як результат економічних та виробничих відносин між суб'єктами господарювання. Варто відзначити, що такий підхід до визначення економічного потенціалу найбільш повно відповідає вимогам до його ефективного формування та використання, а також управління його розвитком, що забезпечує раціональне використання всіх наявних ресурсів. Разом з тим, такий підхід, як і попередні, є однобічним, оскільки розглядає кожен з складових економічного потенціалу відокремлено, не враховуючи при цьому взаємодію, взаємозамінність та взаємозалежність елементів.

Структурний підхід, в межах якого економічний потенціал визначається як результат взаємозв'язку між різними елементами економічної системи.

Прихильники *екзогенного підходу*, серед яких можна визначити Клейнера Г.Б., Тамбовцев В.Я., Качалова Р.М. у своїх дослідженнях акцентують увагу на необхідності врахування при розгляді «економічного потенціалу» впливу зовнішніх

умов на діяльність суб'єкта дослідження.

Таким чином, як видно з проведеного вище дослідження, існують різні підходи до визначення цього поняття. Одні автори роблять акцент на умовах й факторах, що визначають величину потенціалу, другі – на характері суспільно-економічних відносин, а треті взагалі на результатах його використання.

Разом з тим переважна більшість науковців погоджуються з тим, що економічний потенціал являє собою досить складну динамічну та ієрархічну систему, яка характеризується великою кількістю взаємопов'язаних елементів. Крім того, можна також виділити низку спільних ключових моментів, які є наскрізними для більшості виділених вище підходів до трактування поняття «економічний потенціал»: по-перше, у більшості з них, так чи інакше, потенціал розглядається як наявні та здатні бути мобілізованими засоби, запаси, джерела, тобто ресурси; по-друге, ці ресурси за певних умов можуть бути приведеними в дію та використаними для досягнення поставленої мети.

Підводячи підсумок, зауважимо, що, на нашу думку, при трактуванні поняття «економічний потенціал» варто дотримуватися змішаного підходу, який передбачає можливість одночасного трактування змісту однієї категорії декількома різнорідними ідентифікаторами, зокрема у нашому випадку такими як: ресурс, який є у розпорядженні економічної системи, його характеристика та потенційні можливості, які у сукупності забезпечують очікуваний результат.

1. Кунцевич В.О. Поняття фінансового потенціалу розвитку підприємства та його оцінки / В.О. Кунцевич// Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №7. – С.123–130.

2. Степанов А.Я., Иванова Н.В. Категория "потенциал" в экономике [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.jobs.ua/professions/finansy/1578/>

БЕНЧМАРКИНГ КАК ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Кицун М.В., студент

*УО «Гродненский государственный университет им. Я. Купалы»,
Беларусь*

Усиление конкуренции на мировых и отечественных рынках, стремительное развитие и смена технологий и другие факторы обуславливают новые требования к системе контроля предприятия. Современная динамичная среда предприятия требует углубления стратегических направлений контроля за счет применения такого специфического метода менеджмента, как бенчмаркинг.

Данная статья подготовлена на основе анализа бенчмаркинга в системе контроля предприятия ПТК «Химволокно» ОАО «Гродно Азот», которое является крупным производителем полиамидных и полиэфирных нитей и волокон, а также полиамида-6 (ПА-6) и полимерных композиционных материалов на его основе, для которого использование мирового опыта в производственной и управленческой сферах актуально.

Термином «бенчмаркинг» обозначается один из инструментов

совершенствования деятельности [3, с. 457-458]. По определению Американского центра производительности и качества, бенчмаркинг – это процесс, включающий: установление компанией ключевых сфер совершенствования работы своей фирмой; идентификацию и изучение лучшей практики других компаний в этих сферах; внедрение новых процессов и систем, обеспечивающих рост их производительности и качества [4, с.273].

Наиболее содержательное определение бенчмаркинга дал профессор Норвежского университета науки и технологии Б. Андерсен: «Бенчмаркинг — это постоянное измерение и сравнение отдельно взятого бизнес-процесса с эталонным процессом ведущей организации для сбора информации, которая поможет рассматриваемому предприятию определить цель своего совершенствования и провести мероприятия по улучшению работы». Большинство специалистов придерживается мнения, что бенчмаркинг — это изучение и внедрение методов управления других, успешно работающих при их помощи организаций путем сравнения с ними после выявления слабых сторон своей организации [3, с. 258].

Родоначальниками бенчмаркинга считают японцев, которые научились идеально копировать чужие достижения [1, с.123].

Так, на анализируемом предприятии исследуются европейская и американская методика контроля для выявления её сильных и слабых сторон и в последующем для усовершенствования контрольной деятельности на предприятии. Предприятие использует передовой опыт стран СНГ (ОАО "Нижнекамскнефтехим" – Россия и др.) и мирового уровня (фирмы DSM Dyneema (Голландия), Heneuwell Advanced Fibers and Composite (США), Nippon Dyneema (Япония) и др.).

Исходным моментом процесса бенчмаркинга на предприятии является сравнение параметров организации с достижениями других компаний. В соответствии с этим его целями являются: определение и анализ направлений и параметров деятельности организации, по которым имеется отставание от лучших компаний; постановка задач по улучшению работы в указанных направлениях и по выявленным параметрам; стимулирование и повышение возможностей для улучшения показателей и введения организационных изменений на базе более совершенной практики [4, с. 274].

На исследуемом предприятии выделяют такие виды бенчмаркинга, как: внутренний бенчмаркинг (осуществление внутри организации); бенчмаркинг конкурентоспособности (сопоставление с характеристикой предприятия конкурентов); функциональный бенчмаркинг (сравнение определенной функции двух или более организаций в том же секторе); бенчмаркинг процесса (изменение определенных показателей и функциональности для их сопоставления с предприятиями) [2, с.21].

Таким образом, бенчмаркинг — это не только передовая технология конкурентного анализа, но и процесс совершенствования. Основное содержание бенчмаркинга на ПТК «Химволокно» ОАО «Гродно Азот» состоит не столько в том, чтобы определить, насколько другие организации оказались успешнее, сколько выявить факторы и методы работы, которые позволили достичь более высоких результатов. При этом бенчмаркинг выступает и в качестве технологии обучения.

2. Воеводина, Н.А. Бенчмаркинг – инструмент развития конкурентных преимуществ: практ. пособие / Н.А. Воеводина, А.В. Кулагина, Е.Ю. Логинова, В.Б. Толберг. – СПб: Питер, 2004. – 272 с.
3. Кане, М.М. Системы, методы и инструменты менеджмента качества: учеб. пособие/ М.М. Кане, Б.В. Иванов, В.Н. Корешков, А. Г. Схиртладзе. – СПб.: Питер, 2008. – 560 с.
4. Румянцева, З.П. Общее управление организацией. Теория и практика: учебник / З.П. Румянцева. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 304 с.

Научный руководитель: д.и.н., проф. Рабцевич В.В.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВРАХУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ КОМПОНЕНТИ ПРИ ОЦІНЮВАННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇНИ

Ковальов Б.Л., к.е.н., Сюхіна А.Г., студентка
Сумський державний університет

Інноваційна модель економічного розвитку, створена на основі національних інноваційних систем та міжнародного співробітництва, забезпечує країнам якісне економічне зростання та сприяє підвищенню їх міжнародної конкурентоспроможності. Міжнародна конкурентоспроможність відіграє важливу роль у глобалізації міжнародної економіки країни. Останнім часом у економічно розвинутих країнах конкурентними перевагами вважаються не так матеріальні ресурси, як нові знання й технології, які, згідно з теорією конкуренції, теж є ресурсами. Поряд з цим актуальним залишається питання дослідження методичних підходів до оцінювання конкурентоспроможності держав.

Найпопулярнішими дослідженнями, які використовують кількісні та якісні методи оцінювання конкурентоспроможності, стали Щорічник світової конкурентоспроможності Інституту менеджменту і розвитку та Доповідь про глобальну конкурентоспроможність Всесвітнього економічного форуму. В Доповіді ВЕФ (2010 року) рейтинг конкурентоспроможності визначався для 80 країн світу згідно загального (Growth Competitiveness Index — GCI) та мікроекономічного (Microeconomic Competitiveness Index — MICI) індексів конкурентоспроможності. У 2010 р. рейтинг конкурентоспроможності визначався для 102 країн світу згідно з GCI та Business Competitiveness Index (BCI). Методика розрахунку GCI не змінилася, за винятком декількох запитань при опитуванні. Однак порівнювати рейтинги країн за цим показником у динаміці не можна.

Розрахунок BCI відповідає методиці мікроекономічного індексу. Експерти цієї організації виділяють наступні основні фактори, які впливають на економічне зростання будь-якої країни світу, а саме: технології, суспільні інституції та макроекономічне середовище. Тому при побудові індексу GCI (ІК) розраховували три індекси: технологічний, громадських інституцій та макроекономічного середовища. На його основі виявляють спроможність національних економік досягати сталого розвитку у середньостроковому періоді. Ці індекси розраховуються як за аналітичними даними, так і за даними анкетувань.

Крім того, всі країни згруповані як ключові інноватори (core innovators) та не інноватори (non-core innovators). Критерієм такого поділу послуговував показник кількості патентів, зареєстрованих на 1 млн. населення в США у 2010 році (більше,

ніж 25). Таких ключових технологічно-інноваційних країн є 28, а 52 країн було віднесено до групи технологічно неключових економік. Тому для першої групи загальний індекс конкурентоспроможності розраховується як

$$IK_{к.інн.}(GCI_{c.інн.}) = \frac{1}{2}I_m + \frac{1}{4}I_{c.ін.} + \frac{1}{4}I_{м.с.}, \quad (1)$$

де I_m – технологічний індекс, $I_{c.ін.}$ – індекс суспільних інститутів, $I_{м.с.}$ – індекс макроекономічного середовища.

А для неключових інноваторів відповідно:

$$IK_{н.інн.}(GCI_{n-c.інн.}) = \frac{1}{3}I_m + \frac{1}{3}I_{c.ін.} + \frac{1}{3}I_{м.с.} \quad (2)$$

Але, дані критерії оцінювання є досить складними у розрахунку так, як такі показники як $I_{м.с.}$ (індекс макроекономічного середовища) та $I_{c.ін.}$ (індекс суспільних інститутів) важко розрахувати. Так, як до визначення конкурентоспроможності потрібно враховувати й інноваційний фактор. Тому ми пропонуємо враховувати інноваційний фактор використавши коефіцієнти інноваційного розвитку на етапі виробництва та етапі споживання. Коефіцієнт інноваційного розвитку (I_p) на етапі виробництва визначається наступним чином:

$$I_p = \frac{I_{ГППП}}{B_{IP}}, \quad (3)$$

де, $I_{ГППП}$ - індекс зростання питомої ваги інноваційної продукції в загальному обсязі країни; B_{IP} – індекс зростання витрат на дослідження і розробки країни.

$$I_{ГППП} = \frac{\beta_T}{\beta_{T-1}}, \quad (4)$$

$$B_{IP} = \frac{B_T}{B_{T-1}} \quad (5)$$

де, β_T, β_{T-1} – питома вага інноваційної продукції в загальному обсязі продукції в періоди $T, T-1$.

B_T, B_{T-1} – витрати на дослідження і розробки на промислових підприємствах регіону в періоди $T, T-1$ (млрд грн).

Якщо питома вага інноваційної продукції зростає швидше, ніж витрати із різних джерел на її здійснення, то відбувається зростання інноваційного фактору і коефіцієнт інноваційного розвитку більше одиниці ($I_p > 1$).

Якщо темпи зростання витрат випереджають темпи зростання інноваційної продукції ($I_p < 1$), то це характеризує погіршення ефективності інноваційної діяльності і відповідно сповільнення інноваційного розвитку.

ОЦІНКА КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК ЗАХІД ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ

Ковальова О.М., к.е.н., доц.

Сумський національний аграрний університет

Досвід ефективного господарювання підтверджує винятково важливу роль кадрової складової потенціалу підприємства, від кількісної та якісної збалансованості та рівня використання якої значною мірою залежать не тільки високі кінцеві показники господарської діяльності, досягнуті конкурентні переваги у виробничій сфері, організації та управлінні, а й можливості забезпечення сталого та конкурентоспроможного розвитку підприємства.

На основі вивчених літературних даних пропонуємо таке визначення категорії *кадрового потенціалу* – це існуючі сьогодні та передбачувані трудові можливості, які визначаються чисельністю, віковою структурою, професійними, кваліфікаційними та іншими характеристиками персоналу підприємства, що здатні забезпечувати досягнення цілей довгострокового розвитку підприємства.

Оцінка кадрового потенціалу повинна передбачати визначення кількості, якості, відповідності і міри використання потенціалу в інтересах організації. Загалом суть управління персоналом через оцінку його потенціалу зводиться до розв'язання трьох взаємозалежних завдань.

В літературі з питань менеджменту персоналом відмічається, що вагомий вплив на ефективність використання кадрового потенціалу здійснює привабливість праці. Для оцінки рівня привабливості праці на одному із сільськогосподарських підприємств Сумської області ми розробили анкету, в якій працівникам пропонувалося оцінити 14 параметрів, що можуть визначати привабливість праці.

Параметрами привабливості праці ми обрали наступне: 1.визнання важливості виконуваної роботи; 2.високий ступінь відповідальності; 3.можливості кар'єрного зростання; 4.високий рівень доходів; 5.залежність системи оплати праці від кінцевих результатів; 6.можливість реалізації творчого потенціалу; 7.можливість розвитку професійних здібностей; 8.можливість самостійно приймати рішення в межах своєї компетенції; 9.складність праці; 10.задоволеність працею; 11.задоволеність заробітною платою; 12.відповідності виконуваної роботи або займаній посаді тій спеціальності, що визначена у дипломі про освіту працівника; 13.соціально-психологічний клімат в колективі; 14.умови праці на підприємстві.

Всіх працівників, що запрошувались до опитування, ми поділили на певні категорії і просили у анкеті зробити відповідну позначку. Були визначені такі категорії працівників:

1. За змістом виконуваної роботи: адміністративний персонал; технологічний персонал;

2. За віком: до 35 років; 36-50 років; більше 50 років.

3. За освітою: вища освіта; спеціальна; некваліфіковані працівники.

За результатами анкетного опитування ми зробили наступні висновки.

Всього в анкетуванні прийняло участь 40 чоловік, в тому числі 20 працівників адміністративного персоналу та 20 працівників технологічного персоналу.

Середнє значення показника рівня привабливості праці на даному

підприємстві складає 0,7, що є дещо вищим від нормативу (0,5). По категоріях були отримані такі дані.

Адміністративний персонал перші місяці віддавав таким параметрам як можливість кар'єрного росту, можливість розвитку професійних здібностей та творчого потенціалу, визнання роботи.

Технологічний персонал найважливішими параметрами привабливості праці на підприємстві вважає: можливість працювати за спеціальністю по диплому, визнання роботи. Середнє значення має соціально-психологічний клімат. А такі параметри як висока заробітна плата, залежність системи оплати праці від кінцевого результату, умови праці, задоволеність роботою працівники і адміністративного і технологічного персоналу не відносять до тих параметрів, що визначають привабливість праці на даному підприємстві. Все сприяє плинності кадрів та наявності невідпрацьованого робочого і пояснюється недостатньо ефективною кадровою політикою підприємства.

Аналогічна ситуація і по інших сільськогосподарських підприємствах

Таким чином, резервами росту ефективності використання кадрового потенціалу на підприємстві є: покращення умов праці; запровадження системи оплати праці, що стимулюватиме працівників до підвищення продуктивності праці; орієнтація кадрової політики на підвищення рівня кваліфікації працівників.

1. Пігель Н.Я. Підвищення продуктивності праці в сільському господарстві. 08.07.02. – економіка сільського господарства і АПК, автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня к.е.н., / Н. Я. Пігель. К., - 2002. – 22 с.

2. Уланчук А.І. Аналіз використання трудових ресурсів сільськогосподарського регіону / Уланчук А.І. // Збірник наукових праць Уманського державного аграрного університету. Вип. 67, 2008. С. – 61 – 67

3. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. – Навч. Посібник. – К.:КНЕУ, 2006. – 316с.

НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЦЕЛЕВЫХ ДИСБАЛАНСОВ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Коверга С.В., к.е.н., доцент, докторант

Гришина Ю.В., аспирант

Институт экономики природопользования НАН Украины

Промышленные предприятия представляют собой сложную экономическую систему, на цели которой оказывают влияние множество внутренних и внешних факторов. В результате возникают дисбалансы между целями подсистем предприятия, а также между поставленными целями и возможностями по их достижению, обусловленными негативными воздействиями внешней среды.

Предлагаемый подход к оценке дисбалансов в системе целеполагания предприятия базируется на сопоставлении планов различных уровней, при этом в качестве индикаторов для оценки дисбалансов используется комбинирование системы сбалансированных показателей и векторов развития предприятия. Оценку дисбалансов в системе целеполагания промышленного предприятия предлагается

осуществлять по схеме, представленной на рис. 1.

Под векторами развития предприятия подразумевается стратегические направления изменения показателей, характеризующих предприятие, которые определяются собственниками. Такими показателями могут быть как универсальные, характеризующие эффективность любого хозяйствующего субъекта, так и специфические, свойственные промышленным предприятиям. Наиболее типичными универсальными показателями эффективности функционирования предприятия являются: прибыль; объем реализации; стоимость компании.

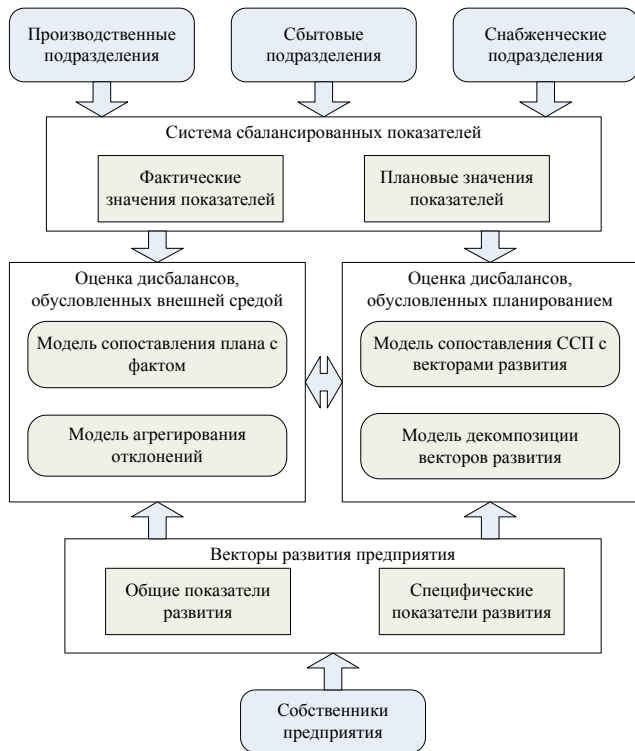


Рис. 1. Схема оценки дисбалансов в системе целеполагания промышленного предприятия

В свою очередь показатели эффективности включают ряд составляющих, которые характеризуют эффективность предприятия с различными разрезами. Так, собственник задает в качестве цели не просто увеличение прибыли, а конкретного вида прибыли. Прибыль является основным среднесрочным целевым показателем для собственника, не планирующего продавать свою собственность.

Основными инструментами осуществления оценки дисбалансов является комплекс моделей, который включает: модель сопоставления плана промышленного

предприятия с фактическими результатами; модель агрегирования отклонений плановых показателей промышленного предприятия от фактических; модель сопоставления системы сбалансированных показателей с векторами развития; модель декомпозиции векторов развития промышленного предприятия.

Сопоставление плана с фактическими результатами осуществляется по набору ключевых сбалансированных показателей для каждой сферы деятельности предприятия. Агрегирование отклонений необходимо для оценки степени их влияния на показатели заданного собственниками вектора развития – отрицательное изменение одних показателей может компенсироваться положительной динамикой других, в результате отклонения никак не отразятся на достижении стратегических целей.

При оценке дисбалансов, обусловленных планированием, сначала осуществляется декомпозиция векторов развития, которая позволяет получить целевой набор сбалансированных показателей. Затем эти целевые показатели сопоставляются с плановыми, предложенными подразделениями предприятия и определяются необходимые корректировки.

Предложенная схема оценки дисбалансов в системе целеполагания промышленного предприятия, основанная на сопоставлении векторов развития, заданных собственниками и сбалансированной системы показателей, заданных и достигнутых менеджментом предприятия, позволяет выявить дисбалансы между целями подразделений предприятия, а также дисбалансы, вызванные изменчивостью внешней среды, что дает возможность повысить эффективность плановой деятельности предприятия и улучшить адаптивность управленческих решений. Развитием данного подхода является формализация моделей оценки дисбалансов с учетом специфики украинских промышленных предприятий.

ЭКСПЕКТАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ В ОТНОШЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Концеал Е. В., старший преподаватель

*УО «Гродненский государственный университет им. Я. Купалы»,
Беларусь*

Организации в своей деятельности часто используют целевой маркетинг или массовую индивидуализацию. В основе данных направлений лежит сегментация рынка. Сегментация предполагает деление рынка (потребителей) на группы в соответствии с определенными критериями. В результате сегментации определяется целевая группа (или группы), на которую предприниматель и будет направлять свои маркетинговые усилия.

Несмотря на значимость данного этапа в маркетинговой деятельности предприятия сегментирование рынка производителями различных товаров и услуг в Беларуси применяется не часто. Можно предположить, что одним из влияющих факторов в данном вопросе является труднодоступная методология.

Практически во всех научных и учебных изданиях по маркетингу даются определения понятия сегментации (сегментирования), приводятся признаки, дается их

подробная характеристика. Сами методики сегментирования не приводятся. В данном случае, несмотря на то, что сегментация – это один из методов маркетинга, для ее проведения используются приемы из других наук. Сегментация как способ классификации потребителей основывается на методах математической теории, теории группировок, статистических методах, выявляющих взаимосвязи.

Основными методами сегментирования являются кластеризация, факторный анализ, автоматическая интеракционная детекция, логистическая регрессия и дискриминантный анализ. Какой из методов использовать – выбор каждого исследователя. Применение математической теории, конечно, значительно повышает степень объективности результатов исследования, однако она не может заменять интуицию и экономический образ мышления исследователя.

Таки образом, для проведения исследования ожиданий потребителя относительно потребительского рынка специалист по маркетингу должен в достаточной степени владеть инструментами маркетинга, экономики, математики, статистики, обладать профессиональным чутьем.

В целом полученные результаты маркетингового исследования позволят выявить мнение населения о состоянии исследуемого рынка, определить проблемы и направления его развития, привлекательные с точки зрения максимального удовлетворения спроса, должны служить ориентиром для организаций при разработке комплекса маркетинга.

ГОТОВНІСТЬ ІНФРАСТРУКТУРИ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ В ОБІГ ІНОЗЕМНИХ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

Коробка Р.В., аспірант, **Охріменко І.О.**, аспірант
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

На сьогодні забезпечення доступу вітчизняних інвесторів до цінних паперів іноземних емітентів дозволило б вирішити проблему насичення українського фондового ринку якісними фінансовими інструментами з високим інвестиційним потенціалом. У результаті цього у майбутньому можна було б очікувати зростання на вітчизняному фондовому ринку числа емітентів та інвесторів, у тому числі і за рахунок зацікавлених закордонних інститутів, покращення його ліквідності, збільшення доступного фінансового інструментарію, виникнення умов для повноцінної інтеграції інфраструктури фондового ринку з міжнародним ринком капіталу та багато інших каталізаторів розвитку.

Ретроспективний аналіз свідчить про те, що порівняно з 2005 роком стан вітчизняного фондового ринку суттєво покращився. Зокрема, необхідно відмітити, що за цей період відбувся значний технологічний розвиток провідних бірж, поява дієвих норм стосовно питань регулювання біржового ціноутворення та механізму протидії ціновому маніпулюванню на біржах, суттєве зменшення вартості трансакційних операцій за рахунок впровадження сучасних моделей клірингу, забезпечення вільного доступу широкому колу інвесторів до біржових торгів через систему інтернет-трейдингу тощо. Не треба забувати і про значне зростання ліквідності біржового ринку України.

Отже, можна говорити, що наявна ліквідність, достатня урегульованість та технологічність головних українських фондових торгівельних майданчиків дозволяє розглядати їх в якості готового плацдарму для впровадження в обіг фінансових інструментів, емітованих закордоном.

На жаль, чимало проблем, які стримують цей процес, притаманні національній депозитарній системі.

Можливістю встановлювати кореспондентські відносини з депозитарними установами іноземних держав, що дозволяє здійснювати обслуговування міжнародних операцій з цінними паперами, наділений виключно Національний депозитарій України. Звісно це вже значний крок вперед на шляху розбудови механізму стикування з закордонними та міжнародними депозитарними установами, проте для ефективного обслуговування транскордонних операцій перелік установ, наділених зазначеною компетенцією, має бути суттєво переглянтий та доповнений. Зокрема, аналіз фондових бірж, на яких здійснюється обіг цінних паперів іноземних емітентів, активи яких розташовані в Україні, то прямі кореспондентські відносини у Національного депозитарію України існують тільки з Clearstream Banking Luxembourg. Таким чином, реалізований прямий доступ тільки до акцій з біржового лістингу DB. До акцій, розрахунки за якими провадяться через систему Euroclear group, список LSE, доступ може бути здійснено лише через низку кореспондентських відносин з кількома іноземними депозитаріями, що значно ускладнює можливість залучення таких цінних паперів до обігу на фондових біржах України.

Сучасний стан вітчизняної депозитарної системи характеризується значною технологічною відокремленістю та дефрагментованістю її складових. Питання створення центрального депозитарію, що дозволило б зменшити організаційні та грошові витрати як професійних учасників ринку, так і власників цінних паперів, залишається невирішеним.

Таким чином, інфраструктура фондового ринку України на жаль сьогодні ще не готова до впровадження в обіг фінансових інструментів закордонних емітентів, хоча і помітні суттєві зрушення в цьому напрямку. В свою чергу, це обмежує розвиток українського фондового ринку локальним ринком та позбавляє можливості вітчизняних інвесторів доступу до високоякісних цінних паперів іноземних інвесторів.

АДРЕСНІ ІНСТРУМЕНТИ ФІНАНСУВАННЯ ПУБЛІЧНИХ ПОСЛУГ НА МУНІЦИПАЛЬНОМУ РІВНІ

Котенко Н.В.

Сумський державний університет

Фінансування публічних послуг, надання яких не є природною монополією, наприклад, послуги з забезпечення населення якісною питною водою в умовах відсутності централізованої системи водопостачання, пропонується здійснюватися через систему не грошової, а товарної допомоги або ваучерів. Останні пропонується характеризувати як *визначені у грошовому еквіваленті письмові зобов'язання органів муніципального управління повністю або частково оплатити публічну послугу.*

Зазвичай ваучерні програми можуть носити всеохоплюючий (коли отримувачами ваучерів буде все місцеве населення) або ж адресний характер. Ми вважаємо, що ефективною ваучерна система фінансування буде лише тоді, коли надаватися послуги будуть на засадах адресності та вибірковості. Адже у іншому випадку допомогу краще надавати у формі грошових трансфертів, які не потребують додаткових витрат, пов'язаних з емісією і обслуговуванням ваучерів.

Головною проблемою практичного впровадження адресних ваучерів є визначення кола реципієнтів адресної допомоги.

Ми переконані, що найпростіший спосіб реалізації принципу адресності фінансування публічних послуг є перевірка рівня потреб підопічних у визначених видах послуг за допомогою конкретних критеріїв, таких як:

1. мінімально визначений рівень індивідуального доходу (домогосподарства);
2. наявність хронічних захворювань;
3. вид професійної діяльності;
4. місце постійного проживання:
 - віддаленість до рекреаційних зон та місць природного відпочинку;
 - близькість до промислових зон чи місць складування, переробки чи захоронення відходів за класами їх небезпеки;
 - доступ до централізованого водопостачання та водовідведення, тощо;
5. інші критерії.

Емісію ваучерів, як різновиду муніципальних цінних паперів, ми пропонуємо здійснювати органам місцевого самоврядування у особі керівників фінансових управлінь чи відділів. Проте у окремих випадках програми із застосуванням ваучерів на надання публічних послуг можуть бути не лише ініціативою місцевих органів влади, але й неприбуткових організацій чи роботодавців. З появою третьої сторони надання публічної послуги може здійснюватися на комплементарних засадах.

За традиційної схеми фінансування публічних послуг, коли органи місцевого самоврядування оплачують роботу конкретного суб'єкта господарювання, домогосподарства – отримувачі публічної послуги – не мають права вибору і змушені користуватися послугами лише одного з надавачів. Якщо ж кошти на публічні послуги передаються безпосередньо домогосподарствам без урахування принципу адресності фінансування, існує велика ймовірність того, що, з одного боку, не всі особи, які дійсно цього потребують, зможуть скористатися такою можливістю; з іншого – частина отримувачів може використати надані кошти на цілі, що виходять за межі споживання публічних послуг: заощадження чи купівля інших товарів чи послуг.

З появою ваучерів домогосподарства обирають саме тих постачальників, які здатні якомога повніше задовольнити їх потреби. На нашу думку, найбільш привабливим варіантом є варіант фінансування публічних послуг із використанням ваучерів, що відбувається на комплементарних засадах, коли роботодавці мають можливість в обмін на преференції з боку органів місцевої влади скоротити трансфертні процедурні витрати, що виникають у процесі фінансування послуг.

Отже, ваучерне фінансування послуг має значну кількість переваг, серед яких ми виділяємо такі:

- прозорість фінансових потоків;
- простота та ефективність контрольних процедур;
- зростання економічної справедливості в суспільстві, що досягається за

раунок адресної підтримки малозабезпечених верств населення та осіб, що найбільше постраждали внаслідок погіршеної якості навколишнього природного середовища;

- зниження цін на публічні послуги та/або зростання їх якості через розширення можливостей вибору постачальників послуг, що сприяє їх здоровій конкурентній боротьбі за користувача;

- стимулювання подальшого притоку інвестицій через активацію попиту та пропозиції на публічні послуги;

- підвищення прозорості управлінських процедур на муніципальному рівні за умов об'єктивності та стабільності критеріїв системи відбору користувачів та сертифікації надавачів послуг;

- зростання ступеня задоволення платників податків територіальною системою розподілу суспільних коштів.

ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ІНДИКАТОРІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Кубатко О.В., к.е.н.

Сумський державний університет

На сьогодні одним з актуальних завдань економічної політики є реалізація концепції сталого розвитку, основними цільовими орієнтирами якої є: якість соціального розвитку суспільства в межах певної території; якість навколишнього природного середовища; еколого-економічна ефективність соціально-економічних процесів. Якісний перехід до сталого розвитку може бути реалізований через систему сформованих показників та індикаторів, які оцінюють ефективність функціонування економічної, екологічної, соціальних систем.

Проблема забезпечення сталого розвитку є першочерговою для всіх країн світу. Так, вітчизняна стратегія переходу на засади сталого розвитку, передбачає формування бази індикаторів оцінки еколого-економічної ефективності суспільних процесів. Побудова вимірників повинна супроводжуватись таким чином, щоб зберігалась ієрархія по охопленню територій, тобто вихідні дані індикаторів на мікрорівні повинні стати вхідними на мезорівні, сформовані таким чином індикатори на мезорівні стають вхідними на макрорівні. Такий підхід в подальшому дозволить послідовно та змістовно проаналізувати вплив кожного окремого фактора, починаючи з мікрорівня, і прослідкувати його вплив в загальній оцінці досліджуваного об'єкта. Одним з варіантів представлення подібної схеми по формуванню індикаторів є модель «навантаження – стан – відповідна реакція», що була розроблена Організацією економічної співпраці та розвитку та у 1995 р. трансформувалась у модель «імпульс діяльності – стан – відповідна реакція» (ICB). Під «імпульсами діяльності» розуміється мотиви, спонукальні дії та процеси, які стають причиною впливу людини на довкілля. Для посилення виявлення причинно-наслідкових зв'язків модель ICB трансформувалась в схему «імпульс діяльності – навантаження – стан – вплив – відповідна реакція» (ІНСВВ), основне призначення якої полягало у аналізі та оцінці факторів, що впливають на навколишнє середовище. Зміни, що відбуваються в стані

природного середовища, здійснюють негативний вплив на стан здоров'я людини. Тому, для визначення впливу екологічних факторів на стан здоров'я людини було запропоновано розширити модель ІНСВВ, що дало змогу представити її у вигляді «імпульси діяльності – навантаження – стан – експозиція – результат – дії» (ІНСЕРД). Процеси негативного навантаження зазвичай розділяють на три типи: перевикористання природних ресурсів, шкідливі викиди хімічних речовин.

В блоці «Стан» зазвичай виділяють якісний склад повітря, кількісні та якісні склади прісної води, стан популяцій видового біорізноманіття, стан ландшафтів та екосистем відповідного рівня. Негативні впливи на людину можуть здійснюватись різними шляхами, що в результаті може привести до появи захворюваності серед населення.

Представлена схема по формуванню індикаторів включає всі аспекти сталого розвитку та оцінює кожен з її складових. Так, індикатор економічного вимірювання слід аналізувати на підставі двох компонент індексу конкурентоспроможності та індексу економічної свободи. Соціальне вимірювання сталого розвитку проводиться на основі: індексу якості та безпеки життя (ІЯБЖ), індексу людського розвитку (ІЛР), та індексу суспільства заснованого на знаннях (ІСЗЗ). Кожен з наведених показників соціального вимірювання має свої особливості. ІЯБЖ формується з 9-ти компонент: ВВП на душу населення по паритету купівельної спроможності; середньої тривалості життя населення; рейтингу політичної стабільності та безпеки країни; рівня безробіття в країні. ІЛР включає: середню тривалість життя населення; рівень освіченості населення; стандарти рівня життя населення. ІСЗЗ включає: інтелектуальні активи суспільства; перспективи розвитку суспільства; якість розвитку суспільства.

В світовій практиці екологічне вимірювання сталості, прийнято оцінювати на основі екологічного індексу сталості, зміст якого полягає у визначенні здатності тієї чи іншої країни захистити своє навколишнє природне середовище в поточному та майбутньому періодах, виходячи з наступних припущень: наявність національної екологічної системи, можливість протистояти екологічним впливам, зниження залежності людей від екологічних порушень, можливість глобального контролю екологічного стану. Слід підкреслити, що іноді економічні показники співставляють з показниками екологічної сфери. Так, на основі співставлення рівня ВВП на душу населення та екологічного індексу сталості, можна зробити висновок, що у країнах з високим рівнем ВВП, досягнути успіхів в організації комплексних природоохоронних заходів простіше.

Таким чином, у контексті забезпечення еколого-зрівноваженого розвитку, одним із найважливіших завдань є формування індикаторів які мають бути використані в якості параметрів сталості. Відомо, що стратегія сталого розвитку включає такі пріоритетні напрями: зменшення забруднення довкілля, постійне виробництво та споживання, збереження біорізноманіття та охорону природних ресурсів. Крім того, важлива роль приділяється екологічним індикаторам, як основній інформаційній базі для захисту навколишнього середовища і ефективному використанню природних ресурсів. Проте, розроблені індикатори повинні мати практичну дієвість та здатність до оцінки ефективності соціально-економічних процесів.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УЛУЧШЕНИЮ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ СООО «МЕБЕЛЬ-НЕМАН» (ГРОДНО) ПО МОДЕЛИ 4 P

Куль О.С., студентка

*УО «Гродненский государственный университет им. Я. Купалы»,
Беларусь*

Исходя из проведенного анализа маркетинговой деятельности СООО «Мебель-Неман» (Гродно), автором были разработаны мероприятия по улучшению маркетинговой деятельности.

При разработке рекомендаций, во внимание принимались теоретические положения, обобщенные в местной и зарубежной экономической литературе: совершенствование механизма маркетинга (рационализация структуры управления, улучшение регламентирования, нормирования и контролирования) [1, с. 49]; создание целостной, диалектической, гибкой системы маркетинга (единство функциональных и обеспечивающих подсистем, обеспечивающих ее целостность); улучшение кадровой политики и работы с кадрами; механизация, компьютеризация и автоматизация маркетинговой деятельности [2, с.540].

На базе проведенного маркетингового анализа были предложены мероприятия по модели 4P.

1) product.

Компании необходимо производить расширение и обновление ассортимента, осуществлять поиск новых дизайнерских идей в соответствии с ожиданиями покупателей и модными тенденциями (современные материалы и фурнитура, востребованность модульности) что добавит мобильность и конкурентоспособность продукции.

Необходимо должное внимание уделить состоянию сервиса (сбор, доставка, индивидуальный подход, на заказ). Известно, что один недовольный клиент наносит компании урон, значительно превышающий те деньги, которые он больше не тратит на ее товар (из-за этого фактора компании ежегодно теряют от 10 до 30% своих потребителей.) [3, с. 40].

Необходимо провести анализ структуры рынков сбыта и их доходности по каждому продукту, а далее проводить регулярный контроль, позволяющий обнаруживать и снимать с производства убыточные продукты.

2) price.

Учитывая рост цен, доставки и услуг зарубежных материалов, а также снижение покупательской способности, предприятию необходимо осуществлять поиск местных поставщиков материалов; предоставлять покупателям товарные и банковские кредиты; снижать цены для конечных потребителей путем создания собственной сбытовой сети.

3) promotion.

Принимая во внимание недостаток информированности конечных потребителей о марке и не сильное выделение товара от товаров конкурентов, рекомендуется провести комплекс мер по стимулированию сбыта (в зависимости от сезона и жизненного цикла) и налаживанию сотрудничества и партнерства: использование метода активных продаж; участие в различных ярмарках; реклама в

СМИ, имиджевая реклама, поздравительные аудио- и видео-ролики, приуроченные к праздничным датам; телемаркетинг, почтовые рассылки; печатная реклама, использование рекламных атрибутов; реклама на месте продажи; развитие сайта.

4) place.

Осознавая недостаток присутствия товара в конечной розничной сети и его идентификации в глазах потребителя, можно разработать следующие мероприятия:

- расширение собственной сбытовой сети – приведет к снижению цены для конечных потребителей, и позволит ООО «Мебель-Неман» организовать прямой доступ к первичной информации о потребностях и предпочтениях основных покупателей, мотивации клиентов, тенденциях.

- проведение ABC/XYZ-анализа, непрерывный мониторинг спроса и анализ первичной информации (наличие товара в оптимальном размере на складах, удовлетворяющего потребности в продукции с определенной степенью надежности).

Необходимо также обратить внимание на квалификацию и уровень подготовки персонала, в связи с этим считается целесообразным разработать отсутствующего плана повышения квалификации сотрудников в области маркетинга. Проведение семинаров с торговыми работниками, обмен мнениями по выпускаемому ассортименту продукции и новинкам.

Известная модель 4P вполне применима для развития маркетинговой деятельности конкретной фирмы.

1. Кохан, О.В. Основные направления совершенствования маркетинговой деятельности промышленного предприятия / О.В. Кохан // Экономика и управление. – 2008. – №2. – С. 49-54.

2. Маркетинг: учебник для вузов / Н.Д. Эриашвили [и др.]; под общ.ред. Н.Д. Эриашвили. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 631 с.

3. Фасхиев, Х.А. Удовлетворение потребителей и ее оценка / Х.А. Фасхиев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – №2. – С. 39-41.

Научный руководитель: д.и.н., проф. Рабцевич В.В.

ЭКОНОМИКА: ФАКТОРЫ И ПРОЦЕССЫ ТОРМОЖЕНИЯ РАЗВИТИЯ И РЕФОРМИРОВАНИЯ

Лапшин В.В., к.э.н., доц., **Марочко С.С.**, ассистент, **Сотник В.А.**, ассистент
Сумский государственный университет

Экономика Украины на протяжении последних двадцати лет при проведении экономических и социальных реформ, к сожалению, постоянно сталкивается негативными (тормозящими) процессами и факторами общественного развития, идя по пути «метода пробы ошибок».

Как свидетельствует мировой опыт экономического развития лучше учиться на чужих ошибках, системно и объективно при этом оценивая свои отечественные ошибки просчёты методов механизмов реформирования и управления.

Экономики ведущих развитых стран мира Китая, Японии, США, Германии, Швеции и других государств опираются на прочный фундамент правовой

государственности, сбалансированность интересов трёх ветвей власти (законодательную, судебную и исполнительную), надёжные механизмы и модели социально-экономического развития, свободу и реальную поддержку предпринимательства и бизнеса, правовую защиту собственности, правовой паритет человека и государства, добиваясь гармонии интересов всех членов общества и, прежде всего, диалектического единства человека и государства.

Безусловно, поступательное и динамическое развитие экономики Украины связано с множеством различных факторов и процессов, протекающих как в отечественной экономике, так и в мировой экономической системе, поскольку диалектика экономического развития опирается на всеобщие экономические законы, нарушение которых объективно сказывается на уровне жизни людей. Имеют место негативные факторы инерционно-тормозные процессы правового, экономического, политического, социального и духовно – нравственного характера.

Вследствие непродуманной экономической политики и слабой правовой базой национальная экономика оказалась разбалансированной явно выраженными диспропорциями в ведущих отраслях экономики, «худым» бюджетом, с энергозатратными ресурсоёмкими технологиями, а инновационно-инвестиционная деятельность не получила должной поддержки со стороны государства и бизнеса. Как следствие совсем не работает закон планомерного и пропорционального развития.

Что и какие факторы тормозят и явно мешают (создают угрозу национальным интересам) развитию экономики Украины?

В Украине, к сожалению, накопились крайне обострились диалектические противоречия в развитии общественно-экономических отношений и самой стратегии, тактики и системы реформирования, устаревшими неэффективными методами средствами управления национальной экономикой (элементы ручного и волевого управления).

Из множества объективных субъективных факторов и процессов, тормозящих просто мешающих поступательному динамическому развитию экономики Украины, выделим, на наш взгляд, наиболее «кричащие» и требующие переоценки, осмысления и конкретных действий со стороны государства, общества и каждого человека.

Прежде всего, это неукоснительное соблюдение всеми членами общества, юридическими и физическими лицами Конституции Украины, прав, свобод, обязанностей и действий в рамках правового поля и действующего законодательства.

Конституционно-правовая деятельность всех трёх ветвей власти должна быть в гармонии правовых законодательных отношений, объединённых единой целью – служению интересов государства, общества и отдельного человека по принципу «государство – слуга народа и каждого члена общества». Нарушение и отсутствие закона, правовой нигилизм является одним из главных факторов торможения социально-экономического развития и проведения радикальных реформ.

Действенных конкретных мер необходимо осуществить государству по борьбе с гиперкоррупцией, которая стала «обрастать метастазами» и затронула все слои общества.

Эффективные, своевременные и правовые меры по борьбе с гиперкоррупцией не заставят долго ждать перемен к лучшему в экономике жизни общества. Такое «очищение» позволит быстрому расцвету экономики, выходя из тени и улучшит

жизненный уровень людей, укрепит имидж трёх ветвей власти и международный авторитет государства, ускорит поступление отечественных и иностранных инвестиций.

Безотлагательного решения в Украине требует проблема цивилизованных земельных отношений. Земля – национальное достояние граждан Украины. Аграрный сектор имеет все предпосылки стать источником активного роста национального богатства, а Украина – одним из мировых лидеров производства продовольственной продукции. Для этого необходимо принять систему законов и правовых актов, гарантирующих разумную земельную политику.

Существенным тормозом в обществе является старая система бюрократических отношений, а также самой бюрократии в органах управления, да и в трёх ветвях власти, то есть нужны кардинальные перемены в кадровой политике государства, подготовке специалистов в высшей школе, формировании нового типа управления, чиновника и государственного менеджера. Бюрократ и коррупционер – «близнецы-братья» теневой экономики, персоны non-grata общественного развития.

Кардинальных изменений требует со стороны общества и государства налоговая политика. Пришло время стимулирующей разумной фискальной политики по цивилизованному принципу «налоги платят все, но по справедливости размеру получаемых доходов», а именно налоговая политика оптимальных видов и уровней налогов.

Пожалуй, самым важным для Украины, на наш взгляд, является решение проблемы правовой защиты собственности, по сути это своеобразный «камень преткновения», тормозящий вся и всё в обществе, особенно в экономике и реализации реальных реформ. Отсюда «разгул» коррупции, махровой бюрократии, теневой экономики и бизнеса, падение моральных принципов и прочих устоев государственности, справедливости развития общества в целом.

СТРАХУВАННЯ ТУРИЗМУ ЯК НОВІТНЯ ТЕНДЕНЦІЯ НА РИНКУ НЕБАНКІВСЬКИХ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

Левченко В.П., к.т.н., заслужений економіст України,
член *Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг*

Абрамітова Д.Р., аспірант
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

Сучасна економічна ситуація в Україні демонструє вагомий приріст кількості небанківських фінансових установ, які безперечно мають велике значення для всього фінансового сектору держави. Страхові компанії займають переважне значення серед усіх небанківських фінансових установ в країні. Загальна кількість страхових компаній станом на 31.12.2011 становила 442, у тому числі СК «life» – 64 компанії, СК «non-life» – 378 компаній, (станом на 31.12.2010 – 456 компаній, у тому числі СК «life» – 67 компаній, СК «non-life» – 389 компаній). На сьогоднішній день основною діяльністю страхових компаній є лайфове страхування, майнове страхування, страхування відповідальності, особисте страхування, перестраховування тощо.

Серед видів майнового страхування останнім часом великих обертів набирає страхування туризму. Страхування туризму – це особливий вид страхування, направлений на захист майнових інтересів туристів під час туристичної подорожі. Згідно даним UNWTO (Світова туристична організація) кількість туристичних потоків у світі поступово зростає кожного року, а саме прослідковується позитивна динаміка збільшення міжнародного туристичного потоку у першій половині 2012 на 5% у порівнянні із тим же періодом 2011 року, а саме на 22 млн. чоловік. Отже, із розвитком туристичного ринку відбувається поширення страхових туристичних послуг на ринку небанківських страхових послуг.

На сьогоднішній день в системі туристичного страхування існує дві класифікації: обов'язкове та добровільне.

До обов'язкових видів страхування відноситься медичне, страхування цивільної відповідальності власників автотранспортних засобів та страхування від нещасного випадку, це передбачено українським законодавством та входить до складу туристичного пакету, який придбається туристами у суб'єктів туристичної діяльності.

Добровільне туристичне страхування передбачає такі види за предметом: страхування багажу туриста від втрати або пошкодження; невідкладна медична допомога (асистанс); страхування від невіізду; на випадок смерті.

Отже, туристичне страхування пропонує великий спектр своїх послуг, які є обгрунтовано необхідними для успішного функціонування індустрії туризму. Страхові компанії, як представники небанківських страхових послуг, безперечно інтегруються у сферу туризму та завойовують нові ринки.

Світові тенденції диктують необхідність якісного та професійного підходу до надання страхових послуг в туристичній індустрії з огляду на сталий розвиток даного ринку, що потребує тісної співпраці страховиків і туристичних фірм.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ

Литвиненко О.О., студент
Сумський державний університет

У зв'язку з новим етапом формування системи міжнародних економічних відносин особливого значення набуває глобальний маркетинг, за якого маркетингова діяльність за кордоном включає не лише збут, а й практично всю систему функціональних сфер діяльності підприємства: поставки, R&D, персонал, фінанси та інші.

Компанія майбутнього, відповідно до підходу Теодора Левітта, буде глобальною компанією, що розглядає світ в якості глобального ринку, на якому вона продає глобальний продукт (міжнародну марку). Конкуренція в майбутньому вимагатиме від компаній використовувати глобальний маркетинг, а не міжнародний або мультинаціональний.

Глобальний маркетинг являє собою стратегію бізнесу, що сприяє продажу та просуванню торговельної марки в усьому світі на основі єдиної маркетингової політики. З погляду глобального маркетингу, світ розглядається як один великий

ринок, при цьому враховуються культурні та інші національні особливості різних країн («думай глобально, дій локально»).

Глобальний маркетинг розглядає весь світ як один великий ринок. На даний момент міжнародний маркетинг можна розглянути як сукупність заходів для ефективного входження організації на зовнішній ринок.

Інтернаціоналізація маркетингової діяльності закономірно обумовлює зміну та серйозне ускладнення його завдань і функцій на відміну від такого на внутрішньому ринку.

У зв'язку зі значними витратами формування міжнародної маркетингової системи постає питання оптимізації цих процесів з метою мінімізації витрат та підвищення ефективності.

В результаті досліджень доцільно запропонувати розглядати міжнародний маркетинг на сучасному світовому ринку у трьох взаємопов'язаних напрямках:

1. використання міжнародного маркетингу фірмами, що активно здійснюють експортно-імпорتنі операції;

2. використання міжнародного маркетингу транснаціональними компаніями (ТНК);

3. використання міжнародного маркетингу країнами та регіонами з метою підвищення іміджу та залучення необхідних ресурсів.

Взаємозв'язок між цими напрямками можна проілюструвати на прикладі відношення «імідж виробника – імідж держави». Якщо бізнес не хоче продовжувати платити за імідж держави ціною власних акцій або вартістю кредитів, або підвищеною вартістю входу на інші ринки та негативною реакцією іноземного споживача – то очевидно бізнес не може стояти осторонь відсутності з боку держави професійних зусиль, спрямованих на формування іміджу країни як надійного партнера.

Відтак, з метою підвищення ефективності комунікацій в новому середовищі доцільно використовувати «холістичний маркетинг» (цілісний маркетинг), що являє собою інтегрований підхід, до складу якого входять наступні напрямки:

- планування маркетингових програм;

- створення й втілення в життя бізнесів-процесів й окремих компаній з урахуванням всіх взаємозв'язків.

Холістичний маркетинг складається із чотирьох ланок: внутрішній маркетинг, інтегрований маркетинг, маркетинг взаємин та соціально відповідальний маркетинг. Розглянемо ці напрями детальніше.

Внутрішній маркетинг спрямований на те, що всі співробітники фірми приймуть обрані маркетингові принципи. Важливим аспектом є корпоративна культура в філіях ТНК, яка враховує національні особливості.

Інтегрований маркетинг полягає в найбільш раціональному застосуванні створення, просування й доставки цінності товару або послуги.

Маркетинг відносин з усіма учасниками маркетингового процесу передбачає формування таргетних (цілових) багатограних відносин з клієнтами та партнерами.

Соціально відповідальний маркетинг є поширеною тенденцією в розвинених країнах, яка поступово набуває актуальності і в Україні. Але за даними досліджень українського бізнесу проведеного ООН, 49,1% підприємств не відслідковують соціальні наслідки розвитку підприємства взагалі, інколи це здійснюють 29,4%

підприємств і лише 5,3% використовують для оцінки чіткі показники, зокрема показники впливу діяльності підприємства на навколишнє середовище. При цьому держава, стимулюючи інноваційно-інвестиційну діяльність, також не приділяє цьому належної уваги.

Важливу роль в глобальному маркетингу відіграють інформаційні технології. Наприклад, у серпні 2008 року на основі платформи iActions (<http://www.i-actions.ru/>) було створено і протестовано унікальний сервіс з управління реалізацією маркетингових акцій через Інтернет. Його унікальність полягає в тому, що клієнтові не потрібно мати технічну базу для запуску маркетингової акції та освоювати реалізацію обраної механіки (організація роботи Call-центру, оренда SMS-номерів, акційна поліграфія, хостинг, WEB-підтримка тощо) – всі сервіси надаються компанією, що значно зменшує витрати клієнта на проведення акцій і робить сервіс доступним для будь-якого бюджету

Також не можна не взяти до уваги роль брендингу та іміджевого капіталу у глобальному маркетингу. Саме індивідуальність породжує ефективність та ймовірність того, що бренд будуть виділяти на ринку і пізнавати.

1. Скок Д.О. Значение межкультурных барьеров в глобальном маркетинге [Электронный ресурс] // Труды МГТА: электронный журнал. – 2010. – №15. – Режим доступа: www.e-magazine.meli.ru/Vipusk_15/183_v15_Skok_B.doc

2. Чи є репутація бізнесу складовою репутації країни? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://placeid.com.ua/ukraine/chy-je-biznesu-skladovoyu-krajiny>

Науковий керівник: д.е.н., проф. Прокопенко О.В.

ПІДХОДИ ДО ЗАПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ МУНІЦИПАЛЬНОГО ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНАМИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Лотин О.Л., аспірантка

Національний лісотехнічний університет України

Органи місцевого самоврядування, відіграючи важливу роль у розвитку місцевої економіки і маючи великий вплив на екологічну поведінку місцевого населення, можуть внести суттєвий внесок у реалізацію принципів сталого розвитку на місцевому рівні. Лише запровадження цих принципів на місцевому рівні дозволить досягнути найкращих результатів на загальнодержавному рівні [3]. Саме тому завдяки запровадженню системи муніципального екологічного менеджменту (СМЕМ) органи місцевого самоврядування отримають можливість не лише покращити показники своєї діяльності в сфері охорони довкілля, а й стати прикладом для інших [4].

На сьогодні немає єдиного підходу до запровадження СМЕМ органами місцевого самоврядування, адже деякі з них запроваджують систему екологічного менеджменту лише в одному підрозділі (департаменті, управлінні чи відділі), а інші намагаються охопити всю свою діяльність. Тому при визначенні найефективнішого підходу потрібно враховувати розмір, структуру та існуючі пріоритети політики розвитку муніципалітету.

Проте можна виділити декілька найпоширеніших підходів, які використовуються багатьма органами місцевого самоврядування в країнах-членах ЄС. Ці підходи охоплюють діяльність як органу місцевого самоврядування в цілому, так і його окремих підрозділів.

Так, **підхід** під назвою «**Орган влади в цілому**» [1, с.13] передбачає охоплення єдиною системою екологічного менеджменту всієї діяльності органу місцевого самоврядування. При цьому централізовано управляється діяльністю організації і вирішуються ключові стратегічні питання охорони довкілля.

Підхід «Від департаменту до департаменту» [1, с.13] передбачає поетапне запровадження системи екологічного менеджменту органом місцевого самоврядування. При цьому в першу чергу розглядається можливість запровадження системи екологічного менеджменту в тих департаментах, які мають відношення до очевидних і суттєвих екологічних проблем (наприклад, в будівельній чи транспортній сфері). Це дозволяє якнайбільше зосередитися на оперативному рівні значно швидше отримати вигоди при значній економії ресурсів.

Підхід «Ключові ділянки» [1, с.13] передбачає запровадження системи екологічного менеджменту в тих сферах діяльності органу місцевого самоврядування, де є екологічні ризики.

Підхід «Основні прямі екологічні ефекти» [1, с.13] передбачає запровадження системи екологічного менеджменту органами місцевого самоврядування у тих сферах діяльності, які мають прямі екологічні ефекти. До цих сфер можна віднести, наприклад, транспортний менеджмент, енергетичний менеджмент, менеджмент відходів, менеджмент водних ресурсів, менеджмент закупівель.

Наведемо приклад. У *муніципальному районі Kirkless (Західний Йоркшир, Англія)* муніципальна рада у листопаді 2003 р. запровадила систему екологічного менеджменту у всіх сферах діяльності відповідно до вимог EMAS. У листопаді 2010 р. муніципальна рада представила громадськості офіційний звіт за 2005-2010 рр. про основні досягнення у сфері охорони довкілля завдяки запровадженню СМЕМ [2], а в даний час вона працює над переглядом системи екологічного менеджменту з метою її подальшого удосконалення.

У рамках пілотного проекту ця СМЕМ була запроваджена у 6 департаментах, які мали хороші показники діяльності, відзначалися ефективним управлінням і прагнули взяти на себе зобов'язання у вирішенні питань, пов'язаних з охороною довкілля. До кінця 2003 р. всі структурні одиниці було залучено до процесу верифікації СМЕМ.

Стратегія запровадження СМЕМ муніципальною радою Kirkless передбачала поєднання двох підходів – підходу «Корпоративний результат» і підходу «Від департаменту до департаменту». Так, **підхід «Корпоративний результат»** [1, с.15] передбачає визначення спільних для департаментів (чи відділів) впливів на довкілля і постановку спільних корпоративних завдань і мети, які враховують ці впливи. Водночас є впливи на довкілля, які є властивими тільки окремим департаментам, тому департаменти беруть на себе зобов'язання виявити такі «індивідуальні» впливи (як позитивні, так і негативні) та управляти ними.

1. Eco-management and Audit Scheme. Toolkit for Local Authorities// Prepared for the European

Commission by Global to Local Ltd., 2004. – 118 pgs.

2. Kirklees Council [Електронний ресурс]: – Доступно з: <http://www.kirklees.gov.uk/you-kmc/kmc-policies/environmentpolicies.shtml#>.

3. Лотиш О.Л., Максимів Л.І. Взаємодія і взаємозв'язок органів місцевого самоврядування на шляху сталого розвитку// Матеріали десятої міжнародної наукової конференції молодих вчених, аспірантів і студентів «Економіка, управління, фінанси: стан, проблеми та перспективи розвитку», м. Макіївка, 22 квітня 2011 р. – Донецьк: ДонНАБА, 2011. – Ч.2. – С.53-55.

4. Лотиш О.Л. Передумови запровадження системи муніципального екологічного менеджменту// Міжнародна стратегія економічного розвитку регіону: матеріали доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 18-20 травня 2011р./ За заг. ред. О.В. Прокопенко – Суми: Сумський державний університет, 2011 – С.117-119.

ПЕРСПЕКТИВЫ ОБУЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМ СПЕЦИАЛЬНОСТЯМ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Лущик Е.В., специалист кафедры экономической теории
Сумский государственный университет

В последние десятилетия иностранные языки являются объектом пристального внимания и изучения не только ученых, но и простых людей. Практически невозможно представить себе жизнь современного человека, не знающего иностранный язык, ведь большинство средств коммуникации и общения ориентированы на людей в той или иной мере, владеющих языком. В современном мире информационные технологии все больше и больше влияют на повседневную жизнь, где знание иностранных языков просто необходимо для полноценной работы. Сегодня сильно возросла роль именно английского языка, как показателя успешности и образованности человека, что влечет за собой его более интенсивное и глубокое преподавание в большинстве учебных заведений. Студенты, владеющие английским языком на высоком уровне, в будущем смогут привлечь иностранный капитал в свои компании, получить поддержку инвесторов и вести активную деятельность со своими иностранными партнерами.

Факультет экономики и менеджмента Сумского государственного университета предоставляет студентам возможность изучения экономических дисциплин не только на украинском и русском языке, но и на английском. Это в свою очередь дает возможность студентам использовать английский язык как для коммуникации с иностранными студентами, так и для того, чтобы познать тонкости экономических понятий и терминов.

Между носителями разных языков всегда существует языковой барьер, который нужно преодолеть, как путем изучения нового для них языка, так и путем обучения на нем в перспективе с целью осуществления коммуникации между говорящими. Поэтому обучение на английском языке имеет ряд приоритетов: появляется умение понимать известные экономические темы на английском языке, познается специфика так называемого экономического языка, которым нужно не только превосходно владеть, но и знать, когда и при каких обстоятельствах употребить нужную фразу (большинство терминов берут корни именно из английского языка), в будущем приобретает умение вести официальные переговоры с иностранными партнерами (множество контрактов осуществляются на английском

языке) и т.д. Например, на первый взгляд термины «economy», «economy», «economics» имеют одинаковый корень и созвучны, но они совсем разные по значению. Если «economy» – это народное хозяйство (экономика), «economics» – это экономистика (как наука).

Преподавателям, которые обучают экономическим дисциплинам на английском языке, недостаточно разговорного уровня владения им. Английский язык очень специфичен. Нельзя перевести или понять слово по его звучанию, это грубая ошибка и так называемая переводческая трудность. Более того, в английском языке существует понятие полисемии (многозначности), что опровергает однозначность экономических терминов. Например, понятие «costs» имеет 5 значений: 1) издержки; 2) расходы; 3) цены; 4) стоимость; 5) себестоимость. То есть, преподаватель, читая лекцию на английском языке должен четко понимать сам и объяснить студентам, что речь идет об издержках или себестоимости. В этом случае контекст играет большую роль.

Исходя из выше сказанного, можно утверждать, что перспективой усовершенствования преподавания на иностранных языках являются различные подходы как лекторов, так и самих студентов. Изучение экономических дисциплин на иностранных языках должно проходить не только среди студентов-иностранцев, но и среди украинских студентов, что способствует улучшению экономической сферы региона и страны в целом. Это своего рода инвестиции в развитие экономики. Но прежде чем приступить к обучению дисциплинам и к подготовке к лекции или семинару на иностранном языке нужно помнить, что владение иностранным языком – это еще не главное, главное уметь подать и объяснить на другом языке так же хорошо, как и на родном.

ДИНАМИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Люлёв А.В., к.э.н.

Сумский государственный университет

Нестабильность экономической среды и высокий уровень рыночных рисков побуждают субъектов хозяйствования к активному поиску эффективных стратегий развития, которые соответствуют сегодняшним вызовам. В условиях, когда предприятия ежедневно должны разрабатывать, обосновывать и принимать экономически выверенные хозяйственные и управленческие решения, вопросы тактики и стратегии развития являются приоритетными. В кризисных условиях возрастает потребность в формировании адекватных стратегий развития, которые учитывали неопределенность внешней среды функционирования предприятия и позволяли максимально уменьшить влияние неблагоприятных социально-экономических факторов, минимизировав тем самым вероятность отрицательного результата или даже банкротства предприятия. Таким образом, совершенствование процедур моделирования поведения экономических субъектов под влиянием как внутренней, так и внешней среды является важным и актуальным научно-практической задачей. При этом экономическая система априори должна иметь

способность к правильной и своевременной трансформации структуры своего бизнеса, перманентно проводить адекватные стратегические и оперативные изменения. То есть новые условия ведения бизнеса допускают необходимость постоянной готовности социально-экономической системы к изменениям в пределах своего функционирования и развития.

В экономической науке часто пользуются графическими моделями, позволяющими качественно проследить тенденции в развитии экономических систем. Математические модели используются не так часто, поскольку существует определенная сложность в их построении. Причина в том, что практически любая экономическая система представляет сложную систему, состояние которой зависит от многих факторов. Согласно определению сложных систем незначительное изменение одного из параметров за счет самосогласованного поведения может повлечь существенное изменение общей картины. Следует отметить, что многие параметры выразить численно невозможно, поскольку они носят явный качественный характер, а некоторые из них даже не могут быть объективно выявлены. Определенная сложность в том, что для каждой системы следует составлять свои модели, которые будут действовать только на определенном промежутке времени, поскольку в процессе эволюции обычно появляются новые действующие факторы.

В последнее время процессы, происходящие в экономике, активно исследуются с точки зрения самоорганизации, самосогласованного поведения, хаоса и т.п., что позволяет создавать качественные математические модели.

Основой синергетического подхода является положительная обратная связь между параметрами, что может привести к самоорганизации, которая является причиной фазового перехода. Синергетический подход определяет как аксиому невозможность полного описания адекватными терминами поведения сложной системы и процесса ее развития. Однако он позволяет определить детерминированность, общие и специфические закономерности, принципы и особенности динамики экономической системы. В рамках данного подхода для изучения процессов эволюции формирования и развития многокомпонентных систем используются постулаты теории неравновесных состояний И. Пригожина, математическая теория формализации алгоритмов, информации, бифуркации, катастроф, особенностей Е. Уитни и синергетика Г. Хаккена.

Поскольку предприятие, как и экономика в целом, является открытой системой, то, по нашему мнению, разработка обобщенной имитационной модели развития предприятия уместно осуществлять в рамках синергетического подхода, который обобщает картину фазовых превращений на основе уравнений эволюции параметра порядка и управляющего параметра.

Модель является качественной, и не претендует на описание точной количественной картины происходящих в экономической системе процессов, поскольку построена из предположений о самоорганизации экономических параметров. Однако, при всем этом предложенные уравнения могут помочь установить основные закономерности протекания процессов в рассматриваемых системах.

ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРЕГЛЯД ЗАВДАНЬ ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ ЦЕНТРАЛЬНИХ БАНКІВ

Макаренко М.І., д.е.н., проф.

ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

Неквапливе відновлення світової економіки після потужної кризи 2008-2009 рр. свідчить про глибоке враження глобального та національних господарств вірусом депресії, діагностування якого залишається проблемним і в XXI столітті, а остаточне одужання економіки потребує застосування сильнодіючих антикризових засобів.

Всебічно оцінюючи уроки минулої кризи, вчені та практики все більше схиляються до думки, що докризова політика урядів і центральних банків виявилась дещо ейфоричною в частині переоцінки ролі ринкових механізмів у встановленні рівноваги на глобальному та національних ринках, страждала потуранням ліберальним тенденціям у регуляторному процесі, необґрунтовано спиралась на переважно грошово-кредитні важелі попередження та подолання кризових явищ, недооцінюючи роль фіскальних та структурних заходів. Відомий американський макроекономіст, радник МВФ з економічних питань Олів'є Бланшар (Olivier Blanchard), підбиваючи підсумки наукової конференції «Макроекономічна політика і політика зростання в умовах кризи» у березні 2011 р. у Вашингтоні, сказав, що монетарна політика повинна вийти за межі цінової стабільності, приєднавши виробничу і фінансову стабільність до переліку своїх цілей і додавши макропруденційний нагляд до переліку інструментів.

Аналізуючи цільову функцію докризової грошово-кредитної політики більшості центральних банків, зазначимо, що, дійсно, цінова стабільність проповідувалась як чи не єдине завдання монетарного регулювання, схвалене «Вашингтонським консенсусом» та подальшою політикою міжнародних валютно-фінансових організацій.

Як відомо, цілі грошово-кредитної політики мають ієрархічну структуру, поділяючись на стратегічні, проміжні та оперативні. Стратегічними вважаються найбільш загальні макроекономічні завдання політики. Необхідність визначення проміжних цілей викликана тим, що інструменти грошово-кредитної політики, в основному, не мають прямого, безпосереднього впливу на стратегічні цілі. Тактичні цілі – це оперативні завдання центрального банку щодо регулювання важливих економічних змінних для досягнення проміжних цілей.

Серед стратегічних і проміжних монетарних завдань центральних банків фігурує цінова динаміка. Цінам як грошовому виразнику вартості реальних активів притаманна властивість змінюватись під впливом параметрів грошового ринку. На відміну від номінальних реальні змінні опосередковано залежать від грошових показників, і більшою мірою мусять регулюватись засобами загальноєкономічної політики. Тому цінова стабільність, або ж рівень інфляції, постає провідною метою монетарного регулювання як в короткостроковому, так і середньостроковому періодах. Саме інфляцію, а не спад виробництва оголосив ворогом номер 1 колишній президент США Дж. Форд у розпал кризи 1973 – 1975 рр., хоча 2 роки поспіль американська економіка перебувала в стані рецесії. Пізніше на контроль інфляції

стали спрямовувати діяльність центральних банків міжнародні валютно-фінансові інституції, закладаючи відповідні вимоги щодо інфляції в угоди про надання кредитів країнам-реципієнтам.

Серед центральних банків країн світу утворилась група учасників, що визнали інфляцію пріоритетною метою грошово-кредитного регулювання. У свою чергу, з-поміж них виділяються національні монетарні регулятори, які виголосили пряме націлювання грошово-кредитної політики на подолання інфляції (інфляційне таргетування) та прихильники «м'якшого» варіанту – орієнтації на цінову стабільність. Інфляційне таргетування, починаючи з 1991 р., прийняли понад 30 країн (згодом Іспанія, Словаччина та Фінляндія, приєднавшись до зони євро, змушені були відмовитись від прямого таргетування інфляції та переорієнтувати свою стратегію, згідно з вимогами Європейського центрального банку, на цінову стабільність). Країни зони євро, а також США, Швейцарія, Японія та деякі інші країни взяли на озброєння грошово-кредитну політику, орієнтовану як раз на цінову стабільність.

Перебіг останньої кризи у світі показав, що у виграші опинились ті країни, які використовували гнучкий варіант інфляційного таргетування, тобто поряд з контролем очікуваної інфляції переключили діяльність центральних банків на грошово-кредитну підтримку реального сектора, рефінансування банківської системи та валютно-курсову стабілізацію.

Контроль фінансової стабільності як мета грошово-кредитної політики постав перед монетарною владою ще у передкризовий період. Задля підвищення дієвості макроекономічного регулювання і поліпшення функціонування фінансових ринків МВФ розробив низку програм оцінки фінансової стабільності, серед яких вирізнялись показники статистики зовнішнього боргу, Спеціальний стандарт поширення даних та індикатори фінансової стійкості. Однак запроваджені заходи мусили відіграти більшою мірою прогностичну роль, а ніж попереджувальну і не розглядалися як завдання регулятора. На саміті голів держав і урядів «Великої двадцятки» 2 квітня 2009 р. була прийнята «Декларація зі зміцнення фінансової системи», де, зрештою, визнавалась необхідність забезпечення фінансової стабільності, у т.ч. засобами монетарної політики.

ПРОБЛЕМА РОСТУ ІНВЕСТИЦІЙ В УМОВАХ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ЗАГРОЗ

Малютін О.К., к.е.н., доц.

Сумський національний аграрний університет

Процес економічного розвитку набуває стійкості у разі збереження головного фактору функціонування і стабілізації діяльності народного господарства – ефективного залучення та використання інвестиційних ресурсів. Виключно важливою та малорозробленою є проблема росту інвестицій, визначення оптимальної їх структури в умовах впливу економічних загроз, пов'язаних з інфляційними процесами та економічними кризами.

Обмеженість інвестиційних ресурсів, на думку багатьох науковців, представляє суттєву проблему з точки зору перспектив економічного росту країни. В

цьому сенсі постає питання мінімізації економічних ризиків, оскільки саме цей фактор, на думку дослідників UNCTAD, є основним стримуючим чинником рівня інвестування в окремих регіонах світу [1, с. 3].

За статистичними даними (рис. 1) можна простежити обернену пропорційну залежність в обсягу інвестицій та економічних загроз і в українській економіці останнім часом.

Збільшення рівня економічних загроз призводило до суттєвого зменшення обсягу іноземного інвестування в економіку відповідної країни, і навпаки. Це в свою чергу визначало обсяг виробленого валового продукту в країні, який мав прямо пропорційний зв'язок з кількістю вкладених в економіку інвестицій.

Суттєвим визначальним чинником для вкладення капіталу в країну серед економічних загроз виступав рівень інвестиційного ризику.

На відміну від світового економічного авангарду, Україна має багато перешкод щодо залучення інвестицій в свою економіку, які формують досить високі інвестиційні ризики та нестабільні умови в інвестиційній, а також в загальній – економічній, безпеці країни. За результатами досліджень Державного департаменту США складний податковий кодекс, складні нормативно-правові акти, погане корпоративне управління, слабе застосування договірних прав, корупція роблять Україну несприятливим місцем для інвестицій [2].

В цілому можна казати про погіршення інвестиційного клімату в Україні в останні роки, що викликано наслідками світової кризи. За дослідженнями Compews Research основними факторами ризику для України залишаються «незавершеність фіскальної консолідації, зовнішня незбалансованість, недостатня гнучкість валютної політики центрального банку» [3, с. 21].

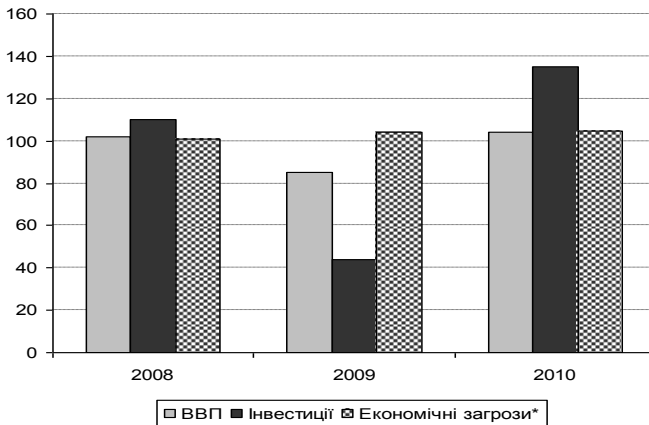


Рис. 1. Індеси обсягу ВВП, інвестицій, економічних загроз* України, %

* різниця між максимальним значенням економічних свобод в країні і фактичним індесом економічної свободи

Джерело: побудовано автором з використанням матеріалів The Heritage Foundation, The World Factbook, UNCTAD

Тому є необхідним формування максимально відкритої економіки для іноземного капіталу, розробка діючого інвестиційного законодавства з точки зору зовнішнього фінансування, мінімізація інвестиційних внутрішніх ризиків.

1. World Investment Report 2011 – Non-equity modes of international production and development 26 July 2011 [Електронний ресурс] // UNCTAD. – Режим доступу: <http://www.unctad.org/Templates/webflyer.asp?docid=15189&intItemID=6018&lang=1&mode=downloads>

2. Офіційний веб-сайт Державного департаменту США. – Режим доступу: www.state.gov

3. Инвестиционная привлекательность телекоммуникационных рынков стран СНГ: Белоруссия, Казахстан, Украина [Електронний ресурс] // Исследовательская компания ComNews Research. – Режим доступу: <http://www.comnews-research.ru>

СТРАТЕГІЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Мишенін Є.В., д.е.н., проф., **Коблянська І.І.**, к.е.н., доц.

Сумський національний аграрний університет

Вигідне географічне розташування України, наявність унікальних туристично-рекреаційних ресурсів, розмаїття та багатство культури, а також сформована у радянські часи інфраструктура для оздоровлення та відпочинку здатні забезпечити активний та конкурентоспроможний розвиток туристичної галузі. Водночас, недостатня розвиненість відносин власності на туристично-рекреаційні ресурси, недосконалість механізмів соціальної відповідальності бізнесу та відсутність реально діючих механізмів державної підтримки інноваційного розвитку туристичної галузі перешкоджають становленню туризму як однієї з провідних галузей економіки. У цих умовах об'єктивно назрілою є необхідність комплексного реформування туристичної галузі на основі формування сучасних систем управління об'єктами туристичної уваги, зокрема, на території прикордонних регіонів.

Для активного розвитку туризму в прикордонних регіонах сформовані об'єктивні передумови, що полягають у наступному:

- наявність господарських та соціальних зв'язків між підприємствами та населенням;
- спрощений режим перетину державного кордону для мешканців прикордонних територій («малий прикордонний рух»);
- транзитний рух товарних потоків.

Забезпечення активного розвитку туризму в економіці прикордонного регіону передбачає вирішення кола найважливіших завдань, пов'язаних із: формуванням та розвитком туристичних ресурсів, підвищенням їх розмаїття, якісних характеристик та доступності; удосконаленням матеріально-технічної бази та якості туристичного обслуговування, а також створенням умов для збільшення притоку туристів.

Необхідно відмітити, що послуги, які надаються у сфері туризму, мають свою специфіку, яка полягає як у «миттєвому» характері їх споживання, так і в багатобачності виконуваних ними функцій: оздоровчій, рекреаційній, культурній, пізнавальній, діловій та їх поєднанні. Від повноти, своєчасності, доступності, розмаїття, відповідності очікуванням споживачів та вартості послуг, що надаються,

залежить ефективність функціонування туристичного об'єкту. Це визначає необхідність використання логістичного підходу в управлінні туристичною галуззю регіону з метою узгодження наявних туристичних ресурсів та потреб у туристичному продукті найбільш раціонально.

Упровадження логістичного інструментарію в управлінні туристичною діяльністю має на меті формування ефективних механізмів управління потоками туристів, транспорту, інформації, фінансових ресурсів, послуг та матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування. Логістика туризму має двосторонній характер: з одного боку, вона спрямована на оптимізацію використання туристичних ресурсів, а з іншого – на оптимізацію туристопотоків з метою забезпечення гармонійного та соціо-еколого-економічно збалансованого розвитку прикордонного регіону. Розвиток туристичної галузі у регіоні не повинен порушувати функціонування базових галузей економіки, соціально-культурні традиції приймаючого суспільства, якісні параметри стану навколишнього природного середовища та виступати джерелом соціального конфлікту (напруги). Це вимагає узгодження логістичного потенціалу комплексу туристичних ресурсів регіону, матеріально-технічної бази туристичних об'єктів та потоків туристів [Смирнов, 2010].

Відповідно, підвищення економічного результату функціонування туристичної галузі безпосередньо пов'язано із формуванням та розвитком логістичного потенціалу туристичних ресурсів регіону. На наш погляд, це передбачає комплексну діяльність, спрямовану на вивчення мотивів туризму населення сусідніх регіонів (як усередині країни, так і за її межами), складання реєстру наявних туристичних ресурсів і об'єктів, створення нових об'єктів туристичної уваги.

В якості туристичних ресурсів прикордонного регіону можна розглядати:

- наявність торговельної та розважальної інфраструктури (великі торгові центри, сучасні кінозали та парки атракціонів, унікальні заклади громадського харчування, наприклад, «крайвки» у Львові);
- спортивні об'єкти та споруди (стадіони, спортивні центри для проведення змагань, особливості місцевості, наприклад, наявність лижних спусків), а також об'єкти військово-промислового комплексу;
- наявність крупних виробничих підприємств (цікаві з погляду здійснення бізнес-туризму);
- фінансову інфраструктуру;
- наявність наукових та освітніх закладів, їх унікальні особливості (сформовані наукові школи);
- пам'ятки історії та архітектури, унікальні об'єкти етнічної культури;
- об'єкти сучасного мистецтва (театральне мистецтво, образотворче мистецтво та музична творчість, кіноіндустрія);
- медичні заклади та об'єкти;
- культові релігійні споруди;
- безумовно, природно-рекреаційні ресурси та ін.

Складений реєстр наявних туристичних ресурсів дозволяє сформувати пріоритетні цілі та напрями розвитку окремих територій регіону – виділити центри спортивного розвитку, наукові та освітні центри, центри торгівлі, етнічного розвитку («писанкарства», «рушникарства», майстерні скульптурної творчості та ін.), центри здоров'я та краси, центри розваг для дітей та молоді, центри культурного розвитку,

центри релігійної культури, бізнес-центри. На основі отриманої інформації необхідно скласти туристичну карту регіону.

Формування логістичного потенціалу туристичного розвитку прикордонного регіону шляхом створення вищезазначених туристичних центрів передбачає, під час вирішення загальних питань розвитку регіону, необхідність урахування та вирішення таких логістичних завдань:

- розміщення туристичних об'єктів з урахуванням традицій розвитку регіону;
- створення сучасних систем транспортного обслуговування;
- розвиток сучасних форм медичного та соціального обслуговування,
- забезпечення належної якості надання адміністративних послуг;
- розробка належних схем санітарного очищення територій;
- забезпечення належного рівня надання житлово-комунальних послуг на всій території регіону;

створення регіонального логістичного центру розвитку туризму для надання інформаційно-консультаційних послуг споживачам та координації діяльності суб'єктів господарювання у сфері туристичного обслуговування [Коніщева, 2007].

Підсумовуючи, зазначимо, що державна політика повинна бути спрямована на підтримку інноваційної діяльності, удосконалення внутрішньої та зовнішньої міграційної політики, а також політики у сфері розподілу та закріплення прав власності на природно-рекреаційні об'єкти.

1. Коніщева Н.Й. Пропозиції щодо створення регіональних логістичних центрів у сфері туризму / Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкіна // Матеріали доповідей III науково-практичної конференції «Інформаційні технології в управлінні туристичною та курортно-рекреаційною економікою», 2007. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/konisheva.htm

2. Смирнов І.Г. Про привабливість та логістичність рекреаційно-туристичних об'єктів та ресурсів (в контексті логістичної моделі сталого розвитку туризму/ І.Г. Смирнов // Географія та туризм. – 2010. – Вип. 4. – С. 106-114.

ПЕРЕВАГИ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ УКРАЇНУ ТА СТРИМУЮЧІ ФАКТОРИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Молибог М.А., студент
Сумський державний університет

В сучасних умовах економічного розвитку країн формування продуктивної, стабільної економіки, її модернізацією тісно пов'язано з залученням іноземного капіталу. Економіка України постійно знаходиться в різних перетвореннях і розвиток інвестиційної діяльності є досить актуальним питанням.

Іноземне інвестування для України є важливою передумовою входження її до світового господарства. Для України переваги в іноземному інвестуванні можуть проявитися у таких аспектах як інтенсифікація підприємницької діяльності, сприяння виходу на нові ринки, зокрема високотехнологічних товарів українського виробництва, створення нових робочих місць та збереження вже існуючих.

Україна – країна з перехідною економікою, тому для розвитку економіки цілком важливе є використання іноземних інвестицій. За даними аудиторської

компанії Ernst&Young Україна закріпилася в рейтингу країн привабливих для інвестицій. Основні переваги інвестування в Україну такі: високий рівень науково-дослідних розробок у багатьох галузях науки, вигідне географічне розташування, значні запаси сировинних ресурсів, освіченість людей, вигідні кліматичні умови, хороший чорнозем, що дає високі можливості для ведення агробізнесу.

Аналізуючи приріст прямих іноземних інвестицій в Україні, то Україна за період 2006-2010 рр. займала 10 місце за кількістю інвестиційних проектів (178) та за кількістю створених робочих місць (7487). В 2010 році становище України не покращилося з огляду на прямі іноземні інвестиції, а навпаки вартість надходжень інвестицій скоротилася на 9 %. Приріст прямих іноземних інвестицій в Україну в 2011 році становив 4,56 млрд доларів, що на 2,3% менше, ніж у 2010 році. За даними Держкомстату у 2012 році за перше півріччя загальний обсяг прямих іноземних інвестицій в Україну становив 52,43 млрд доларів, а основними інвесторами були такі країни Кіпр, Німеччина, Нідерланди, Росія. Аналізуючи ці дані ми спостерігаємо тенденцію до зниження іноземних інвестицій в Україну.

Перспективи зростання в 2012 році в черговий раз погіршилися у зв'язку з поглибленням боргової кризи в Єврозоні, а також з жорсткими вимогами Росії для зниження цін на газ. На даний момент експерти прогнозують ріст на рівні 3,1% в 2012 році (в 2011 році він становив 5,1%). При цьому не виключено можливість подальшого зниження прогнозу, оскільки стагнація європейської економіки негативно позначається на прогнозованих обсягах українського експорту (питома вага експорту в українському ВВП перевищує 50%, а понад чверть експортних потоків направляється в ЄС). Ріст витрат на енергоносії та негативна динаміка експортних ринків привели до різкого збільшення дефіциту рахунку поточних операцій в 2011 році (до 6% ВВП). Доступ до зовнішнього фінансування як і раніше обмежений. МВФ не відновляє фінансування, продовжуючи наполягати на скороченні субсидування вартості енергоресурсів у сфері ЖКХ, що неможливо доти, поки не будуть знижені витрати на імпортний газ. Крім того, бюджетний дефіцит в 2012 році, швидше за все, перевищить офіційний цільовий показник (2,5% ВВП) внаслідок менш високих темпів росту, ніж очікувалося[1].

В Україні існують певні проблеми, що стримують надходження іноземних інвестицій до України і створюють несприятливий інвестиційний клімат у нашій державі. Хоча Україна могла б бути однією з провідних країн по залученню іноземних інвестицій. До головних причин можна віднести:

- неповнота, неточність і суперечливість інформації про країну. Багато іноземних інвесторів не достатньо обізнані про інвестиційну привабливість української економіки або мають недостовірну інформацію;

- надто велика кількість податків, значний податковий тиск;
- високі ставки мита, непорозуміння при визначенні митної вартості товарів та інших митних бар'єрів;

- відсутність єдиної стратегії та планів щодо заохочення інвестицій;

- політична, законодавча та економічна нестабільність в Україні;

- відсутність певних гарантій захисту для іноземних інвесторів від боржників і недобросовісних партнерів, впевненості у подальшому співробітництві під час економічних змін в законодавстві або під час кризи;

- невисокий рівень розвитку інфраструктури;

- низька продуктивність економіки;
- недосконале законодавство в сфері інвестування, що спричинює цілий ряд проблем для іноземних інвесторів;
- наявність корупції, рейдерства на підприємствах та бюрократизму в державних органах України.

Аналізуючи переваги іноземного інвестування та проблеми, що стримують надходження можна сказати, що Україна може бути привабливою для іноземних інвесторів і має ряд переваг, але має і недоліки, що стримують надходження іноземних інвестицій до України і створюють несприятливий інвестиційний клімат.

Для вирішення цих проблем Україна могла б скористатися світовим досвідом інших країн, наприклад, Австрії. Успіху у розвитку власної економіки Австрія завдячує безсумнівно, і використанню інноваційних технологій і залученню інвестицій в економіку. Досвід Австрії у залученні інвестицій цікавий і для України на мою думку цілком вагомий. Аналізуючи інвестиційну політику Австрії, можна сказати, що у країні створена досить ефективна і сприятлива система підтримки інвестиційної діяльності іноземних інвесторів. Головною організацією, яка займається сприянням і залученням іноземних інвестицій є Австрійська бізнес-агенція (АБА), яка здійснює свою діяльність під заступництвом Федерального міністерства економіки та праці Австрії. Австрійська бізнес-агенція відповідає обслуговування іноземних підприємств, які хочуть влаштуватися в Австрії, надає безкоштовні послуги іноземним інвесторам, які прагнуть працювати в пріоритетних галузях австрійської промисловості та сільського господарства. Агентство АБА дає довідки про економічну ситуацію в Австрії і дає консультації міжнародним інвесторам з питань, що стосуються вибору місця розташування. Агентство «АБА» підтримує іноземні компанії при створенні фірм в Австрії. Інвестори отримують інформацію про економічну ситуацію, а також про економічні, політичні та юридичних умовах [2]. В Австрії законодавство містить не дуже багато обмежень для іноземних інвесторів. Законодавство, яке регулює діяльність компаній визнає два види компаній з обмеженою відповідальністю: акціонерне товариство і компанія з обмеженою відповідальністю, що є найбільш привабливим для іноземних інвесторів. Інтерес інвесторів спричинений економічним розвитком, політичною стабільністю, добре розбудована структурою фінансових послуг.

1. Быстрорастущие рынки: очевидные различия. Прогноз по России, Казахстану и Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ey.com/RU/ru/Issues/Business-environment/RGM-growing-divergence---Focus-on-Russia-Kazakhstan-Ukraine>

2. Кто мы и чем занимаемся [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://investinaustria.at/RU/Home/Кто мы и чем занимаемся.aspx>

Науковий керівник: асистент Омеляненко В.А.

МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАЧЕННЯ НОВИЗНИ ЕКОЛОГІЧНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ¹

Нагорний Є.І., к.е.н.

Сумський державний університет

Сучасний ринок товарів швидко змінюється, удосконалюються конструкції та технології, зростає рівень конкуренції, змінюються запити споживачів. Підприємство, прагнучи збереження та захисту своїх конкурентних позицій, повинне вміти не тільки закріпитися на ринку і розширити свій вплив на нові ніші без зменшення раніше завойованої частини ринку, а й зацікавити споживача певними новинками. Особливо це стосується виробників «екологічно-брудних» продуктів, оскільки в силу розповсюдження екологічних настроїв з боку споживачів, їх продукція буде нікому не потрібна, а виробник збанкрутує. Однак прийняття рішення про випуск нового продукту з поліпшеними екологічними властивостями є складним і значно ризикованим. Ринкові дослідження західних країн показують, що однією з головних причин «провалу» на ринку нових продуктів є недостатній рівень їх новизни. Визначення новизни екологічної продукції на початкових етапах інноваційного циклу її розроблення, є вирішальною ознакою того, що виробник і споживач однаково розуміють її зміст і еконовинка не провалиться на ринку. Тому особливої уваги потребує розв'язання проблеми щодо розрахунку значення показника новизни екологічного товару.

В загальному випадку новизна це сукупність властивостей екологічної продукції, що характеризують її радикальну зміну стосовно предмета(-ів) внесених змін і дають їй право називатися новою у певному часово-просторовому вимірі. Предметами внесених змін можуть бути: ринок, споживач, технологія, характеристики продукції. У зв'язку з цим можна виділити такі основні види новизни продукції: *споживча новизна* – здатність нової чи традиційної продукції задовольняти зовсім нову потребу або значно ефективніше задовольняти вже існуючу; *товарна новизна* – часткова чи принципова зміна споживчих (або функціональних, економічних тощо) властивостей продукції; *виробнича новизна* – продукція, що вперше виготовляється даним підприємством без огляду на її якісні відмінності та ступінь новизни для ринку і споживача; *прогресивна новизна* – будь-які прогресивні зміни, що відрізняють продукцію від її аналогів і прототипів (ці зміни можуть стосуватися сировини, матеріалів, конструкції, технології тощо); *ринкова новизна* – продукти, які існують на інших ринках, але є новими для даного ринку; *маркетингова новизна* – створення унікальних ринкових умов реалізації продукції, методів ціноутворення, комунікацій, маркетингових стратегій; *екологічна новизна* – нові екологічні характеристики продукції, що призводять до зниження інтегрального екодеструктивного впливу на навколишнє середовище при одночасному підвищенні економічної ефективності у сферах їх виробництва та споживання; *соціальна новизна* – нові соціальні характеристики продукції, що призводять до отримання певного

¹Робота виконувалася за рахунок бюджетних коштів МОНмолодьспорт України, наданих на виконання науково-дослідної роботи на тему "Розроблення механізму впровадження екологічних інновацій" (№ держ. реєстр. 0112U001378)

соціального ефекту, одержуваного суспільством від виробництва та споживання інноваційної продукції.

Необхідно зазначити, що перелічені вище види, в сукупності становлять сукупну новизну продукту, або, *інтегральну новизну*. Однак для екологічної продукції вирішальне значення має екологічний вид новизни.

Оцінку рівня екологічної новизни продукції пропонується розраховувати експертним методом шляхом протиставлення еконовинки та її аналогів, що існують в даний час на ринку, за чинниками що визначають її значення, в системі «краще-гірше» (табл. 1).

Таблиця 1

Чинники екологічної новизни продукту (умовний виріб)

Чинники	Шкала оцінок чинників										
	Гірше аналога					Рівень аналога	Краще аналога				
	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
Екологічна новизна											
1	Рівень екологічної чистоти технології виробництва						√				
2	Рівень упровадження мало- та безвідхідних технологій									√	
3	Рівень екологічно небезпечних режимів експлуатації продукції									√	
4	Рівень забруднення навколишнього середовища							√			
...	...										√

Значення екологічної новизни пропонується розраховувати за формулою $I_{ek} = O_{i \text{ отрим}} / O_{i \text{ max}}$. Де $O_{i \text{ отрим}}$ – отримана кількість балів за шкалою оцінок чинників, що визначають екологічний вид новизни; $O_{i \text{ max}}$ – максимальна кількість балів, що може бути отримана за екологічним видом новизни. Якщо $I_{ek} < 0$, товар не має екологічної новизни.

На нашу думку, екологічним можна вважати нову продукцію, яка характеризується рівнем екологічної новизни 0,40 і більше.

**АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У
МАШИНОБУДУВАННІ В УКРАЇНІ**

Новикова І.В., здобувач

Шосткинський інститут Сумського державного університету

Ефективність інвестицій у діяльність підприємств машинобудування є передумовою забезпечення та підвищення інвестиційної привабливості як конкретного суб'єкта господарювання, так і галузі в цілому. Машинобудування

займає четверте місце серед галузей економіки України за розміром реалізованої промислової продукції у її загальному обсязі, незважаючи на те, що очевидним є значний технологічний розрив між діяльністю промислових підприємств України та розвинених країн світу, однією з причин якого є той факт, що переважна більшість із них працює на застарілому обладнанні (рівень зношення основних виробничих фондів у промисловості становить близько 54%, зокрема, в машинобудуванні – 57% (при зношенні машин й устаткування на рівні 71,4%)) [2, с.31].

Інвестиційна привабливість є інтегральною характеристикою інвестиційної діяльності, зміст та сутність якої науковці визначають по-різному. На нашу думку, інвестиційна привабливість машинобудівного комплексу України визначається ефективністю вже реалізованих інвестиційних проектів у галузі й відображає економічні, соціальні, екологічні, правові, організаційні та інші інтереси інвесторів щодо розміщення інвестицій у діяльність конкретного підприємства.

Дослідивши фактори, що обмежують і стримують інвестиційну діяльність підприємств, виявили, найбільш значущі:

- дефіцит власних ресурсів (приблизно 60% з досліджуваних підприємств);
- невизначеність економічної ситуації в країні;
- недосконалість нормативно-правової бази, що регулює інвестиційні процеси, яка містить суперечності щодо аспектів інвестиційної та інноваційної діяльності, фондового ринку, державної фінансової допомоги та умов її надання, податкових пільг тощо;
- неефективність менеджменту на промислових підприємствах. Сучасні керівники в більшості випадків не володіють методами стратегічного планування інвестиційної діяльності, оцінки та хеджування ризиків, визначення ефективності інвестицій та ін., що знижує результативність інвестиційної діяльності конкретного підприємства.

Для нейтралізації (зменшення) впливу наведених вище факторів уряд України затвердив Програму розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні, заходи якої передбачають:

- 1) створення сприятливого регуляторного середовища;
- 2) надання державної підтримки реалізації інвестиційних та інноваційних проектів, зокрема з метою забезпечення розвитку високотехнологічного виробництва;
- 3) удосконалення механізму комерціалізації результатів наукових досліджень та розробок і впровадження їх у виробництво;
- 4) забезпечення розвитку державно-приватного партнерства як інструменту залучення інвестицій;
- 5) реалізацію інвестиційних та інноваційних проектів, що пройшли конкурсний відбір і забезпечать розвиток базових галузей економіки та ін. [1].

На нашу думку, крім наведених вище заходів для підвищення інвестиційної привабливості машинобудування та збільшення обсягу залучених інвестицій на рівні машинобудівного підприємства необхідно:

- 1) запроваджувати систему стратегічного управління інвестиційною діяльністю на підприємстві;
- 2) сформувати систему критеріїв оцінки ефективності інвестиційної діяльності, які б відповідали розроблені стратегії і базувалися на вартісному підході;
- 3) узгодити показники та критерії інвестиційної діяльності із технологією

управління, яка застосовується на підприємстві;

4) розробляти та впроваджувати окремі інвестиційні проекти у відповідності до загальної стратегії розвитку підприємства;

5) використовувати альтернативні джерела фінансового забезпечення інвестиційної діяльності в контексті оптимізації структури капіталу та врахування ефекту фінансового левериджу;

6) застосовувати диверсифікацію діяльності як за видами продукції, так і за регіональним критерієм;

7) для кожного об'єкту інвестування застосовувати відповідну методику оцінки ризиків та ефективності інвестицій, яка б враховувала всі фактори впливу у кожній конкретній ситуації;

8) узгодити та оптимізувати тривалість реалізації інвестиційних проектів.

1.Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Програми розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні» від 2.02.2011 р. №389. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>

2.Харів П.С.. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів. – Тернопіль: «Економічна думка», 2003. – 326 с.

ЕКОЛОГО- ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЕНЕРГООЩАДНИХ ПРОЕКТІВ

Новікова О.С.

Сумський національний аграрний університет

Економічне зростання супроводжується збільшенням обсягів залучення виробничих та природних ресурсів, у тому числі енергетичних.

Зменшення енергоспоживання на одиницю ВВП у економічно розвинених країнах супроводжується переходом до використання енергоресурсів іншої кращої якості. Використання якісних енергоносіїв, у тому числі і втілених у новітніх знаряддях праці, а не будь-які технологічні зміни у виробництві є основним фактором, який визначає параметри сталого соціально-економічного розвитку. Відмова національних підприємств від традиційних енерговитратних виробничих процесів має стати передумовою для технічного і технологічного переозброєння економіки і отримання конкурентних переваг на світовому ринку.

Сучасна економічна наука визнала, що економічні агенти часто приймають не найкращі а посередні рішення внаслідок суттєвої асиметричності інформації. Часто енергоефективні проекти, що в розрахунках демонструють відмінні еколого-економічні показники, не сприймаються широким загалом.

Серед основних причин переоцінки вигідності екопроектів виділяють дві групи факторів: прихована вартість енергоефективних інновацій, що спершу не враховується і надалі збільшує витрати за проектом; ефект зворотної віддачі, коли потенційний розмір енергоощадності перебільшується.

Серед таких прихованих витрат є прямі виробничі витрати, пов'язані наприклад з підвищеними вимогами до якості обслуговування та кращої кваліфікації

персоналу для роботи з «розумним» енергоощадним обладнанням; а також транзакційні витрати, до яких відносять ринкові або зовнішні – вартість пошуку інформації, консультацій, прийняття рішень та моніторингу виконання. Серед внутрішніх транзакційних витрат виділяють необхідність створення нових організаційних структур та контроль за ходом впровадження.

Ефекти зворотної віддачі включають:

- ефект втіленої енергії, коли виробництво енергоефективного обладнання також потребує витрат енергії (сонячні батареї);
- ефект збільшення витрат, коли споживач витрачає зекономлені кошти на придбання інших енергоємних товарів;
- ефект обсягів виробництва, коли виробники витрачають зекономлені ресурси на виробництво, залучаючи інші ресурси та збільшуючи обсяг виробництва. При цьому збільшення пропозиції галузі може дати поштовх суміжним галузям;
- композиційний ефект – коли впровадження енергоефективних технологій приведе до падіння попиту на енергоресурси та цін на них. Це спровокує розвиток енергоємних виробництв;
- енерго-ринковий ефект – коли масштабне впровадження енергозбереження зменшить ціни на енергоносії і стимулюватиме ріст споживання, збільшення реального доходу, що стимулюватиме інвестиції.

Ці ефекти зазвичай скорочують привабливість екологічно-орієнтованих проєктів і вимагають додаткових зусиль для їх впровадження.

ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА МІКРО- ТА МАКРОЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ

Овчаренко М.І.

Сумський державний університет

Важливою умовою ефективного та сталого розвитку корпоративної культури є розуміння механізму її впливу на функціонування окремого підприємства та держави в цілому. Аналіз наукової літератури з досліджуваної проблеми дозволив виокремити найважливіші функції корпоративної культури, які проявляються:

- на мікрорівні: формування корпоративних цінностей, формування позитивного іміджу організації, консолідуюча функція;
- на макрорівні: розвиток прогресивних соціально-трудова відносин та створення єдиного культурного простору.

Розглянемо більш детально кожен з зазначених функцій.

1. Функція формування корпоративних цінностей. Ядром корпоративної культури, поза сумнівом, є цінності, на основі яких виробляються норми і форми поведінки в організації. Наслідком формування корпоративних цінностей є стабільність, стійкість організації на певний термін її функціонування. Саме цінності часто стають тією ключовою ланкою, від якої залежить згуртованість співробітників, формування єдності поглядів і дій, а, отже, забезпечення досягнення цілей організації.

2. Формування позитивного іміджу організації, яка є однією з головних функцій корпоративної культури. Це знаходить прояв в тому, що імідж корпорації –

це своєрідна “медаль”, одна сторона якої є внутрішнім образом компанії, укоріненим в свідомості членів корпорації, а друга – її зовнішній образ, призначений для партнерів, конкурентів, фінансово-кредитних організацій і т.п. [1].

3. Консолідує функція корпоративної культури орієнтована на те, щоб інтереси працівників організації і інтереси керівництва організації по-перше, визнавались однаково значимими, важливими, а по-друге, до певної міри у межах трудового процесу вони співпадали, утворюючи так званий феномен «спільної долі». Результатом реалізації консолідує функції корпоративної культури стає якісне покращення діяльності організації за рахунок створення певної філософії організації, в якій віддзеркалюються: суспільне призначення організації, її роль в теперішньому і майбутньому житті населення, зв'язок з національними ідеями, стратегічна мета і завдання, – яку розуміють і поділяють всі її працівники. Все це мобілізує працівників на досягнення корпоративних цілей завдань, оскільки їх творча діяльність в організації стає джерелом власного особистісного росту.

4. Розвиток прогресивних соціально-трудових відносин, які мають форму соціального партнерства. З одного боку, соціальне партнерство забезпечує так званий «виробничий мир» між власниками організації і найманим персоналом; з другого, – створює чіткий механізм взаємодії учасників виробництва (власників, управлінців, працівників) з державою, яка за допомогою законів зв'язує весь пакет соціально-трудових відносин в єдине ціле; з третьої, забезпечує діалогічну взаємодію всіх учасників взаємодії, обмін інформацією, виявлення позицій сторін, консультацій і переговорів з самих різноманітних питань – виробничих (організація і умови праці) і соціальних (проблеми самоуправління, навчання, охорона довкілля, охорона здоров'я). Такі соціально-трудові відносини є надзвичайно ефективними, оскільки розвивають потенційні здібності працівників організації, створюють умови для їх самореалізації, формують позитивне ставлення до організації, підвищують прагнення максимально ефективно працювати. Це, в свою чергу, підсилює розвиток інтелектуального і духовного потенціалу суспільства

5. Створення єдиного культурного простору. Корпоративна культура задає певну систему координат, яка пояснює, чому організація функціонує саме таким, а не іншим чином. Корпоративна культура дозволяє значною мірою згладити проблему узгодження індивідуальних цілей із загальною метою організації, формуючи загальний культурний простір, що включає цінності, норми і поведінкові моделі, що розділяються всіма працівниками. Саме наявність спільного культурного простору забезпечує, за відсутністю прямих вказівок, прямих інструкцій або певної невизначеності, виконання працівниками своїх обов'язків, визначає спосіб дії та взаємодії людей і в значній мірі впливає на хід виконання роботи.

Наведене дозволяє констатувати, що корпоративна культура виконує важливі функції як на рівні суспільства, забезпечуючи сталий, ефективний розвиток трудових суб'єктів, так і на рівні конкретної організації. У широкому значенні корпоративна культура є механізмом відтворення соціального досвіду, допомагаючи людям жити і розвиватися у певному клімато-географічному і соціальному середовищі, зберігаючи єдність і цілісність свого співтовариства.

1. Швидка Л.І. Значення і роль корпоративної культури в функціонуванні сучасної організації: теоретичний аспект [Електронний доступ]: http://www.rusnauka.com/23_SND_2008/Psihologia/27149.doc.htm

НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ БЮДЖЕТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРИКОРДОННОЇ ТЕРИТОРІЇ

Олійник В.М., доц., к.ф.-м.н., Фролов С.С., студент
Сумський державний університет

Необхідною умовою розвитку прикордонних територій є адекватне їх фінансування, основою якого є бюджет. Утім, якісне бюджетне планування неможливе без оцінки можливостей прикордонних територій як з точки зору доходів бюджету, так і витрат, що в сукупності утворюють бюджетний потенціал регіону.

Показником, що характеризує фінансові можливості територій, є фінансовий потенціал адміністративно-територіальної одиниці – загальний обсяг фінансових ресурсів, які утворюються за рахунок усіх джерел у межах адміністративно-територіальної одиниці – області, району, міста, села, селища .

На наш погляд, бюджетний потенціал прикордонної території – здатність прикордонної території акумулювати необхідну кількість фінансових ресурсів для забезпечення наявних потреб з урахуванням економічного стану та тенденцій розвитку.

Бюджетний потенціал може бути фактичним (реальним) і можливим, внутрішнім і зовнішнім.

Бюджетний потенціал прикордонної території характеризується наявними ресурсами й відображає спроможність місцевих органів влади виконати покладені на них завдання відповідно до законодавства, тобто бюджетний потенціал можна трактувати як збалансованість між потребами території та її можливостями.

Виходячи з розуміння сутності бюджетного потенціалу прикордонної території, під його оцінкою будемо розуміти визначення обсягу фінансових ресурсів, який здатна акумулювати прикордонна територія для задоволення потреб. Як правило, бюджетний потенціал обчислюють у грошових одиницях держави.

Результатом розрахунку бюджетного потенціалу є визначення об'єктивних бюджетних потреб прикордонної території, можливостей їх фінансування за рахунок ресурсів місцевої влади, а також розмірів необхідної фінансової допомоги з боку центрального уряду та органів влади вищого рівня.

Що стосується факторів, які необхідно враховувати під час розрахунку бюджетного потенціалу прикордонної території, то до них можна віднести:

– кількість населення прикордонної території, його структуру, рівень зайнятості;

- середній дохід на душу населення;
- чисті регіональні витрати;
- валовий прибуток підприємств;
- баланс міжрегіональних платежів;
- обсяг роздрібного товарообороту;
- кількість платників податків – юридичних осіб;
- прогнозований кошик витрат бюджетів місцевого самоврядування;
- обсяги зовнішньоекономічної діяльності;
- показники рівня збирання податків у певному регіоні;

- індекси-дефлятори (індекси споживчих цін);
- прогнозні показники соціально-економічного розвитку регіонів.

На сьогоднішній час існує цілий ряд науково-методичних підходів і методів оцінки бюджетного потенціалу. Кожен із них має свої переваги й недоліки, виражені в точності та трудомісткості вимірювання.

Що стосується оцінки бюджетного потенціалу, то виділяють чотири групи методів:

- методи, що ґрунтуються на використанні макроекономічних показників;
- методи, що припускають розрахунок бюджетного потенціалу, виходячи з офіційних форм податкової звітності на основі даних про фактично зібрані податкові платежі;
- метод на основі регресійного аналізу;
- метод на основі побудови репрезентативної податкової системи.

На нашу думку, найбільш прийнятним із практичної точки зору є метод регресійного аналізу, оскільки він не лише дозволяє привести розрізнені з точки зору вимірювання величини (чисельність населення, кількість підприємств, податкові ставки, обсяги зовнішньої торгівлі, ВВП, рівень інфляції тощо) до єдиного грошового знаменника, а й дозволяє, використовуючи прогнози з різних джерел (Кабінет Міністрів України, Національний банк України, МВФ, Світовий банк, аналітичні агенції, незалежні експерти тощо), розрахувати різні варіанти значень бюджетних діапазонів, умовно розділивши їх на оптимістичний сценарій, песимістичний, консервативний і т.д.

МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ КРАЇНИ ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ МІЖНАРОДНОГО ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ

Омельяненко В.А., аспірант
Сумський державний університет

Відповідно до визначення ОЕСР конкурентоздатність полягає у здатності компаній, галузей, регіонів і країн забезпечувати порівняно високий рівень доходів і заробітної плати, залишаючись відкритими для міжнародної конкуренції. Аналогічної думки дотримуються американські дослідники Д. Долар та Е. Вульф вважаючи, що конкурентоздатною є країна, що сполучає перевагу у міжнародній торгівлі на основі високих технологій та продуктивності з високими доходами і заробітною платою [5].

Економічно розвинені країни успішно використовують трансфер технологій для регулювання відносин між наукою та промисловістю, знаннями та досвідом, технологічним процесом та ринком. Цей механізм інноваційного процесу створює умови, як на законодавчому, так і на організаційному рівні, для використання наукового та науково-дослідного потенціалу в приватному секторі економіки, у сфері малого та середнього бізнесу. Трансфер технологій дозволяє поліпшувати як позиції, так і структуру присутності країн на міжнародному ринку, здійснюючи тим самим не адміністративний вплив на структуру виробництва товарів і послуг національного та приватного сектора економіки, а ринковий підхід на передачу передових наукових

розробок у виробництво.

Виявлені тенденції розвитку міжнародного трансферу технологій на початку XXI в. знайшли своє відбиття в технологічних стратегіях суб'єктів світової економіки. У даний момент міжнародний трансфер технологій суб'єктами розвинених країн здійснюється по японській і північноамериканській стратегії [1].

Стратегічною метою північноамериканської стратегії є одержання максимального прибутку шляхом створення афілійованих структур і незалежних компаній на території приймаючої країни. Причому трансфер технологій здійснюється в країні, де спостерігається великий технологічний розрив і потрібна передача максимального технологічного пакета. Основою даної стратегії є трансфер нової для приймаючої країни технології, патентування якої можливо на території країни-реципієнта для завоювання монопольного положення через її використання та захист своїх конкурентних переваг.

Японська технологічна стратегія в якості мети переслідує збільшення обсягів експорту шляхом продовження життєвого циклу використовуваних технологій. Основним завданням у такому випадку є передача організаційного, управлінського досвіду та знань на базі досягнутого рівня науково-технічного розвитку шляхом створення спільних компаній на території реципієнта, що сприяє швидкій дифузії та простому трансферу технологій у приймаючій країні.

Країни, що мають високий рівень продуктивності праці і факторної продуктивності, тобто володіють вираженою технологічною перевагою, можуть бути конкурентоздатними на світових ринках, підтримуючи при цьому високі доходи та рівень життя населення за рахунок високої порівняно з витратами доданої вартості. Конкурентоздатність країни, заснована на технологічних перевагах, властива для провідних промислово розвинених країн. За деякими оцінками [2], понад 50% ВВП основних країн ОЕСР формується на основі використання знань, а успіх національних економік визначається відповідно ефективністю в розробці або залученні та використанні знань і технологій.

Сьогодні відбувається формування нової теорії зовнішньої торгівлі, заснованої на визнанні абсолютних конкурентних переваг країн на базі технологічних і структурних факторів. Проте, роль фактора технології вже знаходилася в основі теорії технологічного розриву М. Познера, відповідно до якої країна в результаті володіння прогресивною технологією отримує порівняльну перевагу за технологічним фактором. Згідно з теорією Р. Вернона перевага цього типу проходить чотири стадії міжнародного життєвого циклу інноваційного продукту, при цьому на окремих стадіях країна буде мати порівняльні переваги. Міжнародний аспект розміщення виробництва через процеси інвестування розглянув Д. Данінг – автор еkleктичної концепції, відповідно до якої в технологічній сфері існують переваги локалізації та інтернаціоналізації.

Участь національної економіки в міжнародному трансфері технологій передбачає отримання наступних ефектів, що впливають на формування технологічних переваг країн:

1) ефект оптимізації інноваційних пріоритетів та програм науково-технічного розвитку виходячи зі світового досвіду, технологічних прогнозів (форсайту) та національних пріоритетів виходячи з національної галузевої специфіки та стратегічних планів;

2) синергетичний ефект (ефект міжнародної інноваційної інтеграції) – підсилення вітчизняних розробок за рахунок міжнародного інноваційно-технологічного співробітництва та примноження знань;

3) ефект масштабу – рух фундаментальних технологій найбільш ефективно здійснюється в глобальних мережах (мережі першого рівня), нових – національних (мережі другого рівня) і регіональних (мережі третього рівня). Наявність трьох мережевих структур припускає три різновиди синергетичних ефектів в економіці. Кожен тип мережі відрізняється не лише масштабом інформаційних і ресурсних потоків, але й специфічними формами обміну і самоорганізації, інституціональними елементами, інфраструктурою та характером трансферу технологій. При наявності трьох рівнів мереж економіка країни та регіонів набуває ознак інноваційності, в результаті формується простір інноваційних мереж. Як наслідок, інноваційний розвиток одночасно відбувається в глибину і ширину, а конкурентоздатність національної економіки виходячи з цього можна визначити виходячи з масштабності та щільності інноваційної мережі [3];

4) імпорт ефективності (ефект «наздоганяючого» розвитку) – впровадження найбільш ефективних іноземних розробок з метою скорочення технологічного розриву в окремих сферах національної економіки, запровадження міжнародних стандартів сфери НДДКР та виробництва, ефективних практик менеджменту;

5) ефект інноваційного імпульсу для національної економіки за рахунок масштабної модернізації, розвитку нових пріоритетів за участю іноземних партнерів з метою відновлення процесу технологічного накопичення (переважно це актуально для країн, що розвиваються) та оптимізації галузевої структури національної економіки. Іноземна технологія (або принципи її функціонування, основні ідеї), особливо високі технології, може стати основою для подальшої розробки нових модифікацій на її основі та розвитку технологій суміжних галузей;

6) ефект конкурентних стимулів – поява нових технологій стимулює механізми конкуренції, що сприяють зростанню економічного та технологічного потенціалу країни. Відповідно до однієї з моделей, запропонованої китайськими дослідниками (Цзинсі Дін, Яцзюнь Сюе) для аналізу процесу технологічної імітації, в історичній динаміці можна виділити чотири послідовних етапи (відповідно до порядку зростання технологічної майстерності сторін, що навчаються, і відповідного зростання частки неявного знання): проста (чиста) імітація; інноваційна («креативна») імітація; «наслідувальна» інновація; самостійна (незалежна) інновація – вища стадія технологічної майстерності, яка базується на еволюційній стратегії, що включає попередні стадії;

7) перевага технологічної капіталізації – технічні рішення у випадку ефективного управління та оцінки здатні стати інтелектуальним фактором виробництва та можуть мати спільні з іншими факторами виробництва властивості товару, що в цьому випадку виражений технологічною рентою, яка проявляється в експорті національних технологій або залученні іноземних інвестицій в інновації;

8) ефект стратегічної переваги, яка полягає у закріпленні або підсиленні конкурентних переваг країни в спеціалізації в окремій сфері (галузі) за рахунок трансферу (стратегія лідерства на основі знань). Наприклад, в Норвегії реально сформувалася соціальноорієнтована держава, існування якої багато в чому підтримується її нафтогазовим сектором, ефективність якого забезпечена не лише

ціновими факторами кон'юнктури міжнародного ринку, але й інноваційною ефективністю цих галузей. Метою Норвегії до 2020 року є перетворення в міжнародний центр нафтової і газової галузі, що планується досягти за рахунок залучення до інвестування міжнародних компаній і позиціонування як експортера нових технологій розвідки та видобутку нафтових ресурсів;

9) іміджевий ефект – залучення людського капіталу та відповідних економічних агентів, зокрема стратегічних інвесторів, профільних споживачів і ТНК, та сприяння трансферу «неявних знань», які полягають в уявленні про країну як надійного партнера при міжнародному співробітництві, який здатен реалізувати найбільш амбітні проекти. Передача технологій ТНК може не тільки дати поштовх до розвитку науково-технічного потенціалу окремих галузей, але й забезпечити в середньостроковій і довгостроковій перспективі ефективне функціонування суміжних галузей за рахунок загального росту інноваційного потенціалу національного господарства [6];

10) ефект коопераційної готовності (за аналогом принципу, покладеного в основу методології розрахунку Networked Readiness Index) – накопичення досвіду та готовність (адаптованість) до функціонування в міжнародних об'єднаннях та партнерствах, що дають можливість нарощення кількості знань та синергії ідей, що базуються на різних соціально-економічних умовах. Сьогодні спеціалізація приводить до більшої взаємної залежності з іншими фірмами, організаціями, постачальниками, а тому ТНК частіше стали залучати до коопераційного співробітництва місцевих постачальників та представників наукової спільноти, а характерною рисою сучасного етапу є дво- або багатосторонній характер міжнародного трансферу технологічних систем, а сама фірма може як передавати, так і виступати в ролі приймаючої сторони. Досвід показує, що спільні підприємства, створені для проведення НДДКР, позитивно впливають на динаміку інноваційного розвитку окремих галузей. Наприклад, аналіз торговельного балансу галузей США приводить до висновку, що в галузях, у яких поширені учасники, що проводять спільні НДДКР, торговельний баланс приблизно на 620 млн. доларів США вище торговельного балансу в галузях, де подібні учасники відсутні [4];

11) ефект оптимізації ресурсів – економія за рахунок відмови від окремих видів НДДКР та спрямування вивільнених ресурсів на інноваційну діяльність, що характеризується більшою пріоритетністю та більшим економіко-технологічним потенціалом;

12) ефект підвищення експортної ефективності через експорт технологій як способу обійти проблеми експорту відповідного товару або встановлення контролю над закордонною фірмою через умови ліцензійної угоди (обсяг виробництва, участь у прибутках). Якщо раніше більша частина капіталовкладень направлялась у підприємство, що приймає технологію, і переміщення технологій в рамках фірми, у т.ч. й через новостворені спільні підприємства, то на сьогоднішньому етапі стали переважати комерційні операції, перш за все продаж ліцензій, а також перехресні ліцензійні ланцюжки;

13) ефект імпорту навичок через систему надання інжинірингових послуг та через неорганізований трансфер при участі наукових кадрів в міжнародних науково-дослідних проектах та програмах;

14) ефект інноваційно-інвестиційного іміджу як фактор залучення профільних

технологічних інвестицій та людського капіталу в країну, маркетингу національного інноваційного потенціалу, що дозволяє спрощувати комунікації та процес налагодження міжнародного співробітництва;

15) ефект маркетингової орієнтації – орієнтація наукового процесу на реальні потреби національної та світової економіки та формування відповідної маркетингової стратегії з урахуванням специфіки ринку технологій та ринку високотехнологічної продукції;

16) ефект розвитку інформаційно-аналітичного середовища, який передбачає, що учасники інноваційних відносин повинні здійснювати оцінку зовнішнього та внутрішнього середовища, проводити інформаційну розвідку, виявляти майбутні потреби в інноваціях, порівнювати витрати у конкуруючих фірм максимально використовуючи всі доступні ресурси на ринку інтелектуальної власності, обираючи найбільш ефективні з них;

17) ефект формування інноваційної культури та культури інтелектуальної власності, реформування освітньої системи. Згідно з Всесвітнім оглядом економічних злочинів серед порушень, що очікуються в майбутньому суб'єктами України, порушення прав інтелектуальної власності (36%) знаходиться на другому місці після корупційних дій (42%). Р. Макконнелл та С. Брю із сучасним розвитком економіки пов'язують не лише зміни у матеріальній базі, а серйозні зрушення у мисленні людей. Відтак в Україні назріла нагальна необхідність формування нового типу економічно-інноваційної культури, яка буде ставити на перше місце захист інтелектуальної власності як основного ресурсу розвитку країни. В 2003 р. ВОІВ прямо проголосила своєю головною метою формування культури інтелектуальної власності.

Найбільш повну реалізацію потенціалу вищенаведених ефектів можливо отримати у випадку ефективного державно-приватного партнерства та створення відповідної інституційної інфраструктури міжнародного трансферу технологій. Саме держава здатна створити організаційно-економічні основи розвитку системи міжнародного трансферу технологій, розвиваючи національну інноваційну систему та формуючи систему захисту прав інтелектуальної власності та залучення інвестицій. Крім того, спостерігається виражена залежність технологічних конкурентних переваг від якості соціального капіталу в країні та соціокультурних факторів.

1. Данильченко А. Тенденции и стратегии интернационализации трансфера технологий и участие Республики Беларусь в этом процессе [Электронный ресурс] / А. Данильченко, Е. Бертош // Журнал международного права и международных отношений. – 2012. — № 3. – Режим доступ: <http://www.evolutio.info/content/view/1981/5/>

2. Гельвановский М.И. Конкурентоспособность стран [Электронный ресурс] // Что такое конкурентоспособность? – Режим доступа: <http://eifg.narod.ru/gelvanovsky4.htm>

3. Чернов С.А. Инновационные сети [Электронный ресурс] // Проблема времени в культуре, философии и науке. – М., 2006. – Режим доступа: http://www.chronos.msu.ru/RREPORTS/problema_vremeni/chernov_innovatsionnye.htm

4. De Courcy J. Research Joint Ventures and International Competitiveness: Evidence from the National Cooperative Research Act // Economics of Innovation and New Technology. – Vol. 16. – № 1. – January. – 2007. – P. 51-65(15).

5. Dollar D., Wolf E. The Global Competitive // Journal of International Economics, 2003, № 27(3–4). Oxford University Press. P. 199–220

6. UNCTAD. World Investment Report 2007: Transnational Corporations, Extractive Industries and Development. – N.Y. & Geneva, 2007. – P. 132-133

ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ КАК ФАКТОРА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Оскирко Е.В., студентка

*УО «Гродненский государственный университет им. Я. Купалы»,
Беларусь*

В экономической литературе под деловой активностью принято понимать характеристику состояния предпринимательской деятельности в фирме, отрасли, стране.

Значение анализа деловой активности как фактора экономической устойчивости предприятия заключается в формировании экономически обоснованной оценки интенсивности и эффективности использования ресурсов на предприятии, отрасли или в экономике, выявлении ограничений и резервов роста [1, с. 41].

На уровне предприятий оценка деловой активности, как правило, проводится по качественным и количественным критериям [2, с. 255].

Оценка деловой активности на качественном уровне может быть получена в результате сравнения предприятий, схожих по размеру и виду деятельности. Такими качественными критериями являются: широта рынков сбыта продукции (внутренних и внешних), экспортные возможности, репутация организации, устойчивость связей с клиентами, наличие стабильных поставщиков и потребителей.

Количественные оценки деловой активности предприятия принято проводить по двум направлениям. Первое из них отражает степень выполнения плана (установленного вышестоящей организацией или самостоятельно) по основным показателям и обеспечение заданных темпов их роста.

Основными показателями деловой активности предприятия выступают выручка от реализации продукции (работ, услуг) и прибыль. Рациональным считается следующее соотношение, базирующееся на их взаимосвязи:

$$T_{\Pi} > T_Q > T_A > 100\% \quad , \quad (1)$$

где T_{Π} – темп роста чистой прибыли;

T_Q – темп роста объёма реализации;

T_A – темп роста активов [3, с. 323].

Вторым важным направлением количественной оценки деловой активности выступает уровень эффективности использования ресурсов предприятия с помощью различных коэффициентов. Существующее множество таких коэффициентов сводится к оборачиваемости определённых видов ресурсов предприятия, участвующих в воспроизводственном процессе и определяющих динамику интенсивности применения потенциала предприятия.

Таким образом, деловая активность как фактор экономической устойчивости предприятия характеризуется отдачей труда, степенью эффективного использования ресурсов, а также скоростью оборачиваемости активов.

Настоящая статья подготовлена на основе анализа формирования базы данных о клиентах предприятия СООО «Мебель-Неман». Основным видом деятельности общества является производство корпусной мебели, сбыт продукции нацелен на экспорт, но и начато развитие сети розничной торговли внутри страны. В штате предприятия – 180 наемных работников.

На предприятии работой с клиентами занимаются работники отдела маркетинга и сбыта, которые сотрудничают с клиентами по поводу сбыта продукции и формируют на этой основе базу данных о клиентах «Пчелка».

Соответствующая информация в базу данных «Пчелка» поступает от всех маркетологов и коммерческих агентов отдела маркетинга и продаж, а аккумулируются непосредственно руководителем данного подразделения. Но «Пчелка» включает в себя лишь некоторую отрывочную информацию о клиентах. В остальном же есть перспективы создания более полной базы данных о покупателях. В частности, база данных о клиентах должна содержать данные о географических, демографических, социально-экономических особенностях клиентов. При этом демографические данные о клиентах, как правило, включают:

- возраст,
- полученное образование,
- состав семьи, дни рождения членов семьи,
- образ жизни и т.д.

Социально-экономические показатели в базе данных могут содержать сведения, характеризующие:

- уровень доходов (марка автомобиля и др.),
- род занятий,
- круг интересов жены (мужа), детей,
- общественная деятельность, религия,
- прохождение военной службы,
- отношение к определенному классу.
- прежние места работы, занимаемые должности,
- как клиент относится к своей фирме,
- в чем заключается его (ее) долгосрочная цель деятельности и др.

База данных также может содержать сведения о клиентских привычках и поведении, а также значимую информацию, необходимую для принятия обоснованных стратегий маркетинга. [2, с. 359]

Таким образом, занесение в базу данных такой информации позволит аккумулировать данные о клиентах, сократить время поиска необходимой информации, обеспечить доступ к необходимой информации всех сотрудников отдела для увеличения эффективности работы.

1. Цуневская, О. Оценка клиентской базы в программах лояльности / О. Цуневская // Маркетинг. – 2008. – №2. – С.59-68.
2. Акулич, И.Л. Маркетинг: учеб. пособие / И.Л.Акулич, И.З.Герчиков; под общ. ред. И.Л. Акулича. – Минск: Интерпрессервис, 2003. – 397 с.
3. Короп, В.И. Монетарный подход к оценке деловой активности / В.И. Короп // Банковский вестник. – 2011. – №7. – С. 41-46.
4. Костирко, Р.О. Финансовый анализ: учеб. пособие / Р.О. Костирко. – Х.: Фактор, 2007. – 784 с.
5. Чуев, И.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник для вузов / И.Н. Чуев, Л.Н. Чуева. – М.: Дашков и К, 2006. – 368 с.

Научный руководитель: д.и.н., проф. Рабцевич В.В.

ЕКОНОМІЧНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ІНСТИТУТІВ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Петрушенко Ю.М., докторант
Сумський державний університет

Під поняттям «громадянське суспільство» зазвичай розуміють сукупність відносин між приватними особами та організаціями, що виникають для задоволення їх інтересів на засадах добровільності та самоорганізації, та розгортаються поза родинними та комерційними відносинами.

У громадянському суспільстві діють як формальні організації, так і неформальні групи, основними ознаками яких є:

- приватний характер, тобто незалежність від органів державної влади;
- некомерційний характер, тобто відсутність мети розподілу прибутку від діяльності між засновниками та учасниками;
- самоврядний та добровільний характер, тобто створення за ініціативою громадян та визначення цілей і способів їх діяльності на розсуд громадян.

Метою інститутів громадянського суспільства є спільні дії, спрямовані на просування або захист власного, і разом з тим колективного, інтересу у законотворчій та підзвітній суспільству сфері.

Інститути громадянського суспільства забезпечують:

- надання якісних та економічно ефективних соціальних послуг, у тому числі таких, які не можуть забезпечити ні держава, ні комерційні організації, та переважно шляхом вироблення інноваційних підходів до забезпечення таких послуг;
- організацію громадян для самостійного задоволення їх інтересів без додаткових фінансових або адміністративних витрат з боку держави;
- поширення благодійництва та надання адресної і оперативної благодійної допомоги;
- неполітичне, тобто без мети здобуття політичної влади, формування, представлення та просування інтересів різних груп населення як серед самих громадян, так і в комунікації з органами державної влади;
- участь в ухваленні рішень та забезпечення таким чином більшої ефективності рішень з огляду на врахування інтересів різних соціальних груп [1].

За останні 10 років у світі все більш помітним стає економічний ефект від розвитку громадянського суспільства:

- неурядові організації створюють 3-9% у ВВП розвинених країн (5% у Бельгії, 7,9% у Канаді);
- у громадському секторі країн Європейського Союзу працевлаштовано від 4,4% до 14% працездатного населення або принаймні 5 із кожних ста осіб;
- у громадському секторі країн Європейського Союзу працює у 10 разів більше людей, ніж у легкій промисловості, та у 5 разів більше, ніж у харчовій промисловості;
- у країнах Центрально-Східної Європи громадські організації залучають втричі більше внутрішніх та зовнішніх інвестицій у соціальну сферу, ніж державні та комунальні установи соціального спрямування;

- внесок неурядових організацій у ВВП країн Європейського Союзу зростає вдвічі швидше, ніж внесок легкої промисловості;
- громадянське суспільство у сукупності – сьома економіка світу за ВВП (1,3 трлн. у.о., що дорівнює ВВП Франції або Великобританії);
- громадянське суспільство створило у світі більше 25 млн. оплачуваних робочих місць (найбільша транснаціональна корпорація створює 3,5 млн. робочих місць);
- 60% працівників громадянського суспільства (включно із волонтерами) зайняті у наданні послуг, із них 40% зосереджені на соціальних, медичних та освітніх послугах.
- неприбуткові організації в США у 2011 році стали третім роботодавцем після роздрібної торгівлі та переробної промисловості, до того ж відносно стійким до наслідків економічної кризи [1].

В Україні громадянське суспільство і його інститути і надалі залишаються нерозвинутими. На зміну цієї ситуації направлений Указ Президента України № 32/2012 від 25 січня 2012 року «Питання сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні».

1. Матеріали аналітичної доповіді Національного інституту стратегічних досліджень "Про стан розвитку громадянського суспільства в Україні", підготовленої за участі А. Красносізької та М. Лациби, Український незалежний центр політичних досліджень: <http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/XXIe3446.pdf>.

СУЧАСНІ ТЕОРІЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

Пилипенко В.В., к.е.н., доцент

Сумський національний аграрний університет

Поняття мотивації тісно пов'язано з проблемою керування персоналом. Нові економічні відношення, породжені перехідним періодом, висувають і нові вимоги до персоналу, основним мотивуючим чинником яких є бажання мати гарантовану заробітну плату. З підвищенням ролі людського чинника з'явилися психологічні методи мотивації. У основі цих методів лежить твердження, що основним чинником, що мотивує, є не тільки матеріальні стимули, але і нематеріальні мотиви, такі, як самоповага, визнання з боку навколишніх членів колективу, моральне задоволення роботою і гордість своєю фірмою.

Вивчення потреб людини привело до появи двох глобальних теорій мотивації: змістовної теорії і процесуальної.

Перший підхід ґрунтується на дослідженні змістовної сторони теорії мотивації. Такі теорії базуються на вивченні потреб людини, що і є основним мотивом їхньої поведінки, а отже, і діяльності. До прихильників такого підходу можна віднести американських психологів Абрахама Маслоу, Фредерика Герцберга, Девіда Мак Келланда.

Згідно із поглядами А.Маслоу, найвища потреба – потреба самовираження і

росту людини як особистості – ніколи не може бути задоволена цілком, тому процес мотивації людини через потреби безкінечний. Обов'язок керівника полягає в тому, щоб ретельно спостерігати за своїми підпорядкованими, вчасно з'ясовувати, які активні потреби рухають кожним із них, і приймати рішення по їхній реалізації з метою підвищення ефективності роботи співробітників.

Відповідно до теорії Мак Клеllandа люди, які прагнуть до влади, повинні задовольнити цю свою потребу і можуть це зробити при занятті визначених посад в організації. Управляти такими потребами можна, підготовлюючи працівників до переходу по ієрархії на нові посади за допомогою їхньої атестації, направлення на курси підвищення кваліфікації і т.д. Такі люди мають широке коло спілкування і прагнуть його розширити. Їхні керівники повинні сприяти цьому.

Теорія мотивації Ф. Герцберга з'явилася в зв'язку з необхідністю з'ясувати вплив матеріальних і нематеріальних чинників на мотивацію людини. Перша група чинників пов'язана із самовираженням особистості, її внутрішніми потребами, а також із навколишнім середовищем, у якому здійснюється сама робота. Друга група чинників мотивації пов'язана з характером і сутністю самої роботи. Керівник тут повинний пам'ятати про необхідність узагальнення змістовної частини роботи.

Різниця в розглянутих теоріях наступна: на думку А. Маслоу, після мотивації робітник обов'язково починає краще працювати; на думку Ф. Герцберга, робітник почне краще працювати тільки після того, як вирішить, що мотивація неадекватна.

Другий підхід до мотивації базується на процесуальних теоріях. Тут говориться про розподіл зусиль працівників і виборі визначеного виду поведінки для досягнення конкретних цілей. До таких теорій відносяться теорія чекань В. Врума, теорія справедливості і теорія або модель Портера – Лоулера.

Відповідно до теорії чекань не тільки потреба є необхідною умовою мотивації людини для досягнення цілі, але й обраний тип поведінки. Поведінка співробітників визначається поведінкою: 1) керівника, що за певних умов стимулює роботу співробітника; 2) співробітника, що упевнений, що за певних умов йому буде видана винагорода; 3) співробітника і керівника, що допускають, що при визначеному поліпшенні якості роботи йому буде видана визначена винагорода; 4) співробітника, що зіставляє розмір винагороди із сумою, що необхідна йому для задоволення визначеної потреби.

Відповідно до теорії справедливості ефективність мотивації оцінюється працівником не по визначеній групі чинників, а системно з обліком оцінки винагород, виданих іншим працівникам, що працюють в аналогічному системному оточенні.

Співробітник оцінює свій розмір заохочення в порівнянні з заохоченнями інших співробітників. При цьому він враховує умови в якій працюють він і інші співробітники.

Теорія мотивації Л. Портера – Э. Лоулера побудована на сполученні елементів теорії чекань і теорії справедливості. Суть її в тому, що введені три перемінні, що впливають на розмір винагороди: витрачені зусилля, особисті якості людини і його спроможності й усвідомлення своєї ролі в процесі праці. Елементи теорії чекання тут виявляються в тому, що працівник оцінює винагороду відповідно до витрачених зусиль і вірить у те, що ця винагорода буде адекватно витраченим їм зусиллям. Елементи теорії справедливості виявляються в тому, що люди мають власне судження з приводу слушності або неправильності винагороди в порівнянні з іншими

співробітниками і відповідно і ступінь задоволення. Звідси важливий висновок про те, що саме результати праці є причиною задоволення співробітника, а не навпаки.

КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Підкаміньний І.М., к.е.н., доц., **Самокиш О.В.**, ст. викл.
Київський національний торговельно-економічний університет

В Україні кожне шосте підприємство займається інноваційною діяльністю, проте основна частка витрат (понад 70%) на таку діяльність припадає на придбання машин і обладнання. На створення та купівлю нових знань підприємствами витрачається менше 10% коштів, виділених на інноваційну діяльність. На нашу думку, це пов'язано з тим, що створення, впровадження та поширення інновацій в інноваційно активному підприємстві зумовлюється поглибленим поділом і спеціалізацією управлінської праці, а також її ускладненням.

Таке ускладнення призвело до виникнення різних видів і типів менеджменту. Особливе значення і специфічну роль «міжфункціональних» видів менеджменту має інноваційний менеджмент, розвиток якого тісно пов'язаний зі зміною організаційної культури у напрямку створення умов «розкріпачення» особистості, при цьому творчий інноваційний процес стає предметом невимушеного чуттєвого й емоційного вибору особистості, що поєднує інноваційний менеджмент з творчістю працівників.

Особливості інноваційного менеджменту полягають в тому, що, з одного боку, необхідно стимулювати генерування якомога більшої кількості ідей, пов'язаних з інноваціями, забезпечити достатню свободу дій учасників інноваційного процесу, створити для них позитивні мотиви діяльності, а з іншого – необхідно спрямовувати інноваційний процес відповідно до стратегічному розвитку організації, на що, до речі, і націлений правильно організований креативний менеджмент.

Інноваційна діяльність, як така, неможлива без творчого ставлення до її здійснення. Творчість – це створення нових за задумом цінностей, інакше кажучи, творчість – це завжди – щось нове та інше. Отже, саме творчість є тою загальною рисою, що властива як інноваційному, так і креативному менеджменту.

Отже, із залученням в механізм інноваційного менеджменту методів та засобів евристики, утворюються новий його напрям – креативний менеджмент, який з часом вийшов за його межі.

Взагалі, пояснення або характеристика феномену креативного менеджменту обмеженими жорсткими межами понять навряд чи може бути достатнім, тому що функціонування креативного менеджменту можливе тільки у багатогранному креативному середовищі підприємства, тільки за умов використання різноманітних способів і засобів мотивування (особливо внутрішнього), активізації й розвитку креативності працівників.

Отже, у широкому сенсі, креативний менеджмент – це:

- певна філософія підприємства;
- відкриті, переважно горизонтальні комунікації в середовищі;
- відвертий, толерантний, емпатійний стиль спілкування між працівниками;
- лідерство, а не влада;

- здібності, особливі вміння та компетенції;
- креативне середовище в підприємстві.

Таке широке трактування креативного менеджменту дозволяє достатньо глибоко зрозуміти його сутність, зміст та умови функціонування. Креативний менеджмент вимагає радикальної зміни загальної філософії та перебудови всього підприємства. Основними напрямками таких радикальних змін можуть бути:

- чітко виражена стратегічна спрямованість підприємства зі створенням адхократичної або громадянської організаційної культури;
- дружнє ставлення до всього зовнішнього середовища, тісна співпраці з ним, розвиток соціальної відповідальності тощо;
- трансформація організаційної структури підприємства й управління з переходом від бюрократичних структур до органічних, адаптивних (проектних, матричних) і до утворення в підприємстві стратегічних підрозділів на підґрунті бізнес-процесів;
- перетворення підприємства в організацію, що сама навчається з поглибленням і розширенням компетенцій працівників, включаючи набуття навичок з креативної технології;
- докорінна зміна системи управління персоналом з домінування управління працею на домінування управління творчою особистістю;
- розвиток горизонтальних комунікацій, які сприяють швидкому обміну релевантною інформацією та спілкуванню;
- побудова системи стимулювання, спрямованої на внутрішні мотиви і вияв творчої активності працівників.

Реалізація таких напрямів сформує підґрунтя перетворення підприємства в креативну організацію, здатну створювати знання та перетворювати їх в інновації.

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ДИНАМІЗМУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Пізняк Т.І., к.е.н., доц.

Сумський національний аграрний університет

Стратегічний аналіз є одним з ключових аналітичних елементів стратегічного управління, оскільки визначає стратегічні пріоритети і вибір стратегії розвитку підприємства, дозволяє частково зняти невизначеність при прийнятті стратегічних рішень. Таким чином, він сприяє більшій ефективності стратегічних рішень і дій, що прямо відображається на конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів. Об'єктами стратегічного аналізу на різних його етапах є стан та зміни внутрішнього і зовнішнього середовища організації (галузеве оточення і макросередовище непрямого впливу), моделі майбутнього і еволюція організації в минулому, стратегічна позиція і потенціал в поточний момент, реалізовані стратегії і стратегічні альтернативи.

Стратегічний аналіз в рамках ресурсного підходу базується на внутрішньому середовищі компанії. У той час як в сучасному поданні організації – це відкриті системи. Таким чином недостатньо досліджені концепції взаємозв'язку підприємства

із зовнішніми системами і її оточенням, так як цінність ресурсів і здібностей компанії визначається, перш за все, ринком, на якому вона працює, особливо в умовах динамізму ринкових умов, які призводять до зміни цінності ресурсів компанії.

Існуючі моделі внутрішнього стратегічного аналізу мають ще один істотний недолік. Незважаючи на зростання числа робіт по динамічним компетенціям, більшість моделей досить статичні – вони аналізують ресурси і здібності компанії по відношенню до поточного моменту часу, в той час як сама мета стратегічного аналізу і динамізм сучасних ринків вимагають розгляду ресурсної бази по відношенню до майбутніх ринків, які, безумовно, будуть відрізнятися від існуючих. Слід також зазначити, що в останні роки ринкові зміни все більше пов'язані з процесами глобалізації – з'являється доступ до нових ринків, які, безумовно, будуть відрізнятися від існуючих. Слід також зазначити, що в останні роки ринкові зміни все більше пов'язані з процесами глобалізації – з'являється доступ до нових ринків, на локальні ринки приходять міжнародні холдинги, більш динамічно відбувається передача технологій.

Таким чином, сучасні умови зовнішнього середовища пред'являють до моделей стратегічного аналізу компаній нові вимоги:

1. Посилення динамічної та системної складових стратегічного аналізу, що забезпечують облік взаємозв'язку існуючих (локальних і глобальних) факторів, більш точний облік динаміки змін зовнішнього середовища в цілому;

2. Використання інтегральної ресурсної моделі успіху фірми, що включає матеріальні та нематеріальні ресурси і компетенції. Можливі наступні напрями вдосконалення класичних моделей стратегічного аналізу:

- включення в модель процедур з аналізу ринку з метою посилення взаємозв'язку із зовнішнім середовищем,

- використання техніки сценарного аналізу для більш повного врахування динаміки змін зовнішніх параметрів і відстеження змін в макроекономічній ситуації, на міжнародних і конкретних локальних ринках, в основній, суміжних і в нових галузях.

У сучасних умовах конкурентоспроможний той, хто швидко реагує на зміни обставин, не боїться ризику, займається інноваційною діяльністю і сприймає нові технічні та економічні рішення. Він виграє тоді, коли йде в ногу з часом, нарівні з технічним прогресом.

Майбутні зміни зовнішнього середовища можуть мати для підприємства два протилежні наслідки (позитивний і негативний). З впливом зовнішнього середовища на підприємство та здатності протистояти такому негативному впливу пов'язана гнучкість підприємства. Гнучкість будується на створенні умов для збільшення ймовірності настання можливих сприятливих змін, збільшення ефекту від використання такої зміни, зменшення ймовірності настання несприятливих змін, зменшення впливу цих змін на імпульс цільового руху підприємства.

Отже, вибір моделі стратегічного аналізу – це є перший етап вибору управлінської стратегії на той чи інший період функціонування та розвитку підприємства. Процес цей не простий, індивідуальний, потребує знань, досвіду, ретельної підготовки та відповідальності.

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ ПОРТФЕЛЕМ БАНКУ В СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Побоча К.П., доц.

Національний університет державної податкової служби України

Фінансова криза негативно вплинула на діяльність вітчизняних комерційних банків. Переважно це зумовлено збитковими операціями у кредитній діяльності, де основними причинами збитковості є збільшення частки проблемних кредитів у кредитних портфелях банківських установ, несвоєчасна сплата позичальниками мінімальних внесків та відсотків за надані кредити, а також залучення дорогих кредитів і нерентабельне їх розміщення. Наслідки світової фінансової кризи переконливо доводять важливість дослідження проблеми управління кредитним портфелем комерційного банку в системі антикризового регулювання.

В управлінні кредитним портфелем вагому роль відіграють банківські ризики. В Україні доцільно створити єдині комплексні методи аналізу, оцінки ризиків кредитних операцій і стратегій управління ними. Оцінка ризику активних операцій має включати не лише комплексну оцінку кожного позичальника, тобто оцінку предмета застави, аналіз кредитоспроможності і оцінку проекту, що потребує фінансування, дослідження його репутації, але й визначення сукупного ризику кредитного портфеля банківської установи, а саме: його диверсифікацію, рівень резервування, ефективність цінової політики тощо [1, с. 10]. Лише таким чином можна визначити більш чітку величину ризику у цілому по банківській установі та застосувати більш ефективні методи управління ним. Банківські установи з метою зниження кредитних ризиків формують страхові резерви. Але сам механізм формування резервів за активними операціями потребує удосконалення. Насамперед необхідно звернути увагу на механізм класифікації дебіторської заборгованості банків. Під час погашення договірної заборгованості та за відсутності можливостей її погашення банківські установи зазвичай зловживають недосконалістю нормативної бази і не формують належним чином резерви на покриття ризиків. Змінити ситуацію на краще можна завдяки внесенню таких корективів: використати досвід зарубіжних країн щодо механізму класифікації простроченої дебіторської заборгованості та надавати перевагу такому показнику, як розмір середніх місячних надходжень на поточні рахунки організацій при здійсненні класифікації кредитів.

В банківських установах України спостерігається зростання обсягів проблемних кредитів, що призводить до зниження рівня ліквідності. Це зумовлено збільшенням кількості неплатоспроможних установ, неповернення позик клієнтами, зростання втрат завдяки значним обсягам сформованих резервів. Саме тому виникає потреба переходу від циклічного резервування до антициклічного, що дозволить враховувати не лише короткострокові витрати, але й очікувані витрати в довгостроковій перспективі [2, с. 26]. Перехід на удосконалені методики резервування за кредитними операціями сприятиме мінімізації кредитних ризиків.

Досвід зарубіжних банківських установ свідчить про те, що вони у складі своїх структурних підрозділів створюють цілі департаменти, відділи, сектори, які

займаються питаннями роботи з проблемною заборгованістю. Управління кредитною заборгованістю є досить трудомістким і вимагає спеціальної підготовки і високої кваліфікації спеціалістів, оскільки необхідно працювати іноді в екстремальних умовах. На етапі подолання наслідків фінансової кризи далеко не усі українські банки можуть собі дозволити створення спеціальних структурних підрозділів по роботі з проблемною заборгованістю, однак в перспективі необхідно звернути увагу на досвід зарубіжних банківських установ, оскільки це сприятиме зміцненню діяльності банків та підвищенню якості їх кредитних портфелів. Також існує думка про те, що змінить ситуацію на краще створення банками ситуаційних центрів управління проблемною заборгованістю юридичних та фізичних осіб за кредитними операціями [3, с. 59].

У вирішенні питань проблемної заборгованості банківських установ може сприяти державна підтримка. Актуальним питанням сьогодення є запровадження методу фінансової реструктуризації, який передбачає створення державних агентств з управління активами, що мають такі переваги: банки можуть сконцентруватися на підвищенні ліквідності й платоспроможності, ефективності надання нових кредитів, а не погашенні проблемних; створення такої структури може сприяти більшою мірою скоординованій процедурі реструктуризації суб'єктів господарювання; скорочення директивного кредитування, ліквідація зв'язків банків із ненадійними позичальниками та колишніми інсайдерами; пошук нових ніш на банківському ринку, створення нових фінансових продуктів, розвиток конкуренції тощо [2, с. 30]. Створення державою установи по роботі з простроченою і проблемною заборгованістю сприяло б вирішенню проблем підвищення якості кредитних портфелів для українських банків.

1. Побоча К.П. Управління кредитним портфелем комерційного банку в системі антикризового регулювання: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.08 „Гроші, фінанси і кредит” / К.П. Побоча – Ірпінь, 2012. – 20 с.
2. Карчева Г.Т. Основні проблеми розвитку банківської системи України в посткризовий період та шляхи їх вирішення / Г.Т. Карчева // Вісник НБУ. – 2010. – №8. – С. 26–31.
3. Касьянова В.Ю. Кредитний портфель банків України в умовах економічної кризи / В.Ю. Касьянова, З.М. Карасьова // Наука та економіка. – 2010. – №3 (19). – С. 56–59.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА В ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Попова О.Ю., д.е.н., доц., **Дрозд В.А., Черкашин І.В.**
ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

В умовах переходу економіки України до нових методів господарювання, пов'язаних із підвищенням соціальної відповідальності бізнесу за результати господарювання, суттєво змінюються вимоги до оцінки економічних результатів господарської діяльності та екологічних умов здійснення виробничо-фінансових процесів. У першу чергу це стосується забезпечення якісних та кількісних змін у системі екологічних характеристик господарювання, які становлять основу економічного зростання і розвитку суб'єктів господарювання. Можливі негативні

екологічні наслідки реалізації господарських рішень, обмеженість матеріально-технічних і фінансових ресурсів, відсутність дієвого інструментарію управління процесами природокористування зумовлюють посилення забруднення навколишнього природного середовища та прискорені темпи виснаження природно-ресурсного потенціалу. Серед основних причин таких наслідків є застосування застарілих технологій, що не відповідають рівню НТП, висока енерго- і матеріалоємність, високий рівень концентрації екологонебезпечних виробництв, відсутність дієвого організаційно-економічного механізму стимулювання відтворення екологічно орієнтованого попиту і пропозиції.

У поєднанні із проблемами збиткової діяльності значної кількості суб'єктів господарювання, обмеженого доступу до кредитних ресурсів, відсутності державного субсидування оновлення матеріально-технічної бази сучасного виробництва, екологічні проблеми розвитку суб'єктів господарювання через викиди, скиди забруднюючих речовин та небезпечних відходів, що призводить до прискорення темпів виснаження природно-ресурсного потенціалу, характеризуються низькою якістю інформації щодо реальних результатів та можливих майбутніх економічних наслідків господарювання, фрагментарністю контролю за станом довкілля та динамікою темпів економічного розвитку, що унеможливило стратегічну оцінку фінансово-економічної життєздатності та спроможності до забезпечення гармонійного еколого-економічного розвитку суб'єктів господарювання. Як результат, накопичуються суттєві структурні диспропорції в економіці Донецької області, в якій представлено значну частку промислового потенціалу України за обсягами реалізації промислової продукції (17,48% від аналогічного показника в Україні в 2009 р., 19,03 % – у 2010 р.), експорту (25,53% у 2010 р.), кількістю основних засобів (9,6% у 2009 р. та 11,04% від аналогічного показника в Україні в 2009 р.).

На цей час можна констатувати певну активність спроби імплементації до моделі господарювання принципу соціальної відповідальності бізнесу, який відстоює Глобальний договір ООН, у поєднанні із засадами збалансованого розвитку суспільства. Проте ціннісна складова розвитку суб'єктів господарювання на сьогодні представлена лише економічними показниками діяльності, які регламентуються режимом очікування надмірного прибутку і підвищення конкурентоспроможності на ринку за рахунок низьких виробничих та споживчих витрат, що забезпечується свідомою відмовою від фінансування екологічних заходів, результативність здійснення яких має латентний, важко прогнозований у грошових вимірниках характер.

Дослідження статистичної інформації щодо результативності діяльності суб'єктів господарювання в Донецькій області свідчить, що в цілому техногенне навантаження на навколишнє середовище України в останні роки має тенденцію до зменшення (табл. 1.3-1.5). Однак вирішальним чином впливає на екологічну ситуацію зниження виробничо-економічної активності, часткове або повне припинення діяльності багатьох підприємств у більшості екологонебезпечних галузей, пов'язане із кризою фінансової сфери, а не впровадженням природоохоронних заходів. У більшості галузей промислового сектору застосовуються екологонебезпечні технології, застарілі і зношені основні фонди, машини й устаткування. Цілком обгрунтованим можна вважати твердження, що наша держава – це «зона екологічного лиха».

Світовий досвід успішного вирішення екологічних проблем економічного

розвитку свідчить, що інвестицій у розмірі 1 % від світового ВВП протягом наступних двох років буде достатньо для створення критичної маси «зеленої» інфраструктури, достатньої для закладення цілісного фундаменту «зеленої» економіки у світовому масштабі (зрозуміло, конкретна спрямованість інвестицій у розвинених країнах та тих, що розвиваються, буде відрізнятися, так само як і комплекс заходів фінансового й фінансового стимулювання). Загальний розмір рекомендованого «зеленого» стимулювання цілком реальний: при 1 % глобального ВВП (тобто приблизно 750 млрд. дол. США) – це тільки чверть від загального розміру запропонованих стимулюючих фінансальних пакетів.

Виявлені тенденції у формуванні еколого-економічних результатів діяльності суб'єктів господарювання Донецької області тенденції свідчать про надмірну споживчу активність у залученні та використанні природних ресурсів, зростання ресурсомісткості національної економіки, що поступово призводить до виснаження природно-ресурсного потенціалу і стримує сталий розвиток держави. За цих обставин актуальним є вироблення нових методологічних підходів щодо формування інструментарію забезпечення розвитку суб'єктів господарювання з урахуванням екологічних характеристик, що сприятиме утворенню стійких мотивів до раціонального природокористування в господарській діяльності та ефективному відтворенню природно-ресурсного потенціалу при досягненні високих економічних показників діяльності суб'єктів господарювання.

ЕФЕКТ СТРАТЕГІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА ПІДПРИЄМСТВ В РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ

Попова О.Ю., д.е.н., доц., **Шеставін О.А.**, **Єрмолаєва Ю.П.**
ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

Пріоритетними шляхами вирішення проблем прискорення формування економіки відкритого типу в Україні є розвиток транскордонних, міжрегіональних та міжгалузевих економічних зв'язків на основі виробничо-фінансової кооперації та співробітництва підприємств і організацій, цілями яких є досягнення динамічності та стійкості економічного розвитку, істотне підвищення рівня суспільного добробуту, інтеграція у світову спільноту на правах партнерства з підвищенням рівня національної безпеки, реалізація господарської діяльності на принципах екологічної відповідальності бізнесу. Слід зазначити, що питання розвитку кооперації суб'єктів господарювання задля зменшення або попередження еколого-економічних суперечностей успішно вирішуються як вітчизняними, так і зарубіжними вченими-економістами [1-3]. Однак, як правило, вирішення питань екологічного характеру в рамках кооперації та співробітництва в зазначених працях вирішуються крізь призму фізичних параметрів забруднення та завданих довіллю екологічних збитків.

Метою даної роботи є формування основних принципів стратегічного партнерства підприємств в реалізації інноваційних проєктів екологічної спрямованості.

Ефект співробітництва є специфічним. Ця специфіка полягає, передусім, у тому, що він не зводиться до ефекту звичайного об'єднання суб'єктів господарювання.

З точки зору кібернетики природу ефекту, що виникає у процесі співробітництва, можна пояснити поняттям синергії: ефект, який не може отримати суб'єкт господарювання при автономній самостійній роботі, можна досягти при спільному функціонуванні разом з іншими суб'єктами господарювання, виробничо-фінансова діяльність яких характеризується екологічною спрямованістю розвитку. В економічному аспекті концепцією синергізму, як правило, пов'язують із порушенням пропорційності. Сутність співробітництва в системі забезпечення екологічної спрямованості розвитку суб'єктів господарювання полягає в тому, що в результаті сумісної дії утворюється додатковий синергетичний ефект, абсолютна величина якого перебільшує суму ефектів, яку можуть отримати підприємства при автономній самостійній роботі:

$$\sum_i E_i \leq E_{\text{екон}} + E_{\text{екол}}, \quad (1)$$

де E_i – економічний ефект самостійного функціонування i -го підприємства, грн.; $E_{\text{екон}}$ – загальний економічний ефект сумісної діяльності, грн.; $E_{\text{екол}}$ – загальний екологічний ефект сумісної діяльності, грн.

Виходячи із співвідношення (1), можна визначити рівень синергетичного ефекту:

$$E^S = (E_{\text{екон}} + E_{\text{екол}}) - \sum_i E_i, \quad (2)$$

де E^S – синергетичний ефект співробітництва, грн.

Так, для вітчизняних суб'єктів господарювання синергетичний ефект співробітництва виявляється в укладанні консолідованої звітності підприємств, які, зокрема, входять до складу холдингових структур або корпоративних компаній. Консолідована звітність дозволяє згідно з корпоративними та міжнародними стандартами представити звіт із діяльності головної (материнської) компанії та її дочірніх підприємств як єдиної бізнес-одиниці. Отримання синергетичного ефекту також може бути досягнуто при наскрізному впровадженні стандартів екологічної якості господарської діяльності всіма підприємствами-партнерами. Передусім забезпечується збалансованість інтересів підприємств-партнерів за рахунок досягнення спільної згоди щодо чіткості формулювань норм, правил та обмежень, що дозволяє мінімізувати витрату часу на рішення стандартних завдань, спрощує процедуру передачі інформації, продукції від одного суб'єкта господарювання до іншого, усуває перешкоди в природокористуванні та обміні предметами споживання при забезпеченні ідентичності документів. Стандартизація процесів виробництва та споживання сприяє упорядкуванню різновидів об'єктів шляхом спрощення та обмеження, встановленні обґрунтованих норм споживання природних ресурсів, тим самим забезпечуючи підвищення ступеня керуваності господарською діяльністю.

Марова С.Ф. Экологическое мировоззрение – основа устойчивого развития / С.Ф. Марова // Економіка та держава. – 2008. – №3. – С. 62-64.

Поважний С.Ф. Державне управління національною економікою в умовах глобалізації / С.Ф. Поважний, Г.О. Єпішенкова, А.А. Нікітіна // Зб. наук. праць Донецького державного університету управління: Проблеми державного управління розвитком промислового потенціалу регіону. – 2010. – Т. XI. – С. 3-13. – (Сер.: Державне управління; вип. 151).

ПІДХОДИ ДО ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ

Пристайко О.П., аспірант

*ДУ «Інститут економіки природокористування та
сталого розвитку НАН України»*

В теорії управління складними системами під управлінням в найбільш загальному сенсі розуміють комплекс дій і впливів, спрямованих на досягнення певної мети. При цьому в процесі управління беруть участь дві складові частини: керівна (суб'єкт управління) і керована (об'єкт управління), які разом з протоками передачі інформації утворюють систему управління [1, с. 71].

Тобто до основних компонентів управлінської системи належать:

суб'єкт управління;

об'єкт управління;

керуючий вплив (комплекс заходів, прийомів та методів, за допомогою яких здійснюється вплив на об'єкт і досягаються реальні зміни в ньому);

зворотні зв'язки (інформація для суб'єкта про результативність керуючого впливу та зміни в об'єкті) [1, с. 75].

В сучасній теорії управління виділяють декілька основних підходів до управління: процесний, системний, ситуаційний та проектний [2, с. 103]

Процесний підхід розглядає управління як серію взаємопов'язаних непереривних дій, яка відображає певну послідовність початку дій по реалізації основних функцій управління. Структуризація управління по функціям полягає в поділі процесу управління на окремі етапи та види діяльності. Зв'язок між функціями забезпечується процесами комунікації та прийняття рішень. Процесний підхід розглядає управління як просту й одномірну взаємодію між суб'єктом та об'єктом управління і, в загальному випадку, не враховує впливу на управлінську діяльність зовнішнього середовища.

Системний підхід в управлінні ґрунтується на тому, що будь-яка організація є системою, що складається з компонентів, кожен з яких має власні цілі, та зв'язків між цими компонентами. Тому об'єкт управління в рамках даного підходу розглядається як сукупність взаємопов'язаних елементів. Системний підхід спрямований перш за все на урахування специфіки кожного з елементів та взаємозв'язків між ними та уникнення ситуації, коли позитивний вплив управлінського рішення на певні елементи системи нівелюється його негативним впливом на інші.

Ситуаційний підхід концентрується на ситуаційних розбіжностях між об'єктами управління і всередині цих об'єктів та передбачає виділення значимих змінних ситуації та їх вплив на ефективність діяльності об'єкту управління. Саме варіативність внутрішніх змінних дає змогу вирішувати проблему адаптування об'єкту до зовнішнього середовища. Ситуаційний підхід формулює конкретні рекомендації по застосуванню наукових концепцій, принципів, методів залежно від ситуації та умов зовнішнього середовища.

Проектний підхід передбачає вибудову управлінської діяльності у вигляді окремих, але взаємопов'язаних проектів, кожен з яких має власну мету, завдання та строки реалізації, які, водночас, посідають певне місце у стратегічному плані та відповідають в цілому певним загальним цілям. Саме проект розглядається сьогодні як найбільш ефективна форма здійснення цілеспрямованих змін, керованих за допомогою спеціальних методів та інструментів.

Ці загальні положення повною мірою стосуються й управління сталим розвитком, як окремого специфічного виду управління. Специфіка ця перш за все визначається певними особливими рисами об'єкту управління. Сама назва «управління сталим розвитком» містить у собі мету управління – досягнення сталого розвитку, але не конкретизує власне сам об'єкт, оскільки сталий розвиток не може існувати без прив'язки до відповідної територіальної або галузевої системи. Зрозуміло, що говорячи про управління сталим розвитком мається на увазі управління певною соціо-еколого-економічною системою з метою досягнення (або підтримання) нею стану сталості.

1. Лазор О.Я. Державне управління у сфері реалізації екологічної політики в Україні : організаційно-правові засади : монографія / О.Я. Лазор. – Львів : Ліґа-Прес, 2003. – 542 с.

2. То Кен Сик. Системний підход к исследованию и управлению процессами устойчивого развития общества : монография / То Кен Сик. – Южно-Сахалинск: СахГУ, 2010. – 208 с.

СТРАТЕГІЇ ГОСПОДАРЬСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У РАМКАХ ПРИЙНЯТТЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ

Прокопенко О.В., д.е.н., проф., **Кліменко О.В.**, к.е.н., старший викладач
Сумський державний університет

У сучасних умовах інвестиції є найважливішим засобом забезпечення умов виходу з економічної кризи, структурних зрушень у народному господарстві, зростання технічного прогресу, підвищення якісних показників господарської діяльності на мікро- та макрорівнях. Сучасний етап економічних перетворень та екологічна ситуація є важливими факторами, що визначають напрям вкладання інвестиційних ресурсів та обмежують прийняття ефективних та доцільних інвестиційних рішень.

Однією із найважливіших проблем у рамках формування концепції сталого розвитку є недостатнє використання економічного інструментарію екологізації інвестиційної діяльності на практиці. Існуючі методичні підходи до вибору інструментів, стратегій екологізації інвестиційної діяльності не дозволяють повною мірою враховувати екологічні наслідки, не мотивують суб'єктів господарювання до екоконструктивної діяльності, що призводить до недотримання норм і правил раціонального природокористування, результати якого проявляються на суспільному рівні [1]. На сучасному етапі соціально-економічних відносин відсутність ефективних інструментів стимулювання та регулювання інвестиційної діяльності промислових підприємств у сфері природокористування негативно впливає на екологічне становище певної території.

Природоохоронна діяльність, спрямована на вирішення такого соціально-

економічного завдання, як охорона довкілля, є невід'ємною, але відособленою складовою частиною господарської діяльності. Як і будь-яка господарська діяльність, вона вимагає залучення трудових, матеріально-технічних і фінансових ресурсів, що обумовлює необхідність планування, нормування, обліку й контролю засобів, що спрямовуються у природоохоронну сферу, і формування результатів, які досягаються за рахунок витрачання цих засобів.

У рамках критичного загострення глобальних екологічних проблем і визначення загального національного курсу екологізації економіки та її складових надзвичайної актуальності набуває проблема вдосконалення й ефективного використання інструментів екологізації.

Сучасне бачення формування стратегічних підходів на підприємстві обов'язково враховує екологічний чинник у господарській діяльності, що є дуже важливим в умовах концепції сталого розвитку України [2].

У науковій роботі [3] розкрито суть екологічних стратегій, серед яких необхідно виділити такі:

- стратегія достатності, що полягає в добровільному обмеженні споживання та відповідній зміні стилю життя;
- стратегія чистого виробництва, що забезпечує мінімізацію негативного впливу на навколишнє природне середовище окремого підприємства шляхом радикальної зміни технології, номенклатури продукції, вихідної сировини тощо;
- стратегія екоефективності, що полягає в істотному підвищенні коефіцієнта використання сировинних ресурсів і коефіцієнта корисної дії всіх технологічних процесів;
- стратегія циркулярності, що реалізується мінімізацією відходів і скороченням навантаження на природу шляхом формування підприємствами індустріальних постачальницьких ланцюгів, які реалізують кругообіг потоків сировини і відходів, поставлених у відповідність до асимілюючого потенціалу природи;
- стратегія кооперування, що полягає в узгодженому скороченні екодеструктивного впливу з боку цілої низки підприємств, що кооперують одне з одним у суспільному вирішенні екологічних проблем, у ресурсозбереженні та мінімізації відходів.

Під *стратегією інвестиційної діяльності* в напрямі покращання екологічної складової проекту пропонуємо розуміти встановлення екологічних цілей і напрямів інвестиційної діяльності, вибір оптимальних методів і засобів їх досягнення для підвищення рівня її екологічності у ринкових умовах.

Необхідно зазначити, що стратегія екологізації інвестиційної діяльності є частиною загальної стратегії розвитку промислового підприємства і повинна бути спрямована на підвищення еколого-економічної ефективності діяльності підприємства внаслідок зменшення екодеструктивного або привнесення позитивних змін у результаті екоконструктивного впливів.

Стратегії інвестиційної діяльності, які можуть застосовуватися менеджментом підприємства, за їх екологічною спрямованістю пропонуємо розглядати, виходячи із:

- *зменшення екодеструктивного впливу* на навколишнє природне середовище (обсягів шкідливих викидів та відходів, скидів забруднювальних речовин у зворотних водах, забруднення ґрунтів тощо) та привнесення позитивних змін шляхом

виділення коштів на компенсацію екодеструктивного впливу реалізації інвестиційної діяльності;

– *підвищення екологічності продукції підприємства*, випуск якої передбачається в ході реалізації інвестиційного проекту, шляхом активного використання новітніх технологій та досягнень у галузі науково-технічного прогресу;

– *нейтральної позиції підприємства* до забруднення навколишнього природного середовища, яка спрямована на реалізацію інвестиційних проектів з метою отримання високого економічного ефекту, незважаючи на рівень екологічності.

Так, у розрізі стратегій, спрямованих на зменшення екодеструктивного впливу на навколишнє середовище та привнесення позитивних змін, необхідно виділити такі дві стратегії:

– стратегія значних змін, яка передбачає кардинальну зміну всього комплексу устаткування та оновлення матеріально-технічної бази підприємства, удосконалення системи безпеки технологічних процесів і реалізація якої повинна привести до покращання технологічних характеристик виробничого процесу. Впровадження цих змін дозволить досягти високого рівня екологічності, відповідно низького рівня екодеструктивного впливу, обумовленого у своїй більшості подоланням негативних наслідків факторів впливу на навколишнє середовище зовнішнього характеру, що в результаті дає можливість реалізовувати в подальшому інвестиційні проекти з високим рівнем екологічності.

– стратегія адаптації (присотування), яка пов'язана з адаптацією підприємства до зовнішніх факторів, що обумовлюють процес реалізації інвестиційного проекту, і полягає в максимально можливій мінімізації наслідків екодеструктивного впливу на навколишнє природне середовище.

У рамках підвищення екологічності продукції необхідно виокремити такі стратегії:

– стратегія «чистого» виробництва, що базується на ідеї унеможливлення забруднення середовища та спрямована на покращання екологічних параметрів виробництва, конструктивне вирішення екологічних проблем. Зазначимо, що в основу цієї стратегії покладено інноваційний підхід до вирішення екологічних проблем на підприємстві. Реалізація даної стратегії передбачає: оптимізацію виробництва з метою зменшення обсягів споживання природних ресурсів, енергоносіїв; зменшення обсягів утворення відходів виробництва та їх вторинне використання; модернізацію параметрів кінцевої продукції з урахуванням умов її зберігання. Вибір стратегії «чистого» виробництва дозволяє ще на початковому етапі впровадження інвестиційного проекту вирішувати питання оптимізації виробничого процесу.

– стратегія власної ініціативи, що ґрунтується на особистих переконаннях і відповідальності власників (акціонерів) підприємства щодо екологічності продукції та реалізація якої пов'язана з високим ризиком і значними інвестиційними витратами.

Досліджуючи стратегії інвестиційної діяльності, спрямовані на підвищення екологічності продукції, необхідно зазначити, що менеджмент підприємства має можливість як удосконалювати процес виробництва за рахунок існуючих розробок, які вже реалізовані на інших підприємствах, так і застосовувати власні новітні технології та інноваційні розробки. Підґрунтям досягнення зазначеного є управління рівнем екологічності за рахунок внутрішніх факторів.

Нейтральна позиція підприємства до забруднення навколишнього середовища передбачає такі стратегії інвестиційної діяльності:

- стратегія, спрямована на досягнення економічного ефекту;
- стратегія, орієнтована на високий рівень рентабельності.

Ідентифікація підприємством відповідної стратегії інвестиційної діяльності та процес їх вибору з урахуванням рівня екологічності інвестиційної діяльності та факторів його формування надають можливість менеджменту підприємства забезпечити прийняття управлінських рішень у різних напрямках, а саме:

1. Залежно від обраної оптимальної стратегії інвестиційної діяльності визначити необхідні рівні показників, досягнення яких забезпечить її реалізацію та зумовить забезпечення відповідного рівня екологічності.

2. Залежно від досягнутих на момент прийняття управлінських рішень рівнів показників еколого-економічного спрямування обрати оптимальну стратегію інвестиційної діяльності та забезпечити її фінансування за рахунок прийнятного для даного виду впливу на навколишнє природне середовище.

3. Залежно від рівня екологічності інвестиційного проекту, який має намір фінансувати підприємство, визначити необхідні рівні еколого-економічних показників, що забезпечать ефективну реалізацію відповідної стратегії інвестиційної діяльності.

Якщо в ході реалізації інвестиційного проекту екодеструктивний вплив проявляється у більшою мірою в розрізі забруднення водних ресурсів, то пропонується здійснювати такі заходи:

- попередження забруднення підземних вод і джерел;
- побудова стічних колекторів з метою збирання господарсько-побутових та промислових забруднених вод;
- створення локальних та мережевих очисних споруд;
- розроблення та використання системи очисних фільтрів як засобів оборотного та безвідхідного водокористування.

До комплексу заходів з охорони атмосферного повітря можна віднести:

- використання вентиляційних та газозловлювальних пристроїв;
- нейтралізацію вихлопів двигунів внутрішнього згоряння;
- проведення постійного контролю рівня забруднення атмосферного повітря;
- модернізація механізмів та пристроїв, що забезпечують кількість викидів шкідливих речовин.

Продовжуючи дослідження напрямів досягнення високого рівня екологічності проекту в розрізі зменшення забруднення земельних ресурсів, передбачається реалізація таких заходів: упровадження протизсувних та протиселевих споруд; насадження деравозахисних смуг та протиерозійних лісових насаджень тощо.

Важливе місце у механізмі стимулювання інвестиційної діяльності у сфері природокористування відводиться економічним інструментам, використання більшості з яких, урахуовуючи їх вплив на трансформацію еколого-економічної поведінки суб'єктів господарювання, не дозволяє повною мірою реалізувати інвестиційну діяльність.

Вирішення суперечностей і проблемних питань економічного стимулювання інвестиційної діяльності у сфері охорони навколишнього природного середовища і раціонального природокористування має відбуватися на основі послідовного розроблення та запровадження методів та інструментів, насамперед, позитивної

мотивації, з урахуванням особливостей природокористування, основною метою яких повинне бути заохочення суб'єктів господарювання до екоконструктивної інвестиційної діяльності.

1. Кліменко О.В. Інструменти екологізації інвестиційної діяльності на етапах її реалізації / О.В. Кліменко // Вісник Хмельницького національного університету. – Серія «Економічні науки». – 2010. – Т. 2, № 2. – С. 198–203.

2. Сталій розвиток та екологічна безпека суспільства в економічних трансформаціях : [монографія] / [Н.Н. Андреева, В.О. Бараннік, С.В. Белашов та ін.]; за науковою редакцією д.е.н., проф. С. В. Хлобистова. – Сіферополь: ПП «Підприємство Фенікс», 2010. – 582 с.

3. Харичков С.К. Экономика и экология: совместимость развития (мировой опыт и украинская перспектива) / С.К. Харичков, Н.Н. Андреева, Л.Е. Купинец. – Одесса : ИПРЭИ НАН Украины, 2007. – 180 с.

ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВИЙ МЕТОД ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО РОЗПОДІЛУ БЮДЖЕТНИХ РЕСУРСІВ

Рогова Н.В., аспірант, **Боженко А.С.**, аспірант
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

В умовах волатильності економіки, а також ресурсних обмежень, особливого значення набуває інформація для прийняття своєчасних і раціональних рішень, можливість на стадії планування проводити сценарні розрахунки і здійснювати превентивний контроль витрат, їх відповідності цілям та завданням, поставлених державними органами влади всіх рівнів. Бюджетування, яке орієнтується на результат (або програмно-цільовий метод), у сфері централізованих фінансів дає змогу вирішувати багатогранні завдання управління фінансами, концентрувати фінансування на пріоритетних напрямках, досягненні поставлених цілей і одержанні запланованих результатів.

Наближення української бюджетної системи до стандартів європейських країн ставить ряд задач, однією із першочергових яких є відтворення бюджетного процесу на демократичних та ринкових засадах. В перше десятиліття незалежності України практика бюджетування не забезпечувала прозорості, відкритості та гнучкості бюджетного процесу, що створювало умови для неефективного використання бюджетних коштів, безвідповідальності владних структур за отримані результати, порушення основних економічних принципів – ефективності та результативності.

Базуючись на досвіді зарубіжних країн, можна стверджувати, що на сьогодні основною метою у перебудові системи контролю повинна бути зміна ідеології бюджетного процесу, а звідси і контролю, спрямованого на результат, а не на процес, тобто виконання визначених завдань і отримання конкретних результатів на засадах ефективного використання бюджетних ресурсів.

Формування бюджету заради результатів є не лише зміною методу фінансового планування, а й складовою загальних змін у процедурі здійснення державних завдань та контролювання результатів діяльності. Орієнтація на виконання є не простою ревізією бюджетних процесів, а процесом зміни стилю управління, контролю та поведінки у державному секторі. Бюджетне планування, орієнтоване на

результат, містить такі елементи як децентралізація бюджету, контрольованість, стеження за виконанням, ефективність витрачання коштів, а також управлінську незалежність та відповідальність.

В кожній державі здійснюється власний підхід до планування та виконання бюджету, враховуючи специфіку національної економіки та сучасні умови соціально-економічного розвитку. Але, поряд із тим, кожна країна бажає досягти найбільш ефективного використання бюджетних коштів, а також забезпечувати в повному обсязі досягнення цілей, на які було виділено грошові кошти. Питання ефективності використання бюджетних коштів на сьогодні є актуальним і для України. Адже ефективність управління бюджетними ресурсами є запорукою стабільності економіки, забезпечення необхідних темпів економічного зростання й рівня суспільного добробуту, а також дотримання інтересів національної безпеки держави.

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ

Рожкова Є.Ю., аспірант
Сумський державний університет

Сучасний стан соціально-економічних процесів в світі вимагає від економіки країни використання такого механізму ведення господарської діяльності, при якій навантаження на навколишнє середовище буде мінімальним. Для досягнення рівноваги економічних та екологічних цінностей важливого значення набуває облік стану споживчого ринку. В розвинутих країнах складається така тенденція, що покупці готові платити більш високу ціну за екологічно безпечну продукцію. Для того, щоб держава могла сформулювати політику в сфері економіки, соціального захисту, екології чи будь якій іншій сфері необхідно мати знання про потреби суспільства. Зростання виробничих процесів приводить до того, що суспільні потреби збільшуються. Більше уваги приділяється процесам екологізації виробництва, на жаль питання екологізації споживчої поведінки залишається поза увагою.

Формування екологічної складової поведінки споживачів є важливим засобом подолання екологічних проблем, а також стимулює споживачів до перегляду своїх споживчих пріоритетів.

Щоб віднести екологічні потреби до будь-якого рівня потреб за пірамідою Маслоу, потрібно з початку визначитись з тим, що таке екологічні потреби.

Як зазначають Сітаров В.О. та Пустовойтов В.В. екологічні потреби – це потреби, які пов'язані з чистотою середовища проживання та життєвою середою в цілому. Наприклад, потреба у чистому повітрі чи воді, якісних продуктах харчування і т.д. Звідси можна зробити висновок, що екологічні потреби споживачів характеризують якісну складову різноманітних потреб, тому їх і не можливо виділити в окрему групу[2].

Екологічну поведінку споживачів потрібно формувати від самого народження людини, щоб становлення її, як особистості відбувалося, базуючись на принципах екологічної свідомості та з формуванням екологічного пізнання.

Екологічна освіта та виховання повинні включати в себе формування екологічної свідомості, екологічних потреб споживачів, а потім і формування

екологічного попиту [1].

Екологічна свідомість – це комплекс екологічних поглядів, теорій різних соціальних груп, які визначаються характером суспільного виробництва та економічним станом групи.

До складу екологічної свідомості можна віднести наступні елементи:

- усвідомлення людиною обмеженості природних ресурсів, частиною яких є людина;
- встановлення рівноваги між природною та людською системою;
- усвідомлення масштабів екологічної кризи;
- пошуки шляхів вирішення екологічної кризи.

Отже, екологічна свідомість містить в собі уявлення про екологічну ситуацію та дії, які потрібно виконати для подолання екологічної кризи. Звідси можна зробити висновок, що екологічні знання та екологічна поведінка споживачів є складовими екологічної свідомості без яких вона не може існувати. Потрібно розуміти, що екологічні знання повинні включати в себе не тільки знання набуті людиною протягом життя, а й розуміння причин екологічної кризи та стратегії її подолання.

Повертаючись до питання екологічної поведінки, яка є складовою екологічної свідомості, також необхідно брати до уваги те, що вона залежить і формуються не тільки з особистісних якостей людини, а й її набутих знань.

Для того, щоб споживач здійснив екологічно-орієнтований вибір він повинен усвідомлювати екологічні проблеми, знати про екологічну складову продукції, яку він бажає придбати, усвідомлювати свій вибір для впливу на стан довкілля.

Споживчий вибір впливає на стан довкілля в прямій та непрякій формах. Пряма форма впливу споживання на довкілля полягає в його забрудненні, збільшенні викидів в нього і т.д. Непряма форма впливу полягає в тому, що споживання товарів і послуг неможливе без відповідних впливів на довкілля під час виробництва і розроблення продукції.

Для того, щоб споживачі розуміли свій вплив на стан навколишнього середовища та вагомість своїх дій необхідно більше приділяти уваги інформуванню споживачів, потрібно доводити до їх відома, що збереження рівноваги залежить від їх поведінки та ставлення до всього, що їх оточує.

Екологізація поведінки споживачів набуває великого значення для збереження мінімального забруднення довкілля, раціонального природокористування та впливу на показники діяльності підприємств.

Отже, під екологізацією поведінки споживачів потрібно розуміти систему норм поведінки особистості, розвиток соціально-економічних та екологічних знань особистості для збереження екологічної рівноваги в навколишньому середовищі.

Для підвищення ефективності прийняття споживчих рішень необхідно впроваджувати соціально-економічні моделі поведінки споживачів.

1. Касьянов П.В. Обоснование экологической политики. – С.-Пб.: «Питер», 1999. – 257 с.

2. Ситаров В.А., Пустовойтов В.В. Социальная экология: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М.: «Академия», 2000. – 280 с.

ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ BSC ТА KPI В ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА

Рябенков О.В., здобувач СумДУ
ПАТ «Сумське НВО ім. М.В. Фрунзе»

Система бюджетування забезпечує достатньо високий контроль за надходженням та витрачанням коштів підприємства та створює досить жорсткі умови управління діяльністю, коли основним критерієм ефективності виступає досягнення планового показника. Даний показник, в свою чергу, являє собою синтез закладених нормативів і прогнозних обсягів виробництва та реалізації продукції. Аналіз сильних і слабких сторін системи бюджетування проводиться з метою удосконалення організації бюджетного процесу, щоб мати можливість передбачити негативні зміни запланованих показників та своєчасно сигналізувати менеджменту, гнучко управляти і швидко вносити необхідні корективи, оскільки часто невіршеною залишається проблема оцінки ефективності діяльності з різних точок зору, а не лише на основі планового показника.

У світовій практиці широко розповсюджене впровадження на підприємствах системи збалансованих показників – Balanced Scorecard (BSC) та ключових показників ефективності – Key Performance Indicator (KPI). Послідовність введення даних двох систем на промисловому підприємстві буде виглядати наступним чином: визначення головної мети підприємства; проведення багаторівневої її декомпозиції до цілей структурних підрозділів; вибір ключових показників ефективності для кожної цілі; визначення критеріального значення кожного показника з урахуванням їх взаємозв'язку; збалансування критеріальних значень коефіцієнтів ефективності; встановлення зон відповідальності кожного менеджера; розробка процедури контролю досягнення цілей і, за необхідності, процедури коригування цілей та критеріальних значень показників ефективності; формування системи мотивації співробітників підприємства на досягнення поставлених цілей.

Система збалансованих показників перетворює стратегію в інтегровану систему, визначену кризь призму чотирьох бізнес-перспектив (рис. 1).

Фінансова складова BSC є одним із ключових елементів. Зазвичай, критерієм оцінки ефективності діяльності виступає розмір отриманого фінансового результату. На нашу думку, абсолютне значення чистого прибутку не є достатнім вимірником. На вершині дерева цілей має бути відносний показник.

Приймаючи до уваги наведені аргументи, пропонуємо загальним критерієм ефективності діяльності промислового підприємства визначати коефіцієнт рентабельності власного капіталу. Допоміжним показником буде рентабельність активів підприємства, яка є одним з найбільш вагомих факторів віддачі на інвестовані кошти, чистий прибуток та грошовий потік від операційної діяльності.

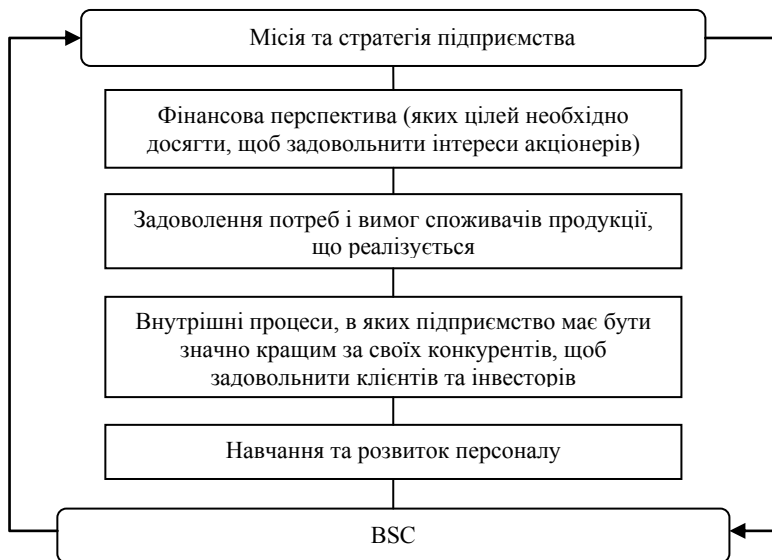


Рис. 1 – Стратегія підприємства через призму бізнес-перспектив

Отже, впровадження BSC та KPI дасть можливість більш гнучкого та збалансованого контролю над бізнес-процесами. Дані заходи слід проводити паралельно з розробкою системи бюджетів.

АКТУАЛІЗАЦІЯ ЦІЛЕПОКЛАДАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ ЗНАЇЬ

Савицька Н.Л., докторант

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Активне начало у господарській діяльності в усі часи належало і належить людині, проте осмислення на рівні суспільної свідомості цієї позиції приходить у економічну науку лише наприкінці XX століття. У цей період завдання управління нелінійним суспільним розвитком трансформується із концепції економічного зростання, яка за своєю сутністю відображає безмежну експлуатацію природного середовища заради матеріального багатства, у концепцію сустантабельності (надійно забезпеченого, достатнього) розвитку, а потім людського розвитку. Відбувається осмислення того, що досягнення результатів економічного відтворення у вигляді економічного зростання, матеріального багатства виступає умовою, засобом для формування і реалізації нової концепції розвитку суспільства, яка ґрунтується на відшуканні точок дотику принципів антропоцентризму та екоцентризму. Безумовно, матеріальне виробництво втрачає своєї першоосновної сутності для існування суспільства, мова йде про актуалізацію у господарській діяльності процесу

цілепокладання, який здійснюється суб'єктом господарського розвитку – людиною або людством. Цілі розвитку поряд із відомою тріадою «речовина – енергія – інформація» стануть важливими чинниками самого розвитку, його спрямованості та можливості реалізації.

Найголовнішим для вибору вектора господарського розвитку стає співвідношення та узгодження цілей-цінностей, що ставить перед собою людина, суспільство, та цілей-засобів, якими вони досягаються. Цілі-цінності становлять остов людського життя, а отже й будь-якої людської діяльності. Вони мають саморозширюючий вертикальний характер, не можуть бути половинчастими, досягненими лише частково. До них слід віднести загальнокультурні універсалії: життя (виражається як самозбереження|розвиток), також свободу, щастя, гармонію, любов (на індивідуально|суспільному рівнях); творчо-духовні цінності: знання, творчість, духовне самовдосконалення.

Цілі-засоби формуються в результаті докладання зусиль чистої людської енергії чи перетвореної її форми, втіленої у щось зовнішнє щодо суб'єкта, на шляху до досягнення цілей-цінностей. Цілі-засоби є проміжними для досягнення кінцевих, дійсно ціннісних цілей, вони відображають рівень розвитку господарства, цивілізованості суспільства, як правило, виступають системою обмежень щодо досягнення цілі. Тому цілі-засоби весь час удосконалюються, розширюються горизонтально. Наприклад, валовий внутрішній продукт, національний дохід, особистий дохід, прибуток, правові, суспільні інститути, економічна чи політична влада тощо. Вони виступають цілями-засобами для життя людини, організації суспільства та його розвитку, але аж ніяк не цілями-цінностями. Відхід цілей-цінностей у тінь цілей-засобів характерна риса індустріального суспільства, суспільства споживання.

За ступенем значущості для людського життя як вищої цінності серед засобів-цілей можна умовно виділити: вітальні та соціальні засоби. До вітальних слід віднести: природні умови; внутрішні ресурси людини (здоров'я, розум, здібності до праці) та матеріальні умови життя і праці. Серед соціальних засобів вирізняються соціально-культурні (традиції, освіта, навчання, виховання, етика); соціально-правові (власність, влада).

Підміна одного іншим, тобто цілей-цінностей цілями-засобами, стає причиною економічних, екологічних, моральних та інших криз у суспільстві. Економічні, соціально-правові засоби не можуть виступати цілями-цінностями, оскільки мають самообмежуючий характер. Зосередження уваги на цілях-засобах, що спостерігається в економічній науці, гіперболізує значення економічного сегменту господарства, підживлює поглиблення суперечностей між економікою і природою, технологією і людиною. Такий економічний імперіалізм, трансплантований у свідомість людини, перевертає все з ніг на голову, й економічне стає самоцінним. Насправді економіка – це лише частина людського господарства – життєвого простору, де досягаються цілі-цінності. Проте, не треба недооцінювати сучасні форми економічного простору, наприклад, контури економіки знань, інноваційної економіки, на теренах яких не лише формуються утилітарні цілі-засоби, але й виражається, самореалізується людський потенціал, долається відчуженість людини, формується система знань щодо досягнення усталеного розвитку.

Саме в таких умовах рушійною силою економіки знань стає людина як суб'єкт

розвитку. Її здібності до створення нових знань, соціалізації та олюднення природи можуть реалізуватися у ефективному суспільстві та забезпечувати його безпечний розвиток. Продовження життя людства на планеті, безпека майбутніх поколінь як основна ціль-цінність господарської діяльності людини залежить від вирішення двох завдань: закріплення у суспільній свідомості культурних, соціальних норм здорового споживання та виробництва знань, високих технологій, інновацій і послуг, орієнтованих на збереження біосфери. Вирішення цього завдання лежить, перш за все, в аксіологічній площині господарського розвитку, оскільки відомо, що відповідність інновацій встановленим соціальним, культурним нормам господарської системи сприяє швидкому їх розповсюдженню. Тому необхідно створити такий стиль виробництва і споживання, за якого якість життя людини не буде зменшувати природний капітал суспільства.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗМЕЩЕНИЯ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Семенчук А.В.

*УО «Гродненский государственный университет им. Я. Купаль»,
Беларусь*

Выбор места размещения торговых предприятий и их организационных форм имеет чрезвычайно важное значение в современных экономических условиях. Решение данной проблемы затрагивает экономические, социальные, экологические, градостроительные и исторические аспекты.

В Республике Беларусь сохранилась практика установления норматива обеспеченности торговыми площадями на тысячу жителей. Недостатком данного метода планирования развития розничной торговой сети является то, что он не учитывает размещение торговых объектов на территории регионов Республики Беларусь и населенных пунктов, что приводит к диспропорциям в обеспеченности населения отдельных городских районов торговыми площадями. Особую остроту данный вопрос приобретает при застройке новых жилых микрорайонов крупных городов.

В настоящее время совершенствование размещения торговых предприятий в современных городах сводится к двум схемам:

- 1) встраивание новых торговых предприятий (офисов, парикмахерских и т.д.) на первые этажи зданий взамен находившихся там ранее квартир;
- 2) точечное возведение больших торговых (торгово-развлекательных) центров в наиболее активных зонах проживания (движения).

Представленные схемы имеют отрицательные стороны, обусловленные тем, что концепция развития городской торговли должна быть основана на экономических, социальных, экологических и культурно-исторических факторах.

Одним из наиболее перспективных, при разработке планов размещения розничной торговой сети, является картографический метод исследования с учетом результатов анализа экономических показателей торговли и изучения потребительских предпочтений. Широкое развитие информационных технологий,

картографирование городских пространств предоставляют широкие возможности для наглядного представления о фактическом размещении торговых предприятий и выявления потенциальных территориальных зон строительства новых.

Картографический подход при размещении предприятий розничной торговли должен учитывать результаты анализа таких базисных показателей, как численность и плотность населения, его внутрирайонное распределение, прогнозирование динамики численности населения, платежеспособный спрос домохозяйств; транспортная и шаговая доступность розничных торговых предприятий, обеспеченность торговых предприятий парковочными местами; обеспеченность населения автомобильным транспортом.

Основываясь на экономических расчетах и картографическом методе органы власти могут контролировать планы инвесторов и намечаемое строительство розничных торговых предприятий.

АНАЛІЗ ЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ДО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Ставицький О.В., аспірант

Національний університет харчових технологій

Функціонування підприємств в умовах ринку диктує необхідність постійного оновлення продукції, впровадження нових методів управління та сучасних технологій, формування інфраструктури, відповідної обраному стратегічному напрямку в області інноваційної діяльності. При цьому можливості підприємств в реалізації інновацій істотно розрізняються.

Чи повинно підприємство взагалі прагнути до власних інновацій? Своєчасна відмова від інновацій для деяких підприємств уже сама по собі є стратегічним рішенням. Тому готовність підприємства до інноваційного розвитку починається, на наш погляд, з усвідомлення необхідності інноваційного розвитку. Якщо відповідь на поставлене запитання позитивна, наступним етапом буде формування стратегічних цілей інноваційної діяльності. Якщо аналіз ринку підтвердить необхідність інноваційного розвитку, підприємство може визначати стратегічні напрямки своєї інноваційної діяльності.

До стратегічних напрямів інноваційної діяльності можна віднести самостійне «виробництво» інновацій, позицію "швидкого другого", відставання з мінімальними затратами і "заповнення прогалин". Кожне з цих напрямків визначається конкретними економічними обставинами, цілями підприємства щодо певної продукції і ринків збуту, дій конкурентів і т.д.

Аналіз здатності підприємства до інноваційного розвитку визначається шляхом порівняння його інноваційного потенціалу з оптимальним набором характеристик підприємства, чуттєвих до інновацій. Основне завдання цього етапу в тому, щоб визначити чинники, що перешкоджають інноваційному розвитку підприємства, нейтралізувати їх і використовувати сили, що сприяють цьому розвитку.

Слід зазначити, що в залежності від цілей інноваційної діяльності

підприємства, його місця в інноваційному процесі, та інших умов, що відповідають стратегічному вибору підприємства. Наприклад, для реалізації інноваційної стратегії наступального типу пріоритетом є наявність інвестиційних ресурсів для фінансування – дорогих розробок, організаційних та кадрових можливостей для їх здійснення і т.д. У той час як для реалізації стратегії, не орієнтованої на самостійне виробництво інновацій ці характеристики не будуть мати вирішального значення. У цьому випадку на перше місце слід поставити збутові можливості та наявність доступу до науково-технічної інформації.

Тому, для максимальної сприйнятливості підприємства до інновацій воно, в ідеалі, має мати механізм, що дозволяє змінювати структуру управління в залежності від ситуації і стадії інноваційного процесу. На думку деяких дослідників [4, 5] така «подвійність» стає суттєво необхідною у випадках, коли потреба в інноваціях велика, інновація надзвичайно радикальна або результати її реалізації в значній мірі непередбачувані.

Однак на практиці неможливо постійно змінювати структуру управління. Досить складно змінити такі її характеристики, як складність, регламентація робіт і централізація прийняття рішень. Навіть адаптивні структури управління, що мають здатність пристосовуватися до обставин, що змінюються, не завжди в змозі забезпечити бажаний результат. У роботах фахівців з інноваційного менеджменту [1, 2, 3] зазначається, що існування в організації підрозділів з органічною структурою (відділи вдосконалення управління, досліджень і розробок, управлінських інформаційних систем, внутрішніх консультантів і т. д.) сприяє, розробці інновацій, а використання матричних і проектних структур – полегшує процес їх впровадження.

Готовність підприємства до інноваційного розвитку можна розділити на економічну, виробничу, екологічну, психологічну та правову.

Таким чином, із запропонованої послідовності, аналіз здатності і готовності підприємства до реалізації інноваційної політики і стратегії полягає в реалізації трьох послідовних етапів:

1. Аналіз здатності підприємства до інноваційного розвитку.
2. Оцінка можливостей такого інноваційного розвитку підприємства.
3. Аналіз готовності підприємства до реалізації того чи іншого стратегічного напрямку інноваційної діяльності.

Як висновок, можна сказати, що послідовна реалізація цих етапів дозволить визначити потенційні можливості підприємства в реалізації інновацій з урахуванням дії чинників, що сприяють або, навпаки, перешкоджають інноваційної діяльності, а також мотиваційних та організаційних змінних цієї діяльності.

1. Гринев В.Ф. Инновационный менеджмент. – К.: МАУП, 2000. – 148 с.
2. Инновационный менеджмент. Методическое пособие. – К.: Издание концерн «РАМО», 1991. – 280 с.
3. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов / С.Д. Ильенкова, М.М. Еошберг, С.Ю. Ягудин и др. Под ред. О.Д. Ильенковой. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 327 с.
4. Лимитовский М.Л. Основы оценки инвестиционных и финансовых решений. – М.: ДеКА, 1997. – 184 с.
5. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов. Рук. авт. колл. Коссов В.В., Лившиц В.И., Шахназаров А.Г. – М.: „Экономика“, 2000.

ФІНАНСОВО-КРЕДИТНІ ІНСТИТУТИ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ СЕЛА

Сухоставець А.І., старший викладач
Сумський національний аграрний університет

У процесі історичного розвитку людства, з поглибленням суспільного поділу праці підвищується значення загальних умов суспільного відтворення, зростає рівень диверсифікації напрямків діяльності у сфері задоволення економічних потреб населення. Наприкінці 90-х ХХ ст. більшого значення почала набувати роль соціальної інфраструктури у вдосконаленні пропорцій та формуванні якісних факторів суспільного відтворення, розширенні масштабів економічної діяльності, розвитку головної продуктивної сили суспільства – людини. Проте, процеси становлення ринкових відносин в Україні, реформування народного господарства негативно позначились на їх функціонуванні. Як результат, якість та структура товарів і послуг соціального характеру, які пропонуються, значно знизилися. Саме тому нагальною проблемою сьогодення стало відродження соціальної сфери села.

Реалізація ефективних програм розвитку соціальної сфери села безпосередньо пов'язана з розумінням природи та специфіки функціонування економіко-правових інститутів даного сектора. Великий вклад в розуміння інституціональної природи організацій внесли відомі економісти і соціологи П. Сорокін, Н. Кондрат'єв, А. Богданов. Ми вважаємо, що кредитні спілки слід розглядати як невід'ємну частину закладів соціальної сфери, які забезпечують умови суспільного виробництва і життєдіяльності населення, формування фізичного та інтелектуально розвинутого, суспільно активного індивіда. За функціональним призначенням кредитні спілки, на нашу думку, на ряду з іншими фінансово-кредитними інституціями, що надають відповідні послуги населенню, можна віднести до фінансової ланки (підсистеми) соціальної інфраструктури.

Процес становлення та розвитку кредитних спілок став закономірним результатом переходу України з командно-адміністративної системи до ринкової економіки, розширення економічної свободи. Отже, соціально-економічна значимість кредитних спілок, після не оправданого забуття, почала зростати.

Соціально-економічний корисний ефект від діяльності кредитних спілок, на нашу думку досягається у наступному: акумуляції заощаджень та кредитуванні діяльності приватного бізнесу; стимулюванні попиту на товари довготривалого використання за рахунок надання кредитів по прийнятним відсотковим ставкам; розвиток економічного мислення, вміння примати правильні рішення в ринкових умовах; покращення фінансового та матеріального становища членів кредитної спілки; розвиток умінь колективно діяти задля покращення свого добробуту. Діяльність кредитних спілок ми розглядаємо як певне втіленням концепції соціально-відповідальності бізнесу. Суть даної концепції полягає у пріоритетності соціально-суспільних цілей бізнесу. Саме колективна форма управління діяльності направлена на задоволення соціально-фінансових потреб та інтересів членів кредитної спілки. Функціонування кредитних спілок можна розглядати і як прояв колективного підприємництва. Особливостями підприємницької ідеї в соціальній сфері є створення суспільно-необхідного товару – поліпшення соціально-економічного становища, особливо найменш захищених в цьому відношенні верств населення.

1. Інфраструктура соціальна. Куценко В., Богущ Л. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.1–К.: Видавничий центр “Академія”, 2000 – С. 704-705.
2. Закон України Про кредитні спілки / Відомості Верховної Ради (ВВР), 2002, N 15, ст.101.
3. Кооперація кредитна. Мочерний С. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.2–К.: Видавничий центр “Академія”, 2001 – С. 76-77.
4. Банківська система України: теорія і практика становлення. Збірник наукових праць: В 2 т. Т. 1. – Суми: ВВП „Мрія-1” ЛТД: Ініціатива, 199. – 338 с.
5. Українська кооперація діаспори. Історичний огляд 1930-1995/ Під ред. Омеляна Плешкевича. Чикаго – Київ : Українська світова кооперативна Рада, 1996 –334 с.
6. Гончаренко В.В. Кредитні спілки як фінансові кооперативи: міжнародний досвід та українська практика. – Київ : “Наукова думка”, 1997.- 240 с.

СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ. ІНТЕГРОВАНІЙ ПІДХІД

Тихтай І.Ю., аспірант

Макіївський економіко-гуманітарний інститут

На сучасному ринку склалися умови насиченості різноманітними товарами та послугами, через що розробка якісної продукції, встановлення на неї оптимальної ціни та вибір ефективних каналів розподілу є недостатнім. З метою завоювання прихильності споживачів до своєї продукції необхідно використовувати в діяльності підприємства таку складову комплексу маркетингу, як маркетингові комунікації, що спрямовані на інформування, переконування, нагадування про товар, підтримки його збуту та створення позитивного іміджу підприємства.

Кожен із складників комплексу маркетингових комунікацій перш за все слугує для того, щоб товаровиробник мав змогу інформувати контактну аудиторію про свою продукцію чи послуги. Рішення стосовно вибору засобу зв'язку зі споживачами повинно бути виваженим, бо при неправильному використанні він може скласти не позитивне враження у цільовій аудиторії, а навпаки негативне. Це пов'язано також з тим, що кожний складник комплексу має свої відмінності та характерні риси впливу на цільову аудиторію й це призводило до того, що раніше вони розглядалися як окремі функції, за котрі відповідали спеціалісти різних відділів частіш за все не узгоджуючи дії по розробці між собою.

Проте на даний час, як правило, наголошується на узгодженні та координації зусиль у сфері просування продукції чи бренду на ринок. Тому підприємства використовують не один інструмент маркетингових комунікацій, а декілька одразу. Такий підхід отримав назву – інтегровані маркетингові комунікації.

З кожним разом все складніше визначити яку саме форму маркетингових комунікацій необхідно обрати для того, щоб вплив на цільову аудиторію був максимально ефективним, а відносини на ринку мали довгостроковий характер. Саме тому на даний час застосування інтегрованих маркетингових комунікацій є оптимальним варіантом, який дозволить сучасним підприємствам досягти найкращих результатів як у відносинах на ринку, так і в створенні кращого враження у споживачів.

Вперше інтегрований підхід до різноманітних маркетингових комунікацій застосували американські та англійські вчені. Саме вони внесли найбільший внесок у створення й розвиток цієї концепції.

Інтегровані маркетингові комунікації – це таке сполучення інструментів маркетингових комунікацій, при якому усі підрозділи маркетингової служби підприємства спільно та злагоджено розробляють засоби зв'язку з громадськістю, за допомогою котрих можна буде досягти найбільшого ефекту у просуванні продукції на ринок, створенні позитивного враження про себе та свою продукцію у споживачів, розширення границь ринку й завоювання нових ніш, та досягнення інших завдань підприємства, з метою цілеспрямованого впливу на різні групи споживачів.

За розробленою моделлю кожен комунікаційний контакт повинен бути двостороннім, тобто не лише передавати цільовій аудиторії повідомлення, а й отримувати на нього відповідь, що сприятиме поповненню бази даних для послідовного аналізу.

Початковий аналіз повинен здійснюватися на основі бази даних, яка описує демографічні, психологічні, купівельні характеристики споживачів. Багатофакторний аналіз переваг, мотивів споживачів і рівнів впливу на них служить реальним важелем управління купівельними перевагами. Тобто вихідна позиція моделі інтегрованих маркетингових комунікацій повинна нетільки вибудовуватися навколо споживача, але й відображати спосіб сприйняття нею пропонованих продуктів чи послуг та різні типи процесів покупки. Інтегровані маркетингові комунікації фокусуються на розробці маркетингового комунікаційного набору в залежності від поведінки і сприйняття споживачем якої-небудь торгової марки (підприємства) і маркетингової активності цієї марки або компанії. Таким чином, інтегровані маркетингові комунікації передбачають розробку стратегії комунікацій після роботи з аналітичним матеріалом. Так, цілі маркетингу пов'язуються із загальним процесом комунікації.

В основі інтегрування маркетингових комунікацій лежать такі принципи, що модель:

- починається зі споживчого сприйняття та діяльності (вірніше, з їх оцінки);
- інтегрує стратегію бізнесу в цілому з потребами й видами діяльності окремого споживача;
- координую усі комунікації бізнесу у рамках повного набору маркетингових комунікацій;
- встановлює контакт зі споживачем й веде з ним діалог;
- намагається готувати комунікації на замовлення, щоб вони точніше відповідали смакам окремих споживачів.
- До основних причин застосування інтегрованих маркетингових комунікацій можна віднести наступні:
 - більш висока ефективність, позитивного впливу на зміцнення прихильності споживачів;
 - важлива роль у розвитку міжнародного маркетингу;
 - здатності надавати додаткові впливу на комунікаційні процеси.

Споживач, котрий сприймає маркетингові звернення з різних джерел в подальшому намагається інтегрувати отриману інформацію в єдину загальну ідею. При узгодженні усіх маркетингових повідомлень й успішній праці над досягненням спільної мети інтегрування комунікацій призводить до більш вагомого результату, ніж при неузгодженому застосуванні маркетингових комунікацій. Тобто якщо комунікаційні звернення від підприємства до споживача не працюють спільно на

вирішення загальної задачі, вони можуть спричинити труднощі встановлення контакту з потенційним споживачем. Так, ефективна програма інтегрованих маркетингових комунікацій допомагає полегшити природний процес сприйняття інформації.

1. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход (Серия «Маркетинг для профессионалов») / Дж. Бернет, С. Мориарти ; перевод с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб : Питер, 2001. – 864 с.

2. Романов А. А. Маркетинговые коммуникации (Прицельный маркетинг) / А. А. Романов, А. В. Панько. – М. : Эксмо, 2006. – 432 с.

3. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.quans.ru/research/dict/> Integrirovannie_marketingovie_kommunikatsii/_ – Интегрированные маркетинговые коммуникации.

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ РИЗИКІВ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ УКРАЇНИ

Терехов Є.М., к.е.н., доц.

ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

На сьогодні основні небезпеки зовнішнього середовища для України зосереджені в сфері енергетики, в фінансовій та торговій сферах і саме ці сфери є провідними з погляду забезпечення економічної безпеки держави. Саме енергетична сфера впливає на фінансову безпеку держави, і саме вона буде визначати економічний розвиток України в найближчі роки.

Як сфера фінансів, так і сфера енергетики пов'язані з металургією та хімічною промисловістю, які є найбільшими споживачами енергоресурсів. З іншого боку саме валютні надходження від продажі металу та хімічної продукції визначають фінансову стабільність в українській фінансовій системі.

З металургією і хімією пов'язані значною мірою проблеми української економіки та її національної безпеки. Дослідження засвідчують, що зовнішній попит на продукцію цих галузей практично визначає перспективи розвитку економіки в цілому [1].

Саме металургічна та хімічна промисловість формують енергетичний баланс України та визначають ціноутворення на газовому ринку. Наповнення бюджету за рахунок податкових платежів, здатність держави впливати на валютний курс за рахунок валютних надходжень суттєво залежать від доходності металургійної та хімічної промисловості, яку визначають ціни на енергоресурси, що відповідно впливає на економічну безпеку держави.

Конкурентоспроможність продукції хімічної та металургійної промисловості на зовнішньому ринку впливає на проблему зовнішнього боргу України, адже зменшення надходження валюти змушує державу запозичувати кошти міжнародних фінансових інститутів.

Отже, на економічну стабільність держави та її залежність від зовнішніх факторів глобального економічного середовища суттєво впливає структура української економіки.

Таким чином, можна визначити коло факторів, що впливають на рівень фінансової та економічної стабільності України:

- ціна на енергоресурси,
- обсяги експорту та стабільність та конкурентоспроможність хімічної та металургійної промисловості,
- валютні надходження та державний борг та бюджет.

У фінансовій сфері найбільшу стурбованість викликає стан бюджету країни, адже в останні роки країна знаходиться в умовах зростаючого бюджетного дефіциту, що викликає потребу у рефінансуванні державного боргу за рахунок ресурсів МВФ ті ін.

Складовою частиною фінансової безпеки України є стан її банківської системи. Присутність банків з іноземним капіталом у банківській системі України відповідає інтересам розвитку національної фінансової системи, але існують ризики швидкого зростання присутності іноземного капіталу у банківській системі країни, пов'язані з можливою втратою суверенітету у сфері грошово-кредитної політики, можливим посиленням нестабільності, несподіваними коливаннями ліквідності банків, спекулятивними змінами попиту та пропозиції на грошово-кредитному ринку, можливим відтоком фінансових ресурсів.

Для нейтралізації негативних ефектів у сфері банківської системи в Україні доцільно ввести нормативно-організаційний відбір і моніторинг доступу іноземного банківського капіталу на основі національних пріоритетів розвитку; увести заборону на доступ банків з офшорних зон, а також розробити чіткі правила продажу банків з національним капіталом іноземним власникам.

Вагомим фактором, який впливає на стан економічної безпеки України, є інвестиційна складова, оскільки випереджальні темпи економічного зростання потребують належного фінансування. За таких умов попит національних економік на інвестиційні ресурси постійно зростає, що загострює конкурентну боротьбу на ринку прямих іноземних інвестицій. Недолік внутрішніх інвестиційних ресурсів в останні роки активно покривався за рахунок припливу іноземних інвестицій. Але серед прямих іноземних інвестицій значна частина належала спекулятивному капіталу. Це підтверджується тим фактом, що за час фінансово-економічної кризи спостерігався значний відтік прямих інвестицій (більше 2 млрд. дол.) [2].

Але Україна є потенційно привабливою для інвесторів країною за рахунок таких факторів:

- зручне геополітичне місце розташування,
- високий рівень природно-ресурсної забезпеченості,
- дешева кваліфікована робоча сила,
- значний потенціал зростання внутрішнього споживчого ринку.

Ще одним чинником економічної безпеки України є енергетична складова, яка визначає стан паливно-енергетичних галузей.

Економічна безпека у сфері виробництва металу та хімії є похідною від стану фінансово-енергетичної системи, оскільки орієнтовані на експорт галузі України являються енерго – і фінансово витратними.

1. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз Т. Мельник – http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mep/2009_8_9/08-3612/10_Melnuk1.pdf
2. Офіціна сторінка Державного комітету статистики України – <http://www.ukrstat.gov.ua/>

МАЛЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В КАЧЕСТВЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО УКЛАДА КАК ОДНО ИЗ УСЛОВИЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Толмачёв О.Л., соискатель
ЗАО «Медиаграфикс», г. Москва, Россия

Целью данного доклада является выделение, систематизация и осмысление на основе системного подхода характерных особенностей малых предприятий в качестве самостоятельного экономического уклада, как одного из главных условий устойчивого развития, а также связанных с этим проблем управления и поиска путей их решения. Объектом рассмотрения являются малые предприятия в области B2B производственных услуг рекламной полиграфии с высоким соотношением «материальный продукт/услуга» [4].

Финансово-экономический кризис 2008 года обнажил слабость концепции неоллиберализма в западной макроэкономической науке. В лексикон теоретиков вернулись понятия «регулирование», «бонусная система поощрения», «информационная асимметрия». Как известно, именно этими простыми терминами описываются ключевые причины, приведшие крупнейшую экономику мира к кризису [7].

Многочисленными жертвами турбулентности экономики стали малые предприятия. Они оказались в заложниках у крупных компаний и государственных институтов, не справившихся с управлением. Но разорились далеко не все из них. И здесь суть проблемы: способы выживания этих двух видов хозяйствующих субъектов совершенно разные. Первые выживают только собственными силами, вторые – с помощью государства. Кризис обнажил слабость универсального подхода к управлению предприятиями.

В законодательстве Российской Федерации (РФ) малые и средние предприятия объединены в общую группу хозяйствующих субъектов. Им посвящены самостоятельные блоки законов, регулирующих их деятельность [11]. Таким образом, государство отделяет малый и средний бизнес от крупного.

Кроме того, Закон РФ разделяет некрупный бизнес на три составные части: микро-предприятия, малые и средние предприятия. Мы же такого разделения не видим и рассматриваем микро и средние предприятия частным случаем малых предприятий, поскольку, с нашей точки зрения, рост микро-предприятия через малое к среднему не содержит в себе настолько заметных качественных изменений, как скачок между средними и крупными предприятиями.

Законодательство РФ разделяет предприятия по категориям только количественными характеристиками, такими как «средняя численность работников», «выручка от реализации товаров (работ, услуг)» и т.д. [9]. О качественных характеристиках в законах ни слова, хотя такие характеристики есть и признаются многими теоретиками [3, 5]. Кроме того, малый бизнес стал заметной категорией в экономике – он создает существенную долю ВВП почти любой страны [10].

Но до недавнего времени теоретики уделяли малому бизнесу, как явлению, очень мало внимания, что вызвано, скорее всего, доминирующими течениями в

научной экономической мысли, игнорирующими значимость явления [2] [8].

Исследование этой проблемы в рекламно-производственной сфере привело к подтверждению существования качественных характерных особенностей малых предприятий, отличающих их от крупных компаний. Всего было выявлено 33 особенности, которые можно разделить на несколько групп в зависимости от знака оценки их влияния – отрицательные, положительные, ситуативные и нейтральные.

К отрицательным особенностям можно отнести малую величину активов, недоступность кредитных ресурсов, незащищенность перед произволом властей и криминалом и т.д. – всего 14.

К положительным особенностям – всего их 12 – можно отнести энтузиазм. Он часто является единственной причиной существования малого предприятия. Еще демократичность – результат отсутствия жесткого формального распорядка. А такие положительные особенности, как высокая мобильность, структурная гибкость, облегченная межфункциональная координация, крупные компании пытаются взять себе на вооружение, разделяя большие коллективы на малые рабочие группы с целью повышения их эффективности [6].

Отдельную группу особенностей составляют ситуативные, поскольку их оценка в основном зависит от ситуации. Например, высокая степень влияния личных качеств и квалификации руководителя на качество принимаемых решений может быть как положительным, так и отрицательным фактором.

В результате исследования выявились и другие, дополнительные особенности, которые носят нейтральный характер, и их нельзя отнести ни к одной из вышеперечисленных групп. Например, причиной начала деятельности малого предприятия, согласно исследованиям [12], прежде всего, является стремление избежать нищеты (негатив), а не желание капиталиста выгодно вложить деньги и не «рациональное поведение экономического человека», как в классической теории.

Выявленные особенности малых рекламно-производственных предприятий можно обобщить несколько иначе, объединив их в шесть больших групп характерных признаков: 1) высокая уязвимость; 2) зависимость; 3) высокая гибкость; 4) мобильность; 5) демократичность и 6) нерациональность.

Эти особенности, как в зеркале, отражаются в SWOT-анализе и стратегии выживания практически любого малого предприятия в рекламно-производственной сфере, будь то типография, агентство, дизайн-бюро или сувенирная компания.

При разработке стратегии малое предприятие должно, как минимум, преодолеть свои отрицательные особенности. Высокая зависимость и уязвимость от факторов внешней среды могут быть компенсированы высокой гибкостью и мобильностью. Игнорирование этого вывода грозит серьезными негативными последствиями. Так, наличие громоздкого, дорогого оборудования у малого предприятия, например, печатных станков, (что является критическим отклонением от одной из основных положительных качественных характеристик малого предприятия – мобильности!) ставит его в зависимость от арендодателя помещений, способного путем произвольного повышения арендной ставки перераспределить прибыль малого предприятия в свою пользу.

Таким образом, прослеживается определенная зависимость: критическое отклонение от характерного признака малого предприятия увеличивает риски. Другими словами, ослабление положительной особенности усиливает отрицательную

особенность. Такая же зависимость прослеживается при росте предприятия от микро к среднему, в процессе которого происходит ослабление положительных особенностей с параллельным усилением отрицательных и увеличением рисков. Это происходит плавно до качественного скачка от малого («среднего») предприятия к крупному, от зависимого и уязвимого предприятия к независимой доминанте на рынке.

В отношениях крупных и малых предприятий, как разных экономических укладов, часто проявляются парадоксы, приводящие к неоправданным издержкам. Например, когда обычные между крупными компаниями отсрочки платежей по выполненным контрактам от трех до шести месяцев автоматически переносятся на отношения с малыми компаниями. В этом случае малое предприятие вынуждено фактически кредитовать своего крупного клиента, поставляя продукцию в долг без процентов. При этом крупные клиенты требуют постоянного обновления продукции малых поставщиков, что влечет за собой необходимость развития и серьезных дополнительных затрат, но при этом объективно лишают малые компании возможностей и ресурсов для этого, что тормозит развитие отрасли и всей экономики в целом.

Подобная проблема возникает и в кадровом вопросе. Малое предприятие часто вынужденно выступает в качестве кадрового донора крупной компании, не получая за это никакой компенсации.

Парадоксальность отношений проявляется и в популярных среди крупных компаний тендерах на поставку продукции. Теоретически тендеры имеют целью «оптимизировать поставки». На практике же тендеры приводят к уходу с рынка добросовестных поставщиков, к вымыванию с рынка качественной продукции, сводят прибыль малых поставщиков практически до нуля и тем самым увеличивают риски срыва поставок.

Такая парадоксальность отношений является, с нашей точки зрения, следствием ошибочного применения общей теории управления, как универсальной концепции для всех хозяйствующих субъектов.

Понесенные малыми предприятиями таким вынужденным образом затраты, потери и упущенную выгоду можно назвать скрытыми сверхиздержками по аналогии со сверхприбылью крупных компаний. Их природа одна и та же – экономическая неоправданность.

Такие сверхиздержки малого предприятия во многом определяются его отрицательными характеристиками. Например, малая величина собственных активов и недоступность кредитных ресурсов тормозят развитие, либо вовсе становятся непреодолимым препятствием, причиной многих потерь и упущенной выгоды. Характерная ограниченность малотоварным производством или сферой услуг сама по себе предполагает высокие издержки на единицу продукции. А в сумме со скрытыми сверхиздержками она лишает малые компании вообще всякой конкурентоспособности [1].

Тем не менее, малое предприятие даже в таких недружелюбных условиях способно в силу своих положительных характеристик преодолевать подобные препятствия и находить решение сложных проблем. Подтверждением этому служат стихийно родившиеся в условиях жесткой конкуренции стратегии, успешность которых была подтверждена практикой. Среди них:

- стратегия прозрачного ценообразования и согласованной фиксированной маржи (не дает произвольно перераспределять прибыль);
- стратегия создания коллектива единомышленников (способствует некоррупционному продвижению интересов добросовестного малого поставщика в среде крупных клиентов);
- кластерная стратегия (коллективное существование облегчает преодоление некоторых отрицательных особенностей) и т.д.

Однако все эти стратегии направлены на противодействие внешней среде, на компенсацию ее негативного влияния, а не на позитивное созидание – развитие, обновление и прибыль. Противодействие и компенсация всегда требуют дополнительных непроизводительных затрат, что снижает общую эффективность отрасли.

Выводы:

1. Малые рекламно-производственные предприятия имеют много общих качественных особенностей и признаков, несмотря на различия в характере их деятельности, что подтверждает тезис об особости малого предпринимательства, как самостоятельного экономического уклада.
2. Взаимоотношения малых и крупных компаний в рекламно-производственной сфере часто носят парадоксальный характер, когда малое и слабое предприятие вынуждено становиться донором ресурсов для крупного и сильного. В результате малые предприятия несут сверхиздержки, что снижает общую эффективность отрасли и экономики в целом. В этом видится уязвимость универсального подхода к управлению всеми хозяйствующими субъектами и проявление еще одной «слабости» руки рынка, требующей регулирования со стороны государства.
3. Все более очевидной становится необходимость адаптации существующих концепций управления к особенностям малого предпринимательства.
4. Проблемы малых предприятий нуждаются в большем внимании со стороны государственных и общественных организаций с целью поддержки одного из главных факторов устойчивого развития экономики.

1. Госкомстат РФ, официальный сайт: www.gks.ru
2. История экономических учений: (современный этап): Учебник под общ. ред. А.Г. Худокормова. – М.: ИНФРА-М, 2009.
3. Кара-Мурза Д. Малые предприятия как уклад «третьей волны» цивилизации. Евразийский вестник, <http://rus-crisis.ru> 2009.
4. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия, 4-е изд.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005.
5. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. 2-е изд. СПб.: Питер, 2011.
6. Латфуллин Г.Р., Райченко А.В. Теория организации, 2-е изд., доп. – СПб.: Питер, 2008.
7. Лейн Р. Нулевые или десять лет безумия. Пер. с англ. – М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2011.
8. Маршев В.И. История управленческой мысли. – М.: ИНФРА-М, 2011.
9. Постановление Правительства Российской Федерации от 22.07.2008 года №556.
10. Социологическая служба Гэллупа (Gallup), сайт: www.gallup.com
11. Федеральный Закон №209-ФЗ от 24.07.2007 года «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ».
12. Lafuente, A., V.Salas. Types of Entrepreneurs and Firms: The Case of New Spanish Firms. Strategic Management Journal, Vol. 10, pp. 17-30, 1989.

ЗМІНА ТЕХНОЛОГІЧНИХ УКЛАДІВ ТА ДИНАМІКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ В СФЕРІ ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО ПРИРОДНОГО СЕРЕДОВИЩА В ЄВРОСОЮЗІ

Трофимчук В.О., аспірант

ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України»

Темпи приросту ВВП в Євросоні (15 країн) статистично пов'язані із темпами приросту всіх природоохоронних витрат. В Євросоні спостерігається синхронізація фаз росту та, особливо, спаду природоохоронних витрат з усіх джерел із аналогічними фазами динаміки ВВП – *середньострокові циклічні коливання приросту*. Найбільшою амплітудою таких коливань і глибиною спаду відзначаються корпоративні природоохоронні витрати (витрати промисловості). У окремих європейських країнах ці закономірності виявляються значно слабше, перш за все, через недостатню надійність вхідних даних. Темпи *приросту природоохоронних інвестицій* в Євросоні характеризуються більшою волатильністю, ніж приріст природоохоронних витрат, хоч вони сильно корельовані у інтервалі 1996-2009 рр. ($r = 0,86$, $p = 0,000$). Темпи приросту всіх природоохоронних інвестицій також визначаються темпами приросту природоохоронних інвестицій промисловості більше, ніж державних і муніципальних інвестицій ($r = 0,82$, $p = 0,000$ та $r = 0,62$, $p = 0,019$, відповідно). Водночас динаміка природоохоронних інвестицій виявилася слабо корельованою з темпами приросту всіх внутрішніх інвестицій ($r = 0,43$, $p = 0,122$), незважаючи на те, що в Євросоні спостерігається синхронізація фаз росту та, особливо, спаду природоохоронних інвестицій із усіх джерел з аналогічними фазами динаміки всіх внутрішніх інвестицій – *середньострокові циклічні коливання* (із лагом затримки щодо всіх інвестицій у приблизно 1 рік). Найбільшою амплітудою таких коливань і глибиною спаду відзначаються, як і у випадку природоохоронних витрат, корпоративні природоохоронні інвестиції (інвестиції промисловості).

На рівні окремих країн спостерігаються значні відхилення від цих закономірностей. Так, з 1990 р. у Німеччині було два піки природоохоронного інвестування з усіх джерел (наприкінці 1980-х – на початку 1990-х та у середині 1990-х рр.) із наступним їх зменшенням та стабілізацією наприкінці 2000-х, у Франції спостерігалася стабільність інвестиційної активності (незначні коливання навколо нульових темпів приросту), а у Польщі – три піки інвестування на початку та у середині 1990-х із наступним зменшенням приросту до негативних значень та активізацією інвестиційної діяльності у другій половині 2000-х рр.

Водночас, під час кризи 2008-2009 рр. у всіх цих країнах відбулося синхронне (різне за глибиною) падіння приросту природоохоронних інвестицій (із лагом затримки щодо падіння всіх інвестицій у приблизно 1 рік). У різних європейських країнах динаміку інвестування у природоохоронні проекти зумовили різні джерела: у Франції – здебільшого ($r = 0,67$, $p = 0,002$), у Польщі – переважно ($r = 0,97$, $p = 0,000$) корпоративні інвестиції. Тоді як в Німеччині відсутній значний статистичний зв'язок із якимось одним джерелом фінансування. Спад темпів державного і муніципального інвестування у природоохоронні проекти, який відбувся у першій половині 1990-х в

Німеччині (із наступним постійним зменшенням обсягів) та у Франції (із наступною стабілізацією обсягів), на нашу думку, є відображенням *закінчення періоду активного формування природоохоронної інфраструктури* в країнах – лідерах Єврозони і ЄС. Натомість у нових членах ЄС, зокрема в Польщі, процес створення сучасної природоохоронної інфраструктури розпочався на десятиліття пізніше і досі не закінчений, що підтверджується активізацією там державних природоохоронних інвестицій у другій половині 2000-х рр. В цілому, в Євросоюзі спостерігається зв'язок періодів створення/оновлення природоохоронної інфраструктури (відзначаються потужним зростанням, насамперед, державних природоохоронних витрат та інвестицій), із циклом модернізації національних економік у 1980-х рр. (з певним лагом затримки). У динаміці витрат та інвестицій у поведіння з відходами також спостерігаються циклічні ефекти, статистично пов'язані із економічною динамікою, більш чітко – із короткостроковою (3-річні коливання), менш чітко – із середньостроковою (цикли Жюглара).

Результати нашого аналізу дають змогу припустити, що імпульси довгострокової динаміки прискорення приросту природоохоронних витрат та інвестицій відбуваються тоді, коли новий технологічний уклад (ТУ) досягає стадії зрілості, тобто на заключній стадії циклу модернізації економіки. Швидкий розвиток спричиняє зростання антропогенного навантаження на екосистеми, причому з'являються нові види забруднень та інших форм тиску на довкілля, проти яких старі технології і засоби виявляються безсилими. Необхідність компенсувати негативні наслідки забруднення стимулює винайдення нових природоохоронних технологій та розгортання нової природоохоронної інфраструктури, збільшення відповідних витрат. Із закінченням періоду формування нової природоохоронної інфраструктури приріст природоохоронних витрат зменшується. Зв'язок динаміки природоохоронних витрат із рівнем середньодушових доходів у формі оберненої U-подібної кривої («екологічної кривої Кузнеця») може існувати лише на окремих стадіях еволюції національних економік. В економіках з ринками, що швидко розвиваються – із переходом у стадію розвинутої економіки (із закінченням періоду індустріалізації або модернізації). Україна, цілком об'єктивно, ще не досягла цієї стадії розвитку.

ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ ЯК ОСНОВА СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ

Удалих О.О., к.е.н., доц.

Макіївський економіко-гуманітарний інститут

Підвищення інвестиційної активності підприємств є передумовою сталого розвитку держави та її регіонів. Це обумовлено тим, що саме інвестиції є основою модернізації та структурних перетворень в економіці, фактором підвищення продуктивності використання ресурсів та забезпечення конкурентоспроможності виробництва.

Згідно з даними офіційної статистики обсяг капітальних інвестицій в Україні у 2011 році становив 259932 млн. грн., 80,5% яких (209130 млн. грн.) було направлено в основний капітал підприємств та організацій, який є основним індикатором зростання

економіки держави. Останні роки в Україні намічено тенденцію стабілізації та росту інвестиційної активності. Так, у 2011 році приріст інвестицій в основний капітал становив 122,4% у порівнянні з попереднім роком (129,8 % у порівнянні з 2000 роком). При цьому у порівнянні з 1990 роком обсяг інвестицій в основний капітал – лише 60,8% [1]. Крім того інвестиції в основний капітал в 2011 року становили лише 15,9% ВВП країни (для порівняння у 2007 році – 26,2%), з погляду перспективності розвитку економіки держави цього недостатньо.

Державною цільовою програмою розвитку інвестиційної діяльності на 2011–2015 роки [2] визначено, що основними причинами, що обумовлюють низьку інвестиційну активність підприємств в Україні є, перш за все, несприятливі умови інвестування; недостатня державна підтримка інвестиційної діяльності; неналежна система підготовки програм і проектів для державного інвестування; нерозвиненість інвестиційного ринку та інвестиційної інфраструктури; відсутність правових засад та дієвих механізмів державного-приватного партнерства в інвестуванні.

Основою активізації інвестиційної діяльності повинна стати інвестиційна політика держави, спрямована на формування сприятливих умов вкладення ресурсів з різних джерел фінансування, стимулювання залучення інвестицій, у тому числі іноземних інвестицій, підвищення привабливості держави як потенціального об'єкту інвестиційних вкладень.

Інвестиційна політика держави має базуватися на сучасних тенденціях розвитку економіки держави, зокрема, динаміці обсягу ВВП, обсягу капітальних вкладень та вкладень в основний капітал з виокремленням видової та регіональної структури інвестицій, структури джерел фінансування інвестицій, інфляційних процесів тощо, а також прогнозних оцінок їх змін.

Інвестиційна політика держави має бути спрямована на вдосконалення правового забезпечення інвестиційних процесів, формування організаційного та інституційного механізмів управління інвестиційною діяльністю на рівні держави та регіонів, підвищення ефективності економічних важелів розвитку інвестиційних процесів, зокрема, податкової, амортизаційної та кредитно-грошової політики. Важливим напрямом інвестиційної політики є обґрунтування вибору пріоритетних сфер вкладення капіталу з державних джерел фінансування. Інвестиційна політика повинна базуватися на досвіді економічно розвинутих країн світу, але при цьому обов'язковим є адаптація її положень до національних умов.

Таким чином, саме ефективна інвестиційна політика є запорукою покращення інвестиційного клімату країни та інвестиційної привабливості її регіонів та, як наслідок, стимулювання інвестиційної активності, підвищення іміджу України як інвестиційно привабливої держави з високим рівнем прибутковості інвестицій.

1. Капітальні інвестиції в Україні у 2007-2011 роках. Статистичний збірник. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

2. Концепція Державної цільової програми розвитку інвестиційної діяльності на 2011–2015 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://in.ukrproject.gov.ua/index.php?get=564&id=2548>.

ОЦІНКА ВІДНОСНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИТРАТ НА УПРАВЛІННЯ В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Федірко В.М., здобувач
Сумський державний університет

Виходячи із загальних принципів еколого-економічної безпеки регіону (ЕЕБР), забезпечення її умов має відповідати вимогам:

$$\langle Z_0, Q \rangle \rightarrow \min, \quad (1)$$

$$\text{за умови } \Omega = \{y, k, m, \tau \mid Z_0(y, k, m, \tau) \leq Z_0^*, Q(y, k, m, \tau) \leq Q^*\},$$

де Z_0^* – максимально можливі витрати; Ω – область допустимих рішень; Q^* – гранично припустима концентрація забруднюючих речовин.

При цьому, економічний критерій в загальному вигляді можна задати як:

$$Z_0 = (Z_{\text{вир}} + Z_{\text{упр}}) - S_y + Y \rightarrow \min, \quad (2)$$

де Z_0 – витрати приведені до річної розмірності; $Z_{\text{вир}}$ – технологічні витрати; $Z_{\text{упр}}$ – витрати на управління в галузі охорони навколишнього середовища; S_y – вартість продукту утилізації, Y – збиток, нанесений викидами шкідливих речовин (по кожному інгредієнту).

Екологічний критерій нами пропонується задавати як:

$$Q(y, k, m, \tau) \rightarrow \min, \quad (\cdot) \in \Omega \quad (3)$$

де $Q(y, k, m, \tau) = \sum_{i=1}^n Q_i(y, k, m, \tau)$ – сумарна концентрація від всіх джерел забруднення; $Q_i(y, k, m, \tau)$ – концентрація від i -го джерела забруднення, (y, k, m, τ) – вектор технолого-економічних змінних.

Враховуючи, що структурно до критерію (2) включаються технологічні витрати та витрати на управління в галузі охорони навколишнього середовища, з практичної точки зору важливою є оцінка відносної ефективності цих витрат щодо забезпечення умов (1).

Нами пропонується поетапний алгоритм вирішення цієї задачі.

Перший етап. Формалізація критерію (3). Його пропонується визначати як показник приведеного навантаження на комплекс реципієнтів.

Другий етап. Оцінка відносної ефективності технологічних витрат. Аналіз модельного об'єкту свідчить, що при зменшенні викидів на одну одиницю (тону) приведене навантаження на комплекс реципієнтів зменшується на 1,8% відносно базового його значення. Таке зменшення забезпечується відповідним приростом

технологічних витрат на 0,029% відносно базового значення. Це свідчить про високу економічну ефективність додаткових атмосфероохоронних витрат (рис. 1).

Третій етап. Оцінка відносної ефективності витрати на управління в галузі охорони навколишнього середовища. Виходячи із загальної моделі оцінювання ефективності управлінських витрат як відношення економічного ефекту до сумарних річних витрати на управління, в роботі пропонується результуючу складову розглядати як відповідне зниження рівня приведенного навантаження на комплекс реципієнтів, а витрати на державне управління приймати за офіційними статистичними даними (метод «витрати – випуск») в розрізі видів економічної діяльності в структурі проміжного споживання.

При цьому, відносний коефіцієнт ефективності природоохоронних управлінських витрат був розрахований як середньозважене значення середньогалузевого коефіцієнту ефективності природоохоронних витрат ($1,8/0,029 = 62,1$) за показником питомої вага витрат на державне управління та з урахуванням витрат на охорону навколишнього природного середовища підприємствами, організаціями та установами в 2010 році 18490,7 млн. грн.

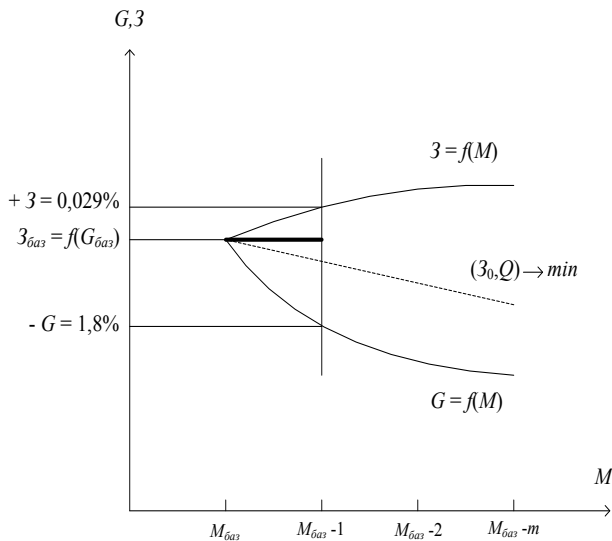


Рис. 1 Середньогалузева залежність атмосфероохоронних витрат від рівня приведенного навантаження на комплекс реципієнтів.

Значення відносного коефіцієнту ефективності природоохоронних управлінських витрат свідчить про високу їх ефективність у виробництві та розподіленні електроенергії, газу та води (24,5), діяльності транспорту та зв'язку (21,8), в добувній промисловості (8,7) та свідчить про необхідність підвищення ролі і статусу державного управління в галузі охорони навколишнього середовища.

УПРАВЛІННЯ ПОЗИКОВИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ

Федорова І.О., асистент

Національний університет державної податкової служби України

На розвиток економіки України негативно вплинула світова фінансова криза, яка нанесла значного удару банківській системі країни. Ця ситуація ускладнила діяльність суб'єктів господарювання, оскільки проблематичним питанням стало залучення позикового капіталу. В фінансуванні підприємств та організацій реального сектору економіки роль банківського кредитування має досить велике значення. Активна участь банківських установ в формуванні позикового капіталу українськими підприємствами сприятиме не лише виходу суб'єктів господарювання з кризового стану, але й росту економіки країни у цілому. Криза спричинила скорочення виробництва, загострення конкурентної боротьби, неплатоспроможність, банкрутство тощо. Питання залучення та формування суб'єктами господарювання позикового капіталу особливо актуально постає в період подолання фінансової кризи, оскільки сприяє підвищенню оперативності діяльності підприємств і надає шанси подолати її негативні наслідки.

На сьогодні залучення позикових фінансових ресурсів підприємствами має ряд проблем та недоліків: компанії збільшують свій фінансовий ризик, тому обсяг залучення ресурсів по доцільним для компанії ставкам є обмеженим; цільовий характер більшості позикових фінансових ресурсів обмежує компанію у використанні ресурсів та може призводити до втрати вигоди; залучення коштів відбувається на певний період (необхідність повернення капіталу) [1, с. 41].

Важливим етапом управління позиковим капіталом суб'єктів господарювання є визначення його найбільш раціонального джерела залучення, [2, с. 33-34], що сприяло б зменшенню середньозваженої вартості капіталу. Взагалі, вартість капіталу визначають як плату за користування залученими фінансовими ресурсами, в тому числі до неї включають сплату відсотків, дивідендів, комісійних, негативних курсових різниць та інші витрати, (вважається, що чим гірша структура капіталу, тим вища його середньозважена вартість) [3]. Недостача залучених коштів не дозволяє підприємству нормально розвиватися, а надмірне використання залучених коштів сприяє зменшенню фінансової стійкості суб'єкта господарювання.

Кредити банків є одним з найдешевших джерел запозичення коштів суб'єктами господарювання, але надмірне їх зростання в структурі капіталу є небезпечним в зв'язку з зростанням ризику втрати фінансової стійкості. Саме тому при формуванні запозиченого капіталу підприємствами по кредитним угодам, що укладені з банківськими установами важливо здійснювати контроль за оптимізацією розмірів і термінів залучених кредитних ресурсів.

Формуючи позиковий капітал підприємствам необхідно планувати залучення позикових коштів. Підприємства повинні складати детальний бізнес-прогноз, в якому повинна відображатись наступна інформація: терміни погашення основних видів позик, кредитів, інших позикових зобов'язань; наявність заборгованості за основними видами позик, кредитів; величина ставки позики, кредиту; суми затрат по позикам і кредитам [2 с. 32].

В управлінні позиковим капіталом підприємства також важливим питанням являється контроль та мінімізація ризиків, що пов'язані з залученням кредитних ресурсів. До таких ризиків належать: ризик невиконання (неналежного виконання) позичальником зобов'язань щодо використання позичених ресурсів (процентні виплати) та повернення кредиту; ризик невиконання позичальником зобов'язань за договором при його достроковому припиненні кредитором, [2, с. 36-37]. Якщо такі ситуації мають місце в діяльності підприємства, то втрачається до нього довіра зі сторони кредитора. Крім цього, для забезпечення ефективності залучення кредитних ресурсів необхідно дотримуватись цільового характеру використання кредиту.

Виконання вищезазначених пропозицій надасть можливість суб'єктам господарювання здійснювати ефективне управління позиковим капіталом, більш раціонально використовувати запозичені ресурси та оперативніше приймати управлінські рішення при формуванні позикового капіталу.

1. Аникина И.Д. Методические аспекты формирования заёмного капитала компании / И.Д. Аникина. // Финансы и кредит. – 2009. – №41 (377). – С. 41
2. Щербakov В.А. Финансовое планирование и управление формированием заёмного капитала в развитии бизнеса предприятий на современном этапе развития российской экономики. / В.А. Щербakov, В.В. Веселовский // Финансы и кредит. – 2008. – № 19 (307). – С. 29-37.
3. Міюкова Г.І. Управління залученням запозичень суб'єктами господарювання / Г.І. Міюкова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua>

РЕГРЕСІЙНА МОДЕЛЬ ОЦІНКИ БЮДЖЕТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРИКОРДОННОЇ ТЕРИТОРІЇ

Фролов С.М., д.е.н., проф., **Олійник І.В.**, студент
Сумський державний університет

Для оцінки бюджетного потенціалу регіону можна використовувати різні методи. Корегування оцінку бюджетного потенціалу залежить від планування місцевих бюджетів. В свою чергу, планування місцевих бюджетів може здійснюється за допомогою таких методів: 1) нормативного; 2) розрахунково-аналітичного; 3) балансового; 4) оптимізації планових рішень; 5) економіко-математичного моделювання.

У деяких зарубіжних країнах, наприклад у США, оцінка бюджетного потенціалу проводиться на основі показника сукупних податкових ресурсів, які розраховують шляхом коректування виробленого доходу на ряд компонентів отриманих доходів: додання трансфертів, отриманих резидентами з державного бюджету, доходів фізичних осіб – резидентів від роботи за межами регіону, доходів від підприємницької діяльності, отриманих за межами регіону

Головним недоліком цієї групи методів є те, що показники, які ґрунтуються на використанні макроекономічних показників, можуть дати тільки приблизну оцінку бюджетного потенціалу регіону.

Наступна група методів припускає розрахунок бюджетного потенціалу з використанням даних офіційних форм податкової звітності. Передбачається, що ці дані враховують усіх платників податків. Такий метод в економічній літературі

називають «фактичним методом». У його основі лежить використання податкових платежів, що фактично надійшли за базовий період, і, враховуючи, що повному використанню потенціалу перешкоджають неплатежі та пільги, проводиться корегування на ці суми (неплатежі – зі знаком «плюс», пільги – зі знаком «мінус»).

Ще одним методом оцінки бюджетного потенціалу регіонів України є метод репрезентативної податкової системи. Суть цього методу полягає у визначенні дохідних можливостей регіону, які можуть бути акумульовані в бюджет за умови середнього рівня податкових зусиль й однакового складу податків і ставок оподаткування в усіх регіонах. При цьому враховується склад доходів місцевих бюджетів

Підхід, що припускає використання регресійного аналізу, ґрунтується на використанні інформації про сукупні регіональні доходи та набору змінних, які впливають на формування бюджетного потенціалу (обсяг промислового виробництва, продаж населенню товарів і послуг, вартість основних виробничих фондів тощо). Недоліком застосування регресійного методу є його складність, а також те, що отримані показники бюджетного потенціалу регіонів можуть значно різнитися залежно від набору економічних характеристик, що використовуються. Крім того, результати регресійної оцінки тим точніші, чим більше точок спостереження, що потребує проведення додаткового аналізу. Тому для одержання об'єктивних оцінок прогнозованого бюджетного потенціалу регіону найбільш доцільним є використання цього методу в сполученні із репрезентативною податковою системою.

Пропонується підхід розрахунку бюджетного потенціалу прикордонної території в основу якого покладено багатofакторну лінійну регресійну модель.

Лінійна багатofакторна модель цікава з точки зору оцінки бюджетного потенціалу, оскільки дозволяє не лише спрогнозувати майбутнє значення фактичного потенціалу, а й, що головне, дає змогу оцінити номінальний потенціал, тобто максимальну спроможність щодо формування фінансових ресурсів.

Лінійна багатofакторна регресія має такий загальновідомий вигляд:

$$Y = a_0 + \sum_{i=1}^n a_i x_i$$

Коефіцієнти при відповідних змінних моделі нормують розмірність змінних, приводячи її до одного знаменника, а також характеризують ступінь впливу кожної зі змінних на підсумковий результат. Для нас, із точки зору оцінки номінального потенціалу, цікавим є знак коефіцієнта. Якщо він не від'ємний, то існує пряма залежність між залежним і незалежним факторами. Якщо він від'ємний, то такий зв'язок є оберненим. І в такому разі фактично вказує на розмір невикористання потенціалу. Тобто з'являється можливість оцінити номінальний (максимально можливий) потенціал при заданих умовах. Для цього змінні, що здійснюють негативний вплив, прирівнюються до нуля. Одержане значення залежної змінної і буде максимально можливим бюджетним потенціалом за даних умов.

Таким чином, для оцінки бюджетного потенціалу прикордонної території необхідно враховувати принципи планування місцевих бюджетів. Серед різноманітних методів планування пропонується застосовувати метод багатofакторного регресійного аналізу. Як ілюстрація розглянутих підходів до оцінки бюджетного потенціалу, поетапно розглянуто процес побудови моделі оцінки

бюджетного потенціалу і розроблено модель для оцінки бюджетного потенціалу Сумської області на базі регресійного аналізу.

ЛОГИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЭЛЕКТРОСВЯЗИ

Черняева Е.С., магистрант

*УО «Гродненский государственный университет им. Я. Купалы»,
Беларусь*

В современных рыночных условиях существенно возросла роль сферы услуг связи как транспортной системы по передаче данных, которая способствует повышению эффективности общественного производства и решению социальных задач, поставленных государством. Система телекоммуникаций, предоставляемая предприятиями электросвязи, является неотъемлемой составляющей управления производственными процессами, позволяющими сокращать затраты. Поэтому чрезвычайно важными являются вопросы, связанные с функционированием логистической деятельности предприятий электросвязи.

Предоставление услуг электросвязи предполагает «транспортировку» электромагнитных сигналов, служащих первоосновой для формирования данных, которые при перемещении образуют информационные потоки в сетях электросвязи. Таким образом, деятельность предприятий связи по своему предметному содержанию является логистической. Причем материальным потокам в ней отводится вспомогательная роль [1].

Принимая во внимание специфичность предоставления услуг связи и технологической связи между предприятиями, можно выделить определенные особенности логистической деятельности.

Потоки услуг по передаче данных являются основными, в связи с этим и функционирование логистической деятельности должно осуществляться на базе этих потоков. Один и тот же поток услуг по передаче данных проходит через несколько предприятий электросвязи и связывает их между собой (при междугородной, международной связи). Поскольку в передаче данных участвует несколько предприятий, то, в конечном счете, один поток услуг по передаче данных приводит к образованию нескольких финансовых потоков, которые сопровождают этот поток и связывают между собой целый ряд предприятий электросвязи. С технической точки зрения, качество, количество и интенсивность потоков услуг по передаче данных зависит от таких характеристик как:

- вид оказываемых услуг связи;
- применяемые технологии передачи данных;
- вид сети связи;
- вид и тип применяемого оборудования связи.

С экономической же точки зрения количество и интенсивность потока услуг по передаче данных определяется спросом и предложением на услуги связи [2].

Все указанные особенности свидетельствуют о том, что для изучения логистической деятельности предприятий электросвязи необходимым является разработка логистических систем, направленных на использование потоков услуг по

передаче даних, як с технічної, так і с економічної точок зрення.

Таким образом, логистическая деятельность сферы услуг связи представляет собой систему, в первую очередь, информационных потоков, а также материальных потоков, которые имеют ряд особенностей, связанных со спецификой функционирования предприятий электросвязи и объемом спроса и предложения на оказываемые услуги.

1. Дворецких, А.В. Управление логистическими затратами на предприятиях связи / А.В. Дворецких // Информационный портал [Электронный ресурс]. – Москва, 2012. – Режим доступа: <http://my-area.org/book/1989-upravlenie-logisticheskimi-zatratami-na-predpriyatiyah-svyazi-referat-dvoreckix-av/3-i-osnovnye-idei-i-vyvody-dissertacii.html>. – Дата доступа: 18.11.2012.

2. Логистические особенности предоставления услуг связи [Электронный ресурс] // Экономика связи. – Москва, 2012. – Режим доступа: <http://agrafena.name/logisticheskiye-osobyennosti-pryedostavlyeniya-uslug-svyazi>. – Дата доступа: 19.11.2012.

Научный руководитель: д.и.н., проф. Рабцевич В.В.

ІНВЕСТИЦІЙНІ ОЦІНКИ БІЗНЕСУ: ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

Шишова Ю.Г., аспірант
Сумський державний університет

В умовах вступу України до світового економічного простору важливого значення набувають питання підвищення ефективності управління фінансово-господарською діяльністю підприємств в умовах екологічно сталого розвитку. Так, реакцією світової спільноти на загальне погіршення стану навколишнього природного середовища, дефіцит природних ресурсів стало прийняття міжнародних стандартів та вимог з акцентом на пріоритетність екологічного фактору при здійсненні суспільного виробництва товарів та послуг. До зазначених стандартів належать: міжнародні стандарти ISO 14000, міжнародні стандарти зі створення системи екологічного менеджменту ISO 26000:2010 "Керівництво з соціальної відповідальності" та інші. Додержання вимог згідно з вказаними стандартами передбачає забезпечення управління, в тому числі на підприємствах, на принципах соціальної та екологічної відповідальності. Це актуалізує питання врахування екологічного фактору при здійсненні фінансово-господарської діяльності підприємств.

Питаннями дослідження впливу екологічного фактору на здійснення фінансового менеджменту на підприємстві займалися як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: Андрєєва Н.М., Балацький О.Ф., Веклич О.О., Галушкіна Т.П., Кліменко О.В., Пахомова Н.В., Ріхтер К.К., Тарасенко С.В. та інші.

Як показує проведений аналіз, екологічні чинники здійснюють значний вплив на показники та процеси, що відбуваються у фінансовій, інвестиційній та операційній діяльності суб'єктів господарювання. Інвестиційна привабливість та реальна вартість підприємств визначаються на сьогодні не лише вартістю активів та капіталу підприємств, економічними показниками їх господарської діяльності, але й в значній мірі їх екологічною складовою. Так, екологічні катастрофи, що відбулись останнім часом: витікання нафти в Мексиканській затоці на платформі компанії British Petroleum, прорив дамби на заводі з виробництва алюмінію в Угорщині, – показали,

що екологічний аспект суттєво впливає на ринкову капіталізацію великих компаній. Для British Petroleum, що не продемонструвала свою екологічну відповідальність, вартість акцій за 10 днів знизилась на 14%. Це була перша відповідь соціально відповідальних інвесторів зазначеної компанії. Другою реакцією стало виключення її з рейтингу Dow Jones Sustainability Index, тобто фактично визнання British Petroleum компанією, що не заслуговує на увагу інвесторів, небайдужих до навколишнього середовища. Випадок з British Petroleum слугує яскравим прикладом того, що для міжнародних інвесторів соціальна відповідальність бізнесу, в тому числі її екологічна складова, є визначальним пріоритетом у здійсненні інвестування. За оцінками бостонської дослідницької компанії KLD, у соціально- та екологоактивних компаній зростання продажів на 3% , активів – на 4%, а капіталу та акцій – на 10% більше, ніж у структур, що не проявляють себе у сфері КСВ. В 2010 році організація Institutional Shareholder Services провела дослідження, згідно з яким 83% інвесторів вважають, що екологічні та соціальні фактори впливатимуть все більше і більше на вартість бізнесу.

Екологічний фактор здійснює вплив на ділову репутацію підприємства та відповідно його конкурентоспроможність на ринку. Конкурентоспроможність товарів промислового призначення та споживчих товарів на національному та світових ринках визначається на сьогодні екологічними параметрами технологій виробництва, а також витратами на охорону навколишнього середовища.

На противагу світовим тенденціям, Україна на сьогоднішній день залишається глядачем, що знаходиться осторонь від зазначених процесів.

Основними причинами цього є такі:

1. Використання корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в якості прикриття для свого бізнесу (приклад, коли тютюнова компанія впроваджує екологічний проект з використання вторинного паперу для виробництва цигарок);

2. Використання КСВ як ходу для відволікання уваги від негативних наслідків бізнесу (приклад, коли шкідливе хімічне виробництво супроводжується КСВ-проектом допомоги дітям, що отруюються цим виробництвом);

3. Використання підприємствами КСВ як інструменту PR для просування свого бренду, товару чи послуг;

4. Неприйняття підприємствами-виробниками екологічного фактору як фактору отримання додаткових доходів та переваг для підприємства (особливо у довгостроковій перспективі).

Недовіра з боку іноземних інвесторів до впровадження КСВ вітчизняними підприємствами позбавляє мотивації для українського бізнесу її здійснювати.

Відтак, виникає необхідність формування методологічних та методичних засад оцінки впливу екологічної складової (екологічного імперативу) на формування ринкової вартості підприємства, його інвестиційної привабливості. Отже, при здійсненні сучасного фінансового менеджменту необхідно враховувати ряд чинників, що виходять за межі класичної економічної теорії, серед яких важливого значення набуває урахуванням екологічного чинника як фактору капіталізації підприємств.

РОЛЬ ДЕРЖАВИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Школа В.Ю., к.е.н., доц., Барикіна Т.І., студент
Сумський державний університет

Пересадько Г.О., доц.

ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

Машинобудування – провідна галузь вітчизняної промисловості, яка забезпечує випуск машин і устаткування для багатьох галузей господарства і населення. Її розвиток визначає рівень НТП у національній економіці, забезпечує її технічне переозброєння і підвищення ефективності всього суспільного виробництва. В той же час, аналіз основних тенденцій виробництва промислової продукції машинобудування в Україні за період 2007–2011 рр. свідчить про наявність дуже тісного кореляційного зв'язку між фінансово-економічним станом підприємств даної галузі та економічною і політичною ситуацією в країні (табл. 1), що доводить необхідність гнучкого державного регулювання розвитку цієї галузі (зокрема, у частині формування дієвого мотиваційного механізму та системи стимулювання).

Таблиця 1

Індекс виробництва продукції машинобудування [1]

Вид діяльності	2007	2008	2009	2010	2011
Машинобудування	119	100,3	55,1	136,1	117,2
Виробництво машин та устаткування	103	98,2	62,4	121,1	112,5
Виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування	129,1	93,2	71,8	124,2	114,7
Виробництво транспортних засобів та устаткування	130	105,7	42,1	161,9	122,6

Враховуючи це, для забезпечення стабільного розвитку галузі слід розробити відповідну державну програму, яка повинна передбачати такі заходи: залучення іноземних інвестицій шляхом надання додаткових пільг іноземному інвестору (встановлення різних пільгових режимів щодо ставки податку на прибуток підприємств з іноземними інвестиціями, значне зменшення сум орендних платежів за землю при спорудженні господарських об'єктів за участю іноземних інвесторів тощо); державне стимулювання процесу технічного та технологічного оновлення виробничих фондів шляхом звільнення від сплати ввізного мита на товари та матеріали, які використовуватимуться для виробництва продукції на експорт; створення спільних підприємств.

1. Державний комітет статистики в Україні [Електронний ресурс] // Режим доступу – <http://www.ukrstat.gov.ua>

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Шпак Н.В.

*УО «Гродненский государственный университет им. Я. Купалы»,
Беларусь*

Существенный вклад в рост ВВП страны приносит торговля, одна из самых крупных отраслей экономики Республики Беларусь. Розничная торговля в стране развивается динамичными темпами, в соответствии с изменением потребительского спроса, ростом требований к культуре обслуживания и качеству реализуемого товара. Опыт зарубежных стран показывает, что без успешного развития этой отрасли нельзя создать высокоэффективную рыночную экономику. В структуре ВВП на долю торговли и общественного питания в 2010 году приходилось 11,1%.

Состояние и развитие розничной торговли демонстрирует ряд показателей. Важнейшим из них является объем товарооборота, который кроме всего в значительной степени отражает уровень жизни населения. Основные показатели, характеризующие развитие розничной торговли в Республике Беларусь, приведены в таблице 1.

В период с 2000 г. по 2011 г. наблюдается устойчивый и постоянный рост общего объема розничного товарооборота, исходя из чего можно отметить относительно стабильное развитие внутреннего потребительского рынка.

С 2000 г. наметилась тенденция к изменению структуры розничного товарооборота. Постепенно повышается доля частного сектора и снижается доля государственного. Если в 1995 году доля частной собственности в общем объеме розничного товарооборота составляла 62,7%, то к концу 2011 года показатель вырос до 83%. Хотелось бы отметить осуществление политики равных условий для государственных и частных структур.

В 2011 году по сравнению с 1995 годом количество объектов розничной торговли увеличилось на 17118 единиц и составило 47149 единиц, что связано с расширяющимися потребностями населения в условиях постоянного обновления ассортимента товаров. Торговая площадь магазинов розничной торговой сети увеличилось за указанный период на 1415,1 тыс. кв.м. и составила 3941 тыс. кв. м.

Численность населения, занятого в торговле, увеличивается как в числовом, так и в процентном выражении и на конец 2011 года составляет 628,8 тыс. человек или 13,5 %.

Сохраняется высокий уровень качественных параметров развития розничной торговой сети. Рентабельность активов торговых организаций выросла до 9,5 %, прибыль на конец 2011 года составила 39671 миллиардов рублей и выросла в период с 2000 г. по 2011г. на 37758 миллиардов рублей.

В макроструктуре розничного товарооборота Республики Беларусь превалирует доля продовольственных товаров, которая на конец 2010 года составляет 50,8% . Однако следует отметить, что данный показатель за период с 1995 г. по 2011 г. уменьшился на 14,4%, что свидетельствует о росте благосостояния белорусского населения.

Индексы физического объема товарооборота продовольственных товаров

увеличивались в республике с 1995 г. до 2010 г. Однако в 2011 г. наблюдается тенденция уменьшения данного показателя на 9,3 % относительно 2010 г.

Таблица 1

Развитие розничной торговли в Республике Беларусь [1]

Показатель	Год				
	1995	2000	2005	2010	2011
Розничный товарооборот через все каналы реализации, млрд. руб.	43689,5	3936,0	23951,4	64864,9	112898,9
Число объектов розничной торговой сети, ед.	30031	30762	34237	45657	47149
Численность населения, занятого в торговле, тыс. чел.	-	458,0	546,8	638,4	628,8
Доля населения, занятого в торговле, в общем числе занятых, %	-	10,3	12,4	13,7	13,5
Торговая площадь магазинов розничной торговой сети, тыс. м ²	2525,9	2696,5	2856,3	3705,2	3941
Прибыль организаций в фактически действовавших ценах, млрд. руб.	23091	1913	6400	13607	39671
Рентабельность активов торговых организаций, %	2,3	4,5	4,0	6,0	9,5
Индекс физического объема товарооборота продовольственных товаров относительно предыдущего года, %	83,6	106,3	114,7	112,1	102,8
Доля пищевых продуктов, напитков и табачных изделий в объеме розничного товарооборота торговли, %	61,0	60,8	54,6	50,8	46,6
Доля частных субъектов в розничном товарообороте торговли через все каналы реализации, %	62,7	75,5	83,0	83,2	83,0

На потребительском рынке Республики Беларусь наметилась тенденция роста доли крупных торговых организаций в общем объеме розничного товарооборота, а удельный вес продаж на рынках и в торговых центрах снижается.

Доля крупных торговых организаций в розничном товарообороте выросла с 2010 года на 7,2 процентных пункта. В то же время удельный вес средних организаций на потребительском рынке снизился – доля продаж на рынках и в торговых центрах сократилась на 7,4 процентных пункта по сравнению с 2010 годом. Позиции малых организаций, индивидуальных предпринимателей изменились незначительно.

К крупным представителям розничной торговли на территории Республики

Беларусь можно отнести такие, как "Корона", "Виталюр", "ЕвроОпт", "Рублевский", которые строят сегодня новые супер- и гипермаркеты в районных и областных центрах. В настоящее время удельный вес торговых сетей в розничном товарообороте страны (от 1 до 3,5 %) не позволяет отнести их к субъектам, занимающим доминирующее положение на товарном рынке, однако их динамичное развитие требует дальнейшего регулирования.

В заключение следует отметить, что в 2000–2011 годах обеспечено относительно стабильное развитие внутреннего потребительского рынка преимущественно за счет высоких темпов роста объема розничного товарооборота, реализации товаров отечественного производства, совершенствования материально-технической базы торговли, развития новых форм и методов продажи товаров, внедрения информационных технологий. Важнейшее перспективное направление – улучшение качественной структуры товарооборота, стабильное обеспечение населения высококачественными товарами в широком ассортименте при высоком уровне обслуживания.

1. Беларусь в цифрах: стат. сб. / Нац. стат. ком. Республики Беларусь. – Минск, 2012. – 715 с.

ЕКОНОМІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНИХ ФУНКЦІЙ ЛІСІВ

Ярова І.Є.

Сумський національний аграрний університет

Ринкова організація лісгосподарського виробництва, що стимулює залучення інвестицій до сфери лісгосподарювання, має базуватися на визнанні всіх лісгосподарських робіт підприємницькою діяльністю з відповідною оплатою результатів цієї діяльності. Актуальною є проблема формування економічні механізми залучення до господарського обігу екосистемних послуг лісів соціального та природоохоронного призначення. Узагальнення світового досвіду щодо розроблення різних схем оплати екосистемних послуг свідчить, що розвиток лісгосподарського підприємництва на еколого-економічних засадах доцільно спрямовувати за такими напрямками: захист водних басейнів, вододілів; агролісомеліорація; рекреація; збереження біорізноманіття та зв'язування вуглецю в рамках вирішення проблеми регулювання клімату.

Екологічний маркетинг лісгосподарювання як система регулювання підприємницького виробництва та реалізації лісової продукції (послуг) на еколого-економічних засадах може бути представлена, на наш погляд, у формі еколого-економічного механізму маркетингового управління лісовим господарством. *Еколого-економічний механізм маркетингового управління* як організаційна система підприємницького лісгосподарювання включає: екологічно орієнтовану організаційно – економічну систему з визначенням складу та змісту основних функцій (планування та прогнозування, стимулювання, регулювання, контроль тощо) та безпосередньо маркетинг – менеджмент; організаційно – управлінську його структурізацію; окремі еколого-економічні інструменти маркетингової діяльності (ціноутворення на лісгосподарську продукцію з урахуванням екосистемних

факторів, інструменти стимулювання виробництва екосистемної лісової продукції; платежі за платне лісокористування тощо); забезпечувальні інформаційно-комунікаційні системи.

Слід відмітити, що проблема погодження еколого-економічних інтересів суб'єктів лісокористування (стейкхолдерів) вирішується в межах господарського організаційно-економічного механізму управління лісовим господарством із застосуванням його основних складових: планування, стимулювання (мотивації), організації управління, контролю тощо. Екологічно орієнтований маркетинг і господарський механізм управління лісовим господарством на еколого-економічних засадах, безумовно, мають і спільну організаційно-економічну платформу, однак суттєво і відрізняються. Так, наприклад, ціни на лісогосподарську продукцію, екологічні податки, фінансові нормативи на відтворення лісових ресурсів можуть одночасно бути і інструментами формування екологічно орієнтованого маркетингу. Чим тісніше змикається механізм екологічно та соціально орієнтованого маркетингу з еколого-економічними важелями управління лісогосподарюванням, тим швидше будуть практично реалізовані принципи сталого та екосистемного використання та відтворення лісових ресурсів.

Екологічний маркетинг у сфері лісогосподарювання, а також розвиток екологічно орієнтованого соціального маркетингу відповідають умовам соціальної відповідальності лісогосподарського та лісопромислового виробництва, розвитку господарського механізму лісоуправління на еколого-економічних засадах, а також є невід'ємною частиною екологічного та екосистемного менеджменту у лісовому господарстві.

Аналіз екосистемного підходу до управління природокористуванням та лісогосподарюванням свідчить про те, що досить складною еколого-економічною проблемою в механізмі застосування екосистемного маркетингу є принципи встановлення цін, зокрема, на лісогосподарську продукцію, яка має характер екосистемної продукції.

Для встановлення лісогосподарським підприємством цін на екосистемну продукцію може бути запозичений методичний підхід, який визначає гранично допустимий (верхній) рівень ціни (Цл) за такою формулою:

$$Ц_l = Ц_{sn} + E_e \cdot k_e, \quad (1)$$

де $Ц_{sn}$ – ціна створених захисних насаджень;

E_e – еколого-економічний ефект від використання захисних насаджень у лісокористувача;

k_e – коефіцієнт урахування еколого-економічного ефекту у лісокористувача.

Запропонований науково-методичний підхід до визначення верхнього рівня цін на створення захисних лісових насаджень, які мають характер екосистемної продукції, дає підстави обґрунтувати можливість створення *фонду відтворення лісових ресурсів соціально-екологічного призначення* на рівні підприємства за рахунок відрахувань від обсягу реалізації екосистемної продукції в межах оцінки його еколого-економічної складової.

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРНОЙ КОНЦЕПЦИИ

Яшева Г.А., д.э.н., доц.

Витебский государственный технологический университет

Одной из современных концепций повышения конкурентоспособности экономических систем, соответствующей трансформационным процессам внешней среды, является кластерная, которая основана на организации в экономике регионов кластеров товаропроизводителей¹. Источниками конкурентных преимуществ кластеров являются локализация и агломерация субъектов (объективные источники), а также сетевое сотрудничество и государственно-частное партнерство (созданные в результате проводимой кластерной политики).

Формирование конкурентоспособности субъектов кластеров обусловлено следующими факторами: активизация инноваций за счет совместных с субъектами кластера, а также региональными органами управления в рамках государственно-частных программ научных исследований и разработок; привлечения инвестиций в кластер; внутренней специализации и стандартизации гибких предпринимательских структур малого бизнеса (созданию новых производств) в составе кластера; приобретения новшеств в рамках международного технологического сотрудничества; установления устойчивых связей, обмена информацией и новыми технологиями среди малых и средних предприятий. Роль кластеров в развитии региональных и национальных экономик обусловлена следующими обстоятельствами:

– кластеры создают условия для формирования региональных инновационных систем;

– наличие целого кластера отраслей (т.е. нескольких отраслей) ускоряет процесс создания факторов конкурентных преимуществ и источников экономического роста за счет совместных инвестиций в развитие технологий, в инфраструктуру, образование, что способствует росту ВВП/ВРП, а значит и росту налоговых поступлений в бюджеты разных уровней; крупные производители кластера создают спрос на специализированные материально-технические ресурсы и услуги, тем самым способствуют развитию малого и среднего бизнеса в регионе;

– конкуренция между производителями в кластере приводит к углублению специализации в кластере, поиску новых ниш и расширению кластера, в результате чего образуются новые субъекты бизнеса, что повышает доходность регионального производства, решает проблемы занятости населения и усиливает интеграционный потенциал региона;

¹*Кластер товаропроизводителей* рассматривается как сетевая организация комплементарных, территориально взаимосвязанных отношениями сотрудничества предприятий и организаций (включая специализированных поставщиков, в том числе услуг, а также производителей и покупателей), объединенных вокруг научно-образовательного центра, которая связана отношениями партнерства с местными учреждениями и органами государственного и регионального управления с целью повышения конкурентоспособности предприятий, регионов и национальной экономики

– кластеры обеспечивают формирование положительного сальдо торгового баланса за счет увеличения экспорта его субъектов в рамках совместных программ выхода на внешние рынки;

– кластеры являются одной из институциональных форм обеспечения приграничного сотрудничества в сфере торговли, сельского хозяйства, туризма, транспорта, инфраструктуры, что способствует экономическому развитию приграничных территорий.

Проведенное на основе разработанного автором комплекса методик исследование позволило сделать вывод о том, что в промышленности Беларуси имеются предпосылки организации кластеров, существуют потенциальные кластеры, которые пока не являются реальными из-за отсутствия соответствующего механизма реализации кластерного подхода. Для использования преимуществ кластерных связей и партнерских отношений при формировании факторов конкурентоспособности предприятий разработан организационно-экономический механизм реализации кластерного подхода. Институциональное обеспечение кластерного подхода в Республике Беларусь представлено составом органов государственного регулирования процессов кластеризации и коллегиального управления кластерами, их целями и функциями, а также составом и содержанием законов, регламентирующих процессы кластеризации (Закон о кластерах, Закон о некоммерческих организациях) и неформальных норм, правил взаимодействия субъектов кластера (Кодекс корпоративного поведения), что обеспечит условия для формирования и развития кластерных отношений на макро-, региональном и микроуровнях управления. Разработаны концепция Ассоциации производителей, в том числе ее организационные структуры (Образовательный центр, Центр инжиниринга и трансфера технологий и Бизнес-информационный центр), их цели, задачи и формы сетевого сотрудничества в образовании, науке и маркетинге, что в целом представляет собой организационное обеспечение формирования кластерных связей промышленности. Методы экономического стимулирования сотрудничества субъектов кластеров основаны на льготировании совместных образовательных, научных, маркетинговых, инвестиционных программ. Методы финансового обеспечения государственно-частного партнерства в организации и развитии кластеров включают: формы финансового обеспечения партнерства в инновационном развитии кластеров; организационно-финансовый инструмент реализации партнерства (государственно-частная программа), источники и метод ее финансирования (метод проектного управления и финансирования).

Наукове видання

**Економіка та менеджмент:
перспективи розвитку**

**Экономика и менеджмент:
перспективы развития**

**Economics and management:
development perspectives**

Матеріали

II Міжнародної науково-практичної конференції
(Суми, 22–24 червня 2012 року)

Відповідальний за випуск О. В. Прокопенко
Комп'ютерне верстання В. А. Омеляненка

Стиль та орфографія авторів збережені.

Організаційний комітет і редакційна колегія не несуть відповідальності
за зміст поданих матеріалів.

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 9,18. Обл.-вид. арк. 12,95. Тираж 300 пр. Зам №

Видавець і виготовлювач
Сумський державний університет,
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3062 від 17.12.2007.