

Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет

## **Міжнародна стратегія економічного розвитку регіону**

## **Международная стратегия экономического развития региона**

## **International Strategy of Region Economic Development**

Матеріали

V Міжнародної науково-практичної конференції  
(м. Суми, Україна, 27 листопада 2014 року)



Суми  
Сумський державний університет  
2014

образования моделей (инновационная, традиционная, исследовательская, гуманитарная, университет фирма, университете – общество). Т.е. соединяя имеющиеся критерии в единое целое, создается новая модель, с вновь образующимися критериями образования, предлагающей новый продукт, который будет удовлетворять потребителя – иностранного студента и соответственно будет способствовать улучшению его интеграционного процесса в латвийское общество. Для создания единой правильной, современной модели, необходимо привести в соответствие теоретические аспекты определения и распределения образующих критериев образования, определить возможность их реализации на практике.

1. Бекетов Н.В., Денисова А.С. Современная модель инновационного развития национально-образовательной системы/ Университет в системе непрерывного образования: материалы Междунар. науч. – метод. конференции (Пермь, Перм. гос. ун-т, 14-15 октября 2008 г.) / Перм. гос. ун-т. – Пермь, 2008. С.65

2. Титовец Т.Е. Современные модели университета: состояние, проблемы, перспективы интеграции / Университет в системе непрерывного образования: материалы Междунар. науч. – метод. конференции (Пермь, Перм. гос. ун-т, 14-15 октября 2008 г.) / Перм. гос. ун-т. – Пермь, 2008. С. 53

3. Ярома О.В. Основные подходы к университетскому образованию в XXI веке/ Университет в системе непрерывного образования: материалы Междунар. науч. – метод. конференции (Пермь, Перм. гос. ун-т, 14-15 октября 2008 г.) / Перм. гос. ун-т. – Пермь, 2008. С.61

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПІДХОДУ В КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ КРАЇНИ**

**Домашенко М. Д.**, к.е.н., ст. викладач,

**Омельяненко В. А.**, асистент,

**Прокопенко М. О.**, студентка

*Сумський державний університет, Україна*

Основним складеним елементом національної безпеки є національна економічна безпека, значення якої в сучасних умовах усе більше підсилюється під впливом глобалізації й інтеграції світової економіки. Забезпечення економічної безпеки входить до складу найважливіших функцій держави. На сучасному етапі розвитку економіки проблема забезпечення безпеки стає багатоплановим завданням, що вимагає комплексного підходу з урахуванням специфіки та конкретних сфер діяльності, на підставі яких

визначаються окремі напрямки, по яких забезпечується захист та нарощується конкурентоздатність.

У макроекономічному аналізі економічної безпеки виділяють наступні складові: економічну незалежність; стійкість і стабільність національної економіки; здатність до саморозвитку і прогресу.

Економічна незалежність означає насамперед можливість здійснення державного контролю над використанням національних ресурсів, здатність забезпечити національні конкурентні переваги для рівноправної участі в міжнародній торгівлі.

Стійкість і стабільність національної економіки передбачає міцність і надійність всіх елементів економічної системи, захист всіх форм власності, стримування дестабілізуючих факторів.

Здатність до саморозвитку (прогресу) означає здатність самостійно реалізовувати та захищати національні інтереси, створювати сприятливий інноваційно-інвестиційний клімат, розвивати інтелектуальний потенціал. Економіка, що постійно розвивається, здатна протистояти внутрішнім і зовнішнім загрозам.

Ці складові мають аналізуватися на таких рівнях економічної безпеки визначаються наступними факторами:

1. Геополітичним та економіко-географічним положенням країни й пов'язаним з цим розміщенням продуктивних сил на території країни, а також доступом до вітчизняних і закордонних ресурсів.

2. Економічна та військово-політична міць країни і її конкурентна позиція у світовій економічній системі по стратегічно важливих напрямках розвитку.

3. Орієнтація інституціональної системи країни на підтримку галузей індустріальної економіки від яких залежить рівень національної безпеки.

4. Пріоритетами економічної політики держави відносно галузей, що забезпечують конкурентну перевагу, підприємств національної економіки.

5. Параметри галузевої і регіональної структури ВВП стратегічної значимості галузей національної економіки та регіонів країни для забезпечення національної безпеки.

6. Наявність резервів стратегічно важливих матеріальних благ першого та вищого порядку в обсягах достатніх для забезпечення економічної безпеки в умовах форс-мажорних обставин.

Механізм забезпечення економічної безпеки має включати:

1. Моніторинг факторів, що визначають загрози економічної безпеки;

2. Розробка критеріїв і параметрів (граничних значень)

економічної безпеки, до яких зокрема варто віднести:

- динаміку і структуру валового внутрішнього продукту, показники обсягів і темпів промислового виробництва, галузеву та регіональну структуру господарства та динаміку окремих галузей, капіталовкладення тощо;

- стан природно-ресурсного, виробничого і науково-технічного потенціалу країни;

- здатність господарського механізму адаптуватися до мінливих внутрішніх і зовнішніх факторів (темпи інфляції, дефіцит державного бюджету, вплив зовнішньоекономічних факторів, стабільність національної валюти, внутрішня та зовнішня заборгованість тощо);

- стан фінансово-бюджетної та кредитної систем;

- якість життя населення (валовий внутрішній продукт на душу населення), рівень безробіття і диференціації доходів, забезпеченість основних груп населення матеріальними благами та послугами, стан навколишнього середовища тощо.

### 3. Діяльність держави з забезпечення економічної безпеки.

Кожен з рівнів економічної безпеки характеризується системою якісних і кількісних індикаторів (параметрів), значимість яких для оцінки економічної безпеки не рівнозначна. Одним з підходів, що дозволяє усунути цю проблему є маркетинговий [1].

Завданням маркетингу як функції управління є пошук найбільш вигідних для економічної системи способів та умов задоволення потреб (виходячи з наявного потенціалу), а також визначення напрямків розвитку останнього відповідно до прогнозованих змін. На підставі маркетингових рішень здійснюється вибір найбільш перспективних сфер і видів діяльності, визначаються напрямки науково-технічного розвитку системи. Завдяки маркетингу в остаточному підсумку вирішується головне завдання управління економічною системою: одержання максимальної віддачі від авансованих засобів [2].

Напрямами використання маркетингового підходу в сфері економічної безпеки виступають: привабливість в цілому; привабливість зосереджених в країні природних, матеріально-технічних, фінансових, трудових, організаційних, соціальних та інших ресурсів, а також можливостей їх реалізації та відтворення [3].

Серед економічних результатів маркетингу на рівні країни можна виділити досить багато. Це ефекти реалізації геофізичних, фінансових, техніко-технологічних і кадрових ресурсів (використання поза територією внутрішніх ресурсів і притягання зовнішніх), ріст обсягів та активізація зовнішньоекономічної діяльності, результати

участі в міжнародних проектах тощо.

Маркетинговий аспект доцільно використати в таких напрямках:

- 1) підготовка та презентація інвестиційних проектів;
- 2) підготовка банку даних законодавчих, нормативних, економічних умов для іноземних інвесторів економіки;
- 3) залучення вітчизняних і закордонних ЗМІ для розвитку провідних секторів економіки;
- 4) підготовка спеціальних видань, проведення конференцій для широкомасштабного висвітлення умов і переваг ринку інвестицій;
- 5) координація дій державних органів.

Завдання маркетингових досліджень також полягають у тому, щоб з безлічі індикаторів вибрати ключові. Аналіз численних статистичних досліджень свідчить про те, що з достатньою для практики точністю розв'язуваних завдань кількість ключових параметрів може бути обмежено 5-ма. Обґрунтування цієї кількості може бути виконано методами головних компонентів, регресійного та структурного аналізу, імітаційного моделювання.

Таким чином, маркетинг варто використовувати в рамках механізму забезпечення економічної безпеки як інструмент встановлення рівноваги в економічній системі та передбачуваності результатів її діяльності.

1. Евдокимов Ф. И., Бородина О. А. Роль маркетинговых исследований в экономической безопасности предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uran.donetsk.ua/~masters/publ2002/fem/borodina.pdf>

2. Кизим А.А., Мищенко Л.Я. Современная концепция маркетинга и ее роль в формировании стратегии экономического развития [Электронный ресурс] // Российское предпринимательство. – 2003. – № 7 (43). – С. 83-87. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/8773/>

3. Маркетинг: большой толковый словарь [Электронный ресурс]. — М.: Омега-Л. Под ред. А. П. Панкрухина. 2010. – Режим доступа: <http://marketing.academic.ru/>

## **ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА КАК ФАКТОР УЛУЧШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ UNITED OILS**

**Залов Д. Э., докторант**

*Балтийская Международная Академия, Латвия*

В тезисах, раскрывается сущность и значение товарной политики, как фактор улучшения конкурентоспособности, на примере компании UNITED OILS, которая уже 20 лет занимается производством