

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**Харківський національний
автомобільно-дорожній університет**



у співдружності із

**Технічний університет Варна
(Болгарія)**



СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

**Збірник матеріалів
VII Міжнародної науково-практичної конференції,
Україна, м. Харків, 22 травня 2015 р.**

ХНАДУ, 2015

УДК 339.9

Друкується за рішенням Вченої ради Харківського національного автомобільно-дорожнього університету, протокол №8 від 24.04.2015 р.

Організаційний комітет:

Туренко Анатолій Миколайович, д.т.н., професор, ректор ХНАДУ, голова організаційного комітету конференції;

Богомолів Віктор Олександрович, д.т.н., професор, заступник ректора з науковій роботи ХНАДУ, заступник голови організаційного комітету конференції;

Дмитрієв Ілля Андрійович, д.е.н., професор, декан факультету управління та бізнесу ХНАДУ, заступник голови організаційного комітету конференції;

Горовий Дмитро Анатолійович, д.е.н., доцент, завідувач кафедри міжнародної економіки ХНАДУ, заступник голови організаційного комітету конференції;

Димитров Ангел, д-р інж., професор, декан машинно-технологічного факультету Технічного університету Варна (Болгарія);

Тохтар Георгій Іванович, к.т.н., професор, заступник ректора (проректор) ХНАДУ з науково-педагогічної роботи і міжнародних зв'язків

Попкова Ксенія Олексіївна, к.е.н., доцент, заступник завідувача кафедри міжнародної економіки ХНАДУ, відповідальний секретар конференції;

Горєлов Дмитро Олександрович, д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства ХНАДУ;

Криворучко Оксана Миколаївна, д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту ХНАДУ;

Маліков Володимир Васильович, д. держ. упр., професор, завідувач кафедри обліку і аудиту ХНАДУ;

Бікулова Дінара Умярївна, к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки ХНАДУ.

Сучасні тенденції розвитку світової економіки: Збірник матеріалів VII Міжнародної науково-практичної конференції, 22 травня 2015 р. – Харків: ХНАДУ, 2015. – 134 с.

Збірник містить тези доповідей учасників VII Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку світової економіки» з різних ВНЗ України, а також наших колег з Канади, Чехії та Словаччини. Також в збірнику розміщені тези доповідей кращих студентів-іноземців ХНАДУ, що присвячені питанням, актуальним для економіки їх країн.

© колектив авторів

© ХНАДУ, 2015

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. СУЧАСНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

<i>Кузьмін О.Є., Пирог О.В.</i>	ТЕНДЕНЦІЇ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	8
<i>Дяченко К. С.</i>	АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ СФЕРИ ДОРОЖНЬО- МОСТОВОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ	9
<i>Наіутінова J.V., Redina I.V</i>	SOCIAL PROTECTION OF SEAFARERS AT THE GLOBAL MARITIME LABOUR MARKET	11
<i>Кулікова А. А.</i>	СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСУВАННЯ ДОРОЖНЬОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ	12
<i>Пушкар Т.А., Охріменко В.В. Бікулова Д.У.</i>	ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНУ: ЗМІСТ КАТЕГОРІЙ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ	13 15
<i>Болдовська К.П.</i>	ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ МІЖДЕРЖАВНЕ ІНВЕСТИЦІЙНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ	16
<i>Деділова Т. В.</i>	ВПЛИВ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ ТА КРАЇН СВІТУ	17
<i>Горовий Д.А.</i>	ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТНОЇ ГАЛУЗІ ФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТУ КРАЇНИ ЗАЛЕЖНО ВІД ЧИСЕЛЬНОСТІ НАСЕЛЕННЯ ТА УМОВ ПОДІЛУ ПРАЦІ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ	18
<i>Карлюка Д.О., Сисоєнко І.А. Кирчата І.М.</i>	ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ЛЬОНАРСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	19 20
<i>Лобунець В.І.</i>	КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ	22
<i>Бохан А.В.</i>	КОНСОЛІДАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ ЗУСИЛЬ У ФОРМУВАННІ БЕЗПЕКИ РОЗВИТКУ ЛЮДСТВА	23
<i>Приходченко Т.А.</i>	ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ КУРС УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	24
<i>Сідоров М.В.</i>	ЕКОНОМІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ ТА КАНАДИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	25
<i>Волченко Н.В.</i>	ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	27
<i>Красовська Т.В.</i>	ВПЛИВ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗРОСТАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	28
<i>Гайда І.О.</i>	СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЯПОНІЇ	29
<i>Гольдфарб А.Г.</i>	СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРЫ В ЭКОНОМИЧЕСКИ РАЗВИТЫХ СТРАНАХ	30
<i>Солопун Н.М.</i>	ЩОДО ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ	31
<i>Попова А.М.</i>	ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО СТАВЛЕННЯ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ ЗАСОБАМИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ	33

<i>Черкас П. П.</i>	ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА	33
<i>Дунська А.Р.</i>	РЕАЛІЗАЦІЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	35
<i>Лукіяничук Н.О.</i>	УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ	36
<i>Халыков Батыр</i>	ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ ТУРКМЕНИСТАН	37
<i>Цзян Ченьхуей</i>	ДИНАМИКА ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	38
<i>Удовина Т.В.</i>	ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	39
<i>Ковеза Є.О.</i>	ДОСЛІДЖЕННЯ СТРУКТУРИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ	40
<i>Хайдарова Бахар, Едізова Майса</i>	ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРКМЕНИСТАНУ	40

СЕКЦІЯ 2. ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ТА МІЖНАРОДНЕ НАУКОВО-ТЕХНІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО

<i>Бабенко В.А.</i>	ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ: ДЕЯКІ УРОКИ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ	43
<i>Вербицька В.І.</i>	ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ НА РИНКУ ОЗБРОЄНЬ	44
<i>Златкіна О.Д.</i>	КИТАЙСЬКИЙ ЦЕНТР З НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ОБМІНУ ЯК ГОЛОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ МІЖНАРОДНОГО НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА КНР	45
<i>Ляшенко Г. П.</i>	ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ – БАЗА ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ	46
<i>Латкіна С.А., Геєр А.В.</i>	ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	48
<i>Дяченко Л.А.</i>	МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ СЕРВІСОМ НА РИНКУ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ (НА ПРИКЛАДІ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ)	49
<i>Лазоренко Л.В.</i>	ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ	51
<i>Максименко І.О.</i>	ІННОВАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК КЛЮЧОВИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	52
<i>Кудрявцев В.М.</i>	ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	53

СЕКЦІЯ 3. АКТУАЛЬНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ

<i>Jurachek Karel, Holovko Olena</i>	THE FINANCIAL COMPANY DIAGNOSTICS IMPLEMENTATION IN THE MODERN ECONOMIC CONDITIONS	55
<i>Ponomarenko Volodymyr, Holovko Olena</i>	FINANCIAL PLANNING AS AN ESSENTIAL ELEMENT OF ECONOMIC MANAGEMENT	56

<i>Мігальчинська О.О.</i>	ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ НА МІЖНАРОДНОМУ РІВНІ	58
<i>Мен Вей</i>	ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ФАКТОРОВ ВЛИЯНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	59
<i>Цзян Хуакун</i>	АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КИТАЯ	61
<i>Дубовик Н.В.</i>	ВНЕДРЕНИЕ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ МОРСКОГО ТРАНСПОРТА МЕЖДУНАРОДНОГО СТАНДАРТА ИСО 31000: 2009 «РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ - ПРИНЦИПЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ»	62
<i>Golovko Olena, Gubarev Oleksandr,</i>	GENERALIZATION OF BANK FINANCIAL STABILITY INDICATORS: NATIONAL AND INTERNATIONAL EXPERIENCE	63
<i>Денисюк О.Г.</i>	ЗАСТОСУВАННЯ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ	65
<i>Зленко А.М</i>	ВПЛИВ МІЖНАРОДНИХ РЕГУЛЯТИВНИХ ІНСТИТУТІВ НА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	66
<i>Колодійчук В.А., Колодійчук І.А. Лушнікова О.М.</i>	СВІТОВИЙ РИНОК ЗЕРНА	67
<i>Паславський Тарас</i>	ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ ДЕРЖАВИ В УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЕКТАМИ	69
<i>Репіна І.М., Шергіна Л.А., Репін К.С. Козіна К. Г.</i>	ПРОБЛЕМА «ЛЕГЕНДАРНОГО МИНУЛОГО» КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ МІЖНАРОДНИХ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ	70 72
<i>Приходько Д.А. Янченкова Ю.</i>	РЕЙТИНГ СВІТОВОГО БАНКУ “DOING BUSINESS”: ВЕКТОР РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	73
	СУЩНОСТЬ ГЛОБАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА	75
	ОСОБЛИВОСТИ ПРОЦЕСУ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ	76
<i>Агаев Палван</i>	АНАЛИЗ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИК СТРАН СОДРУЖЕСТВА НЕЗАВИСИМЫХ ГОСУДАРСТВ	77
<i>Блажей І.О.</i>	КОМУНІКАТИВНІ ПОВІДОМЛЕННЯ	3 79
<i>Голота О.</i>	ВИКОРИСТАННЯМ ВІЗУАЛЬНОГО СТИЛЮ БРЕНДУ	
<i>Гордєєва А.</i>	УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ МІЖНАРОДНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	80
	ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИБОРУ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК	81
<i>Залізнюк В.П.</i>	ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ	82
<i>Морочко С.О.</i>	ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИВАННЯ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЗАГОСТРЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ПОСЛУГ	83
<i>Nikitina Alina</i>	SYSTEM OF RISK-MANAGEMENT OF ENTERPRISES ON THE CONTEXT OF INTEGRATION PROCESSES	85
<i>Азарова А.</i>	ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ АСПЕКТІВ ЛОГІСТИЧНОЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ ТРАНСПОРТНОЇ ПОСЛУГИ	86
<i>Лопатін С.</i>	АНАЛІЗ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВАНТАЖНИХ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ	87

<i>Пономарьов А.М.</i>	СИНТЕЗ ЛОГІСТИЧНОГО ТА МАРКЕТИНГОВОГО ПІДХОДІВ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ МІЖНАРОДНИХ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ	89
<i>Попкова К.О.</i>	АНАЛІЗ МЕТОДИЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОРТФЕЛЯ У МІЖНАРОДНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	90
<i>Кудрявцева О.В.</i>	ОБ'ЄКТИ ТА СУБ'ЄКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ У ЗОВНІШНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ	91
<i>Рябовол Є.В.</i>	КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ЯК ОДИН З ОСНОВНИХ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ	92
<i>Латушко М.</i>	РОЗГЛЯД МІСЦЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ У ЗАГАЛЬНІЙ СТРУКТУРІ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	94
<i>Издиров М.</i>	ПРОБЛЕМЫ ПРИНЯТИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ РИСКА	95
<i>Наумова О. Е.</i>	РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	96
<i>Колесник Ю.В.</i>	МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ	97
<i>Свірід М.С.</i>	РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК	99

СЕКЦІЯ 4. ПРОБЛЕМИ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ ТА СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙ НИХ ПРОЦЕСІВ

<i>Сливка О.А.</i>	ВПЛИВ НЕКОМЕРЦІЙНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ НА ЛЮДСЬКИЙ РОЗВИТОК	100
<i>Kendiukhov Ihor</i>	THE DETECTION OF DEPENDING OF LIFE EXPESTANCY OF THE INCOME LEVELS	101
<i>Лугова В.М.</i>	СОЦІАЛЬНА БЕЗПЕКА ТА ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ	103
<i>Слободянюк Н.А.</i>	ЭФФЕКТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ	104
<i>Снігур Л.П.</i>	СУТНІСТЬ І СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ	105
<i>Шкірко О.І.</i>	АНАЛІЗ СЕРЕДНЬОМІСЯЧНОЇ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В ПРОМИСЛОВИХ РЕГІОНАХ	107
<i>Золотарьов О.</i>	УПРАВЛІННЯ ЕКОЛОГІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА ЗА УМОВ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ	108
<i>Суска А.А.</i>	ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ СИСТЕМИ ЕКОЛОГІЧНОГО МОНІТОРИНГУ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА	108

5. ЗАГАЛЬНОЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПИТАННЯ

<i>Атаєва Айнур</i>	ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА	110
<i>Скрипник Є.</i>	ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ	110
<i>Близнюк А.О.</i>	МЕХАНІЗМ КРЕДИТУВАННЯ ПІД ЦІННІ ПАПЕРИ ЯК ЕЛЕМЕНТ РОЗВИНУТИХ РИНКОВИХ ВІДНОСИН	111
<i>Бурда А.Ю.</i>	ПРОЦЕС РОЗРОБКИ МІСІЇ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ	112
<i>Попадинец Е.В., Мирошниченко Н.</i>	ВИРТУАЛЬНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	113
<i>Терно А.В.</i>	ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	114
<i>Свіязов М.</i>	ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТРАНСПОРТОМ В УКРАЇНІ	115
<i>Задорожна А.</i>	ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ І ОБҐРУНТУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	117
<i>Тесля М.В.</i>	ЗАХИСТ ПРАВА ВЛАСНОСТІ: В УКРАЇНІ	118
<i>Копилова Л.</i>	КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	119
<i>Лантух І.В.</i>	СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ	120
<i>Леонтьєва Л.В.</i>	ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	121
<i>Худолій П.</i>	ДЕРЖАВНА РЕЄСТРАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	123
<i>Мамедова Лейла</i>	МЕТОДЫ ВЫХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК	124
<i>Пешикова С. Р.</i>	СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО ЦІНОУТВОРЕННЯ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ	125
<i>Троцюк Ж.Б., Семенова О.І.</i>	ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	126
<i>Коваленко Н., Коломієць Г.</i>	ПРАВОВИЙ ЗАХИСТ ПРИПИНЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	128
<i>Бабич А. П.</i>	АНАЛІЗ І ОЦІНКА ЯКОСТІ ПРОЦЕСІВ СПОЖИВАННЯ ПОСЛУГ ЩОДО АВТОБУСНИХ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ	129
<i>Куліш Д.С.</i>	ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА ЗА КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ	129
<i>Єремєєва Х.А.</i>	ВИДИ МЕТОДІВ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ	130
<i>Ісаєва М.В.</i>	МЕНЕДЖМЕНТ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ	131

СЕКЦІЯ 1. СУЧАСНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

ТЕНДЕНЦІЇ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Кузьмін О.Є., д.е.н., професор

Пирог О.В., д.е.н., професор

Національний університет «Львівська політехніка»

Світова економіка розвивається в умовах глобальної нестабільності, що сформувалась у наслідку світової фінансової кризи. У 2014 р. відбулось незначне зростання (2,6%) світової економіки, порівняно з 2013 р. (2,5%) та, за прогнозами, у 2015-2017 рр. буде становити 3,0-3,3%. Зростання найбільших економік світового господарства мали різновекторні тенденції: США і Великобританія отримали позитивний імпульс для зростання за рахунок адаптування грошово-кредитної політики до сучасних умов розвитку та реформування ринку праці; країни ЄС та Японія – відставали через неможливість вирішення фінансових та взаємопов'язаних структурних проблем; Китай, як і в попередні періоди, зростає стійкими темпами з тенденцією поступового уповільнення.

Економічне зростання протягом 2012-2014 рр. у країнах з високим рівнем доходів відбувалось нерівномірно: у деяких країнах (США і Великобританія) – перевищило до кризовий рівень, а в інших (країн ЄС) – все ще знаходяться нижче до кризового рівня. Країни із середнім рівнем доходу були менш динамічними, ніж у минулих періодах, через циклічні причини та структурний спад. Країни з низьким рівнем доходу будуть продовжувати зростати стійкими темпами, незважаючи на глобальну нестабільність.

Визначальними для економічного зростання світової економіки, в цілому, та країн, що розвиваються, зокрема, є три глобальні тенденції:

1) зростання облікової ставки, що передбачається монетарною політикою США, призведе до поступової фіксації глобальних фінансових умов з 2015 р. Як результат, відбудеться поглиблення розбіжностей циклічних позицій та асинхронізація грошово-кредитних політик в основних економіках світового господарства, що буде супроводжуватися підвищенням курсу долара США і валютним тиском на деякі країни, що розвиваються;

2) ціни на сировинні товари залишаться «м'якими» на фоні прогнозів щодо слабкого зростання світової економіки і зростання пропозиції, а також зміни політики Організації країн-експортерів нафти відповідно до ринкових очікувань;

3) експорт країн, що розвиваються, буде по-різному впливати на відновлення економік країн з високим рівнем доходів. За прогнозами, зростання світової економіки відбудеться до 3,0% у 2015 р. та до 3,2-3,3% у 2016-2017 рр., що буде зумовлено поступовим зростанням США, підвищенням ділової активності у країнах ЄС та країнах, що розвиваються.

Ризиками для економічного зростання світової економіки є такі:

1) волатильність на фінансових ринках, що посилюється ризиком раптового погіршення ситуації з ліквідністю, може різко підвищити витрати на позики країн, що розвиваються, що є небажаною ситуацією після кількох років залучення коштів на ринку капіталу;

2) посилення геополітичної напруженості, періоди волатильності на товарних ринках або фінансовий стрес на значному за обсягами ринку, що розвивається, може призвести до переоцінки ризику активів. Враховуючи той факт, що країни ЄС чи Японія протягом тривалого періоду знаходяться на стадії стагнації і дефляції, то глобальна торгівля може послабити й в майбутньому. Однак, ця подія має низьку ймовірність враховуючи істотні запаси політики Китаю.

Глобальні тенденції розвитку світової економіки та пов'язані з ними ризики створюють значні проблеми у сфері державної політики: у країнах з високим рівнем доходів відстежуються тенденції до відновлення для продовження стимулюючої грошово-кредитної політики і гнучкого підходу до бюджетно-податкової політики, які підтримують зростання, але також супроводжуються конкретними середньостроковими планами консолідації і структурних реформ. У країнах, що розвиваються, глобальна фінансова жорсткість може призвести до зниження потоків капіталу і викликати подальшу девальвацію валюти. Отже, актуальнішою проблемою для розвитку світової економіки мо-

же стати безладне розкручування фінансової уразливості, що призведе до зниження темпів зростання і матиме негативні наслідки для світової економіки.

За останні три десятиліття (1980 – 2014 рр.) бюджетно-податкова політика в країнах, що розвиваються, стає все більш антициклічною. Широкий фінансовий простір, накопичений до світової фінансової кризи, не лише дав можливість для країн, що розвиваються, здійснювати бюджетно-податкове стимулювання під час кризи, але й обумовив ефективну підтримку економічного зростання: фінансові мультиплікатори, як правило, вище в країнах з більшим фінансовим простором. Швидкість, з якою фінансовий простір має бути відновлений, залежить від безлічі внутрішніх факторів конкретної країни, які включають циклічні умови та обмеження грошово-кредитної політики.

Таким чином, центральним банкам деяких країн, що розвиваються, можливо, доведеться впроваджувати заходи грошової політики для підтримки зростання проти тих, які необхідні для стабілізації інфляції та зміцнення стабільності фінансової системи. Бюджетно-податкові стимули також можуть бути використані в разі різкого циклічного спаду. На практиці, однак, використання фінансової політики як антициклічного інструменту державної політики може бути обмежена через відсутність бюджетного простору, що обмежує можливість використання фінансових стимулів та їх ефективності. І країни з високим рівнем доходів і ті, що розвиваються, повинні вжити комплексні структурні реформи, включаючи поліпшення соціальної інфраструктури, з метою сприяння економічному зростанню і створенню робочих місць.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ СФЕРИ ДОРОЖНЬО-МОСТОВОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Дяченко К. С., здобувач

Науковий керівник: Пушкар Т. А., к.е.н., доцент

Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова

Рівень розвитку та технічний стан дорожньої мережі є одним із індикатором економічного зростання країни, що спрямований на ефективне поєднання усіх галузей народного господарства як на державному, так і на регіональному рівнях. Необхідність державного регулювання у сфері будівництва, утримання та експлуатації автомобільних доріг відповідає інтересам державної безпеки України, в тому числі й економічній.

Відокремлення виробничої діяльності підприємств дорожнього господарства в межах функціонування будівельної галузі дає змогу окремо виділити вчених, що займалися дослідженням даної сфери, а саме: І. А. Дмитрієв, О. С. Іванілов, С. А. Ушацький, Т. А. Пушкар, Р. Б. Тянь, В. Г. Шинкаренко тощо. Проте в умовах невизначеності та ризику, дефіциту бюджетних коштів, в якій перебуває економіка держави сьогодні, більш глибокого дослідження потребує питання сучасного стану сфери дорожньо-мостового господарства України, що зумовило актуальність дослідження.

За даними Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України [1] у 2014 році загальна протяжність вулично-дорожньої мережі в Україні зменшилась порівняно з 2012 та 2013 р. на 16 та 30 тис. км. відповідно, що викликано відсутністю урахування даних АР Крим, Луганської області та міста Севастополь). До 2014 року даний показник демонстрував позитивну тенденцію до збільшення, що пов'язано із проведенням інвентаризації та паспортизації, взяття на баланс органами місцевого самоврядування вулиць і доріг, що не мали власників, після банкрутства підприємств, установ та організацій, передачі вулиць і доріг з державної в комунальну власність. Нове ж будівництво вулиць і доріг здійснюється в невеликих обсягах.

Майже всі показники сфери дорожньо-мостового господарства України до 2014 року демонстрували тенденцію до збільшення, що пов'язано з підготовкою та проведенням Євро-2012, підвищенням інвестиційної привабливості галузі та нагальною потребою її підтримання. У 2014 році спостерігається значне зниження показників по галузі, а подекуди вони навіть набувають від'ємних значень.

При цьому, протяжність з твердим покриттям проїзної частини становить майже 168 тис. км (69 % загальної протяжності) що на 15 тис. км. Менше попереднього року. Найвищим цей показник є у місті Києві – 98 % та Київській області – 96%. Найнижчий показник в Одеській та Сумській областях – 47%.

При цьому, протяжність з твердим покриттям проїзної частини становить 183 тис. км. (67 % загальної протяжності). Найвищим цей показник є у місті Києві – 98 % та Київській області – 96%.

Найнижчий показник в Одеській, Сумській та Рівненській областях – 47%.

Протяжність вулиць та доріг з удосконаленням покриттям проїзної частини становить майже 64 тис. км (26,2 % загальної її протяжності), що на 7 тис. км. менше минулого року. Найвищий цей показник у місті Києві – 97 %. Найнижчий показник в Івано-Франківській та Сумській – 5 та Черкаській – 9 % областях.

Важливо зазначити, що тільки 6,8 тис. км доріг (4% загальної протяжності доріг з твердим покриттям) обладнано закритою дощовою каналізацією. Її відсутність позначається на експлуатації дорожнього покриття та призводить до негативних явищ в умовах можливої повені та паводків. Найвищим цей показник є у місті Києві. У Вінницькій, Кіровоградській, Сумській та Хмельницькій областях цей показник становить менше 1%. Даний показник вже є критичним, проте щороку спостерігається тенденція до зменшення.

Значна частина вулиць і доріг населених пунктів мають ті чи інші недоліки. Одним з головних недоліків є незадовільний стан дорожнього покриття (руйнація, пошкодження), яке не забезпечує безпеку дорожнього руху. Причинами цього вважається понаднормативна зношеність дорожнього покриття, збільшення навантажень та інтенсивності дорожнього руху на вулицях і дорогах населених пунктів, перевантаження основи дорожнього одягу через надто високий рівень стояння ґрунтових вод – 0,7-1,0 м від поверхні дорожнього покриття.

Для забезпечення безпеки дорожнього руху необхідне відновлення або встановлення світлофорних об'єктів, відновлення дорожньої розмітки та дорожніх знаків. Такий стан вулично-дорожньої мережі та технічних засобів організації безпеки дорожнього руху сприяє збільшенню кількості дорожньо-транспортних пригод.

Нероздільно пов'язані з вулично-дорожньою мережею населених пунктів об'єкти зовнішнього освітлення. Однак, лише 25% вулиць і доріг населених пунктів обладнано зовнішнім освітленням. Недостатня освітленість вулиць та доріг в населених пунктах сприяє зростанню кількості дорожньо-транспортних пригод, погіршенню криміногенної ситуації та санітарного стану вулиць і доріг населених пунктів.

Досліджуючи протяжність вулиць та доріг із штучним освітленням - складає 61,0 тис. км. Найвищий цей показник у місті Києві – 97 %, а найнижчий – у Житомирській – 6,5% та Івано-Франківській – 8,5 % областях.

Значне зростання інтенсивності руху, особливо великогазових навантажень, також призводить до руйнування елементів конструкцій мостових споруд та дорожнього покриття на них. Так, із загальної кількості мостів та шляхопроводів 4% має обмежену несучу спроможність або знаходиться в аварійному стані. Негативним є те що з 2012 року, цей показник лише збільшується. Так у 2014р. в Україні експлуатується 7638 автомобільних мостів, 2165 пішохідних мостів та 765 шляхопроводів загальною протяжністю 624 км.

У 2014 році кількість підприємств, що працюють у сфері дорожньо-мостового господарства, склала 713 од., що на 151 од. менше відповідно попереднього року. У т.ч. комунальних підприємств – 348од., зменшилось на 92 та 26 од. відповідно; приватних підприємств – 121 од., зменшились на 10 од. за попередні два роки; інших організаційно-правових форм господарювання – 244 од., що на 40 од. менше попереднього року. Загальні витрати на будівництво, реконструкцію, капітальний та поточний ремонт об'єктів дорожньо-мостового господарства у 2014 році склали майже 2,0 млрд. грн., що на 0,5 млрд. грн. менше попереднього досліджуваного періоду.

Відповідно до статті 16 Закону України «Про автомобільні дороги» [2] вулиці і дороги міст та інших населених пунктів знаходяться у віданні органів місцевого самоврядування і є комунальною власністю. Статтею 41 цього Закону визначено, що фінансування будівництва, реконструкції, ремонту та утримання вулиць і доріг міст та інших населених пунктів здійснюється за рахунок місцевих бюджетів, а також інших джерел фінансування, визначених законодавством. В той же час, органи місцевого самоврядування не поспішають, а іноді і зволікають із залученням фінансових ресурсів для будівництва та ремонту вулично-дорожньої мережі.

Мінрегіону кошти на будівництво, реконструкцію, ремонт та утримання доріг комунальної власності в населених пунктах у державному бюджеті на 2015 рік не передбачено.

Таким чином, з боку органів місцевого самоврядування не вживається достатніх організаційних заходів щодо запобігання руйнуванню дорожнього покриття, збереження елементів облаштування вулиць і доріг, підтримання належного санітарного стану, у тому числі стосовно зелених

насаджень, недопущення самовільної забудови та прокладання інженерних комунікацій у межах смуги відведення та червоних ліній вулиць і доріг.

Крім того, на місцях бракує необхідних кваліфікованих служб для належного технічного нагляду за об'єктами вулично-дорожньої мережі, ведення технічної документації, інженерного забезпечення, планування обсягів робіт та їх фінансування.

Слід визнати, що діяльність з утримання вулиць і доріг населених пунктів в Україні має негативні аспекти, які пов'язані з тіньовими схемами, неефективністю праці, нераціональними витратами та втратами тощо. Все це значно ускладнює державне регулювання цієї сфери, що впливає на неефективне використання бюджетних коштів.

Список використаних джерел:

1. Офіційні дані Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.minregion.gov.ua/zhkh/Blahoustri-terytoriy/analiz-stanu-sferi-dorozhno-mostovogo-gospodarstva-za-2014-rik--285575/>

2. Закон України «Про автомобільні дороги»/ Режим доступу: [Електронний ресурс] /<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2862-15>.

SOCIAL PROTECTION OF SEAFARERS AT THE GLOBAL MARITIME LABOUR MARKET

J.V. Haiyminova, PhD in Economics

I.V Redina, PhD in Economics

National University «Odessa Academy of Law»

Working and living conditions in the merchant fleet have significantly improved during the latest decades. However, there are a number of areas where the improvements still have to be seen, such as seafarers having equal access to the social security. The social security protection is one of the essential elements of decent work. Unfortunately, it is also one of the most complex issues to implement, particularly in the globalized sector, such as the maritime industry. The workers and the employers are often based in the different countries, having different approaches to the provision of the social security and often varying levels of the economic and social development. The social security as a standard at the international level for all the seafarers, including the fishermen, is an ambitious goal.

Despite the constant flow of new labour force, average age of seafarers employed at the international market is 40-43 years. There is a tendency that in the traditional maritime countries sailor as a profession is considered to be unpopular. The labor market is filled with the suggestion from Asia. Export-oriented labour of Ukrainian sailors defines the necessity of the research of the question of their social security in Ukraine.

The Maritime Labour Convention (2006) seeks to improve the capacity of states to enforce global standards of social protection on vessel operators by eliminating flags of convenience ships those which are registered outside the country of ownership, motivated by considerations of low registration fee, low taxes, availability of cheap labour, and poor enforcement of human and trade union rights of crews. The standard A 4.5 of Maritime Labour Convention "Social security" requires from the country of sailors' citizenship to establish, regardless the shipowner's liabilities, mechanisms to guarantee the seafarer at least three forms of social security from the following: health care, disability allowance, unemployment help, old age care, assistance in connection with industrial injuries, family aid, maternity, invalidity and help in case of supporter loss. However, domestic sailors working for foreign shipowners do not work out the necessary pensionable service to qualify for a pension. The possibility to receive retirement pensions is also unpromising, if immediately after graduation sailor works exclusively abroad.

The question of a pension will overstay in situations when sailors reach retirement age, have no job seniority and may not be eligible for retirement pension, the amount of which, however, does not provide the minimum needs of the pensioner.

If foreign shipowners hold social charges from sailors, then pay them in countries where the sailors are not entitled to a pension. Thus, Ukrainian sailor without getting pensions, handles financing to foreign pension funds. For Ukraine, the situation is also unfavorable because it would wipe contributions to the Pension Fund.

Monitoring of the standard A 4.5 of Maritime Labour Convention may induce the shipowners to demand from Ukrainian sailors draw social security.

Code of bilateral agreements on mutual consideration of seniority does not cover most of the countries shipowners. Experts consider two options to solve the problem of social welfare of seafarers. Firstly, it's a voluntary participation in the joint and several system of pension insurance. Thus the Pension Fund of Ukraine has developed a special procedure that provides the simplified procedure for voluntary participation. Secondly, participation in funded pension system by opening individual retirement savings account in the Accumulation Fund of Pension Fund of Ukraine, an Individual Retirement Account in private pension funds, insurance contract of lifetime pension from the relevant insurance company, opening a deposit account in appropriate banking institution [1, 2].

Distrust of the population to non-financial institutions and banks do not create the basis for distributing of the other version of pension securing. Participation in the joint and several system of pension insurance is considered as more common and affordable option. However, the procedure is not widely known and requires an additional explanation and promotion.

One of the ways how to solve this problem can be providing of International Register of Vessels of Ukraine, where necessary conditions are justified to ensure the effectiveness of Ukrainian navigation as a basis for the social protection of national crews. Real ways and main provisions of vessel's crew social protection are founded and determined.

List of references:

1. Kifak A. Again, the social security of seafarers / A. Kifak // Ports of Ukraine. - 2012. - № 4. - <http://portsukraine.com>.
2. Kolodajny D. Some features of calculating pensions Ukrainian seamen working on foreign ships / D. Kolodajny // Law Newspaper. – 2012. - № 33-34. - 8-9.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСУВАННЯ ДОРОЖНЬОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Кулікова А. А.

Науковий керівник: Дяченко К. С., викладач

Харківський торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

Удосконалення існуючої дорожньої інфраструктури –перший крок до модернізації України, адже приведення експлуатаційного стану українських доріг у відповідність до світових норм і стандартів створить необхідні передумови для соціально-економічного розвитку кожного конкретного регіону, а також всієї держави в цілому.

Вивченню даного питання присвячені роботи таких науковців: І. А. Дмитрієва, Т. А. Пушкар, Р. Б. Тянь, В. Г. Шинкаренко та інші.

На сучасному етапі експлуатаційний стан автомобільних доріг потребує значного покращення, а подекуди – повного оновлення. Щороку держава втрачає значну суму ВВП через незадовільний стан автомобільних доріг, а також не реалізовується значною мірою транзитний потенціал країни. Проте у зв'язку із хронічним дефіцитом державного бюджету, щороку спостерігається недофінансування галузі, що може призвести до катастрофічних наслідків та повного її занепаду. Так, загальна сума фінансування дорожньої галузі в 2015 р. становить понад 25,5 млрд. грн., з них 20,8 млрд. грн. – передбачено загальним фондом Державного бюджету України на 2015 рік, а 4,7 млрд. грн. – кредитні кошти міжнародних фінансових організацій за вже укладеними угодами[1].

Відповідно до розподілу видатків загального фонду держбюджету, найбільшу частину коштів, а саме 17,4 млрд. грн., спрямовано на виконання боргових зобов'язань за запозиченнями, залученими державою або під державні гарантії на розвиток дорожньої мережі у минулі роки, фактичне ж фінансування дорожнього господарства в цьому році становитиме лише 16% від обсягу закладених коштів, а саме 3,4 млрд. грн. За орієнтовною оцінкою, ця сума майже вдвічі менша за мінімальну потребу галузі в частині лише дрібного ремонту та експлуатаційного утримання, адже з урахуванням цін 2015 року, здійснення лише цих видів робіт потребує щонайменше 7,2 млрд. грн. на рік[1].

Станом на початок року за валютним курсом 1\$-16,1, 1€-18,2, кредитний портфель Державного агентства автомобільних доріг України нараховував близько 43 млрд. грн. Більша частина зазначених коштів – кредити МФО, запозичені на вигідних і багаторічних умовах протягом 2000-2012 рр. на відновлення декількох автомобільних доріг, що співпадають з транснаціональними коридорами.

Що ж стосується позик, через які пік боргового навантаження Укравтодору припадає на 2015 рік – це кредити вітчизняних та іноземних банків, залучені державою або під державні гарантії на розвиток дорожньої мережі у період з 2005 по 2011 рік, а також облігації, випущені Укравтодором і розміщені в українських банках у 2012-2013 роках.

Загальна сума непогашених залишків за цими кредитами сягає понад 12,5 млрд.грн., а за облігаційними зобов'язаннями – 8,4 млрд. грн. Термін дії більшості кредитних угод добігає кінця цього та наступного року, що і створює фінансову напругу в галузі. Як відомо, сьогодні близько 90% автомобільних доріг України давно потребують проведення капітального ремонту чи загалом реконструкції, оскільки більша їх частина була побудована близько 30-40 р. тому за технічними вимогами того часу та з розрахунку тодішніх навантажень.

За орієнтовними підрахунками спеціалістів галузі, для того, щоб привести існуючу дорожню мережу у належний експлуатаційний стан, необхідно 15 років, а також ритмічне фінансування в обсязі 40-60 млрд. грн. на рік.

З огляду на те, що вже котрий рік поспіль видатків з держбюджету на розвиток дорожньої мережі не передбачається, а рівень фактичного фінансування робіт лише з експлуатаційного утримання становить не більше 14-37% від мінімально необхідної потреби, співпраця з МФО та ін. фінансовими закладами залишається чи не єдиним шляхом збереження та хоча б малої розбудови українських доріг[2].

Таким чином, необхідним завданням на сьогодні є розробка напрямів удосконалення фінансування дорожнього господарства України, а саме:

- узгодити реформу системи державного управління автомобільними дорогами із основними положеннями реформи децентралізації влади в Україні;
- розглянути можливість передачі доріг місцевого значення із державної в комунальну власність органам місцевого самоврядування;
- вирішити питання комерціалізації діяльності обласних та райавтодорів і допустити приватні компанії до участі у тендерах на виконання обсягу робіт;
- надати можливість збільшувати термін укладання договорів на цей вид діяльності з 1 року (обумовлено загальноприйнятою в Україні системою однорічного бюджетування) до 5-7 років.
- забезпечити прозорість тендерних процедур на всіх стадіях будівництва та ремонту доріг[3].;
- запровадити раціональний підхід щодо використання фінансових ресурсів для утримання дорожньої галузі, пошуку нових джерел фінансування дорожніх робіт, запровадження механізмів залучення приватних інвесторів, реалізації регіональних інвестиційних проектів;
- використовувати механізм реструктуризації прямих кредитних запозичень на внутрішньому фінансовому ринку та коштів, отриманих від розміщення цінних паперів, залучених під високі відсотки, забезпечення виключно цільового використання коштів спеціального фонду державного бюджету, призначених для фінансування дорожньої галузі.

Список використаних джерел:

1. Офіційні дані Державного агентства автомобільних доріг України [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.ukravtodor.gov.ua/novini/%D1%81_novatsii-v-finansuvanni-dorozhnogo-gospodarstva-ukraini.html
2. Офіційні дані Державного агентства автомобільних доріг України [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.ukravtodor.gov.ua/novini/%D1%81_na-shcho-ukravtodor-vitrativ-milyardi-zaluchenikh-kreditiv.html
3. Національний інститут стратегічних досліджень при президентові України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1661/>

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНУ: ЗМІСТ КАТЕГОРІЙ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Пушкар Т.А., к.е.н., доцент

Охріменко В.В.

Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

Інтеграція України і вітчизняних підприємств у світову економіку потребує постійної уваги та збалансованого вирішення проблем розвитку зовнішньоекономічного потенціалу країни і, зокрема, його складової – експортного потенціалу регіонів.

Дослідженню різних теоретичних і практичних аспектів експортного потенціалу регіонів присвячені праці багатьох зарубіжних і вітчизняних учених – М.Портера, П.Самуельсона, М.Є.Сейфуллаєвої, О.В.Волкова, Д.Г.Лук'яненка, В.П.Михайловського, Т.В.Скорнякової, М.М.Якубовського та ін.

В той же час, недостатньо дослідженими й дискусійними залишаються окремі питання, зокрема питання змісту категорії «експортний потенціал регіону» (ЕПР), методології його оцінки та дослідження, взаємозв'язку з економічним потенціалом регіону тощо.

У даній роботі ЕПР розглядається як економічна категорія, тобто з точки зору його ролі в процесі виробництва та у взаємовідносинах між суб'єктами економічної системи. Метою дослідження є розвиток методології вивчення ЕПР. Інструментарієм вирішення поставленого завдання обрано методологію системного аналізу, головною особливістю якої є застосування системного підходу до дослідження будь-якої системи, у нашому випадку – до дослідження системи ЕПР.

Як відомо, під системою в системному аналізі розуміють певну множину складових частин (підсистем та елементів), об'єднаних визначеними зв'язками і виконуючих певну функцію, потреба в якій існує в середовищі, що оточує систему. В якості системи можна розглядати матеріальні чи абстрактні об'єкти, явища, процеси матеріального чи уявного світу. Досліджуючи категорію ЕПР як систему потрібно враховувати принципи системного аналізу – багатоплановості, багатомірності, ієрархічності, різнопорядковості властивостей, динамічності тощо.

Принцип багатоплановості передбачає розгляд системи за декількома підходами:

- як якісну одиницю, що має свої особливості (експортний потенціал конкретного регіону з властивими йому особливостями);
- як частину макросистеми, закономірностям якої вона відчиняється (ЕПР як система є підсистемою макросистеми «експортний потенціал країни»; ЕПР також є підсистемою макросистеми «економічний потенціал регіону» та макросистеми «економічний потенціал країни»); у плані зовнішніх взаємодій тощо.

Принцип ієрархічності полягає в тім, що дослідження систем проводиться на підставі подання ієрархічності їхньої структури. Ієрархічну структуру мають не тільки моделі складу системи (система, підсистема, елемент), а також властивості якості цих систем, критерії, що застосовуються для їхньої оцінки.

Аналіз публікацій з дослідження ЕПР показує, що основною ознакою застосування системного підходу на сьогодні є розгляд ЕПР як характеристики системи, що визначається на підставі вивчення динаміки стану системи, її елементів і зв'язків між ними за певний період часу. Система у більшості дослідників – це певний регіон, а ЕПР – одна з характеристик цього регіону. Розгляд економічної категорії ЕПР як системи дає змогу скласти її формальну модель, на підставі якої отримати змістовні моделі для конкретних регіонів.

За результатами дослідження автори пропонують визначення категорії ЕПР у рамках розгляду наступної моделі: система «Регіон» складається із двох підсистем «Соціально-економічний потенціал регіону» (СЕПР) та «Система регіонального управління» (СРУ). Головною функцією підсистеми СРУ є забезпечення ефективного функціонування підсистеми СЕПР, що рівнозначно ефективному функціонуванню самої системи «Регіон». Система ЕПР є складовою (підсистемою) системи СЕПР.

З урахуванням зазначеного, пропонується наступне визначення категорії «експортний потенціал регіону» як системи соціально-економічних показників, їхніх взаємозв'язків та зв'язків з показниками соціально-економічного потенціалу регіону, яка забезпечує визначення шляхів розвитку регіону.

У термінах системного аналізу: ЕПР – досліджувана система, СЕПР – макросистема відносно системи ЕПР, яка суттєво впливає на ефективність функціонування системи ЕПР. Зазначене вимагає дослідження зв'язків складових системи ЕПР з складовими макросистеми СЕПР.

Методологію дослідження у стислому викладі можна надати наступним чином. Аналіз структури системи за рівнями (система → підсистема першого рівня → підсистема другого рівня →...→ елемент). Аналіз зв'язків складових системи з обов'язковим врахуванням на першому рівні зв'язків із складовими макросистеми. Глибина поділу системи на підсистеми (кількість структурних рівнів підсистем) визначається метою конкретного дослідження.

Систему ЕПР можна, наприклад, розглядати у наступній послідовності. Перший рівень: складові системи – соціально-економічні показники, (підсистеми), зв'язки між складовими, зв'язки із складовими макросистеми (СЕПР), ранжирування зв'язків за силою. Другий рівень: складові кожного соціально-економічного показника та зв'язки між ними. Наприклад ресурси економічного, соціального чи природного характеру, наявність яких впливає на значення конкретного соціально-економічного показника. Третій рівень – складові підсистем «ресурси», наприклад ресурси природного характеру – ліси, водоймища, корисні копалини тощо.

Таким чином, розглянута методологія дає змогу складати формальні моделі для різних напрямів дослідження ЕПР, отримувати його змістовні моделі конкретних регіонів, на підставі яких розробляти стратегії регіонального розвитку.

УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

Бікулова Д.У., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Зовнішньоторговельна діяльність є одним з вирішальних чинників сталого економічного зростання країни, підвищення конкурентоспроможності національної економіки, стимулювання національних товаровиробників, поліпшення умов життя у країні. Більше того, слід прямо зазначити, що у теперішній складний час зовнішньоторговельна діяльність все більше перетворюється в один з важливих чинників національної безпеки України. Складна військово-політична ситуація, що склалася на сьогоднішній день в Україні, вимагає розробки невідкладних і дієвих заходів, спрямованих на суттєве удосконалення зовнішньоторговельної діяльності, переорієнтацію основних торговельних потоків з російського напрямку в інші регіони світу, насамперед у країни ЄС згідно зі стратегічним вибором України.

Важливий вплив зовнішньоторговельної діяльності на усі сфери економічного розвитку країни, підвищення її міжнародної конкурентоспроможності обумовлює актуальність теми дослідження. Проблеми удосконалення зовнішньоторговельної діяльності особливо загострилися зараз, в період глибокої фінансово-економічної кризи, в якій опинилась українська економіка внаслідок дії як зовнішніх факторів, пов'язаних з воєнною агресією Росії, так і з наявністю низки внутрішніх факторів, що гальмують проведення радикальних економічних реформ, спрямованих на підвищення ефективності економіки.

Для успішної інтеграції господарського комплексу України до європейського економічного простору необхідно, щоб вітчизняні підприємства виробляли товари, конкурентоспроможні на ринках ЄС, тобто товари, які відповідають вимогам європейського ринку за технічними параметрами, якістю, безпекою, ціною та рівнем сервісу. На шляху вирішення цих завдань перед Україною встають значні труднощі. Україні за всі роки незалежності досі не вдалося подолати структурні диспропорції економіки, сформованої в рамках колишнього СРСР, її сировинну спрямованість. Аналіз товарної структури експорту України свідчить про те, що вона є недосконалою, застарілою і вкрай несприятливою.

Проведений аналіз показує, що інтеграція економіки України у світовий, зокрема у європейський, економічний простір поки що відбувається за сценарієм «сировинного приросту» та експортера дешевої робочої сили. Україна на теперішній час є неконкурентоспроможною на ринку високотехнологічних товарів, на це звертає увагу багато дослідників.

Як свідчать наведені дані, незважаючи на збільшення у 2014 р. питомої ваги експорту товарів України до країн ЄС у загальному обсязі експорту, ринки країн ЄС поки що не стали домінуючими у здійсненні експортно-імпортних операцій України. На протязі 2012-2013 рр. експорт до країн ЄС зменшувався у порівнянні з відповідними попередніми роками, а імпорт зростав. Сальдо протягом 2008- 2014 рр. залишалося від'ємним. Поліпшення ситуації в 2014 р., а саме: скорочення у 2,5 рази обсягу негативного сальдо та збільшення коефіцієнту покриття експортом імпорту було спричинене передусім значним скороченням споживання імпортних товарів. За даними Національного банку України у 2014 р. поставки до країн ЄС товарів і послуг збільшилися усього на 2,1 %, а імпорт знизився по всіх основних групах товарів, що було зумовлено скороченням внутрішнього попиту та девальвацією гривні.

Проведений аналіз сучасних тенденцій розвитку зовнішньоторговельної діяльності України дозволяє зробити висновок про те, що її стан протягом тривалого часу залишається незадовільним. Виявлені недоліки здійснення зовнішньоторговельної діяльності гальмують економічний розвиток України. Вкрай актуальною є проблема посилення конкурентних позицій української промислової продукції на ринках ЄС. Створення зони вільної торгівлі з ЄС вимагає вирішення задачі адаптації національних товаровиробників до правил і вимог ЄС, гармонізації стандартів і технічних параметрів вітчизняної продукції зі стандартами ЄС, що потребує значних пов'язаних з цим витрат. Поглиблення євроінтеграційних процесів сприятиме прискоренню здійснення економічних реформ, модернізації економіки, підвищенню конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника.

МІЖДЕРЖАВНЕ ІНВЕСТИЦІЙНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ

Болдовська К.П., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Необхідною умовою участі країни у світових і регіональних інтеграційних процесах є її конкурентоспроможність на міжнародному ринку інвестицій.

Світовий досвід підтверджує, що подолання кризових явищ і прискорення розвитку економічного комплексу країн, в яких відбувається розбудова ринкових відносин, серед інших важелів активізації економічного життя потребує залучення й ефективного використання іноземних інвестицій, оскільки останні, акумулюючи підприємницький, державний і змішаний капітал і забезпечуючи доступ до сучасних технологій і менеджменту, не лише сприяють формуванню національних інвестиційних ринків, але й прискорюють розвиток інших ринків – товарних (ринків послуг) і факторних.

Стимулювання інвестиційної активності, вдосконалення механізмів залучення інвестицій, повне та всебічне використання їх потенціалу в економічній теорії і практиці наразі визначається як вагома складова формування засад рівноправної інтеграції країни до світового співтовариства.

Наразі перед Україною стоїть завдання наздогнати світовий ринок. При цьому іноземні інвестиції розглядаються нами як один з ключів до інтеграції ринково орієнтованої і демократичної України в Європу. Втім, в умовах загострення глобальної конкуренції між країнами за іноземний, у першу чергу, підприємницький капітал, національна економічна політика має бути орієнтована не стільки на пряму участь країн у світових інвестиційних процесах, скільки на створення умов для налагодження їх інвестиційного співробітництва на партнерських засадах як на національному, так і на міжнародному інвестиційних ринках.

При цьому не можна не погодитись із науковцями [1], що визначальним завданням державної політики України в інвестиційній діяльності є створення рівних умов для ведення бізнесу та інвестування в економіку України суб'єктами господарювання різної форми власності і державної приналежності, здійснення процесу інвестування на прозорих і цивілізованих принципах, утвердження прав приватної власності (передусім на землю, нерухомість) та забезпечення їх надійного захисту, поліпшення структури інвестиційних джерел, розвиток стійких та ефективних фінансових інститутів та інститутів, що здійснюють фінансове адміністрування. Так, в Україні на сьогодні вже створено єдине правове поле для інвестування, забезпечено рівні права здійснення інвестиційної діяльності всім суб'єктам незалежно від форм власності і господарювання, гарантується збереження умов, за яких відбувалось інвестування, передбачені гарантії захисту інвестицій.

Аналіз статистичних даних з прямого іноземного інвестування [3] дозволяє констатувати з одного боку досить низьку активність іноземних інвесторів в Україні та недостатність обсягу залучених до її економіки прямих інвестицій, що пояснюється передусім низьким рівнем інвестиційної привабливості держави, а з іншого – інертність процесу інтеграції вітчизняної економіки до міжнародного інвестиційного ринку, пасивну участь України у процесах міжнародної інвестиційної взаємодії, що не відповідає стратегічним пріоритетам розвитку країни. Географічна структура іноземного інвестування в Україні визначається з одного боку глибиною традиційних зовнішньоекономічних зв'язків, а з іншого – потребою диверсифікації міжнародної інвестиційної діяльності для подальшого налагодження і розвитку інвестиційного співробітництва з новими партнерами [2].

Зростання іноземних інвестицій в Україні сприяє активізації зовнішньої торгівлі, забезпечує структурні зрушення в економіці України та поліпшення якісних показників на мікро- і макрорів-

нях, що підвищує здатність національної економіки чинити опір руйнівному впливу зовнішнього середовища на ефективність функціонування.

Оскільки сучасний стан розвитку України характеризується складною політичною ситуацією, прискоренням інфляції, які є рушійними мотивами прагнення власників капіталу убезпечитись від політичних та економічних ризиків, то збереження позитивних тенденцій у сфері іноземного інвестування вітчизняних суб'єктів набуває першочергового значення серед завдань України у контексті міждержавної взаємодії. Отже, іноземне інвестування має посідати особливе місце у структурі зовнішньоекономічних пріоритетів розвитку економіки України.

Список використаних джерел:

1. Кирчата І. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі / І. М. Кирчата, Г. В. Поясник : [монографія]. – Х. : ХНАДУ, 2009. – 160 с.
2. Покатаєва К. П. Інвестиційна діяльність підприємств у глобальному середовищі : методичний інструментарій управління / К. П. Покатаєва : [монографія]. – Х. : ХНАДУ, 2009. – 168 с.
3. <http://www.ukrstat.gov.ua>

ВПЛИВ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ ТА КРАЇН СВІТУ

Деділова Т. В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Не можна не погодитися з таким твердженням про те, що економічне зростання обумовлено значними обсягами інвестицій. Підтвердженням є стрімке економічне піднесення Японії у післявоєнні часи, суттєвою причиною якого були інвестиції. За рахунок зростання інвестицій в реальний сектор економіки країни щорічно забезпечувався 2,1% економічного росту з 8,81%. Іноземні інвестиції стали дієвим важелем структурної перебудови і для низки постсоціалістичних країн. Саме тому метою роботи є виявлення позитивних сторін іноземного інвестування для України та для світової економіки в цілому.

Криза внутрішнього інвестування актуалізує проблему залучення іноземних інвестицій. Отже, іноземні інвестиції мають велике значення для економіки, що їх одержує, оскільки вони залучають вітчизняних підприємців до провідного господарчого досвіду, сприяють поширенню інновацій, стимулюванню імітації та запозиченню найкращої ділової практики розвинених країн, збільшенню продуктивності праці та підвищенню добробуту населення.

Однак, залучення іноземних інвестицій позитивно впливає не тільки на економіку України, а й на світову економіку в цілому. Існує наступні аспекти, у яких позитивні ефекти мають місце і для України, і для зовнішніх суб'єктів:

Наприклад, у політичному аспекті для України існує такий позитивний ефект, як розширення політичних зв'язків; у той момент як для зовнішніх суб'єктів – вирішення політичних питань шляхом інтенсифікації зв'язків.

У економічному аспекті позитивним для України є економічне зростання за рахунок розвитку інтенсифікації процесів у галузях народного господарства, а для зовнішніх суб'єктів – отримання прибутку.

У соціальному аспекті для України підвищення рівня добробуту, для зовнішніх суб'єктів – розширення зв'язків, поєднання культур.

У правовому аспекті для України є можливість розвитку нормативно-правової бази за світовими стандартами, для зовнішніх суб'єктів – розширення можливостей взаємодії за рахунок удосконалення нормативно-правових систем.

У культурному аспекті для України є збагачення національної культури, для зовнішніх суб'єктів – взаємне збагачення культур.

У науковому аспекті для України є позитивним скорочення періоду наукового просування країни у процесі інтеграції інтернаціональних знань для здійснення спільних досліджень, випробувань, винаходів, для зовнішніх суб'єктів – обмін науковим досвідом, оскільки Україна володіє значним науковим потенціалом.

У технічному аспекті для України є покращення технічного стану народного господарства, для зовнішніх суб'єктів – розширення та збільшення торговельних зв'язків.

У технологічному аспекті позитивним для України є можливість отримати нові передові високі технології, для зовнішніх – взаємовигідний трансферт.

У екологічному аспекті для України є зменшення негативного впливу на навколишнє середовище за рахунок використання високих технологій, для зовнішніх суб'єктів – зменшення негативного екологічного впливу на навколишнє середовище Землі.

В цілому ж комплексному висвітленню проблем інтеграції інтересів іноземних інвесторів до національної економіки України та розробці заходів активізації цілісного механізму їх ефективного функціонування в сучасних умовах господарювання приділено недостатньо уваги. Тобто дана проблема потребує подальшої розробки та розвитку теоретичних та практичних засад.

Таким чином, світовий економічний розвиток характеризується процесом глобалізації ринків капіталу однієї країни до іншої. Підтвердженням цього є те, що в одних країнах акумулюються заощадження, а в інших виникає їх дефіцит. На сучасному етапі світового економічного розвитку особливо набуває все більше вагомості темпи міжнародної інвестиційної діяльності країн з перехідною економікою; іноземні інвестиції стають для них ключовим фактором їх ефективного розвитку.

ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТНОЇ ГАЛУЗІ ФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТУ КРАЇНИ ЗАЛЕЖНО ВІД ЧИСЕЛЬНОСТІ НАСЕЛЕННЯ ТА УМОВ ПОДІЛУ ПРАЦІ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

*Горовий Д.А., д.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В умовах жорсткої фінансової кризи головною проблемою для економічної безпеки держави стає пошук джерел фінансування бюджету країни.

Питаннями наповнення бюджету країни, а особливо питаннями планування доходів і видатків бюджету, а також питання формування і вдосконалення теорії і практики бюджетного процесу займалися такі українські вчені: В. Федосов, В. Опарін, Ю. Пасічник, І. Чугунов, С. Юрій та інші. Проте жоден з авторів не розглядав питання наповнення бюджету залежно від факторів глобалізації та конкурентоспроможності галузі – донора бюджету у світовій економіці.

Залежно від чисельності населення та джерел поповнення бюджету, що забезпечують економічну безпеку держави, всі країни світу можна поділити на наступні групи: «карликові» країни; сільськогосподарські країни; туристичні країни; країни – володарі нафти та газу; промислові країни; інноваційні країни.

Карликовими є країни, чисельність населення яких не перевищує 50-100 тис. осіб. Як правило, ці країни не мають всіх економічних або політичних ознак країни (не мають певних атрибутів держави, наприклад, не мають власних збройних сил, валютної системи та використовують валюту інших країн) або знаходяться у певній економічній або політичній залежності від більшої країни-сусіда (унії, союзи тощо). Основним джерелом надходжень бюджету цих країн можуть бути нетривіальні (екзотичні) джерела поповнення, проте які не здатні забезпечити соціальну сферу країн із значно більшою кількістю населення. Прикладами таких країн є Науру, Монако, Андорра, Сан-Марино, Кірибаті, Барбадос, Гренада тощо.

Якщо населення країни не перевищує 5-7 млн. осіб, то така країна (за умов сприятливого клімату, що здатен забезпечувати до трьох врожаїв на рік) може наповнювати власний бюджет і зберігати економічну безпеку за рахунок сільського господарства. Оскільки більшість таких країн розташована у Латинській Америці, і переважно вони займаються вирощуванням тропічних фруктів, як то банани, какао тощо, то такі країни називають ще «бананові республіки».

Туристичними можна назвати країни зі схожою до попередньої групи кількістю населення, проте на відміну від них вони потребують більшу кількість інвестицій до бюджету країни для побудування саме туристичного середовища. Адже окрім чудового клімату, наявності моря (пляжів), природної або історичної спадщини, яка притягує туристів, необхідним ще є забезпечення умов приживання для туристів. Адже лише невеликий відсоток туристів здатний терпіти незручності на відпочинку. А для побудови численної туристичної інфраструктури (готелі, ресторани, торговельні центри, клуби тощо) необхідні значні вкладання коштів. Частіше все це відбувається за рахунок прямих іноземних інвестицій (розбудова готелів світовими готельними мережами – Хайят, Хілтон, тощо) або значними приватними інвестиціями у межах самої країни.

Окремою групою слід визначити країни – володарі нафти та газу. Адже в останні роки ці два стратегічні види корисних копалин користувалися великим попитом на світовому ринку, тому країни на території яких є їх поклади, отримували значні надходження до власних бюджетів. Проте слід зробити, певне зауваження. Більшість країн, які дійсно отримують надприбутки бюджету від продажу нафти і газу є монархіями (ОАЕ, Кувейт, Бахрейн, Бруней) або республіками із пожиттєвими (обраними на тривалий термін) президентами (Туркменістан).

Країни з населенням понад 15 млн. осіб вимушені забезпечувати власну економічну безпеку за рахунок надходжень до бюджету країни від промислового виробництва. Прикладом такої країни, яка успішно разом із збільшенням чисельності населення пройшла всі три етапи від сільськогосподарської до туристичної, а звідти до промислової країни, є Туреччина. Адже зараз ця країна є відомою не лише як виробник товарів легкої промисловості, але й як виробник фототоварів (фабрики фірми Кодак), легкових та вантажних автомобілів тощо. До Туреччини цим шляхом вдало скористалися Південна Корея, Таїланд, Малайзія, Індія та Китай.

Решта країн світу із значно меншим населенням (проте, кількість якого перевищує 20 млн осіб) стикнулися вже з проблемою збільшення соціальних вимог мешканців. За таких вимог промислове виробництво вже є недостатньо ефективним джерелом надходжень для наповнення бюджету через такі причини:

- збільшення витрат на екологічне забезпечення виробництва (природоохоронні заходи, податки на викиди та забруднення);

- збільшення витрат на людський капітал (оплата праці та соціальні виплати).

Це обумовлює поступове зменшення обсягів саме промислового виробництва у країнах Західної Європи, США та Японії та перенесення його до країн з меншим рівнем вимог населення або до країн, що поступово переходять із групи сільськогосподарських до промислових (В'єтнам, Індонезія, Аргентина, Колумбія). Самі ж розвинуті країни лишають на своїй території інженерні та дизайнерські підрозділи, тобто стають центрами інноваційного розвитку. Прикладами такого розвитку стають Франція, Німеччина, Велика Британія.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ЛЬОНАРСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Карлюка Д.О., к.е.н., доцент

Сисоєнко І.А., к.е.н., доцент

Херсонський національний технічний університет

Льон сьогодні – це цінна технічна культура, яка має важливе світове значення, не лише для текстильної промисловості. Продукти переробки галузі льонарства все більше починають використовуватися в тих галузях, де раніше його навіть не думали використовувати. Навіть незважаючи на швидкий розвиток хімічної промисловості, зростання виробництва штучних та синтетичних матеріалів, цінність прядива як натурального волокна цієї культури не зменшується.

Світовий історичний досвід показує, що льон як культуру вирощують в основному для одержання натурального льняного волокна з трести льону, яке надалі використовують у різних галузях промисловості й сільського господарства.

З високоякісного довгого волокна цієї культури одержують натуральну тканину яку використовують при пошитті дорогих текстильних виробів а також костюмів, курток, демісезонних пальто й інших виробів. Довге волокно з додаванням до нього синтетичних, штучних і натуральних волокон і ниток іде на виготовлення сумішевих тканин. З низькоякісного волокна виготовляють технічні тканини (парусину, брезент, мішковину), пакувальну, кордову й підкладкову для меблевої й взуттєвої промисловості, а також полотно, що використовують для пошиття спеціального одягу, плащів, чохлів, тентів, сумок, порт'єр, предметів обряду. З довгого волокна коноплі також виготовляють кручені вироби — канати й мотузки різних видів і призначень, шпагат, пряжу, приводні реміні.

З короткого волокна одержують неткані (тепло-звукоізоляційні) матеріали, катонізаційну вату, різні види шпагату, шнури, сердечники сталевих канатів і ін.

Целюлоза, отримана з волокна, придатна для виготовлення дорогих і тонких сортів паперу[1].

За останні кілька років в світі помітне поживлення нетрадиційного використання продуктів переробки льону. Інноваційні продукти та нетрадиційне застосування волокон є майбутньою перспективою зростання цієї галузі.

На сучасному етапі розвитку глобальної світової економіки культура споживання натуральних тканин і виробів з льону концентрується в європейських країнах особливо у Франції, Бельгії та Нідерландах, що пов'язано з історичними особливостями розвитку цих країн. Основну кількість волокна яке споживаються ці країни це імпорт, адже загальна площа вирощування льону в цих країнах невелика і становить від 70 000 до 80 000 га.

На погляд Diederik van der Hoeven через десять років, щорічна потреба в волокнах льону в ЄС буде збільшена до 400 тисяч тонн. Але якщо брати до уваги можливе збільшення використання інноваційних продуктів, наприклад, в якості ізоляційного будівельного матеріалу, то будуть потрібні набагато більші обсяги.

Незважаючи на зростання інтересу до льону як культури з великими інноваційними перспективами David Kasse не очікує, що обсяги виробництва льону докорінно будуть зростати, адже льон не є основною сільськогосподарською культурою. Хоча і звертає увагу на наявності в технологічно розвинених ринках ніш, в яких приріст буде просто відмінним[2].

Найбільшим виробником на даний момент в світі продукції з льону є Канада (368,300 тонн) Китай (350,000) та Росія (230,000).

Також Китай та Росія є найбільшими експортерами продукції з льону, хоча треба зауважити структура експорту цих двох країн є суттєво різною. Росія є найбільшим експортером дешевої сировини, яку в основному закуповують ЄС та той же самий Китай для подальшої переробки та виробництва тканин з високою доданою вартістю, які в подальшому експортуються до високо розвинутих країн.

Зважаючи на нову нестабільність Росії як експортера після анексії Криму, особливо після введення санкцій на цілу гаму продукції - можна прогнозувати певний переділ ринку льонопродукції. Нерівні темпи девальвації російської валюти будуть ще одним чинником який знизить конкурентоспроможність продукції підприємств російської льонопереробки. Щоб знизити негативний вплив зазначених факторів, Росії необхідно планувати в поточному році активніше зайнятися диверсифікацією експортних поставок.

Зрозуміло, що Росія збільшить частку експорту до Китаю замість країн ЄС, де в подальшому цю продукцію буде або реекспортовано, або перероблено і реалізовано в країні Євроспільноти. Тобто вже зараз можна прогнозувати агресивну політику Китаю на ринку даної продукції.

Україна незважаючи на відносну стабілізацію в останні роки посівних площ льону які становили 25-30 тисяч гектарів, річні обсяги виробництва льоноволокна 15-18 тисяч тонн на жаль не відіграє значної ролі на світовому ринку.

Вирішення проблеми стабілізації і відродження льонопереробної галузі України та її подальший інтеграційний розвиток в світовий ринок є беззаперечним. Тим більш в Україні є можливості вирощування та переробки льоносировини на експорт.

Список використаних джерел:

1. Сисоєнко І. А. Розвиток інтеграційних процесів у льонарстві / І. А. Сисоєнко // Вісник Хмельницького національного університету : серія економічні науки. – 2007. – №5. – Т. 2(97). – С. 194–197.
2. Diederik van der Hoeven. The comeback of flax and hemp [Електронний ресурс] // Режим доступу до статті: <http://www.biobasedpress.eu/2013/10/the-comeback-of-flax-and-hemp/>

СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

*Кирчата І.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В умовах посилення процесів інтернаціоналізації та глобалізації бізнесу проблему підвищення конкурентоспроможності підприємства і країни в цілому висунуто на перший план, оскільки вона набуває особливої актуальності та значущості. Розвиток вітчизняної економіки, прагнення України інтегруватись до світового співтовариства та потреба у формуванні засад інформа-

ційного суспільства в країні зумовили необхідність формування інноваційної моделі розвитку. Це дасть можливість, передусім, підвищити конкурентоспроможність вітчизняної економіки, гарантувати їй економічну безпеку та гідне місце в Європейському Союзі.

Необхідність інноваційно-структурної перебудови економіки України перш за все передбачає розвиток науково-технологічної сфери промислового виробництва, яка може забезпечити таку перебудову.

Дослідження проблеми підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств підкреслює необхідність активізації інноваційної діяльності, зокрема в промисловості, ключові позиції якої в економіці України зумовлюють домінуючу роль останньої в структурі національної економіки.

В умовах інтеграційних процесів забезпечення високої конкурентоспроможності промислових підприємств виступає не самоціллю, а засобом зміцнення позицій національної економіки та вирішення соціальних проблем. Проблема зміцнення позицій промислових підприємств на внутрішньому та міжнародних ринках не тільки не втрачає свого значення, але й навпаки, набуває особливої актуальності як на теперішній час, так і в перспективі.

Промисловим підприємствам України притаманний певний інтелектуальний та науково-технічний потенціал, який в змозі забезпечувати не лише оновлення виробництва, а і подальший інноваційний розвиток.

Ключова роль інновацій на мікро- та макрорівнях, яка підтверджується успішним зарубіжним досвідом на основі широкомасштабного впровадження інновацій, зумовила необхідність вибору Україною інноваційного напрямку розвитку та формування обґрунтованої інноваційної політики. Ситуація, яка склалася у нашій країні, характеризується тим, що за наявності значної наукової та технологічної бази спостерігається зниження інноваційної активності в зв'язку з недостатністю у підприємств власних інвестиційних ресурсів, незначними державною підтримкою й бюджетним фінансуванням, високими кредитними ставками, низьким платоспроможним попитом на нову продукцію та технології, високим рівнем ризиків в інноваційній сфері.

Через незадовільний науково-технічний рівень, низьку якість та великі витрати на виробництво національна продукція втрачає конкурентоспроможність не тільки на зовнішньому, але й на внутрішньому ринку. Однією з головних причин такого становища є недостатня увага відповідних державних установ до питань розробки обґрунтованої концепції інноваційного розвитку вітчизняної промисловості, а головне – до впровадження такої концепції в практику роботи промислових підприємств.

Підвищення конкурентоспроможності продукції промислового виробництва базується на знаннях, використанні науково-технічного та людського потенціалів. Забезпечення реального впливу науки на економічне зростання є необхідною передумовою збільшення частки валового внутрішнього продукту, що інвестується у дослідження та науково-технічний розвиток промислових підприємств.

Основною метою проведення підприємствами наукових досліджень і розробок нової продукції є диверсифікація виробництва, модернізація, створення високих технологій. Зокрема, в умовах жорсткої конкуренції інновації, нові ідеї і продукти, прогресивні технології й організаційні рішення стають вирішальним чинником конкурентоспроможності, забезпечують виживаність і фінансову стабільність українських підприємств.

Без здійснення інноваційної діяльності підприємство перестане вносити корективи у свою продукцію, технологію, методи і стиль управління, тобто перестане враховувати реалії ринкових потреб, що постійно змінюються, а отже, перестане розвиватися відповідно до умов зовнішнього середовища, бути ефективним щодо споживачів і втратить свою ринкову позицію.

На сучасному етапі трансформації економіки України перехід на інноваційний шлях розвитку стає нагальною необхідністю. Виходячи з проголошеної Україною орієнтації на інтеграцію до світової економіки, особливої актуальності набуває питання залучення інвестицій у підприємства промисловості України, що займаються інноваційною діяльністю. Досвід країн з розвинутою економікою свідчить про те, що відмова від активного інвестування інноваційної сфери виробництва ставить під загрозу саме існування підприємства в конкурентному ринковому середовищі.

Порівняно з розвинутими країнами галузева структура української промисловості занадто обтяжена виробництвом первинних сировинних ресурсів і напівфабрикатів. В країні міцно закріпилася нерациональна структура промисловості, якій притаманна значна частка енергомістких, сировинно орієнтованих галузей, низька питома вага галузей, які виробляють наукомістку продукцію.

Вирішення цього проблемного питання потребує нагального державного втручання не тільки

с точки зору регулювання інвестицій, а й з позиції розробки ефективної політики здійснення цих процесів.

Зокрема особливої актуальності має набути питання активізації вітчизняних підприємств щодо впровадження інновацій на засадах створення ефективної системи правового забезпечення і пільгового оподаткування, наявність значних фінансових ресурсів, державна підтримка, що сприятиме поширенню в Україні нових конкурентоспроможних виробничих технологій.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ

*Лобунець В.І., к.е.н., доцент
Білоцерківський національний аграрний університет*

Успішне функціонування національної економіки України та її окремих галузей в умовах глобалізації в значній мірі залежить від конкурентоспроможності окремих галузей і підприємств, її ефективності, забезпечення постійного характеру зовнішньоекономічних зв'язків, дотримання критеріїв економічного співробітництва, гарантування безпеки країни.

Для вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності та її ефективності необхідно посилити контроль за її власністю на технології, захист природних багатств і навколишнього середовища, обмеження монополізму. Конкуренція є однією із найголовніших рис ринкового господарства, вона забезпечує творчу незалежність особистості, створює умови для її самореалізації у сфері економіки шляхом розробки і впровадження нових конкурентоспроможних товарів і послуг. В умовах активізації глобалізаційних процесів та інтернаціоналізації проблеми міжнародної конкуренції виходять на перше місце. Під конкурентоспроможністю товару розуміють комплекс споживчих, цінових і якісних характеристик товару, що визначають його успіх на внутрішньому і зовнішньому ринках, що можна виявити тільки в порівнянні з товарами-аналогами. Серед визначальних її багатопланових факторів першочергове значення мають витрати виробництва, інтенсивність і продуктивність праці, якість і безпечність виробів.

Нині у світовій конкурентоспроможності на перший план виходять нецінові фактори. Надзвичайно важливе значення має якість товару і його новизна. Особливої актуальності набуває безпечність продуктів харчування. Головною конкурентною перевагою українських експортерів на світовому ринку є ціна. Для збереження і підвищення цінової конкурентоспроможності українські товаровиробники і уряд повинні підтримувати внутрішні ціни на енергоресурси і сировину на рівні 60-70% світових та на оплату праці – на рівні 25-35%. Більшість країн світу забезпечують підвищення конкурентоспроможності товарів і їх ефективність шляхом впровадження інновацій, розробки високотехнологічних продуктів, виробництво яких неможливе без використання науково-технічного потенціалу, який створювався на протязі багатьох десятиріч самовідданою працею мільйонів людей і містить в собі досягнення кращих представників багатьох поколінь, знаходиться на межі розпаду.

В останні роки важливе значення у забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності товарів набув екологічний фактор. Послання більш жорстких екологічних стандартів і гострої конкуренції на світовому ринку примушує компанії при розробці нових виробів використовувати принципи запобігання забрудненості з економічним самоконтролем.

У 2011 р. Україна експортувала всього продукції на 68,23 млрд дол. США, що більше рівня 2000 р. в 4,68 рази, 2008 р. – лише на 2,2 % і 2010 р. – в 1,33 рази.

Небезпечним, на нашу думку, є стрімке зростання від'ємного зовнішньоторговельного сальдо по Україні у 2011 р. порівняно з 2010 р. у 2,1 рази, що викликало з початку 2012 р. значні ускладнення і може призвести, як і в 2008-2009 рр., коли від'ємне сальдо досягло рівня 15,118 млрд дол. США, до непередбачуваного перебігу подій у зв'язку із посиленням кризових процесів. Україна експортує також продукцію АПК, що в своїй структурі продукції глибокої переробки має менше 10 %, втрачаючи на цьому значну частину валютних надходжень, які можна було б спрямовувати на інновації.

Аграрний сектор економіки України історично завжди був міцною основою індустріального розвитку країни і нині він здатний перетворитися в розвинуту аграрно-продовольчу систему, здатну сприймати нововведення. Аграрний сектор, залишаючись важливою життєдіальною галуззю в будь-якій країні, саме в розвинутих країнах давно вже знаходиться на постіндустріальній стадії розвитку, став наукоємним і переходить на інформаційно-біотехнологічну стадію, а сільське господарство, як

частина агропродовольчої макроструктури, є рівноправним партнером і важливою ланкою всього технологічного ланцюга, готовою породжувати і сприймати нововведення.

Продовольча проблема в глобальному вимірі різко загострилася: на кінець 2010-2011 рр. ФАО зафіксувало рекордне за весь період спостережень підвищення світових цін на 55 видів продовольчих товарів. Увага міжнародних і європейських організацій зосереджується на Україні з її могутнім потенціалом чорноземів і можливістю активізації використання новітніх технологій, що знижують кліматичні ризики.

Важливим завданням для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товарів є вдосконалення ринкових і фіскальних механізмів таким чином, щоб екологічні витрати включалися у собівартість продукції та виключалися із бази оподаткування, а ціни на товари повинні враховувати екологічний фактор їх виробництва та економію на подальшій утилізації, видаленні і рециркуляції відходів.

В боротьбі на світових товарних ринках українські компанії використовують здебільшого цінові фактори і щоб закріпитись на зарубіжних ринках, застосовують демпінгові ціни, але в перспективі така політика матиме зворотний ефект і призведе не до розширення ринків і посиленню конкурентоспроможності, а до зменшення питомої ваги ринку або повної його втрати.

В економіці АПК найбільш конкурентоспроможними на світовому ринку є експортоорієнтовані галузі і підприємства, що базуються на порівнюючи передових технологіях і високопрофесійних кадрах, а це зернові культури, питома вага яких у 2011 р. у зовнішньоекономічних операціях складала 36,4% від загального експорту АПК 9,8 млрд. дол. США, олія - 17,9%, насіння олійних культур -10,2%.

КОНСОЛІДАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ ЗУСИЛЬ У ФОРМУВАННІ БЕЗПЕКИ РОЗВИТКУ ЛЮДСТВА

Бохан А.В., к.е.н, доцент

Київський національний торговельно-економічний університет

Динамічність розвитку міжнародних економічних відносин та інтеграційність прояву глобальних екологічних проблем, зумовлюють новітні спрямування та закономірності функціонування суспільства. Інтернаціоналізація й масштабність виробництва, транскордонність забруднення довкілля та екстенсивний розвиток продуктивних сил суспільства, спричинили збільшення ентропії в навколишньому середовищі та велику ймовірність виникнення екологічних криз у багатьох країнах світу, незалежно від досягнутого ними рівня соціально-економічного прогресу. У зв'язку з цим, особливої актуальності набувають питання міжнародної підприємницької співпраці у формуванні відповідних механізмів екологічно збалансованого й раціонального життєзабезпечення людства.

Світовий досвід екологізації суспільних перетворень характеризує екологічне підприємництво як багатогалузеву сферу його функціонування та розвитку. Зокрема, в країнах Європейського Союзу створено потужний ринок екологічних робіт товарів і послуг, який охоплює стратегічні напрями збалансованого розвитку, а саме: 1) трансформацію нестійких моделей виробництва і споживання (ресурсозберігаючих технології та техніки, природоохоронне обладнання); 2) сприяння екологічному виробництву та ресурсному забезпеченню; 3) формування ефективного і безпечного поводження з відходами; 4) підвищення якості навколишнього природного середовища, відтворення порушених екосистем, ландшафтів; 5) розвиток системи екологічного менеджменту, екологічного аудиту, інжинірингу, маркетингу; 6) страхування екологічної відповідальності, екологічних ризиків.

Перспективи розвитку екологічного ринку обумовлюються, насамперед, прогресивністю суспільного попиту на екологічні товари, послуги, обладнання, технології, якісне навколишнє природне середовище.

За цього визначальним для підприємництва є швидкість позиціонування на світових ринках екологічних товарів і послуг, який динамічно розвивається і є надзвичайно містким (обсягом більше 500 млрд. дол.). Щорічний приріст екологічного ринку складає 5%-10% в різних країнах світу (лідерами є США, Німеччина, Японія, Франція, Великобританія та ін.). Крім того, прогнозується, що у першій половині XXI ст. до 40% світового виробництва складатиме продукція та технології, які будуть пов'язані з екологією та енергетикою.

Відповідно ті суб'єкти підприємництва, які вчасно скористаються новими можливостями виходження на ринок екологічної індустрії та реалізують на ньому свій потенціал, отримають вели-

чезні стратегічні переваги, насамперед: світове лідерство як результат першості реалізації екологізованого підприємництва; високий рівень конкурентоспроможності внаслідок спроможності дотримання екологічних стандартів; ефективність і прибутковість екологізованого підприємництва та його захищеність від іноземної конкуренції. З урахуванням цього має здійснюватися системний моніторинг прогресивних спрямувань підприємництва, які мають стати визначальними у плануванні екологічного розвитку.

У цьому контексті оптимізацію процесів природокористування та залучення до нього суб'єктів підприємництва, варто розглядати як важливе завдання у спектрі вирішення актуальних проблем сучасних міжнародних економічних відносин, які складаються з різних компонентів та форм суспільної господарсько-регулятивної діяльності. Адже факт наявності природних багатств ще не означає для значної частини людства можливості їх використання, відтворення та збереження. Спостерігається посилення конкуренції різного рівня (у т.ч. підприємницької) між сучасними економічно розвиненими країнами, між країнами-метрополіями та найбіднішими країнами за ресурси й екологічні цінності, що знаходяться на території останніх.

Тому вирішення вищезазначених проблем передбачає відповідну реалізацію основних принципів міжнародної екологічної безпеки, які мають місце в діючих урядових домовленостях:

- рівність екологічної безпеки для всіх країн світу; заборона екологічної агресії (ядерної, хімічної і бактеріологічної);
- контроль за дотриманням вимог і стандартів екологічної безпеки за допомогою ефективного моніторингу якості довкілля;
- співробітництво за умов надзвичайних екологічних ситуацій; запобігання трансграничних збитків довкіллю;
- науково-технічне співробітництво з проблем навколишнього природного середовища і поширення передового підприємницького досвіду природооохоронних технологій;
- права людини на сприятливе навколишнє природне середовище.

Незважаючи на різницю в соціально-економічному розвитку країн світу, як позитивний чинник можемо відзначити, що екологічні проблеми все частіше стають пріоритетними та консолідуючими в формуванні безпеки розвитку людства та його благополуччя. Саме екологічний імператив неодмінно змусить радикально змінити політику пріоритетів світового, національно-регіонального і локального розвитку, мобілізувати весь наявний науково-технічний і підприємницький потенціал.

ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ КУРС УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Приходченко Т.А., к.е.н., доцент

Національний транспортний університет, м. Київ

ЄС перебуває на роздоріжжі. Рік у рік він долав свої складнощі, але тепер йому доводиться мати справу з двома джерелами істотної кризи: Греція та Україна. Цього може виявитися забагато. Грецька криза нагноювалася довго і всі сторони поводитися з нею хибно від самого початку, тому нині єдиною конструктивною альтернативою є абияк владнати ситуацію. Але з Україною все інакше. РФ виступає агресором, а Україна, захищаючи себе, обстоює цінності та принципи, на яких був побудований Євросоюз. Втім, ЄС ставиться до України як до ще однієї Греції і це хибний підхід.

З політикою ЄС щось докорінно негаразд. Проблема в тому, що Європа годує Україну криками, так само як Грецію. Як наслідок, Україна заледве животіє, а влада РФ має перевагу стратегічної ініціативи.

Погіршення української ситуації пришвидшується. Фінансовий колапс стався у лютому 2014р., коли гривня знецінилася на 50% за кілька днів, а НБУ мусив витратити великі суми грошей на порятунок банківської системи. Пік кризи стався 25 лютого, коли НБУ ввів заходи контролю за імпортом і підняв облікову ставку до 30%. Відтоді жорсткий тиск з боку президента України повернув обмінний курс знов до рівня, близького до розрахункової бази державного бюджету 2015 року. Але це поліпшення вкрай хитке.

Цей тимчасовий колапс похитнув громадську довіру і піддав загрозі баланси українських банків та компаній, що мають заборгованість у твердій валюті. Він також підірвав розрахунки, на яких базуються програми співробітництва України з МВФ. Програма розширеного кредитування МВФ виявилася недостатньою ще до того, як її було схвалено, але члени ЄС, маючи власні фіска-

льні обмеження, не виявили жодної готовності розглянути додаткову двосторонню допомогу. Тож Україна продовжує хитатися на краю прірви. Разом з тим, українська програма радикальних реформ набирає обертів і поступово стає видимою і для української громадськості, і для європейських політиків. Є різкий контраст між погіршенням зовнішньої ситуації та подальшим просуванням внутрішніх реформ. Це надає українській ситуації вигляд чогось нереального.

Один з імовірних сценаріїв полягає у тому, що Європа буде так-сяк опиратися, годуючи Україну крихтами. Україна не зруйнується, але олігархи знов заявлять про себе, тож нова Україна буде нагадувати стару Україну. І це буде за думкою американського фінансиста, інвестора та філантропа Джорджа Сороса "трагедією Європейського союзу". Принципи, які захищає Україна – ті самі принципи, на яких базується ЄС – будуть відкинуті, а ЄС доведеться витратити набагато більше грошей, захищаючи себе, ніж йому потрібно було витратити, щоб зарадити успіху нової України.

Є також більш позитивний і обнадійливий сценарій. Нова Україна досі жива і сповнена рішучості захищатися. Хоча Україна самотужки не може зрівнятися з військовою потугою РФ, її союзники можуть вирішити допомогти їй "за всяку ціну", за винятком хіба входження у пряме військове протистояння з Росією або порушення мінської угоди. Зробити так – означало б не лише допомогти Україні, але також допомогти ЄС знову віднайти ті цінності та принципи, які сьогодні здаються втраченими.

Саміт Україна–ЄС, що відбувся в Києві 27.04.2015р. не став революційним, але відносини з ЄС – після періоду жорсткої критики з боку Брюсселя – нарешті почали налагоджуватися. Зокрема, ЄС почав всерйоз обговорювати фінансування зарплатні українських держслужбовців-реформаторів, відбулися остаточні домовленості про "запуск" зони вільної торгівлі, тобто ЄС схвалив низку проведених реформ, перейшовши від критики української влади до підтримки її дій, також ЄС підтвердив незмінність санкцій проти РФ. Отже, 27 квітня ЄС публічно визнав прогрес у проведенні реформ і Україна почала повертати довіру ЄС. Заключна спільна заява саміту також містить перелік сфер, де ЄС задоволений прогресом. Водночас це не означає, що всі питання до України зникли. Брюссель погодився, що є прогрес у ухваленні законів, але тепер очікує успіху в їх виконанні.

"В деяких питаннях, таких як судова реформа, незалежність судів, боротьба з корупцією та в інших сферах, ми вже маємо законодавчі акти, які є ну просто витворами мистецтва. Але ж це не означає, що з їх виконанням усе добре", – заявив на зустрічі з журналістами комісар Йоганес Ган, який в Європейській Комісії є відповідальним за "українське питання". "2015-й має стати роком імплементації реформ. І якщо Ви прогавите таку можливість, це буде дійсно великою втратою", – попередив він.

На жаль, за низкою ключових пунктів саміт не призвів до бажаного "прориву", і це не додає радості. Перш за все, українська сторона не переконала європейських партнерів, що українці заслуговують чогось більшого, аніж дружби. І, як запевняють експерти, до Ризького саміту змін так само не буде. "Ми не бачимо, що принципово змінилося у питанні зближення ЄС зі східними сусідами у порівнянні з Вільнюсом (з 2013 роком), щоби ЄС коригував свою позицію. Нині все те саме, що і два роки тому. Тому формулювання декларації Ризького саміту повторюватимуть Вільнюс", – пояснюють європейські фахівці.

На жаль, ЄС і досі не навчився мислити геополітичне, навіть за умов відкритого протистояння з РФ. Так, у публічних заявах, під час прес-конференції на саміті Україна – ЄС, представники ЄС утрималися від таких категоричних заяв. Але саміт підтвердив, що санкції проти РФ зберігатимуться.

І, нарешті, було остаточно погоджено (і підтверджено обома сторонами), що Україна та ЄС не підуть на поступки РФ щодо введення в дію економічної частини Угоди про асоціацію. Більше того, ЄС поставив за мету завершити ратифікацію Угоди вже 2015 року, щоби вона набула чинності. Після цього будь-які переговори з РФ про "відкладання початку дії зони вільної торгівлі" просто втратять сенс.

ЕКОНОМІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ ТА КАНАДИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

*Сідоров М.В.
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна*

Канада входить до ряду найбільш розвинених та крупних країн світу, які грають чільну роль у системі міжнародних економічних відносин. У Канаді високий рівень життя населення. У 2014 році за індексом людського розвитку Канада займає восьме місце серед світу.[1] Вивчення розвитку

економічних зв'язків Канади являє собою великий інтерес для України з точки зору перспектив Україно-Канадського торговельно-економічного співробітництва. Серйозний експортний потенціал Канади, а також необхідність у багатьох українських імпортерів позиціях дають можливість для постійного значного співробітництва з Україною. У часи глобальних економічних змін, впливу минулої і нинішньої економічної кризи, Україно-Канадські торговельно-економічні відносини набувають характеру серйозного стабілізуючого фактору міжнародних економічних відносин. У зв'язку з цим необхідно вивчення актуальних проблем торговельно-економічних відносин Канади і України в умовах глобалізації, їх включення у транс-гранні руки капіталів.

Другого грудня 1991 року Канада визнала незалежність України. Протокол про встановлення дипломатичних відносин із Україною був підписаний 27 січня 1992р. Чинні двосторонні документи, які регулюють двосторонні відносини: декларація про відносини між Україною та Канадою; угодою між Урядом України й Урядом Канади про економічне співробітництво тощо. Загалом набрали чинності і діють понад 50 документів, які регулюють взаємовідносини між двома державами. [2]

Важлива особливість економічних взаємин України та Канади створено наявністю більш ніж мільйонною українською діаспорою, яка безумовно є інтегрованою частиною канадського суспільства, відомо що українці входять в десятку етнічних груп які є складовою канадської нації.[3]

Між Україною та Канадою існує жвавий експортно-імпортерний обмін, що видно за наведеної нижче таблиці:

Таблиця 1 – Показники обсягу зовнішньої торгівлі товарами між Україною та Канадою за період з 2005-2014 рр.

Рік	Експорт (тис. Дол. США)	Імпорт (тис. Дол. США)	Сальдо
2005	90119,3	87015,56	23732
2006	122452,1	98720,1	-36703,4
2007	95430,8	132134,2	-116146,4
2008	144090,4	260236,8	-74552,1
2009	61634,4	136186,5	-86936,2
2010	73268,6	160204,9	-852333,1
2011	122596,9	207830	-85233,1
2012	107243,9	193046,7	-85802,8
2013	57441	243072,4	-185631,3
2014	72565,6	191188,4	-118622,8

Таблиця складена автором за даними джерела [4]

Найбільший показник експорту у період з 2005 року по 2014 рік був у 2008 році 144090,4 тис. дол. США, імпорту – у 2008 році 207830 тис, найбільший показник імпорту – у 2008 році 207830 тис. дол. США, найбільший показник сальдо у 2005 році – 3103,74 тис. дол. США. Найменший показник експорту був у 2013 році 57441 тис. дол. США, імпорту у 2011 році – 57441 тис. дол. США, сальдо у 2008 році – 116146,4 тис. дол. США

Звернемо увагу, що певним бар'єром у реалізації Українсько-Канадських торговельно-економічних відносин є високі митні тарифи та мита для третіх країн у рамках НАФТА, членом якої як відомо є Канада.

Тому зрозуміло, що незважаючи на позитивну динаміку торговельно-економічних відносин двосторонній товарний обіг цих країн порівняно не дуже великий, щоб знизити вплив митних бар'єрів у рамках НАФТА на інвестиційне співробітництво України та Канади діють договір «Про просування і захист іноземних інвестицій», та «Конвенція про уникнення подвійного оподаткування»[5]

Україна та Канада вже декілька років ведуть переговори про укладення двосторонньої зони вільної торгівлі (з червня 2010 року). Ця зона могла би бути певною лазівкою в обхід НАФТА, подібна практика серед країн членів НАФТА успішно застосовується. [3] Створення зони вільної торгівлі з Канадою відкриває для України доступ на ринки Північної та Латинської Америки, тобто Канада може стати «перепусткою» для України в Американський регіон, а також бути посередником у

відносинах США і країнами членами Меркосур, це дозволить активізувати діяльність України у пріоритетних економічних галузях.

Посол Канади в Україні Роман Вашук заявив у березні 2015 року, що Канада сподівається, що у 2015 році буде підписаний договір про створення зони вільної торгівлі з Україною [6]

Також Посол Канади в Україні підкреслив, в договір по зону вільної торгівлі з Україною досі не включено поняття послуг. «Наприклад, ІТ-послуг в Канаду продається набагато більше, ніж ми собі можемо уявити. Це дуже великий експортний сектор, який не охоплюється більшістю договорів про вільну торгівлю та державною статистикою. Я думаю, що, зарахувавши такого роду експортно-імпортних операцій, ми б змогли казати, що товарообіг збільшиться на 20-30%» сказав Посол Канади в Україні [6].

Виходячи з вищевикладеного можна зробити висновок про необхідність розвитку економічних відносин України з Канадою в період глобальної нестабільності.

Список використаних джерел:

1. Программа развития ООН: Индекс человеческого развития в странах мира в 2014 году [електронний ресурс]: веб-сайт. – Режим доступу: <http://gtmarket.ru/news/2014/07/24/6843>
2. Жук М.В. Комерційні відносини України: Підручник. – Чернівці: Рута, 2003. – 576 с. Стр 496
3. Statistics Canada: Canada's national statistical agency [електронний ресурс]: веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.statcan.gc.ca/start-debut-eng.html>
4. Держкомстат України (Держкомстат України [електронний ресурс]: веб-сайт. – Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Украинско-канадские отношения [електронний ресурс]: веб-сайт. – Режим доступу: <http://zarubegom.com/ukrainsko-kanadskie-otnosheniya/>
6. Канада рассчитывает подписать договор о ЗСТ с Украиной в 2015 году, - Посол [електронний ресурс: веб сайт. – Режим доступу: http://censor.net.ua/news/330388/kanada_rasschityvaet_podpisat_dogovor_o_zst_s_ukrainoy_v_2015_godu_posol
7. Міжнародні економічні відносини: підручник / за ред А.П. Голікова, О.А. Довгаль. – Х. : ХНУ ім В. Н. Каразіна, 2015. ISBN 978 966 285 134 2
8. Світова економіка: підручник / за ред А.П. Голікова, О.А. Довгаль. – Х. : ХНУ ім В. Н. Каразіна, 2015. ISBN 978 966 285 135 9
8. Canada Year Book 2012 Published by Statistics Canada (2012)
9. Courchene Thomas L. Neave Edwin. (ed.) Reforming the Canadian Financial Sector: Canada in Global Perspective. Kingston: John Deutsche Institute for the Study of Economic Policy, 1996

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Волченко Н.В., к.е.н., доцент
Сумський національний аграрний університет*

За даними митних органів зовнішньоторговельний обіг продукції агропромислового комплексу України за 2007 р. склав 11150 млн. дол. США, що становить 10% зовнішньоторговельного обігу України. Присутність української сільськогосподарської продукції на світових ринках робить сільськогосподарських товаровиробників більш чутливими до зовнішніх факторів впливу, головним з яких є конкуренція. Конкуренція призводить до підвищення вимог щодо якості та ціни української продукції. Але сільськогосподарські товаровиробники не завжди мають змогу знижувати ціну і підвищувати якість продукції одночасно.

Зважаючи на невідповідність української сільськогосподарської продукції світовим стандартам, питання якості залишається у площині загальнодержавної проблематики. Створення спеціалізованих лабораторій, які б здійснювали процедуру сертифікації виробів і засвідчували б їх відповідність визначеному стандарту якості, є завданням держави. Разом з цим дотримуватися визначених вимог при виробленні, збереженні та переробці сільськогосподарської продукції зможуть лише середні та великі потужні господарства. Дрібний же сільськогосподарський товаровиробник залишиться неспроможним на це. Статистика свідчить, що лише 40% продукції виробляється сільськогосподарськими підприємствами, а більша частка – 60% – господарствами населення. Єдиним ви-

ходом із ситуації, що склалася, на нашу думку, є укрупнення господарств та функціонування їх у рамках більш потужних економічних одиниць.

До того, як цей процес буде здійснено, залишається можливість зменшення витрат і конкуренція за ціновими факторами. Більш розвинуті країни мають досить сильну систему державної підтримки сільськогосподарського товаровиробника, яка дозволяє йому виходити на ринок (в т. ч. і світовий) із ціною, нижчою за ціну конкурентів, вигравши таким чином боротьбу за покупця.

Так, у країнах-членах ЄС сільськогосподарські товаровиробники отримують компенсації втрат урожаю, за вклад у захист навколишнього природного середовища, заліснення сільськогосподарських угідь, ранній вихід на пенсію (на старше 55 років), витрат на вирощування бичків і корів молочних порід, мають змогу отримувати субсидії та прямі доплати тощо. Таким чином, компенсується частина витрат, а товаровиробник може собі дозволити більш низькі ціни.

На нашу думку, виходом із цієї ситуації можуть бути намагання виробників знизити певним чином свої витрати. Таке зниження можливе за умови оптимізації структури наявних витрат. Ефективне витрачання ресурсів зменшить собівартість продукції, що буде підґрунтям зниження ціни без втрати долі прибутку.

ВПЛИВ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗРОСТАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Красовська Т.В.

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

Зовнішньоекономічна діяльність являється важливою та невід'ємною сферою господарської діяльності учасників ринкових відносин.

Ефективна взаємодія економіки України зі світовим господарством можлива лише за умови створення у країні високо розвинутого експортного комплексу.

Актуальність проблем управління експортною діяльністю в таких державах як Україна, зумовлюється, насамперед, кризовим станом їх внутрішніх економічних систем, при якому експорт відіграє роль стримуючого фактору, запобігаючи подальшому кризовому розвитку подій.

Розширення діяльності підприємств-експортерів потрібно розглядати не як результат росту конкурентоспроможності, а як один з її факторів, а також як фундамент для розвитку і використання конкурентних переваг більш високого рівня.

Управління експортною діяльністю підприємства неможливе без визначення та систематизації чинників її формування та розвитку. Необхідність аналітичного дослідження чинників формування та розвитку експортного процесу як основи його значущості не викликає сумнівів.

1. Залежно від місця виникнення чинники впливу на експортну діяльність підприємства поділяються на: внутрішні (ендогенні), виникнення та інтенсивність прояву яких залежить від діяльності підприємства, стану його виробничо-ресурсної бази, системи його менеджменту і зовнішні (екзогенні), виникнення та інтенсивність прояву яких не залежить від діяльності підприємства і обумовлюється станом зовнішнього середовища.

2. Залежно від джерела виникнення чинники впливу на експортну діяльність підприємства поділяються на: природно-ресурсні (кліматичні, забезпеченість речовинними чинниками виробництва, географічне розташування суб'єкта ЗЕД тощо); інформаційно-технологічні (бізнес-інформація та технологічні знання, які використовуються для прийняття рішень підприємством); управлінські, які пов'язані з системою менеджменту і дія яких обумовлює певний результат бізнес-діяльності підприємства; інтелектуальні, які визначають рівень кваліфікації робітників та персоналу підприємства, їх здатність генерувати та реалізовувати нові конкурентні переваги підприємства.

3. Залежно від характеру походження вони поділяються на: чинники ринкового походження, які визначають обсяги та асортиментну структуру експорту підприємства, його експортну стратегію і відбивають кон'юнктуру зовнішнього ринку, умови та рівень його конкуренції; виробничі чинники, які відбивають стан та функціональні характеристики виробничо-ресурсної бази підприємства; чинники інституціонального походження, дія яких пов'язана із зовнішньоторговельною політикою держави та діяльністю системи міжнародних інститутів з координації та контролю світової торгівлі.

4. Залежно від наслідків прояву чинники впливу на експортну діяльність підприємства поділяються на: загальні, дія яких призводить до змін в загальних умовах здійснення експортної діяль-

ності підприємства; специфічні, дія яких змінює умови експорту підприємств окремої галузі; індивідуальні, дія яких безпосередньо обумовлює зміни в експортній діяльності окремого підприємства.

5. Залежно від ступеня впливу на рівень експортної діяльності підприємства вони поділяються на: основні, впливу яких на рівень експортоздатності підприємства є визначальним, і другорядні, вплив яких на рівень конкурентоспроможності у порівнянні з першими не є визначальним.

6. Залежно від ступеня взаємообумовленості чинники формування та розвитку експортної діяльності підприємства поділяються на: незалежні, які визначаються певними подіями або тенденціями, і похідні, які є наслідками дії причинно-наслідкового зв'язку між певними подіями або рішеннями.

7. Залежно від часу дії розрізняють постійні та тимчасові чинники формування та розвитку експортної діяльності підприємства. Постійні чинники визначають загальний рівень експортоздатності підприємства; тимчасові - змінюють цей рівень внаслідок тих чи інших подій.

8. Залежно від спрямованості дії розрізняють чинники, які стимулюють розвиток експортної діяльності, і чинники, які стримують цей розвиток.

9. Залежно від характеру визначення розрізняють: потенційні та фактичні (наявні) чинники формування та розвитку експортоздатності. Потенційні чинники обумовлюють ймовірність досягнення певного рівня експортоздатності; фактичні обумовлюють певний його рівень у визначений час.

Велике значення в процесі дослідження чинників формування та розвитку експортного потенціалу підприємства має виокремлення груп зовнішніх та внутрішніх чинників експортоздатності, виділення різноманітних груп чинників у межах кожної з них.

Також, надалі доцільно присвятити роботи розробці методики, яка б враховувала вищезазначені чинники в формуванні стратегії конкурентоспроможності підприємства.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЯПОНІЇ

Гайда І.О., аспірант

Київський національний економічний університет ім. В.Гетьмана

Науково-технічний прогрес, визнаний в усьому світі як найважливіший фактор економічного розвитку, усе частіше у західній, і у вітчизняній літературі зв'язується з поняттям інноваційного процесу. Саме інноваційний шлях розвитку економіки забезпечує оновлення технологій, товарів і послуг, ефективне використання науково-технічного потенціалу і стимулювання його підвищення. Важливе місце в такій політиці відводиться податковим заходам. Введення податкових стимулів в більшості розвинених країн було викликане прагненням урядів схилити приватний бізнес до активнішої участі у фінансуванні національних науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок (НДДКР).

Уряд Японії здійснює підтримку науково-інноваційної діяльності підприємств різноманітними способами:

- уряд здійснює фінансування НДДКР, використовуючи при цьому різні фонди;
- державні дотації великим компаніям для закупівлі ліцензій на використання ноу-хау;
- державне фінансування приватних компаній, що здійснюють НДДКР (надання державного замовлення);
- пільгове оподаткування або звільнення від податків науково-дослідної та виробничої діяльності у сфері перспективних НДДКР;
- пільгове кредитування перспективних НДДКР;
- націоналізація окремих галузей промисловості з подальшою передачею їх у приватне володіння після досягнення ними прибутковості та фінансової стійкості (всі витрати відносяться на рахунок держави).

На думку японського керівництва, серед набору заходів фінансового стимулювання інноваційної активності приватного сектора одна з найбільш ефективних - податкові пільги. У Токіо вважають, що підвищення зацікавленості компаній в інноваційному шляху розвитку шляхом полегшення податкового тягара набагато результативніше прямих дотацій і субсидій. Основне завдання надання податкових пільг підприємствам - стимулювання зростання витрат на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР), які розглядаються як основний показник інноваційної активності країни [1, с.136, 2, с.11].

Ще в 2003 році була прийнята система податкових знижок на загальний обсяг витрат, пов'язаних з науковими дослідженнями. Відповідно до неї розмір спеціальних податкових знижок на загальний обсяг витрат на НДДКР становить від 8 до 10% від цього показника.

Поряд із зазначеними, постійно діючими податковими пільгами японський уряд періодично застосовує тимчасові збільшення податкових знижок. Наприклад, в 2006 році була введена система податкових знижок, пропорційних зростання витрат на НДДКР, що діяла два роки. Для отримання 5-відсоткової податкової знижки необхідно було, щоб витрати на НДДКР в поточному році перевершували відповідну статтю за попередні два роки. Збільшення витрат на НДДКР підраховується шляхом зіставлення витрат в поточному році із середнім показником за попередні три роки.

Підприємства в усіх сферах господарювання фінансують НДДКР переважно (60–80 %) за допомогою власного капіталу. Важливою є роль кредитів у фінансуванні НДДКР (від 5 % до 30 %). Інші, менш ризиковані, види інвестицій в інноваційну діяльність до двох третин фінансуються за допомогою кредитів. Гранти відіграють невелику роль у фінансуванні досліджень на підприємствах (від 4 % до 11 % у різних групах підприємств)[3, с. 223].

Законодавство Японії передбачає ряд знижок компаніям, що використовують технології, визначені урядом як найбільш важливі. Дана система включає в себе 132 технології і припускає знижки у розмірі 7% від витрат на НДДКР в «ключових» областях. Розмір знижок не перевищує 15% від корпоративного податку. Провідне місце займають технології, використовувані в оптоелектроніці, напівпровідниках, робототехніці, виробництві нових матеріалів, біотехнології та космічних дослідженнях.

У 2014 році витрати в Японії на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи становили 3,4% до ВВП і становили 165,1 млрд. дол. США і це значно нижче в порівнянні з 2008 роком, де витрати на НДДКР – 3,47% до ВВП, що становило 185,6 млрд. дол. США. У рейтингу країн за валовими витратами на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи у 2014 році Японія була однією з лідерів, займаючи 3 позицію[4].

Список використаних джерел:

1. Хватова Т.Ю. Национальные инновационные системы зарубежных стран: цели и стратегии развития. – СПб.: Изд-во Политехнического университета, 2009. – С.136-137.
2. Леонтьев Л.И. Опыт стимулирования инновационной деятельности за рубежом / Л.И. Леонтьев // Инновации. – №4. – 2003. – С.11 – 13.
3. Зінько Н. Інструменти стимулювання інноваційної діяльності (на прикладі Індії, Ірландії, Сінгапуру, Фінляндії, Японії) / Н. Зінько // Регіональна економіка. — 2006. — № 4.
4. 2014 GLOBAL R&D FUNDING FORECAS // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.battelle.org/docs/tpp/2014_global_rd_funding_forecast.pdf

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРЫ В ЭКОНОМИЧЕСКИ РАЗВИТЫХ СТРАНАХ

Гольдфарб А.Г., к.э.н., доцент

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

Економіка розвинутих країн на сьогоднішній день характеризується переходом від традиційної до інформаційно орієнтованої економіки, в якій звичайне розуміння кар'єри вже не є актуальним. Кар'єра в традиційному розумінні – це те, к чому прагне людина в плані своєї професійної діяльності. Звичайно кар'єра асоціюється з просуванням по службовій драбині і з отриманням керівної посади, яка в свою чергу дає працівнику бажаний рівень доходу і влади. Тобто саме існування поняття кар'єри передбачає наявність посадових ієрархічних рівнів в організації.

Факторами, що сприяють просуванню по кар'єрній драбині, можуть бути: професійний ріст і можливість виконувати більш складні і відповідальні завдання; висока зарплата; хороші стосунки з керівництвом або власниками компанії. При цьому необхідно відзначити, що професіоналізм в просуванні по ієрархічних рівнях (кар'єрній драбині) грає, на жаль, далеко не головну роль.

В інтелектуально орієнтованій економіці і організації стають важливими не посади і досвід роботи, а досягнення. Іншими словами, при пошуку роботи і побудові кар'єри

важны будут не организации, где сотрудник работал, и стаж его работы, а его специальность, знания, умения и реальные достижения. Такой подход уже виден на примере IT отрасли. Для соискателей данной отрасли не имеет значения организация, в которой они работали, и опыт их работы. Имеют значения их знания, навыки, способность выполнить тот или иной проект, а также реально выполненные проекты.

Интеллектуально ориентированная экономика имеет дело не с должностями, а с проектами.

Работа как проект имеет начало и имеет конец в отличие от ежедневных повторяющихся обязанностей. Проект требует от человека не рангов, а профессионализма. Появление новой модели труда, новой модели карьеры характеризуется следующими положениями.

Во-первых, работа в виде постоянного, ежедневно повторяющегося задания, составления отчетов и передачи их вышестоящим звеньям может быть автоматизирована. Это приводит к ликвидации должностей, связанных с контролем и организацией труда, что в принципе приводит к исчезновению руководителей среднего звена. Их место занимают руководители проектов. Однако в отличие от руководителей среднего звена их статус является временным. Тот, кто сегодня руководит каким-либо проектом, завтра в другом проекте может быть исполнителем. И это совершенно не означает, что сотрудника понизили. Это означает, что в данном проекте он может принести больше пользы будучи исполнителем, а не руководителем.

Во-вторых, нацеленность компаний на процессы и технологии, а не на функции, внедрение аутсорсинга, развитие виртуальных корпораций, сделало компании в большей степени зависимыми от знаний, а не от физических активов. В таких условиях карьера определяется не положением в иерархической структуре компании, а способностью, умением сотрудников мобилизовать знания и навыки для достижения целей компании.

В-третьих, признаком успешной карьеры становится не должность, а содержание работы и ее значение для компании. То есть чем сложнее и значимее проект, в котором работает сотрудник, тем ценнее он для компании и для других работодателей. При этом главной целью работника является повышение уровня профессионализма, чтобы в дальнейшем быть задействованным в сложных и дорогостоящих проектах, а не переход на следующую ступень карьерной лестницы.

В-четвертых, начинают меняться параметры приема на работу. Если в недавнем прошлом отдавалось предпочтение соискателям, долгое время проработавшим в одной и той же компании, имея при этом внушительный список званий и должностей, то сейчас предпочитают тех, кто часто менял компании и не имеет большого разнообразия должностей. Настоящий профессионал должен показать свои заслуги перед клиентами, а в какой организации это было становится не столь важным.

В-пятых, отсутствие привязанности к конкретной компании и работа с проектами порождают новые отношения компания – работник. Многие работники предпочитают не быть штатными сотрудниками компании, тем самым обеспечивая себе большую свободу действий и выбор проектов.

ЩОДО ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Солопун Н.М., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Світова економіка протягом попередніх 50 років показувала стабільне та достатньо швидке зростання. В середньому, обсяги світової економіки збільшилися у шість разів. Позитивними наслідками цього явища можна вважати зменшення кількості людей, що живуть за межею бідності, збільшенням середнього доходу на душу населення тощо. Але, слід зазначити, що швидке збільшення промислового виробництва, нераціональне використання обмежених ресурсів планети може призвести до зовсім інших наслідків (рис. 1) [1].

Однією з причин вищевказаного є уповільнення зростання чисельності населення і збільшення тривалості життя, що обмежують зростання чисельності населення працездатного віку. За останні півстоліття швидке зростання населення (тобто, збільшення числа робочих) і жваве підвищення продуктивності праці призвело до збільшення валового внутрішнього продукту.

За прогнозами McKinsey Global Institute (MGI) зайнятість зростатиме лише на 0,3 % на рік протягом наступних 50 років.

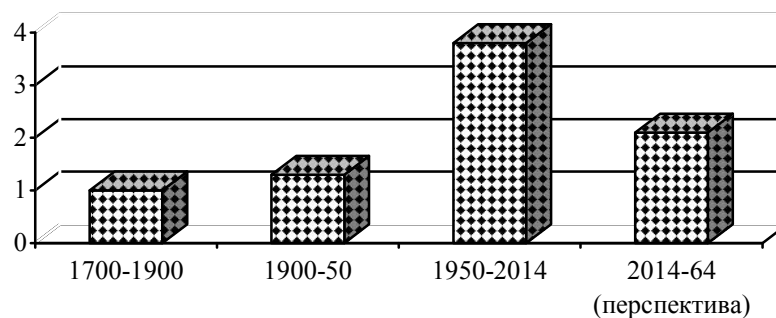


Рисунок 1 – Сукупний середньорічний темп зростання ВВП, %

Навіть якщо зростання продуктивності праці буде відповідати швидким темпам росту зайнятості протягом останнього півстоліття, темпи глобального зростання ВВП все ж таки можуть знизитися майже на 40 %, до 2,1 % в рік [1]. Тому, спрямуванням світового співтовариства має бути підтримання економічного зростання, але не такого інтенсивного, як у останні 50 років. Дохід на душу населення і рівень життя населення, як в розвинених, так і країн, що розвиваються, за прогнозами, буде рости більш повільно.

Доцільно не забувати про концепцію сталого розвитку суспільства, основними положеннями якої доцільно користуватися при побудові стратегії подальшого розвитку світового співтовариства [2].

Крім того, слід відзначити й проблему зайнятості населення. Глобальне зростання зайнятості сповільнюється вже протягом більш двох десятиліть. Чисельність персоналу вже скорочується в Німеччині, Італії, Японії та інших країнах. В Китаї та Південній Кореї падіння цього показника, ймовірно, почнеться на початку 2024 [1]. Хоча існують значні можливості для розвитку політики активізації участі на ринку праці жінок, молоді та тих, хто старше 65 років.

Крім того, необхідно керувати продуктивністю та темпами зростання ВВП та зайнятістю населення в довгостроковій перспективі.

Так зростання продуктивності повинні керувати темпи зростання ВВП в довгостроковій перспективі. Дійсно, достатньо було б досягти 3,3 % в річному 80 % швидше, ніж середня швидкість під час останні півстоліття, щоб повністю компенсувати уповільнення зростання зайнятості. Дослідження MGI у п'яти секторах (сільське господарство, автомобілебудування, харчова промисловість, охорона здоров'я, і роздрібна торгівля) знайшли можливості для збільшення річного зростання продуктивності до 4 %, а це більше, ніж достатньо, щоб протистояти несприятливій демографічній тенденції. Світове співтовариство продовжує розвивати свій технологічний потенціал. Й це добре, бо постає необхідність у створенні більшої продуктивності за рахунок менших витрат ресурсів. Тому перед нами постає питання розробки та прийняття нових інноваційних підходів до організації виробництва тощо.

Бізнес повинен відігравати у цьому вирішальну роль: агресивна модернізація капіталу та технологій, інвестування у НІОКР та новітні технології, пом'якшення ерозії резерву робочої сили за рахунок забезпечення більш гнучкої робочої середовища для жінок і літніх працівників, а також навчання та наставництво для молодих людей.

В умовах потенційно слабкішого глобального економічного зростання, і, безумовно, мінливої динаміки зростання, керівники повинні передбачати де виникатимуть нові можливості ринку, а також яких конкурентів вони зустрінуть на ринках. Перш за все, компанії повинні бути конкурентоспроможними у світі, де продуктивність більше буде арбітром успіху або невдачі.

Останні півстоліття були періодом безпрецедентного економічного зростання. Тим не менш, без істотного підвищення продуктивності цей період може виявитися історичною аномалією.

Доповідь Мак-Кінзі виявляє десять компонентів, які могли б підняти зростання глобального ВВП, ближче до її потенціального значення за рахунок збільшення прозорості та конкуренції, створення стимулів для інновацій, мобілізації робочої сили, і подальшої інтеграції у світову економіку [1]. Але досягти вказаних цілей буде достатньо важко. Тільки радикальні зміни в приватному і державному секторах й розумний підхід до зростання, надасть змогу подолати ті сили, які зараз загрожують глобальному економічному процвітання.

Список використаних джерел:

1. McKinsey & Company – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.mckinsey.com>
2. Бегун Т. В. Устойчивое развитие: определение, концепция и факторы в контексте моногородов [Текст] / Т. В. Бегун // Экономика, управление, финансы: материалы II междунар. науч. конф. (г. Пермь, декабрь 2012 г.). – Пермь: Меркурий, 2012. – С. 158-163.

ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО СТАВЛЕННЯ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ ЗАСОБАМИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ

Попова А.М., к.т.н.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Формування позитивного ставлення до держави в цілому і до підприємств, що представляють її на міжнародному ринку є важливим завданням сьогодення. Але наявність різноманітної інформації потребує представлення не тільки правдивих та прозорих даних, а ще й легкої для сприйняття, що не дасть змоги для її двозначного тлумачення. Однією з перепон є все більше зростання у сучасному світі кількості інформації. Вже зараз експерти стверджують, що перед людиною постають завдання сприйняття і розуміння великих об'ємів інформації. Всесвітня мережа навіть при досить простих умовах пошуку може надати тисячі посилань в автоматичних системах пошуку, як то Google чи інші.

Одна з можливостей отримати своє «обличчя» у цьому потоці інформації і впливати на формування міжнародної спільноти, це використання інфографіки як альтернативу звичайній статистиці, яку часто прийнято звинувачувати у неправдивості, однак насправді ключовою складовою помилок є людський фактор висвітлення і представлення «правильних» фактів та залежностей.

Людина завжди намагалася наглядно відображати інформацію. Першими кроками можна вважати наскельний живопис. З того часу людство прикладало чимало зусиль та розробило правила, традиції, норми та нормативи, що дозволяють досягти наочності в деяких галузях, таких як схеми, географічні карти, фотографія, малювання та інше. Прикладом можуть слугувати нормативи для виконання креслень, які викладені у нормах ДСТУ, норми картографів.

Однак все вищезгадане не отримало широкого розвитку у економіці. А можливості, які представлені сучасним програмним забезпеченням дуже великі. Основним стимулом повинні стати потреби суспільства і світу по збільшенню інтегрованості економіки країни у світову економіку та прозорості процесів, що виключає можливості корупційних процесів чи зловживань.

У сучасному світі, що вже існує у стані інформаційного вибуху, при міжнародних перемовинах, на презентаціях, при представленні результатів діяльності чи вплив на рішення топ-менеджерів та акціонерів компаній вже важко отримати не приклавши значних зусиль. Проте тиск та використання агресивних методів ведення перемовин неможливе і недопустиме, оскільки викличе неприйняття і як наслідок втрату можливостей співпраці. І чим вище буде рівень перемовин, тим більш дипломатичними і переконливими мають бути представлені дані. Сучасні бізнесмени, що працюють на міжнародному ринку не потребують гучних заяв чи ярих салоганів, багатьох «красивих картинок», їм необхідно у стислому вигляді представити цифри, факти, статистику. Отримання інформації, фактів, статистики, можливостей розвитку бізнесу є завдання керівництва і розробників бізнес-пропозицій, а ось представлення яскравої, цікавої, а головне інформативної презентації дає візуалізація. Можливе не тільки зображення позитивної динаміки чи можливостей, але й відображення «вузьких» місць, що дозволяє використовувати методи візуалізації для аналізу економічних процесів.

ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА

Черкас П. П., преподаватель-стажер

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

На сегодняшний день в развитии экспорта важную роль играет возможность отечественных предприятий производить и реализовывать товары, соответствующие требованиям мирового рынка

по качеству, цене и уровню сервиса. Именно осуществления эффективной внешнеэкономической деятельности станет основой для создания условий для повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции. Украина становится равноправным членом международных экономических отношений, необходимо реализовывать мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности отечественных предприятий на мировом рынке. Реализация этой задачи объективно требует проведения комплексных исследований и определяет масштабы анализа и разработок по совершенствованию механизма государственной поддержки украинских предприятий и обеспечения их конкурентоспособности на мировом рынке. Вместе с тем есть несовершенство имеющихся методов оценки товарной и географической структуры экспорта, которые снижают результативность мероприятий внешнеторговой политики страны [1].

Считаем, что целесообразно акцентировать внимание на сильных сторонах, поэтому сосредоточение внимания на развитии агросектора станет началом стабилизации экономики, а создание производств полного цикла позволит стать полноправным конкурентоспособным экспортером на мировом рынке.

По последним статистическим данным есть позитивные сдвиги за январь-сентябрь 2014 экспорт товаров из Украины в страны Евросоюза вырос на 10,7%, то есть на \$1,3 млрд и достиг \$13,4 млрд в сравнении с аналогичным периодом 2013 года [2].

Учитывая современное состояние украинской экономики и актуальность проблем развития внешнеторгового потенциала страны, и то, что несовершенство существующей финансовой поддержки экспортеров, в частности низкая дееспособность систем государственного экспортного кредитования и страхования являются одними из основных причин формирования отрицательного сальдо внешнеторгового баланса.

Таким образом, среди факторов влияния на уровень экспортных возможностей Украины следует выделить:

- 1) Обеспечение макроэкономической стабильности и условий для развития предпринимательства, привлечения иностранных инвестиций в Украину.
- 2) Обеспечение функционирования механизмов кредитования и страхования экспорта с участием государства, а также предоставление государственных гарантийных обязательств по экспортным кредитам.
- 3) Решить проблемы экологической безопасности из-за устаревших технологий, которые используются на предприятиях.
- 4) Создание системы внешнеторговой информации и информационно-консультационных служб, которые включали бы их региональные и зарубежные представительства.
- 5) Обеспечение научно-технической базы [3].

Реализация этих задач требует ежегодных бюджетных ассигнований, объемы которых целесообразно определять, исходя из существующей мировой практики, откорректировав их с учетом современного состояния украинской экономики и сложившейся структуры украинского экспорта.

Выводы. Важным фактором ухудшения национальной внешней торговли со странами ЕС является наращивание иностранных обязательств через несвоевременные расчеты украинских предприятий с иностранными партнерами, морально и физически изношенное промышленное оборудование не оставляет надежды на то, что Украина в ближайшее время сможет расширить позиции экспортера машино-технической продукции и других промышленных изделий с высокой добавленной стоимостью.

Рекомендуемые направления по содействию развитию экспортного потенциала предприятий Украины:

- Способствовать развитию отечественной науки, техники, технологии и внедрению передовых достижений в производство для роста экспортной деятельности предприятий.
- Исключить образование теневых компаний для спекуляций по возмещению НДС и субсидий для национальных экспортных компаний.
- Разработать программы целевого финансирования маркетинговых исследований приоритетных и перспективных направлений развития экспорта.

Список использованных источников:

1. Лопатченко С. Г. Экспортный потенциал Украины в рамках евроинтеграции / С. Г. Лопатченко // Молодежный научный вестник УАБД НБУ. - 2014. - С. 333-342.

2. Министерство экономического развития и торговли Украины [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.me.gov.ua>

3. Алимова А. Экспортный потенциал Украины: проблемы и перспективы реализации [Электронный ресурс] / Алимова А. // Государственное управление: совершенствование и развитие. - 2013. - № 3. - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=556>

РЕАЛІЗАЦІЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Дунська А.Р., к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

При здійсненні експортної діяльності та реалізації стратегії експорту, необхідно визначитись з системами, які забезпечать відповідну реалізацію експортної стратегії. До них доцільно віднести товарну, цінову і комунікаційну політику підприємства і, як результат, розробити по кожному напрямку свою конкретну стратегію.

Товарна стратегія в експортній діяльності передбачає оцінку переваг та недоліків товару, особливостей обраного цільового закордонного ринку. В залежності від цього приймається рішення, чи варто адаптувати товар до зарубіжного ринку або ж експортувати його в незмінному вигляді, не вносячи ніяких змін.

Адаптуючи свій товар до умов ринку, експортер повинен знати:

- закони і місцеві розпорядження;
- наявні в країні норми безпеки;
- норми гігієни;
- технічні норми;
- наявні стандарти;
- екологічні вимоги та ін.

У процесі розробки цінової стратегії експорту фірма визначає цілі ціноутворення, які повинні забезпечити успішну реалізацію експортної стратегії. Це зв'язано з тим, що саме від рівня цін на товари залежать комерційні результати діяльності підприємства, а обрана ним цінова політика здійснює тривалий і вирішальний вплив на ефективність його роботи на ринку.

Визначаючи рівень ціни на конкретному закордонному ринку, підприємство виходить із загальних цілей цінової політики:

- досягнення визначеного рівня обсягу продажів на ринку;
- збереження частки ринку;
- завоювання максимально можливої частки ринку;
- досягнення визначеного рівня рентабельності інвестицій;
- одержання визначеного рівня прибутку;
- завоювання верхнього сегменту ринку;
- відповідність цінам конкурентів.

Для досягнення перелічених цілей компанія може застосувати значну кількість варіантів цінових стратегій: цінова стратегія «витрати плюс надбавка»; стратегія забезпечення цільової норми прибутку на вкладений капітал; стратегії визначення цін на нові товари; стратегії визначення цін на існуючі товари; стратегії в рамках товарної номенклатури; конкурентні цінові стратегії; стратегії цінової дискримінації; стратегії цінових знижок і заліків (за швидку оплату рахунків; кількісних знижок; функціональних; сезонних; стимулюючих; дилерських); стратегії визначення цін за географічними ознаками (ціни FOB у місці походження товару; єдина ціна з включенням у неї витрат на доставку; зональні ціни; визначення цін щодо базисного пункту; визначення цін із прийняттям на себе витрат на доставку).

Основними завданнями комунікаційної стратегії є формування попиту і стимулювання збуту продукції на зовнішньому ринку, а також реалізація інших цілей міжнародного маркетингу, наприклад: інформування зарубіжних споживачів; формування позитивного іміджу фірми в іншій країні; мотивація закордонних споживачів; формування лояльності споживачів до товарної марки; нагадування про підприємство і його товари тощо.

Стратегії формування попиту застосовуються на етапах впровадження і виведення нових товарів на ринок. У рамках цієї стратегії всі види маркетингових комунікацій спрямовані на пошук ідей нового товару, виведення його на новий ринок, інформування потенційних покупців про новий продукт. Стратегії стимулювання збуту є актуальними на етапах зрілості і спаду товару, в умовах насичення ринку, загострення конкуренції за споживачів. У рамках цієї стратегії застосовуються всі відомі комунікаційні маркетингові заходи.

Роль комунікацій у міжнародному і національному маркетингу полягає в наданні покупцям інформації, що привела б до прийняття рішення про придбання товару фірми. Важливими обставинами при визначенні методів просування товару на зовнішньому ринку є ступінь його стандартизації до потреб конкретного ринку та доступність засобів масової інформації в різних країнах. Основними методами просування товару на закордонних ринках є: реклама, PR, стимулювання продажів, прямий маркетинг, персональні продажі. На етапі виведення нового товару на новий зовнішній ринок для інформування потенційних споживачів найбільш ефективними засобами є реклама і пропаганда, після них — стимулювання збуту. Згодом, на етапі зростання, роль стимулювання збуту знижується, а реклама і комерційна пропаганда підтримуються на колишньому рівні. На етапі зрілості зростає роль інформаційної, порівняльної, стимулюючої реклами. На етапі спаду основна увага приділяється стимулюванню збуту.

Визначені системи підтримки експортної стратегії сприятимуть забезпеченню ефективної її реалізації при виході підприємства на зовнішній ринок, оскільки охоплюють три найважливіші напрямки при забезпеченні експортних операцій: безпосередньо товар, його ціна та засоби просування товару до конкретного споживача. Звісно, що реалізація кожного з зазначених напрямків передбачає окремих досліджень.

УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Лукиянчук Н.О.

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Особливості сучасної системи обліку експортно-імпортних операцій полягають у її зосередженні на потребах керівництва в інформації, яка в подальшому дозволяє приймати ефективні управлінські рішення. В умовах конкуренції кожен керівник повинен отримувати релевантну інформацію, яка допомагає здійснювати контроль та регулювання діяльності підприємства чи його підрозділів. В тім саме оперативність і ефективність ухвалених управлінських рішень визначається діючою в інформаційній структурі торгового підприємства організаційної структури.

Вагомий внесок у дослідження питань з теорії та методології зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання внесли Ф.Ф.Бутинець, С.Ф.Голов, В.М.Костюченко, Ю.А. Кузьмінський, В.М.Пархоменко, В.В.Сопко, Г.М.Сторожук, В.Г. Швець та ін. Однак достатньо широке коло питань залишається недостатньо досліджено, а це обумовило актуальність, вибір мети та напрямки дослідження.

Складність зовнішнього середовища, мінливість ринкової ситуації вимагають створення на підприємстві окремої служби, яка б займалася повним комплексом експортно-імпортних питань. Керівництво у цій ситуації має оптимально розподілити функції та відповідальність за їх виконання між службами, що створюються.

Підприємства торгової сфери діяльності, як відомо, мають свою специфіку поточного й стратегічного функціонування, що визначає їх організаційну структуру. Основний вплив на таку структуру здійснюють: розмір підприємства та обсяги його діяльності; тип та принципи організаційної системи підприємства загалом; кількість ринків, вид та складність продукції, яка продається.

Розглядаючи питання про адаптацію організаційної структури вітчизняного торгового підприємства до умов торгівлі на зовнішніх ринках, варто звернути увагу і на організаційно-правові форми підприємств, що діють у міжнародному середовищі. У більшості випадків вони визначаються самими власниками підприємств та залежать від особливостей законодавства країни, у якій зареєстроване підприємство. Класифікація організаційно-правових форм підприємств та їх об'єднань, яку використовують сьогодні в Україні, є в своїй основі дуже подібною до тих, що діють у багатьох країнах світу, та визначається, крім ЗУ "Про зовнішньоекономічну діяльність", Господарським кодексом України" від 16 січня 2003 р.та ЗУ "Про господарські товариства".

У цьому зв'язку, будь-яка структура підприємства повинна забезпечувати досягнення стратегічних цілей. Тому для органічного включення зовнішньоекономічної діяльності до складу функцій підприємства необхідним є застосування принципу комплексного управління експортом та імпортом, створення відповідної організаційної структури підприємства з підпорядкуванням її керівника безпосередньо директору підприємства.

Якщо підприємство займається лише експортом, у його структурі достатньо буде експортного відділу, що буде підпорядковуватись функціональній службі підприємства. Коли ж зовнішньоторговельні операції підприємства розширюються і переходять у інші форми економічних зв'язків, експортний відділ замінює порівняно самостійний зовнішньоторговельний чи міжнародний відділ, який у перспективі може бути поділений на ще вужчі підрозділи. Підприємства, які мають великі обсяги зовнішньоторговельних та інших міжнародних економічних операцій, дуже часто мають змішані складні організаційні структури. Вони розробляють механізми взаємодії диверсифікованих функціональних, регіональних та продуктових організаційних структур, які стають рівноправними і утворюють матричну організаційну структуру, основний принцип діяльності якої зводиться до використання переваг синергетичного ефекту. Проте і така структура має певні недоліки – її диференційовані підрозділи часто вступають у боротьбу за розподіл дефіцитних ресурсів.

Найважливішою умовою організації зовнішньоекономічної діяльності буде передача відділу зовнішньоекономічних зв'язків усіх функцій, пов'язаних з експортом-імпортом, що виключить дублювання багатьох операцій, та пряме підпорядкування відділу генеральному директору. Керівництво відділом має здійснюватися заступником директора з питань зовнішньоекономічної діяльності. Це забезпечить самостійність служби, її орієнтацію на споживачів, а не на процес реалізації. В той же час даний відділ повинен мати належне матеріально-технічне, кадрове та інформаційне забезпечення. Важливо також правильно налагодити потік інформації та документообороту між службою та іншими підрозділами, особливо фінансово-економічними та збуту.

ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ ТУРКМЕНИСТАН

Халыков Батыр (Туркменистан)

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

В соответствии со ст. 1 Закона Туркменистана «О Внешнеэкономической деятельности» под внешнеэкономической деятельностью Туркменистана понимается совокупность практических действий государственных органов, юридических и физических лиц Туркменистана, направленных на установление и развитие внешнеэкономического сотрудничества с иностранными государствами, их юридическими и физическими лицами, международными организациями. Внешнеэкономическая деятельность осуществляется на уровне производственных структур (фирм, организаций, предприятий и т.д.) с полной самостоятельностью в выборе иностранного партнёра, номенклатуры товара для экспортно-импортной сделки, в определении цены и стоимости контракта, объёма и сроков поставки и является частью их производственно-коммерческой деятельности, как с внутренними, так и с зарубежными партнерами.

Исходным принципом внешнеэкономической деятельности предприятий служит коммерческий расчет на основе принципов хозяйственной и финансовой самостоятельности и самокупаемости с учетом собственных валютно-финансовых и материально-технических возможностей. Ответственность за результаты внешнеэкономической деятельности лежит на самом предприятии не только в части экспортных поставок, но и импортных закупок для развития экспортного и импортозамещающего производства, технической реконструкции.

В настоящее время в Туркменистане разрешены следующие виды внешнеэкономической деятельности: экспорт и импорт товаров (продукции, услуг, работ, прав интеллектуальной собственности, капиталов, рабочей силы); оказание субъектами внешнеэкономической деятельности Туркменистана услуг иностранным субъектам хозяйственной деятельности, в том числе производственных, транспортно-экспедиционных, страховых, консультационных, маркетинговых, экспортных, посреднических, брокерских, аудиторских, юридических и других, не запрещенных законами Туркменистана; оказание вышеуказанных услуг иностранными субъектами хозяйственной деятельности субъектам внешнеэконо-

мической деятельности Туркменистана; научная, научно-техническая, научно-производственная, производственная, учебная и иная кооперация с иностранными субъектами хозяйственной деятельности, обучение и подготовка специалистов на коммерческой основе; международные финансовые операции и операции с ценными бумагами в случаях, предусмотренных законами Туркменистана; кредитные и расчетные операции между субъектами внешнеэкономической деятельности и иностранными субъектами хозяйственной деятельности, создание субъектами внешнеэкономической деятельности банковских, кредитных и страховых учреждений за пределами Туркменистана; совместная предпринимательская деятельность между субъектами хозяйственной деятельности, включающая создание совместных предприятий различных видов и форм, проведение совместных хозяйственных операций и совместное владение имуществом на территории Туркменистана и за ее пределами; организация и осуществление деятельности в области проведения выставок, симпозиумов, аукционов, торгов, конференций, семинаров и других подобных мероприятий с участием субъектов внешнеэкономической деятельности; организация и осуществление оптовой, консигнационной и розничной торговли на территории Туркменистана за иностранную валюту; товарообменные (бартерные) операции и иная деятельность, построенная на формах встречной торговли; арендные, в том числе лизинговые операции; операции по приобретению, продаже и обмену валюты на валютных аукционах, биржах и на межбанковском валютном рынке.

Среди этих видов деятельности ведущую роль играет международная торговля, с помощью которой страны могут развивать специализацию, повышать производительность своих ресурсов, увеличивать общий объем производства, а также обеспечивать удовлетворение потребности в тех продуктах, производство которых внутри страны крайне не эффективно или невозможно вообще.

Либерализация внешней торговли, начиная с 1994 года, обеспечила Туркменистану предпосылки для наращивания экспорта товаров и услуг. Сегодня Туркменистан является крупнейшим в Центральной Азии экспортером газа. По итогам 2006 года добыча природного газа составила около 70 миллиардов кубометров, нефти - 10 миллионов тонн. Экспортные поставки осуществляются в 52 страны мира. Здесь лидирующее место занимает Украина, доля которой в общем объеме экспорта Туркменистана составляет 31,1%. На втором месте - Иран (18,8%), третью строчку занимает Италия (15,7%). Главными статьями экспорта Туркменистана являются: газ, нефть и нефтепродукты, а также электроэнергия, товары хлопковой группы, ковры и ковровые изделия. Так в 2006 году экспорт газа составил 42,5%, нефтепродуктов 27,7% и сырой нефти 11,4%, текстильных изделий - 4,7%. Основными потребителями туркменского газа остаются Украина (74,8%), Иран (10%) и Россия (6,6%). Сырая нефть экспортировалась, в основном, в Иран (43,1%) и Италию (20,5%). Эти же страны стали также основными потребителями нефтепродуктов.

Туркменистан импортирует товары из 82 стран мира. Главными статьями импорта Туркменистана являются: машины и оборудование (для нефтегазовой отрасли), уголь, химические препараты, лекарства, и др. В товарной структуре импорта страны наибольший удельный вес в 2006 году заняла продукция производственно-технического назначения 78%. Потребительские товары составили 22%. Из них: 23,9% - продовольственные и 76,1% - непродовольственные потребительские товары. Основными импортерами являются: РФ 12,5%, США 12%, Украина 10,5%, Турция 9,2%, Франция 7,5%. В импорте преобладают машины, оборудование, продовольствие. В основном они завозятся из ОАЭ -13%, Азербайджана-11%, США-10%, России -9%, Украины-8%, Турции-7%, Ирана -6%. В общем объеме импортных закупок на долю предприятий негосударственной формы собственности приходится 33%.

ДИНАМИКА ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Цзян Ченьхуей (Китай)

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

Как сообщило Министерство коммерции КНР, в период десятого пятилетнего плана внешняя торговля Китая выросла со среднегодовым приростом на 24,6 процента. Общий объем экспорта высокотехнологичной продукции из Китая превысил 600 млрд. долл. США со среднегодовым приростом на около 45 процентов, что на 20 процентных пунктов выше темпов роста внешней торговли страны.

Доля Китая в объеме импорта и экспорта товаров в мире поднялась с 3,6 процента в 2000 году до 6,2 процента в 2004 году. Китай стал третьей крупной страной по торговле товарами после США и Германии. Объем торговли в области услуг в 2004 году достиг 134,6 млрд. долл. С повышением

удельного веса в глобальном объеме торговли в области услуг с 2,3 процента в 2000 году до 3,2 процента Китай занял 9-е место в мире.

В десятой пятилетке была сформирована система экспорта высокотехнологической продукции, определены 20 ведущих городов, развивающих торговлю за счет науки и техники, 25 баз экспорта продукции с приложением новых и высоких технологий, 6 государственных баз экспорта программного обеспечения и баз экспорта медикаментов, создана система связи 1000 важных предприятий. В указанный период внешняя торговля Китая характеризовалась следующими особенностями:

-- Ускорились улучшение структуры товаров. Торговля услугами постепенно расширяется с ресурсно-трудоемких сфер, в том числе экспорта трудовых услуг, грузоперевозок и туризма, до сфер финансов, информатики, консультационной деятельности и применения патентных прав.

-- "Рыночное разнообразие" дало позитивные результаты. Наряду с укреплением традиционных рынков осваиваются больше новых рынков. Неуклонно растет объем торговли товарами с Россией, Латинской Америкой, Центрально-Восточной Европой и другими районами.

-- Сформирован механизм самостоятельного ведения внешней торговли. Негосударственные предприятия стали главной движущей силой в росте китайской торговли товарами.

-- Налицо эффект стимулирования социально-экономического развития. В 2005 году степень зависимости от внешней торговли в Китае превысила 60 процентов. Импорт ключевого технического оборудования и важных видов сырьевых материалов содействовал техническому прогрессу и регулированию структуры производства. Долговременное сохранение активного сальдо торгового баланса стало мощной гарантией для увеличения валютных запасов и повышения международной платежеспособности.

Профицит внешней торговли Китая вырос в октябре до рекордных \$12 млрд. с \$7,6 млрд. в сентябре. Об этом сообщило в четверг Генеральное таможенное управление КНР.

По прогнозам аналитиков, профицит должен был составить \$9 млрд. В октябре 2004 года этот показатель составлял \$7,1 млрд.

Экспорт из Китая увеличился в октябре на 29,7 % по сравнению с октябрём 2004 года. В сентябре годовой рост этого показателя составлял 25,9 %. Годовой рост импорта в октябре был аналогичен сентябрьскому: 23,4 % против 23,5 % в сентябре.

По итогам десяти месяцев внешнеторговый профицит Китая достиг \$80,4 млрд. В 2005 году он может в три раза превысить показатель прошлого года - \$32 млрд.

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Удовина Т.В. (Беларусь)

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

Налоги являются необходимым звеном экономических отношений в обществе с появлением государства. Они не только обеспечивают финансовую базу, но и активно используются государственной властью в качестве косвенного управления общественными отношениями в сфере экономики, политики, социальной защиты граждан.

Что касается малого бизнеса, он стал наиболее динамичной частью предпринимательства во второй половине 20 столетия во многих странах мира. Правительство республики рассматривает малый и средний бизнес как питательную среду для роста национальной экономики.

В Республики Беларусь деятельность небольших предприятий, оказывающих услуги, в общем случае подлежит налогообложению точно в том же порядке, что и деятельность крупных государственных предприятий и фирм. Им приходится ежемесячно производить расчет и перечисление в республиканский и местный бюджеты большого количества налогов и сборов, объем которых, как известно, не лучшим образом отражается на результатах финансово-хозяйственной деятельности.

Несмотря на все эти трудности, встающие на пути небольшого и развивающегося бизнеса, мало кто из учредителей и руководителей предприятий задумывается об использовании упрощенной системы налогообложения. Далеко не каждый (в том числе не каждый юрист) имеет предположение о том, что упрощенная система налогообложения существует в Беларуси и, более того, с 1998 года эффективно применяется не только небольшими юридическими лицами, но и индивидуальными предпринимателями.

ДОСЛІДЖЕННЯ СТРУКТУРИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Ковеза Є.О.

*Науковий керівник: Бікулова Д. У., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В умовах поглиблення глобалізаційних процесів зовнішньоторгівельна діяльність є одним із вирішальних факторів стабільного економічного зростання країни, підвищення конкурентоспроможності національної економіки, стимулювання національних виробників, поліпшення умов життя в країні. Сьогодні жодна з країн не може успішно розвиватися без налагодження зовнішньоекономічних зв'язків. А для нових індустріальних країн зовнішня торгівля стала визначальним фактором економічного зростання. В сучасних умовах її значення для кожної з країн світового співтовариства важко переоцінити, адже економічний успіх в сучасному високоінтегрованому світі не можливий без активної участі в міжнародних торговельних зв'язках.

Україна, як і будь-яка країна світу, не забезпечена усіма факторами виробництва, тому їй необхідно низку товарів і послуг купувати у інших країн для забезпечення внутрішнього попиту, а також для розвитку своєї економіки.

Однак численні дослідження доводять, що зовнішня торгівля України потребує докорінної перебудови, її географічна та товарна структура є недосконалими і не відповідають поставленій стратегічній задачі інтеграції до європейського економічного простору.

Незважаючи на велику кількість наукових робіт, присвячених проблемам удосконалення зовнішньоторгівельної діяльності України, недостатньо дослідженими залишаються питання оцінювання товарної структури експорту та імпорту України, аналізу тенденцій розвитку міжнародної торгівлі України. Господарський комплекс України – це відкрита система, що в першу чергу зацікавлена у такому оточенні, яке б забезпечувало постійний доступ до зовнішніх ринків і сприяло формуванню постійних комерційних потоків. Значним кроком в інтеграції України до світової економіки став вступ до СОТ у травні 2008 року. Значні можливості відкриваються перед українськими товаровиробниками щодо збільшення експорту товарів та послуг до країн ЄС при створенні зони вільної торгівлі з ЄС. Однак для реалізації цього важливого для України стратегічного вибору необхідно значно підвищити конкурентні позиції українських товарів на ринку ЄС. Це потребує адаптації національних товаровиробників до правил і вимог ЄС, гармонізації стандартів і технічних регламентів із ЄС. Аналіз товарної та географічної структури експорту та імпорту України дозволяє визначити основні напрямки удосконалення зовнішньоторгівельної діяльності, які б відповідали вимогам сучасного етапу розвитку країни.

Для удосконалення зовнішньоторгівельної діяльності України необхідно:

- по-перше змінити орієнтацію зовнішньої торгівлі з експорту сировини і низькотехнологічних товарів на експорт готової продукції, що стане можливим лише за умов використання передових технологій та підвищення конкурентоспроможності економіки України. Тому стратегія економічного розвитку має бути спрямована на раціональне використання природно-ресурсного потенціалу та підвищення конкурентоспроможності економіки завдяки здійсненню ефективних економічних реформ;
- по-друге розвивати багатовекторний курс зовнішньоторгівельної політики, що сприятиме диверсифікації експорту та імпорту і укріпленню незалежності країни. Перевага має надаватися розвитку європейського вектору згідно зі стратегічним вибором України на євроінтеграцію.

ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРКМЕНИСТАНУ

Хайдарова Бахар (Туркменістан)

Едізова Майса (Туркменістан)

*Науковий керівник: Вербицька В.І., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Згідно з даними, опублікованими Конференцією Організації Об'єднаних Націй з торгівлі та розвитку (UNCTAD) в «Доповіді про світові інвестиції за 2012 рік», Туркменістан увійшов до першої десятки країн в індексі залучення прямих іноземних інвестицій (ППІ). За висновками Міжнародного валютного фонду, темпи зростання реального ВВП в 2013 році забезпечені на рівні 108%, що

забезпечується гнучкою інвестиційною політикою і значними обсягами залучених іноземних капіталовкладень [1].

Засоби масової інформації країни стверджують, що на сьогоднішній день в Туркменістані діє ефективна економічна система з міцним інвестиційним потенціалом, що особливо важливо в умовах світової фінансової кризи. Згідно з даними, опублікованими Конференцією ООН з торгівлі та розвитку (UNCTAD) в «Доповіді про світові інвестиції за 2012 рік», обсяг прямих іноземних інвестицій в Туркменістані склав 15,6% до ВВП країни. Про це свідчить і зростання обсягів інвестицій за останні роки, який, згідно макроекономічними показниками розвитку національної економіки, збільшився за останні роки в 8,6 рази. За підсумками 2012 року обсяг інвестицій в порівнянні з 2011 роком зріс на 38 %.

Протягом останніх років здійснено ряд практичних кроків, націлених на створення сприятливого соціального, фінансово-економічного, правового режиму для діяльності іноземних інвесторів та відповідного їх інтересам інвестиційного клімату. Величезну роль у цьому відіграло прийняття Закону Туркменістану «Про іноземні інвестиції», який визначив правовий режим іноземних інвестицій в нашій країні, встановив форми здійснення та об'єкти вкладення іноземних інвестицій. Також були розроблені і введені в дію інші закони та нормативні акти, що регулюють, що правові основи діяльності зарубіжних інвесторів на території Туркменістану. Слід відзначити, що основними інвесторами в теперішній час є Китай, Туреччина, США та Іран на фоні подальшого послаблення інвестиційних позицій Ізраїлю та Росії.

Для залучення іноземних інвестицій важливою умовою виступають зовнішні чинники, здатні чинити на нього вплив, загальний стан ринку світового капіталу і те, що іноземні інвестори, розширюючи сферу своєї діяльності, бажають мати справу з країнами зі стабільною політичною обстановкою. Туркменістан стабільна країна, але, на нашу думку, туркменська влада має властивість регулярно змінювати свої геополітичні пріоритети, що для унеможливорює можливість вкладання коштів для більшості іноземних інвесторів.

Поряд з цим, слід зазначити, що інвестиційна привабливість нашої країни обумовлена ще й вигідним географічним розташуванням, високими темпами зростання економіки, наявністю потужної ресурсно-сировинної бази. У цьому зв'язку першорядне значення для подальшого економічного зростання Туркменістану надається розвитку паливно-енергетичного сектора, транспортно-комунікаційної сфери, а також галузі високих інформаційних технологій. Це капіталомісткі галузі, для розвитку яких необхідний як іноземний капітал, так і стратегічний контроль з боку держави.

Важливу роль в залученні іноземних інвестицій здійснив також послідовно проведений курс на приватизацію власності та роздержавлення. У цьому контексті особливо слід відзначити і значення «Державної програми приватизації в Туркменістані підприємств і об'єктів державної власності на 2013-2016 роки» та Плану заходів з приватизації даних об'єктів на цей же період.

З перших днів незалежності в країні був узятий курс на створення високоефективної, соціально-орієнтованої економіки з розвиненими ринковими інститутами, що гарантують економічну і політичну незалежність країни. Найважливішим державним пріоритетом був проголошений захист інтересів людини, забезпечення високих показників рівня життя населення, відповідних економічно розвиненим країнам світу.

В даний час в країні є всі передумови для прискореного соціально-економічного розвитку, серед яких слід відмітити наступні:

- великомасштабні вуглеводневі, мінерально-сировинні та інші природні ресурси;
- наявність значних фінансових ресурсів;
- наявність законодавчої бази;
- стабільний курс національної валюти;
- політична стабільність і позитивна репутація на міжнародній арені;
- наявність значного потенціалу економічно активного населення;
- умови для поступального розвитку ринкових інститутів;
- транспортна та комунікаційна системи, що динамічно розвиваються;
- технологічно розвинений потенціал сучасної будівельної індустрії [1].

Радикальні зміни в національній економіці, що відбуваються в період Великого відродження та економічних перетворень, обумовлені тенденціями стратегічного планування. Поетапний процес реформування йде по всіх напрямках - економічному, законодавчому, гуманітарному та іншим сфе-

рам. Глибокі реформи спрямовані на формування економічної стратегії розвитку країни, нових інструментів грошово-кредитної, податково-бюджетної, цінової, внутрішньої і зовнішньої, соціальної та культурної політики.

Очевидно, що правові рамки законів «Про іноземні інвестиції», «Про інвестиційну діяльність», «Про іноземні концесії», «Про вуглеводних ресурсах», «Про підприємницьку діяльність», «Про державну підтримку малого і середнього підприємництва» та інших правових актів, регулюють інвестиційну діяльність в Туркменістані, залишаються недостатніми для стимулювання і підтримки прямих інвестицій більшістю іноземних і туркменських підприємців і компаній.

Серед основних проблем, з якими стикаються інвестори, експерти називають недосконалість законодавства, корупцію, перегляд умов контрактів після підписання договорів, складності з переведенням валюти, несплату боргів, складності в'їзду в країну іноземців.

Так, згідно висновків Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР), в Туркменістані слід зняти законодавчо лімітовано такі можливі економічні механізми, як вільна торгівля земельними ділянками та вільне встановлення відсоткової ставки дисконту. Експерти того ж банку також вважають, що несприятливими факторами інвестиційного потенціалу Туркменістану є значна державна урегульованість економіки, відсутність фондового ринку і системи страхування вкладів, неефективність пенсійної системи, відсутність приватних пенсійних фондів, заперечувальна та неефективна юридична база, низька якість юридичної складової в Законі про банкрутство, слабкість та неієздатність контрактного права, відсутність антимонопольних законів та відповідних їм органів державної влади і, мабуть, найголовніше, відсутність достовірної і правдивої статистики за основними економічними та соціальними показниками.

І це відбувається в той самий час, коли залучення іноземних інвестицій в цілому сприяє фінансовій стабілізації національної економіки та позитивно впливає на вирішення стратегічних завдань макроекономічного характеру. Крім того, цей фактор також здійснює позитивний вплив на соціальну сферу, успішну інтеграцію нашої країни в систему світогосподарських зв'язків, і в кінцевому підсумку - підвищення добробуту туркменського народу.

Список використаних джерел:

1. Основные направления и приоритеты экономического развития Туркменистана [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://turkmenistanembassy.am/index.php34>
2. Экономика Туркмении увеличилась на 10, 3% [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.vestifinance.ru/articles/44726>
3. Инвестиционный потенциал Туркменистана / МИПЭ// [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://turkmen.ru/snfex1414>

СЕКЦІЯ 2. ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ТА МІЖНАРОДНЕ НАУКОВО-ТЕХНІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО

ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ: ДЕЯКІ УРОКИ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ

*Бабенко В.А., старший викладач
Національний університет «Одеська юридична академія»*

Серед чисельної кількості представлених у літературі визначень національної інноваційної системи (НІС) найпоширенішим слід вважати таке: НІС – це сукупність взаємопов’язаних організацій (структур), з одного боку, зайнятих виробництвом та комерційною реалізацією наукових знань та технологій у межах національних кордонів: малих та великих компаній, університетів, лабораторій, технопарків та інкубаторів; з другого – комплекс інститутів правового, фінансового та соціального характеру, що забезпечують інноваційні процеси та спираються на національні звичаї, традиції, економічні, політичні та культурні особливості.

Ключова роль у формуванні НІС належить державі, що встановлює стратегічні пріоритети, правила функціонування, а також необхідну ресурсну підтримку для такої системи.

Практика інноваційних перетворень в державі, як свідчить закордонний досвід, базується на концепції НІС як головного документа, що регламентує основоположні напрями та рамкові умови формування інноваційної системи країни з урахуванням її національних особливостей, в тому числі, стану розвитку економіки, наявності науково-технологічного потенціалу, пріоритетів соціально-економічного розвитку.

Принциповими моментами усіх концепцій НІС, що впроваджувалися у світовій практиці незалежно від рівня економічного розвитку країни є: обґрунтування необхідності створення НІС згідно з потребами національної економіки та державної економічної політики; оцінка складових НІС, які вже функціонують в країні, з метою виявлення проблем; вдосконалення інфраструктури НІС; вироблення державної інноваційної політики та основних компонентів її реалізації: організаційно-правового, інституційного, кадрового, фінансового тощо.

Найголовнішим стратегічним завданням України є пошук власного місця в динамічно мінливій глобальній структурі світу. Світовий досвід переконливо свідчить, що повторення шляху, уже пройденого розвиненими постіндустріальними країнами, так званий навздогінний розвиток, який передбачає масове виробництво промислових товарів при використанні дешевих власних ресурсів, є неефективним. Так само неефективно і навіть небезпечно намагатися копіювати чужі зразки економічної політики, якими б вони не здавалися перспективними, без урахування власних особливостей. Просте запозичення чужих зразків не дасть очікуваних плодів без синтезу із цивілізаційними й культурними традиціями, що склалися упродовж сторіч. У цьому плані дуже показові приклади прискореної модернізації латиноамериканських та азійських держав. Перші охоче прийняли всі рекомендації ззовні, створивши відповідно до запропонованих схем інститути демократії та ринку. Результати цього відомі. Зробивши в 1980-і роки крок уперед, в 1990-і Латинська Америка зробила крок назад. Навпаки, Японія, нові індустріальні економіки Південно-Східної Азії і особливо Китай з великою обережністю поставилися до бездумного імпорту західних інститутів і взяли з них тільки те, що реально скорочувало їхнє технологічне відставання від Заходу, відкинувши все те, що вступало в протиріччя із традиційною східною культурою. Саме завдяки такому продуманому синтезу стало можливим відоме «азійське економічне чудо», і вже зараз західні експерти прогнозують, що до 2042 р. Китай перетвориться в найбільшу економіку світу.

Світова практика показує всебічну державну підтримку процесу становлення і розвитку інноваційних структур, особливо фінансову.

Широко вживаними механізмами державного регулювання інноваційної структури є непрямі методи, як-от забезпечення пільгового режиму оподаткування, прискорена амортизація тощо. Серед запроваджуваних видів податкових пільг найпоширенішими є: пільгове оподаткування прибутку шляхом зменшення бази оподаткування на витрати на НДДКР або придбання високотехнологічної техніки; надання податкового кредиту; пільгове оподаткування дивідендів, одержаних по акціях інноваційних підприємств; «податкові канікули» (звільнення від податку на прибуток, одержаний від реалізації інноваційних проєктів) упродовж декількох років; відстрочення оподаткування; зме-

нення ставок податку на прибуток, отриманий в результаті використання ліцензії, ноу-хау та інших нематеріальних активів інтелектуальної власності. В Україні ж спостерігалась практика щодо скасування податкових і митних пільг для суб'єктів інноваційної діяльності, передбачених Законом України «Про інноваційну діяльність», а також пільг, що надавалися інноваційним проектом відповідно до Закону України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків».

Комплексного розв'язання потребує проблема фінансового забезпечення інновацій, зокрема у визначенні оптимальних обсягів фінансових ресурсів, які спрямовуються на реалізацію окремих етапів інноваційного циклу, – здобуття освіти, здійснення наукових досліджень і розробок, дифузії їх результатів в економіку. Законодавчо закріплені нормативи державного фінансування освіти в Україні мають становити не менше 10% ВВП, а НДДКР – 1,7% ВВП. Фактично ж за рахунок держбюджету на освіту виділяють близько 5% ВВП, на НДДКР – 0,4% ВВП. Зарубіжний досвід свідчить, що витрати на інноваційну діяльність мають більш ніж у 10 разів перевищувати витрати на НДДКР, в Україні фактичне співвідношення фінансування між цими напрямками становить 1:1,02.

Очевидно, що збереження поточної динаміки сприятиме ще більшому відставанню вітчизняної економіки від провідних країни світу.

Ретельний аналіз поточної макроекономічної ситуації і зважений, науково-обґрунтований підхід до впровадження закордонного досвіду (зокрема зазначених заходів) сприятиме прискоренню формування НІС в Україні.

ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ НА РИНКУ ОЗБРОЄНЬ

*Вербицька В.І. , к.е.н, доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сучасний світовий ринок озброєнь - один з найбільш складних секторів світового господарства. Суперництво окремих країн та угруповань тут є дуже гострим: боротьба точиться не тільки за окремі прибутки, а й за військово-технічну перевагу, тривалу прив'язку покупця до свого технологічного комплексу. Сукупний річний військовий бюджет всіх країн складає більше 900 мільярдів доларів[1]. Не дивлячись на спроби міжнародного співтовариства обмежити розповсюдження озброєнь, їх експорт продовжує залишатися найбільш прибутковою сферою для багатьох держав світу.

Лідером у виробництві і продажу озброєнь є Сполучені Штати Америки. Друге місце серед постачальників зброї на світовий ринок займає Росія.

Україна успадкувала після розпаду Радянського Союзу майже третину підприємств, що виробляли оборонну продукцію. Основу оборонного промислового комплексу тоді становили 205 промислових об'єднань і підприємств, 139 науково-дослідних і проектних організацій. Провідними галузями в ОПК тоді були ракетно-космічна техніка, суднобудування, транспортна авіація, бронетанкова та інженерна техніка, виробництво спеціальних радіотехнічних систем. Поряд з цим в Україні не вироблялись такі важливі компоненти озброєнь, як винищувальна, штурмова і бомбардувальна авіація, зенітно-ракетні комплекси, артилерійська зброя та ін. Після проголошення своєї незалежності Україна стала законним володарем великих запасів зброї, розміри яких набагато перевищують потреби обороноздатності країни. На її території залишилися 6475 танків, 7153 бронетранспортери, 3392 артилерійські установки, 1431 літак (4161 одиниця), 285 гелікоптерів [2]. ОПК України значною мірою був інтегрований у союзні структури і став залежним від зовнішніх замовлень та обсягів постачання комплектуючих, матеріалів і сировини.

Україна розвиває військово-технічне співробітництво з іноземними державами. Найбільша частка експорту товарів військового призначення припадає на країни СНД, головним чином на Російську Федерацію. Іншими перспективними напрямками військово-технічного співробітництва є держави Південно-Східної Азії, Африки та Близького Сходу. Проте ситуація в оборонній промисловості України нині складна, тому що оборонний комплекс залишається лише резервом політичного і економічного розвитку держави. Український ОПК здійснює запізнілі спроби підприємництва, галузевого лобіювання, інтеграції в російські виробничі схеми. Частина директорського корпусу оборонних підприємств продовжує очікувати від держави оборонних замовлень, в той час як обладнання та технології морально старіють.

Україна відчуває жорстку конкуренцію в найчутливішій для неї експортній галузі — постачанні танків. Головними конкурентами України є Франція, Німеччина, Росія, Велика Британія, США, які разом з нею брали участь у тендерах на постачання бронетанкової техніки в Туреччину та Грецію.

Номенклатуру військової продукції, з якою Україна виходить на світові ринки озброєнь, складають танки, десантні кораблі, транспортні літаки, вертольоти, ракети класу “повітря-повітря” та ін. Козирем України на світовому ринку озброєнь і техніки є та обставина, що за попередні десятиріччя в ряді країн світу накопичилася значна кількість озброєння колишнього радянського виробництва. Усе це відкриває для України потенційні можливості за умов певного динамізму й активності стати фаворитом в галузі модернізації деяких зразків озброєння та військової техніки, а також експорту запчастин до них та інших комплектуючих.

На даному етапі основні зусилля України мають спрямовуватися на формування і просування в НАТО ініціатив щодо спільних проектів створення модернізації і озброєння військової техніки. Найреальнішим є надання Україною послуг в обслуговуванні та ремонті наявних озброєнь і військової техніки радянського виробництва. Також необхідна інтеграція оборонного комплексу у міжнародні структури. Це дасть змогу Україні підвищити ефективність використання виробничих, наукових і експериментальних можливостей, а також матеріально - технічних ресурсів оборонної промисловості, забезпечить зниження собівартості оборонної продукції, сприятиме розширенню ринків її збуту, залученню іноземного капіталу у розвиток виробництва галузі тощо.

Список використаних джерел:

1. Артеменко Л.П. Моделі управління діяльністю Збройних Сил України в забезпеченні воєнно-економічної держави: [Визначені фактори, що найбільше впливають на забезпечення рівня воєнно-економічної безпеки] // Економіка та держава. - 2007. - № 5. - С.22-26.

2. Артеменко Л.П. Забезпечення воєнно-економічної держави: методичні аспекти: [Роль воєнно-економічної безпеки в загальній системі національної безпеки держави та зв'язок з різними її сферами, принципи та чинники, які впливають на рівень воєнно-економічної безпеки] // Економіка та держава. - 2006. - № 6. - С.59-62.

КИТАЙСЬКИЙ ЦЕНТР З НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ОБМІНУ ЯК ГОЛОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ МІЖНАРОДНОГО НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА КНР

Златкіна О.Д., аспірант

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

На травневій конференції 2012 р. Політбюро ЦК Комуністичної партії Китаю Генеральний Секретар Ху Цзінтао відзначив, що у побудуванні інноваційної країни головними елементами виступають фундаментальна сила науки та поліпшення інноваційного потенціалу країни, що прискорюють трансформацію економічного розвитку та сприяють досягненню стратегічних цілей розвитку. Він відзначив, що Китай знаходиться на вирішальній стадії шляху перебудови суспільства всесторонню, який полягає в поглибленні відкритості та проведенні реформ щодо прискорення перетворення режиму економічного розвитку. Науковий розвиток відіграє все більш помітну роль в економічному розвитку і темпах нової наукової революції і світового промислового перетворення. Це вимагає прогресу у поглибленні реформи в галузі системи науки і техніки. Але на цьому тлі, країна стикається із серйозними проблемами в науково-технічному розвитку, вирішення яких потребує не тільки внутрішніх ресурсів, але й зовнішніх [1].

Саме тому проблематикою міжнародного науково-технічного співробітництва у КНР займаються прямо та опосередковано 4 міністерства (у тому числі, Міністерство освіти КНР – 中华人民共和国教育部 *zhōnghuá rénmin gònghéguó jiàoyùbù*; Міністерство закордонних справ КНР – 中华人民共和国外交部 *zhōnghuá rénmin gònghéguó wàijiāobù*; Міністерство науки та технологій КНР – 科学技术部 *kēxué jìshùbù*; Міністерство промисловості та інформатизації КНР – 工业和信息化部 *gōngyè hé xìnxīhuàbù*) та підпорядкований Міністерству науки та технологій КНР Китайський центр з науково-технічних обмінів (中国科学技术交流中心 *zhōngguó kēxué jìshù jiāoliú zhōngxīn*).

Китайський Центр з Науково-Технологічного Обміну (China Science and Technology Exchange Center – CSTEC) був заснований у 1982 р. Його діяльність спрямована у двох основних напрямках: фокусування на науково-технічному співробітництві та створення платформи для розвитку сталих

науково-технічних зв'язків, а його метою є поглиблення взаємодії між дослідницькими одиницями та промислово-виробничими не тільки всередині Китаю, але й поза його межами[2].

Тому організаційна структура самого центру має певні особливості (див рис. 1).

КЦНТО	Міжнародні зв'язки	Учбово-підготовчий центр КЦНТО у Шанхаї (科技部上海培训中心)
		Відділ з популяризації наукового знання (科普处)
		Відділ із співпраці з Тайванем, Гонконгом та Макао (台港澳处)
		Відділ із співпраці з Японією (日本处)
		Відділ із співпраці з країнами Африки, Азії та СНД (亚非与独联体处)
		Відділення із співпраці з Європою (欧洲处)
		Відділення із співпраці з Америкою (美大处)
	Організаційна структура	Відділення конференцій та виставок (会议展览处)
		Відділ створення сітьової платформи (网络平台处)
		Відділ перекладів та протоколів (翻译与礼宾处)
		Міжнародне відділення з пошуку талантів та їх підготовки (国际人才与培训处)
		Відділ загальної координації (调研协调处)
		Відділ з планування (合作计划处)
		Головне відділення (综合处)

Рисунок 1 – Структура Китайського Центру з Науково-Технологічного Обміну. Надана у авторському перекладі за матеріалами [3].

Як можна побачити із рис. 1, КЦНТО виконує багато широко профільних завдань, які спрямовані на посилення та розвиток не тільки системи науки та техніки у КНР, але й на зміцнення міжнародного науково-технічного співробітництва КНР з іншими країнами світу.

Список використаних джерел:

1. Deepen the Reform of the Scientific and Technological System, Accelerate the Building of a National Innovation System. China Science and Technology Newsletter – Department of International Cooperation, Ministry of Science and Technology (MOST), P.R.C., 2012 – Vol. 1 - Way of access: <http://houston.china-consulate.org/eng/st/P020121019135749857477.pdf> - Last access: 16.04.2015. – Title from the screen. – p. 1-2

2. Brief Introduction to CSTEC [Електроний ресурс] // China Science and Technology Exchange Centre – Режим доступу: http://www.cstec.org.cn/en/about/list.aspx?channel_id=56 Дата останнього звернення 15.04.2015

3. Short Description of the Centre (中心简介) [Електроний ресурс] // 中国科学技术交流中心 – Режим доступу: <http://www.cstec.org.cn/zh/about/index.aspx> Дата останнього звернення 16.04.2015

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ – БАЗА ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Ляшенко Г. П.

Національний університет державної податкової служби України, м. Ірпінь

У сучасному світі інновації – це ключ до соціального та економічного розвитку, сприяє стабілізації економіки і подоланню кризи. Зацікавленість інноваціями виникла під час формування сучасних промислових корпорацій. Особливу увагу дослідники присвятили питанням технологій, науково-технічного прогресу (НТП). Якщо у 50-60 рр.. 20-го століття проблеми НТП розглядалися тільки на макрорівні, то в 70 - ті роки, ці проблеми почали включатися в завдання і мікрорівня, а в 90-ті роки вже визнали, що інноваційна діяльність може бути стратегічним фактором ринку.

Відомий теоретик економічної динаміки І. Шумпетер зазначив, що головним фактором у функціонуванні ринку, має місце реальна конкуренція між новими товарами або виробництвами, які використовують нові технології [3]. Вчений М. Туган - Барановський стверджував, що на базі падіння і підйому національних економік закладений технічний потенціал знаряддя праці. Це говорить про те, що використання прогресивного обладнання на підприємствах робить процес розробки

нових технологій просто необхідним, і що в свою чергу вимагає впровадження нових методів управління та організації продуктивних процесів. Все вищевикладене говорить про те, що найважливіше місце у розвитку інновацій відіграє інтелектуальний капітал (ІК).

Таким чином, сьогодні світова економічна система формує нову парадигму економічного розвитку, що значно підвищує, у суспільному виробництві, роль (ІК), зменшуючи роль матеріальних ресурсів. Джерелами нової додаткової вартості, більшою мірою, виступає ІК.

Отже, інтелектуальний капітал (ІК) стає одним із основних стратегічних ресурсів інноваційного і економічного розвитку як окремого підприємства так і будь-якої країни світу. Тому, досягнення конкурентних переваг можливо лише за рахунок ІК, його формування й ефективного використання. Кожна країна, яка володітиме ІК буде мати ринковий успіх і інноваційний розвиток, який буде впливати на її економічне зростання. Для того щоб ІК став ключовим фактором успіху, зарубіжні і вітчизняні вчені займаються пошуком підходів щодо його управління й оцінювання. Практика уже відкритих інновацій дозволяє говорити про інтелектуальні зусилля щодо створення нових проривних технологій. Сучасні засоби комунікацій, інформаційні технології розширюють географічні кордони, тим самим формують умови для систематичного відтворення ІК. Саме інтелектуальний капітал є джерелом поступального розвитку суспільства, тому що в нинішній час, сотні тисяч великих і малих компаній беруть на озброєння теорію інтелектуального капіталу, як засіб виміру та відображення істинної вартості своїх активів, тому що без врахування інтелектуальних активів (наприклад, довгострокові ділові зв'язки в межах товариств, що об'єднані в торгово-промислові мережі; знання і компетенції провідних фахівців; постійність клієнтури; імідж компанії та її цінності, що мають значення для інвесторів, тощо) неможливий економічний розвиток кожного підприємства і країни в цілому.

Слід відмітити, що в наукових колах Великобританії, Австрії, Австралії, Канади, США, Швеції питання щодо визначення ІК постійно розглядаються і висвітлюються у наукових журналах. Управління ІК, в нинішній час, стало стратегічним завданням як на рівні компанії так і на рівні держави. Світова практика доводить, що за допомогою держави створюються Центри ІК, наприклад, Центр інтелектуального капіталу в Шотландії, ініціативи японського міністерства торгівлі і промисловості, співпраця військового міністерства США з Інститутом управління знаннями, рекомендації датського уряду щодо управління ІК [2]. Австралійське керівництво [3], проаналізувавши підходи щодо вимірювання й управлінського обліку, виділило чотири сфери, а саме: 1) ринкові тенденції і бізнес стратегії, 2) майбутні цінності й інтереси стейкхолдерів, 3) якість продукту, рівень обслуговування і продуктивність процесів, 4) зовнішній вплив і вклад в суспільний добробут. Незважаючи на те, що сьогодні ІК є складним системним утворенням (об'єднуючи в собі об'єкти інтелектуальної власності, знання, навички працівників, різноманітні системи, процедури, які приносять дохід) і включає неоднорідні структурні компоненти. Таким чином, інтелектуальний капітал не існує поза стратегією розвитку компанії, країни, оскільки він є важливою конкурентною перевагою постіндустріального бізнесу і має здатність до створення інновацій.

У розвитку інноваційної діяльності наука відіграє ключову роль. Тому що одна з особливостей останнього періоду є поява постіндустріальних економічних систем, які представляють найвищий рівень управління. Один із провідних фахівців ідеї постіндустріального суспільства Белл Денііл висвітлює нововведення, які знаходять своє місце в основі третьої технологічної революції, а саме заміна механічних, електричних і електромеханічних систем на електронні; перетворення інформації в цифрову форму; програмне забезпечення; фотоніка - ключова технологія в оптичному волокні транспортування великих обсягів цифрових даних за допомогою лазеру[1].

Таким чином, постіндустріальне суспільство - це новий спосіб життя, який виштовхує індустріальну систему. Звідси випливає, що основну частину його багатства країна формує не за рахунок матеріального виробництва, а за рахунок виробництва нових знань.

Список використаних джерел:

1. Шумпетер И. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Экономика, 1995. – 320 с.
2. Денисов Э. Исследование различий в темпах экономического роста / Пер. с англ. – М.: прогресс, 1971. – 645 с.
3. Белл Даниил. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. – М.: Academia, 1999. – 378 с.
4. Стюарт Т. Богатство от ума/ Пер. с англ.- Минск: Парадокс, 1998. – 346 с.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Латкіна С.А., старший викладач

Геєр А.В.

Херсонський національний технічний університет

В сучасних ринкових умовах одним з важливих джерел формування фінансових ресурсів для України має стати залучення інвестиційних ресурсів, адже саме дані кошти дають змогу повноцінно забезпечити усі, поставлені перед країною, стратегічні задачі та цілі. Найважливіше завдання постає щодо найбільш ефективного та раціонального використання вже залучених інвестицій, а також щодо шляхів підвищення загальної привабливості національної економіки для суб'єктів господарювання. Практичне втілення інвестиційних процесів неможливе без детального опрацювання та глибокого розуміння системи державного регулювання інвестиційної діяльності, адже саме органи державного управління формують ступінь інвестиційної привабливості національного господарства.

За умов сучасного конкурентоспроможного ринкового середовища, перед Україною постає важливе питання залучення інвестиційних ресурсів, яке сприяє процесу економічного зростання, забезпечує реалізацію стратегічно важливих напрямів розвитку національної економіки, а також надає можливість більш повної інтеграції у світові господарські процеси.

Сприяння активізації інвестиційних процесів забезпечується державним регулюванням даного напрямку економічних взаємовідносин. Адже без виконання державою своїх функцій щодо контролю за дотриманням умов інвестиційної діяльності усіма учасниками ринку, а також управління державними інвестиційними програмами, неможливо побудувати ефективний, реально діючий та сучасний механізм інвестування. В умовах сьогодення саме державний вплив може не лише сприяти підвищенню національної інвестиційної привабливості, а і нанести невинуватної шкоди через надмірно жорсткі бар'єри.

В Україні основним законодавчим актом, що регулює інвестиційні відносини та процеси є Закон України «Про інвестиційну діяльність». Відповідно до його положень, інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект. Інвестиційна діяльність на території України проводиться згідно положення Закону України «Про режим іноземного інвестування». За заходи щодо здійснення державного регулювання інвестиційної діяльності відповідають Верховна Рада України та Кабінет Міністрів України, місцеві державні адміністрації та органи самоврядування, а також спеціальні організації, уповноважені на це державними органами.

Нині в Україні існує досить багато проблем активізації інвестиційної діяльності, для вирішення яких необхідно: забезпечити стабільність діючого законодавства та послабити регулювання підприємницької діяльності зі сторони держави; удосконалити нормативну базу з питань реалізації прав власності; забезпечити публічність та прозорість у прийнятті рішень органами влади, що призведе до зменшення проявів корупції; запровадити ефективні методи корпоративного управління; знизити податкове навантаження; забезпечити стабільність політичного середовища; створити позитивний імідж держави. Реалізація державного регулювання інвестиційної діяльності в Україні проводиться з допомогою таких заходів, а саме: безперервного удосконалення державних норм, правил та стандартів інвестування; системи оподаткування, включаючи податкові пільги та ставки; надання державної підтримки учасникам інвестиційних процесів через надання дотацій, субсидій, бюджетних позик та субвенцій; реалізації заходів антимонопольного регулювання; проведення ліцензування окремих видів робіт та ін.

Регулювання інвестиційної діяльності має проводитися на трьох рівнях, а саме: на державному, регіональному та на рівні окремих підприємств. Для залучення інвестиційних ресурсів на різних рівнях необхідно додатково використовувати різноманітні стимулюючі засоби. До таких методів можна віднести надання фінансових та податкових пільг. Категорія фінансових пільг реалізується завдяки впровадження таких заходів: покриття частини витрат інвесторів через надання прямих урядових субсидій, отримання урядових кредитів та позик на пільгових умовах, державна участь в інвестиційних проектах на пайовій основі та ін. Податкові пільги передбачають: звільнення від податкового навантаження суб'єктів інвестиційної діяльності на визначений термін, зменшення ставки податку на прибуток, спрощення умов процесів інвестування та реінвестування, тощо.

Головною задачею, що стоїть перед державним регулюванням є визначення пріоритетних напрямів та галузей для інвестування, що принесе фінансову вигоду, а також сприятиме реалізації комплексних стратегічних задач, поставлених перед державою. Інвестиційні ресурси необхідно якомога активніше спрямовувати у високорентабельні виробничі проекти. У соціальній сфері необхідно розподіляти інвестиційні ресурси не за принципом залишковості, а за першочерговою нагальністю задоволення потреб. Адже саме соціальна сфера може сприяти підвищенню загальних доходів населення, що буде активізувати процес вивільнення коштів.

Висновки. Отже, процес активізації державного регулювання інвестиційної діяльності в Україні потребує удосконалення. Існує необхідність вдосконалення нормативно-правової бази, забезпечити належні умови для підприємств з іноземними інвестиціями, ефективно вивчати та впроваджувати передовий досвід у сфері інвестування, налагодити сприятливе середовище для прибуткового функціонування капіталів у державі, причому однаковою мірою як для вітчизняних, так і іноземних інвесторів. Для покращення інвестиційного клімату в Україні необхідно зробити все можливе, щоб зарубіжні інвестори не боялися вкладати кошти в економіку нашої країни. Саме інноваційний розвиток сприятиме прискоренню структурних перебудов, що життєво необхідні для української економічної системи.

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ СЕРВІСОМ НА РИНКУ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ (НА ПРИКЛАДІ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ)

Дяченко Л.А.

Ужгородський національний університет

Розглянемо, на прикладі системи охорони здоров'я Великобританії, досвід управління сервісом у лікарнях та поліклініках. Для вищого рівня сервісу медичних послуг, які пропонують поліклініки у Великобританії, є потреба використовувати додаткове фінансування, але також вищий рівень сервісу надається споживачам через зміни в системі менеджменту закладу охорони здоров'я.

«Розвантаження черги»: створення невеликої черги в поліклініці зумовлює прийняття швидкого управлінського рішення менеджером реєстратури, а саме: пацієнтам, які стоять в черзі і прийшли вперше до поліклініки, подають «Амбулаторну картку хворого», ручку і пропонують заповнити про себе персональні дані. Таке рішення дозволяє пришвидшити обслуговування людей із черги, а значить підвищити рівень їхнього задоволення, зменшити час очікування в черзі, що свідчить про вищий рівень сервісу, який надається.

«Приватність візиту до лікаря»: аби право пацієнта на його приватність візиту до лікаря не було порушено, на дверях лікаря в поліклініці не вказують його спеціальність, а лише номер кабінету. Для окремих категорій пацієнтів це є дуже важливим. До прикладу, в аптеці також намагаються не порушувати права пацієнтів на приватність, а тому, в процесі консультації людини як саме приймати ті чи інші специфічні ліки розкажуть не на всю чергу, а окремо конкретній людині.

«Запис на візит до лікаря». Записатися до лікаря можна по телефону, а також в режимі онлайн. Коли людина зайшла в поліклініку, до її послуг є не лише менеджер із реєстратури, а й засоби техніки, наприклад: комп'ютер. На екрані комп'ютера пацієнт вводить свої дані, які одразу бачить лікар у своєму кабінеті, а на « електронній біжучій доріжці» у приймальні поліклініки з'являється інформація про те, до якого номера кабінету слід зайти даному пацієнту.

«Про зручності для пацієнтів, які прийшли до поліклініки з малими дітьми». Якщо виникає потреба в очікуванні черги, а люди прийшли в поліклініку з малими дітьми, для такого випадку передбачено певне місце, воно відгороджено, із-зовні закрите, де діти тимчасово можуть бавитися іграшками. Звичайно, родичі самі спостерігають за цим процесом, але певний час увага дитини переключена на цікаве для неї заняття.

«Про інформаційні стенди». У приймальній, де знаходиться реєстратура, є багато різних стендів у яких анонсується про діяльність поліклініки та системи охорони здоров'я загалом. Також особливу увагу приділено інформації (в тому числі не лише на стендах), яка присвячена різним урядовим соціальним програмам, різним пропозиціям від організацій та фондів, які взаємодіють із системою охорони здоров'я. Інформаційні листи друкують різними мовами, так як у Великобританії проживає багато людей різних націй. Також до послуг людей є і інша популярна та рекламна література для різних вікових груп, які певний час очікують в черзі до лікаря. Варто зазначити, що іс-

нують також інформаційні таблички, про те, що у певній поліклініці надає медичні послуги лікар (лікарі) дуже високого рівня кваліфікації. Таблички розміщують ще при вході, на фасаді будівлі, з метою проінформувати зацікавлену аудиторію у можливостях отримати послуги таких спеціалістів.

«Про інші зручності в очікуванні». Для того, щоб очікування не так втомлювало пацієнтів, передбачено у приймальні реєстратури крісла різних розмірів; звичайною нормою є наявність туалетів і для людей з особливими потребами, духова кабіна, кімната для матері з немовлям тощо.

«Оптимізація державних програм медичного страхування» забезпечує також таке : безкоштовну медичну стоматологічну допомогу усім дітям дошкільного та шкільного віку; можливість для пацієнтів , в часі огляду лікаря, користуватися безкоштовно паперовими простиратлами чи рушниками (серветками) тощо.

«Організація надання привичок новонародженим». У випадках, коли батьки не з'явилися своєчасно з новонародженою дитиною на вакцинацію їм висилається лист-запрошення; якщо і після цього листа батьки не з'явилися знову з новонародженою дитиною на вакцинацію – їм повторно висилається лист, де розповідається про дану вакцину, вакцинацію та її доцільність, а також карта, в якій зображено, як саме територіально розташована поліклініка від місця проживання даної дитини та її батьків, як саме та якими видами транспорту можна доїхати до поліклініки.

«Про організацію оповіщення машин швидкої допомоги, яка повинна приїхати на виклик». Слід зазначити, що організація оповіщення машин швидкої допомоги приїхати на виклик у Великобританії, комп'ютеризація підприємств медичної сфери поставлена дуже добре. Це дозволяє забезпечити приїзд машини швидкої допомоги по місту навіть за 3-5 хвилин. При поступленні виклику машини швидкої допомоги у екстремальних випадках можуть бути направлені додатково 1-2 машини, що забезпечать пацієнту не лише належну діагностику, а навіть операційне втручання за місцем виклику. Існує також і така практика, коли пацієнти записують виклики машини швидкої допомоги, але не існує надзвичайних загроз стану їхнього життя чи здоров'я , то таким категоріям пацієнтів пропонують самостійно приїхати в лікарню для надання їм медичної допомоги.

«Про оптимізацію взаємодії медичних сестер та пацієнтів стаціонару». Високий рівень комп'ютеризації системи охорони здоров'я Великобританії дозволяє отримати різні практичні переваги для здоров'я пацієнтів стаціонарної допомоги. Медичні сестри стаціонарного відділення мають у своєму індивідуальному користуванні рації, які дозволяють, при потребі, мати своєчасний контакт з кожним пацієнтом у тих палатах, за які вони несуть відповідальність та допомогти йому. Для цього на ліжках існують певні пристрої, кнопки, через які можливий зв'язок із конкретним хворим та медсестрою, яка знаходиться за межами палати. Це дозволяє підвищити рівень надання медичних послуг, може запобігти смертельним випадкам тощо.

«Про супутні послуги». Супутні послуги у підприємствах охорони здоров'я надаються також. Це продаж води, напоїв, солодощів, печива, газет, книг, іграшок тощо. Але продаж їх здійснюють через автомати.

«Про взаємодію підприємств охорони здоров'я і установ служб соціальної допомоги». Слід зазначити, що при народженні дитини, матерям не має потреби їхати до служб соціальної допомоги аби заповнити документи на одноразові чи щомісячні допомоги на дитину. Взірці документів та бланки знаходяться на столах, в коридорах лікарні, де народжувалася дитина. Поки матері з дітьми перебувають у родильних будинках вони мають можливість заповнити відповідні документи, які потім будуть отримані службами соціальної допомоги, що дозволить призначити їм відповідні виплати. Це покращує взаємодію усіх учасників процесу та підвищує рівень сервісу послуг , які надаються пацієнтові.

« Про асортимент товарів у аптеках». На відміну від асортименту ліків та медичних товарів, які традиційно продаються у вітчизняних аптеках, є певні відмінності цього у аптеках Великобританії. У аптеках, окрім ліків, можна купити: біжутерію чи інші вироби галантерейного асортименту, шампуні, парасолі, креми, косметику, дитячі візочки, видрукувати самому фотографії з електронного носія тощо. Така різностороння взаємодія зі споживачами на ринку продажу товарів аптечного асортименту дозволяє збільшувати товарообіг аптек та їх прибуток, а також розширити.

Важливим аспектом процесу надання медичних послуг є також дотримання стандартів їх надання. Ефективні комунікації між лікарем та пацієнтом, дотримання стандартів надання медичних послуг дозволяє запобігти ускладненню хвороби конкретної людини та сприяє підвищенню рівня її задоволення від отримання тих чи інших видів медичних послуг. Варто зауважити, що на урядовому рівні, у Великобританії, досягнуто досить ефективних комунікацій між керівними органами системи охорони здоров'я та роботодавцями, які також зацікавлені у страхуванні життя та здоров'я сво-

їх працівників. Звичайно, умови, у яких функціонує система охорони здоров'я в Україні, є відмінними від умов, які склалися у Великобританії. Але деякі аспекти з позитивного досвіду з організації системи охорони здоров'я у Великобританії варто проаналізувати та розглянути можливості його впровадження. Слід зауважити, що деякі з позитивних прикладів, які приведені у даній статті, зовсім не потребують додаткового фінансування з бюджету України, але підвищують рівень медичних послуг при їх наданні.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ

*Лазоренко Л.В., к.е.н., доцент
Університет «Україна», м. Київ*

Інноваційна стратегія – один із засобів досягнення цілей організації, який відрізняється від інших засобів своєю новизною, передусім для даної організації, для галузі ринку, споживачів, країни в цілому.

За своїм змістом інноваційна стратегія враховує основні базисні процеси в організації і в її зовнішньому середовищі, можливості зростання інноваційного потенціалу організації.

В основі розробки інноваційної стратегії лежать такі підходи:

- визначення пріоритетних напрямів інноваційної діяльності, виходячи з цілей і завдань базисних стратегій фірми;
- скорочення кількості рівнів в управлінні з метою прискорення процесу «дослідження – виробництво – збут»;
- максимальне скорочення строків розроблення інноваційних проектів і впровадження нововведень, використовуючи певні принципи організації роботи: паралельне та інтегральне вирішення інноваційних завдань.

Як свідчать теорія і практика, інноваційні стратегії через свої особливості є, з одного боку, ефективним управлінським інструментом, а з іншого – створюють низку проблем в управлінні організацією, а саме, інноваційні стратегії:

- прискорюють постійний розвиток організації в умовах ринку;
- забезпечують переваги в конкуренції на основі лідерства в технології, якості продукції, послуг;
- визначають позицію на ринку, набір основних товарних ліній;
- сприяють лідерству в цінах;
- створюють основу для суспільного визнання фірми (організації).

Послідовність етапів розробки стратегії така:

1. Розробка цілей:

а) формування місії-орієнтації і місії-політики організації, у яких підкреслюється прихильність до інноваційної діяльності;

б) формується мета інноваційного розвитку організації.

2. Стратегічний аналіз:

а) аналізується внутрішнє середовище й оцінюється інноваційний потенціал;

б) аналізується стан зовнішнього середовища й оцінюється інноваційний клімат;

в) визначається інноваційна позиція організації.

3. Вибір інноваційної стратегії:

а) визначаються базові стратегії розвитку та їх інноваційні складові;

б) розробляються й оцінюються альтернативні інноваційні стратегії;

в) здійснюються вибір і обґрунтування інноваційної стратегії, якій віддається перевага.

4. Реалізація інноваційної стратегії:

а) розробляються стратегічний проект (перелік стратегічних змін і заходів для їх здійснення) та план реалізації проекту, особливо враховується інноваційний характер перетворень;

б) організується стратегічний контроль процесу реалізації проекту;

в) оцінюється ефективність процесу реалізації і проводиться необхідне коригування проекту, стратегій, цілей.

Реальна практика розробки інноваційної стратегії складна, бо за своєю сутністю будь-які стратегічні заходи мають інноваційний характер, адже вони до певної міри ґрунтуються на новов-

веденнях. Розробка та впровадження нововведень є затратним і довготривалим процесом. Тому формування інноваційної стратегії завжди повинно супроводжуватися оцінкою можливих джерел інвестицій та їх ролі у реалізації інновації.

ІННОВАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК КЛЮЧОВИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Максименко І.О., магістрант

Донецький національний технічний університет, м. Красноармійськ

За сучасних умов орієнтації економіки України на запровадження інвестиційно-інноваційної моделі зростання гостро постає проблема якісного дослідження формування культури інновацій, її впливу на результати управлінських рішень, можливостей розвитку і удосконалення її стану з метою адаптації до сучасних трансформаційних процесів. Світовий досвід в сфері управління однозначно засвідчує, характерною рисою сучасності є значне підвищення інноваційної активності на міжнародному рівні: збільшуються витрати на проведення науково-дослідних робіт, створюються нові наукомісткі і високотехнологічні галузі виробництва, інтенсивно модернізується система освіти і професійної підготовки. Як відомо, активізація інноваційно-інвестиційних процесів є неможливою на морально застарілій виробничій базі, зношеному устаткуванні промислових підприємств і наукових центрів. Тому розвиток і підтримка складових інноваційної системи є особливо актуальним питанням, що вимагає серйозної уваги та вивчення.

Без гнучкого управління інноваціями неможлива тривала стабільність ефективної діяльності [1, с. 201]. Таким чином, концептуальною основою забезпечення сталого функціонування виробництва в умовах динамічного економічного середовища має стати науково обґрунтована інноваційна культура, яка є основним чинником розвитку інтелектуального потенціалу.

Глобалізація економічно-соціальних процесів змушує вітчизняні підприємства кардинально активізувати свою інноваційну діяльність з метою забезпечення довгострокової конкурентної переваги на ринку. На думку М. В. Семикіної підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва вимагає не лише зростання технологічного рівня діяльності, залучення інвестицій, а й формування інноваційної культури, гідного стимулювання наполегливої творчої праці щодо вдосконалення інноваційного менеджменту, створення умов для постійного збагачення й оновлення знань, зацікавленості у розробці та ефективному впровадженні нових проектів і технологій [2, с. 550].

Як зазначає І. В. Лобас, в умовах загострення боротьби за ринки збуту, обмеженості доступу до фінансових ресурсів, найбільші шанси на мінімізацію втрат та швидке відновлення економічних показників матимуть насамперед ті країни, які змогли вибудувати високоефективну економіку, засновану на постійному вдосконаленні виробничих процесів, створенні інноваційної продукції, оптимізації систем управління, високій інноваційній культурі населення загалом та управлінських кіл зокрема [3].

Варто зауважити, що енергійна і грамотна науково-технологічна й інноваційна політика керівників держави часом виводить її з третьорозрядних у піонери технологічного розвитку (наприклад, так звані «азійські тигри»), у той же час недостатній рівень інноваційної культури політичного керівництва країни чи працівників апарату державного управління неабияк гальмує її інноваційний розвиток [4, с. 67].

Синтез постійного використання новацій і креативний підхід до вирішення проблем управління стає дієвою та ефективною інноваційною стратегією розвитку для держави [5, с. 298]. Таким чином, сьогодні надзвичайно важливого значення набуває потреба у використанні творчого потенціалу суспільства поряд з фінансовими методами стимулювання інноваційної діяльності. За сучасного розвитку виробничої діяльності доцільно впроваджувати інновації на всіх рівнях організаційної структури, оскільки без цього неможливим є забезпечення суттєвих структурних і функціональних зрушень, які супроводжуються прогресивними змінами в національній економіці.

Підсумовуючи вищезазначене, треба підкреслити, що головною перевагою інноваційного шляху розвитку в глобалізованому просторі є забезпечення економічного прогресу без пропорційного зростання споживання сировинних ресурсів, створення умов, за яких інвестування у творчий та науковий потенціал стає надзвичайно вигідним. Адже інноваційний розвиток, спираючись на загальні принципи розвитку науково-технічного прогресу, передбачає об'єктивну потребу впровадження нововведень. Це все і стає запорукою комплексного розвитку суспільства, оскільки конку-

ренція ідей та інновацій забезпечує динаміку прискорення суспільних змін, а вибір найоптимальніших з них не тільки сприяє стабільному економічному зміцненню держави, а й забезпечує надійне закріплення лідерських позицій на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Черваньов, Д. М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України / Д. М. Черваньов, Л. І. Рейкова. – К.: Знання: КОО, 2007. – 450 с.
2. Семикіна, М. В. Управління інноваційним процесом підприємства на засадах формування позитивної інноваційної культури / М. В. Семикіна, О. В. Масленко // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2007. – С. 549-554.
3. Лобас, І. В. Особливості інноваційно-інвестиційної політики України [Електронний ресурс] / І. В. Лобас // Державне управління: теорія та практика. – К.: ДВНЗ Національна академія управління при Президенті України. – 2011. – № 2. – Режим доступу : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej14/txts/Lobas.pdf>
4. Казмірчук, С. В. Інноваційна культура: роль і місце в інноваційному розвитку підприємства / С. В. Казмірчук // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2010. – Випуск 1 (3). – С. 66-70.
5. Вікарчук, О. І. Інноваційна культура як ефективний метод управління / О. І. Вікарчук // Бізнес Інформ. – 2013. – № 1. – С. 298-301.

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Кудрявцев В.М., к.е.н.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Забезпечення інвестиційної безпеки національної економіки це, насамперед процес, тобто дії чи бездіяльності суб'єктів безпеки щодо об'єктів в певному просторово-часовому орієнтуванні. Якщо просторова компонента стійка, то адміністративні кордони держав змінюються досить рідко, відносно стійкі і межі економічного простору, тобто вибір часового періоду надзвичайно важливий для ефективного забезпечення інвестиційної безпеки. Будь-яка мета, переслідувана суб'єктом інвестиційної безпеки, будь то нівелювання існуючої загрози або попередження появи нових загроз, визначається періодом реалізації і тривалістю можливого ефекту. При цьому сам фактор часу є визначальним при постановці цілей. Не менш важливе питання суб'єктів і об'єктів забезпечення інвестиційної безпеки національної економіки. Конкретизуючи, ефективне забезпечення власної інвестиційної безпеки окремим економічним суб'єктом можливо тільки після розстановки орієнтирів, пріоритетів, гарантій та оформлення їх обов'язковим, юридичним чином з боку держави.

Для подолання зазначених вище проблем, модернізації української економіки, забезпечення її конкурентоспроможності необхідно насамперед розробити концептуальні положення стратегії інвестиційної безпеки національної економіки з урахуванням накопиченого теоретичного і практичного вітчизняного і зарубіжного досвіду.

Безумовно, стратегія інвестиційної безпеки не повинна обмежуватися національним рівнем і повинна мати рівневу структуру: держава – регіон – підприємство – домашнє господарство. Тільки наявність єдиної ієрархії задоволення потреб інвестиційного характеру забезпечить баланс інтересів з урахуванням специфіки окремих суб'єктів.

Стратегія інвестиційної безпеки має стати суттєвим елементом соціально-економічної стратегії держави. Узагальненою метою стає забезпечення стабільності, стійкості та незалежності інвестиційних процесів в масштабах країни для всіх зацікавлених суб'єктів національної економіки в тривалій перспективі. Структурні, узагальнюючі цілі такої стратегії – це підвищення конкурентоспроможності економіки та протидія зниження рівня життя населення способами, що сприяють довгостроковому економічному розвитку країни і її економічній цілісності. Національна стратегія інвестиційної безпеки повинна збалансувати інтереси як населення, підприємців, інститутів ринку і бізнесу, так і органів місцевого самоврядування, регіональних і федеральних органів влади. Таким чином, дана стратегія повинна охоплювати широкі сфери соціально-економічної діяльності суспільства.

Національна стратегія інвестиційної безпеки повинна реалізовуватися як комплексна система довготривалих заходів (програм, проектів, цілей), спрямованих на стабілізацію, підвищення стійкості та збереження незалежності інвестиційних процесів через підвищення конкурентоспроможності

національної економіки та зростання рівня життя населення. Тому в стратегії повинні бути дані відповіді на наступні питання: від чого треба захищатися, що треба захищати і як треба захищати.

Завдання забезпечення як поточної, так і перспективної інвестиційної безпеки, хоча і вимагають вжиття заходів вже в даний час, не можуть бути вирішені в короткі терміни і будуть пріоритетними напрямками в найближчій, середньостроковій і довгостроковій перспективі.

Враховуючи вищевикладене, в рамках національної стратегії інвестиційної безпеки початковим етапом стає моніторинг галузевої, регіональної, соціальної (суб'єктної) структури інвестиційної діяльності, а також оцінка її ефективності, що утворюється позитивного або негативного синергетичного ефекту від різних напрямків цієї діяльності в масштабах країни або регіону. У нашому випадку моніторинг необхідно розглядати як комплекс безперервних спостережень насамперед за пороговими значеннями показників інвестиційної безпеки відповідного суб'єкта, що представляє собою систематичне зіставлення дійсного стану з бажаним. На підставі думок фахівців, що здійснюють процедуру моніторингу, виявляються нові загрози, ступінь небезпеки від існуючих, даються рекомендації щодо попередження, ліквідації або мінімізації збитку.

Державно регламентована процедура моніторингу дозволить розпочати безпосередню реалізацію комплексу заходів щодо забезпечення інвестиційної безпеки як окремим економічним суб'єктам, регіонам, так і державі.

Вирішення питань забезпечення інвестиційної безпеки передбачає не просто досягнення стійкого, незалежної, стабільного розвитку національного господарства, але й підвищення якості економіки, тому для забезпечення перспективної інвестиційної безпеки держави необхідне вдосконалення суспільного продукту і способів його відтворення.

СЕКЦІЯ 3. АКТУАЛЬНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ

THE FINANCIAL COMPANY DIAGNOSTICS IMPLEMENTATION IN THE MODERN ECONOMIC CONDITIONS

Karel Jurachek

University of Veterinary and Pharmaceutical Sciences Brno, Czech Republic

Olena Holovko, PhD in Economics , Associate professor,

Kharkiv Institute of banking

of the University of banking of the National bank of Ukraine (Kyiv)

Under current conditions in Ukraine, there is a particularly important problem of the financial sustainability of the enterprise. The most reliable, convincing and summary analysis of all areas of the company provides a diagnosis of its financial condition. Based on the diagnosis of the financial condition of tactics and the strategy of the company, plans and management strategies are identified reserves of increasing production efficiency, assesses the results of financial and economic activities of the company and its business units. Necessity for more rapid responses to changing business and economic situation in order to maintain a stable financial condition of the company. The achievement of financial and economic stability is provided by the decisions of managers based on the diagnostic results.

The financial diagnostic of the company [1] is the definition of the current state of the company and the dynamics of its changes, possible solutions to problems based on the results of calculations, evaluation and interpretation of financial indicators of various aspects of the company.

Depending on the goals of users, the purpose of financial diagnostics can be: definition of the strategy of financial management and the reliability and adequacy of the key financial indicators; determination of the effectiveness of financial management and make recommendations for its improvement; determining the reliability of estimates of the integral property complex, the value of shares, the value of collateral; identification of bankruptcy and ways to avoid bankruptcy; forecast of financial risks and to identify ways to reduce them; assessment of the stock of financial stability.

Note that the diagnosis should be based on generally accepted principles, the most important of which are:

- timeliness – diagnosis should be carried out before a crisis, before the first signs of bankruptcy, considering the dynamics of the enterprise;

- complexity – some phenomena and processes appropriate to examine in conjunction with all other related phenomena, factors, objectives;

- the scientific – diagnosis is based on evidence-based principles, concepts, categories, patterns, application of the methodology and research methods;

- authenticity – the process of diagnosis is based on the primary, accurate information;

- accuracy – conformity to the real facts, objectives and requirements of the process of diagnosis;

- objectivity – diagnosis must be carried out on the developed program of research with clearly defined basic parameters with minimal impact factor of subjectivity, in the process of diagnosis, use only the facts, methods and measures to reduce the level of inaccurate estimates;

- efficiency – performing diagnostics of a company, you should always compare the positive and negative consequences of its conduct and the costs associated with this process.

The diagnostics can be determined by how well the company is working on its competitors, which changes made to the condition of the company as compared to the previous period (improved or worsened), or are eligible under the existing conditions of the performance of the enterprise.

The main tasks to be undertaken during the financial diagnostics: determining the status of the company at the time of the study; identify trends and patterns in the development of the company during the study period; the definition of "bottlenecks" affecting the financial condition of the company; identification of the reserves that the company can use to improve the financial situation.

In the process of diagnosis is the first step in information monitoring, during which collects information about the company in the dynamics for a period of at least 3 years. The main part of the input data is the financial and accounting reports, which is the main source of information for the analysis of financial activity. It allows you not only to assess the effectiveness of the financial and economic activities, but also to study and analyze the mechanisms of our capital management and profits. But except for inside

information not less need for external information, which will more quickly adapt to changes in the external environment.

Stage information monitoring is to identify negative trends in the enterprise, which must include: the growth of overdue accounts receivable; the growth of overdue accounts receivable; impairment of fixed assets; the presence and growth of losses; increased costs; increasing the number of finished goods inventory; increase in inventories and work in progress.

The second stage of diagnosis is rapid diagnosis, which is divided into static and dynamic.

Diagnosing financial condition and sustainability of the enterprise, it is necessary to use quantitative and qualitative evaluation methods. Quantitative methods of diagnosis include the establishment of indicators of financial stability in numerical form. These include the assessment of the financial condition of the company on the basis of financial ratios on a specified date in the dynamics. At the stage of rapid diagnosis should be carried out: analysis of the company's balance sheet; analysis of the sources of financial support for current activities; analysis of the production and sale of products; assessment of property; assessment of financial stability; assessment of liquidity; assessment of solvency.

Qualitative methods are the final stage of diagnosis of the financial condition and sustainability of the company. They lie in the verbal analysis of financial statements.

At express-diagnostics company without crisis suggests that "the company financially healthy" and ends with the diagnostic process, and if the crisis continues, moving into the second stage - the fundamental diagnosis of the financial condition of the company.

Thus, based on the analysis of the literature, the concepts of "diagnosis of the financial condition of the company," The necessity of introducing financial diagnostics for predicting the crisis at the plant. Developed a diagnostic algorithm financial condition of the company will allow continuous monitoring of the financial status of the company, to determine the causes of the crisis in the early stages and provide the negative trends in the enterprise, which in turn will respond quickly and prevent the expansion of the crisis. Managerial decision making will be justified and it will keep up with the changes and to implement effective anti-crisis strategy to improve the financial condition or prevent bankruptcy.

It should be noted that these features of the financial mechanism for the implementation of diagnostics in the company, can be expanded and more specific programs for implementation, developed for other domestic enterprises, is a hot topic for further research.

List of references:

1. Brezeanu P., Botinaru A., Prăjiteanu B., „Diagnostic financiar.Instrumente de analiză financiară”, Editura Economică,2003, pag.363
2. Dragotă V., Ciobanu A.M., Obreja L., Dragotă M., „Management financiar”, vol.I, pag.285
3. Niculescu M., „Diagnostic financiar”, vol.2, Editura Economică, pag.24
4. Niculescu M., „Diagnostic global strategic”, Editura Economică,1997, pag.227
5. Petrescu S., „Diagnostic economico-financiar. Metodologie.Studii de caz”, Editura Sedcom-Libris, Iai,2004,pag.13
6. Rusu C., „Diagnostic economico-financiar”, Editura Economică, 2006, pag.15
7. Vasile I., „Gestiunea Financiară a întreprinderii”, Editura Meteor Press, 2005, pag.75

FINANCIAL PLANNING AS AN ESSENTIAL ELEMENT OF ECONOMIC MANAGEMENT

*Volodymyr Ponomarenko
International Communication Centre, Bratislava, Slovakia
Olena Holovko, PhD in Economics , Associate professor,
Kharkiv Institute of banking
of the University of banking of the National bank of Ukraine (Kyiv)*

Under the market economy faces new challenges every aspect of financial planning. The most difficult is the fact that nowadays there is little to learn from the mechanisms of financial planning that was carried out in a socialist economy. And it requires a transition from well-defined mechanisms of planning that had prescriptive for socialism, to determining the multivariate forecasts, plans and financial security and financial results of economic development based on market principles, is production and consumption are determined by supply and demand, and the demand is determined by the level of material welfare, de-

velopment of international economic relations, competitiveness and technological excellence of products, as well as work performed, and services provided.

Financial planning is an essential element of economic management. Without financial planning can not achieve the level of economic management, providing enterprise efficiency, success in the market, expansion of facilities, the successful resolution of social issues and material incentives for workers. For financial management professionals should not only focus on the internal situation of the enterprise, but also be informed about the situation in the country and worldwide, because the globalization of financial processes observed in relation to our country. In the face of uncertainty due to the global financial crisis financial planning process can not remain the same as under the condition of stability: should change planning horizon, plans should be more flexible, it is necessary to choose new targets. You can absolutely say that the role of planning in times of crisis is not reduced, but the process of financial planning is much more complicated.

With its economic essence recognized financial planning resources, such as the sources of their formation and areas of use. These methodological and procedural inconsistencies and relationship insecurity indicators of enterprises plan projections indicative indicators to development programs do not create a proper framework for effective financial regulation.

The task of financial planning is to determine the possible amount of financial resources, the sources of their formation and uses of by analyzing the trends of regular volume and production costs, as well as the dynamics and mass of profit based on impact factors. The resulting indicator of financial planning in the enterprise is increasing positive financial performance dynamics. Therefore, given the generally accepted principles and the main purpose of financial planning - it should be noted that the current methodology of financial planning is not perfect because it does not take into account such important factors as efficiency. Indeed, the existence of financial plans of the company does not automatically mean the effectiveness and therefore the main objective of financial planning - will be achieved only on paper [2].

The main principles of financial planning is necessary to distinguish such as scientific, objective-oriented, systematic planning, continuity and flexibility, coordination, matching funding their goals, providing liquidity and financial stability [1].

The scientific - reflects the state of development of the financial demands of science and improves the methods of developing financial plans. On this basis, the possible steady increase in the quality of financial plans and their role in the effective management of financial institutions. A more complete account of the actual economic conditions of the objective laws of market economy, the strength of their impact in specific situations leads to a number of new schemes and financial planning models that take into account the specificity of different financial sectors and even individual businesses.

Task orientation - is one of the main principles of financial management yourself. Target orientation changes at each stage of the life cycle of an organization. The systemic nature of planning is that financial planning is a set of interrelated elements to achieve the strategic goals of the organization. Coordination, which is the financial plans of all departments are interrelated and interdependent.

Continuity and flexibility of the process of financial planning, which are essential prerequisites for effective financial management and provide systematic work on drafting and revision of all interdependent plans of the organization.

Matching funding aims to attract them. The tool should fit the purpose. For example, for the modernization of fixed assets should involve long-term sources of funding, and to purchase additional working capital - short-term.

Providing liquidity and financial stability of the organization for the financial planning of its activities. The implementation of this principle should provide the excess of current assets over the organization of short-term debt [3].

The prediction of future conditions necessary to determine the external and internal environment, which will take place the company. Based on advanced calculations industrial enterprise and marketing forecasts, market research, demand and other factors, projected future potential income.

Statement of financial problems is to define parameters for the planning period of income, profits, expenditure limits and the main uses of funds.

Choosing the best option. Based on the analysis of trends and current financial position of the provisions considered several options, which may be the best options for business and financial development of the company.

As it turns out, in practice, companies which employ a method of financial planning, are able to effectively organize their production and business and economic activities, as financial planning - a real saving money and time, so the place has a great financial strategy of the enterprise.

Today planning company - is a problem that is caused by several reasons: lack of understanding of the goals and objectives of the company; the complexity of determining resource needs of the enterprise; instability of fiscal policy; lack of experience in self- goal setting , action planning and fundraising in the market; shortcomings of the existing system of management accounting; lack of qualified personnel knowledgeable in modern methods of planning; insufficient development of information technology.

The experience of many companies in developed industrial countries shows that in today's market, with its stiff competition, planning, financial and business activities are essential to their survival, growth and prosperity. That is, it enables optimal link available opportunities enterprises on production of demand and supply, prevailing in the market.

Financial planning is an essential element of economic management as well as finance covering all aspects of the business, the financial planning expresses them in the relevant financial indicators used in managing the economy. Without financial planning can not achieve the level of economic management, providing enterprise efficiency, success in the market, expansion of facilities, the successful resolution of social issues and material incentives for workers.

List of references:

1. Bezverkhniy Y. Budgeting as a method of management accounting and its reflection in the reporting / Bezverkhniy Y. //Economics. - 2012. - Issue 9 (33). - Part 1. - P.25-31
2. Podderyohin A. M. Finance companies: Tutorial: / Coeur. count, auth. and Sciences, yet. prof. A. Podderyohin. - 4th ed, Revised, and add. - Kyiv: Kyiv National Economic University, 2002. - 571 p.
3. Stepura V. The international experience of financial planning / V.V. Stepura // Journal of economic reforms. -2012.-№1(5).-P. 41-44.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ НА МІЖНАРОДНОМУ РІВНІ

Мігальчинська О.О.

*Науковий керівник: Солопун Н.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Велике значення у процесі виконання маркетингової політики розподілу має планування збуту, при якому пов'язуються конкретні обсяги та види робіт підприємства з наявними ресурсами, а також із асортиментом продукції. Складовою частиною планування збуту є прогнозування обсягів продажу, вибір найефективніших каналів збуту.

Канал збуту (розподілу) – це сукупність фірм або окремих осіб, що беруть участь у процесі просування товарів від виробника до споживача [1].

Збутова політика в міжнародному маркетингу стосується двох аспектів: збуту на міждержавному рівні і розподілу товарів усередині закордонної держави. В обох випадках виготовлювач повинен приймати рішення про збутовий канал. З погляду можливостей стандартизації збутових каналів і стратегій розподілу ця складова комплексу міжнародного маркетингу пов'язана з найбільшою кількістю перешкод.

Організація збуту в міжнародному аспекті може бути у формі прямого або непрямого експорту, створення спільних підприємств, у вигляді лізингу, франчайзингу, промислової кооперації, виробництва за контрактом, ліцензування [2].

У каналах збуту важливе місце посідають роздрібні торговці, які можуть отримувати товари від виробників, великих і дрібних оптовиків.

При формуванні каналів збуту фірмі слід провести попереднє маркетингове дослідження можливостей торгівлі.

Одним із ключових моментів в організації каналу є добір торговельних посередників. Якщо інфраструктура закордонного ринку розвинута, то підприємство використовує послуги місцевих торговельно-посередницьких організацій (дистриб'юторів), вибираючи їх за такими критеріями: фінансові можливості і стабільність дистриб'ютора; рівень розвиненості зв'язків зі споживачами (роздрібними або дрібнооптовими підприємствами); відповідність продукції підприємства профілю

діяльності дистриб'ютора (гармонійність пропозиції стосовно торговельного посередника); наявність відповідного устаткування, складів тощо; рівень кваліфікації персоналу.

Ефективність системи збуту тим вища, чим коротший період часу, що витрачається на доведення товарів від місць виробництва до місць реалізації та на їх продаж кінцевому споживачу; менші витрати на організацію розподілу. Сумарні збутові витрати залежать від рівня комерційної роботи і форми співпраці з партнерами [3].

Створення ефективної системи збуту в міжнародному маркетингу залежить від національної інфраструктури розподілу. Це позначається як на витратах, так і на можливостях успішного початку продажів в умовах конкуренції місцевих традицій і переваг. З цього боку можна говорити про сегментацію розподілу, тобто поступовий розвиток збутових каналів і використання різних збутових стратегій на національних ринках (або регіонах). Сегментація може проводитися з врахуванням не тільки економічних критеріїв, але й географічних, щільності населення тощо. У деяких регіонах підприємства застосовують тактику поступового розширення географії постачань через регіональних дилерів.

Вважається, що чим менше посередників між виробником і споживачем, тим більше витрат для фірми, оскільки вона вимушена створювати необхідні запаси товарів, забезпечувати їх зберігання, обробку, а надалі й оптову реалізацію. З точки зору виробників, чим більше посередників залучається, тим менше безпосередніх контактів із споживачами і тим нижчий ступінь її контролю над структурою торговельної ланки.

Плануючи політику розподілу, керівництво фірми повинне накреслити відповідні стратегію й тактику: цілі розподілу, горизонт покупця, ділянку збуту, до якого приходить право власності на товар, організаційну структуру системи збуту, типи торговельних посередників, через яких здійснюється товарорух [2].

Список використаних джерел:

1. Вачевський М.В, Скотний В.Г., Вачевський О.М. Промисловий маркетинг. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 242 с.
2. Савельев Є.В. Міжнародний маркетинг: Ч. І: Навч. посіб.: Пер. з рос. – К., 2002. – 320 с.
3. Харін О.І. Бобрин М.П. Основи маркетингу: навчальний посібник. – К., 2001. – 226 с.

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ФАКТОРОВ ВЛИЯНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Мен Вей (Китай)

Научный руководитель: Болдовская Е.П., к.э.н., доцент

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

Для обеспечения принятия рациональных управленческих решений и оптимизации структуры внешней торговли при проведении конкретных экспортных операций субъектам внешнеэкономической деятельности (ВЭД) приходится сталкиваться с необходимостью объективной оценки их эффективности. Вместе с тем, для предприятия, прежде всего, важна не просто оценка эффективности экспортной деятельности как таковая (как соотношение результатов и затрат). Первостепенным является выявление путей повышения эффективности экспортной деятельности и активное их использование, отслеживание динамики эффективности, ликвидация неэффективных операций и т.д. В связи с этим предприятию рекомендуется выделить весомые факторы, на которых будет основываться комплексный анализ эффективности экспортной деятельности и выделить такие из них, на которых предприятие может существенно влиять.

По результатам обобщения научных трудов [1-3] можно предложить следующую классификацию факторов влияния на эффективность экспортных операций предприятия:

- по месту возникновения: внешние, внутренние;
- по степени управляемости: объективные, субъективные, конъюнктурные;
- по характеру определения: количественные, качественные;
- по интенсивности воздействия: основные, второстепенные;
- по периоду действия: краткосрочные, долгосрочные.
- по количеству объектов воздействия: интегральные селективные;
- по результатам влияния: позитивные, негативные.

Для анализа экспортных операций предприятия целесообразно выделить определяющие составляющие, то есть доминанты, оказывающие влияние на систему экспортной деятельности предприятий. Последние определяются, прежде всего, стратегическими и тактическими целями функционирования предприятия и формируются под влиянием ряда внутренних и внешних факторов.

К основным внутренним факторам относятся:

- организационная структура предприятия;
- информационное обеспечение экспортной деятельности предприятия (качество информации, быстрота получения информации);
- качество макроэкономического анализа ситуации в стране-экспортере;
- способность к качественному анализу конъюнктуры рынков товаров, позволяющая своевременно и эффективно удовлетворять обнаруженные потребности в продукции, услугах;
- способность к эффективной производственной диверсификации;
- необходимый уровень адаптивных качеств, позволяющих гибко реагировать на изменения внешнего рынка (технологическая, организационная, ресурсная гибкость предприятия как производственно-экономической системы);
- обеспечение необходимого уровня конкурентоспособности товара, требуемого для существующих и перспективных сегментов рынка;
- способность производственно-экономической системы в наиболее полном и эффективном использовании имеющихся в распоряжении и приобретаемых для будущего производства всех видов ресурсов;
- способность обеспечения высокоэффективного функционирования предприятия посредством наиболее рационального использования его инвестиционного потенциала;
- четкая синхронизация работы производственных, организационных и транспортных звеньев предприятия при выполнении экспортных заказов;
- принципы и формы работы специалистов в сфере экспортной деятельности.

К основным внешним факторам относятся:

- внешнеэкономическая политика государства-экспортера;
- мировая хозяйственная ситуация;
- политическая, экономическая и маркетинговая ситуация в странах, входящих в зоны экспортной деятельности предприятия.

При построении системы управления экспортной деятельностью предприятия, внешние факторы следует считать условно инвариантными по отношению к деятельности предприятия, предполагая, что их необходимо знать, анализировать и учитывать при принятии решений.

Анализ вышеперечисленных факторов позволяет определить общую структуру для стратегических и тактических доминант экспортной деятельности предприятия, которая включает следующие составляющие:

- потенциал зарубежного рынка;
- внешнеэкономическая политика стран-импортеров;
- конкурентное преимущество предприятия;
- система, обеспечивающая возможность своевременного и адекватного отражения ситуаций, складывающихся на внешнем рынке;
- система синхронизации работы всех звеньев предприятия по обеспечению эффективности исполнения экспортных функций.

Таким образом, приведенные классификации дают возможность детально рассмотреть факторы влияния на эффективность экспортных операций предприятия. Их исследование в условиях глобализации хозяйственной деятельности становится особенно актуальным.

Список использованных источников:

1. Смирнова И. А. Основные факторы эффективности внешнеторговой деятельности предприятий / И. А. Смирнова // Вестник СГСЗУ. – 2006. – № 13 (2). – С.67-70.
2. Котиш О. М. Формування системи факторів ефективності експортних операцій / Котиш О. М., Манзя О. О. // Бізнес Інформ. – 2012. – № 7. – С. 50-52.
3. Золотих К. С. Формування системи факторів економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / К. С. Золотих. – Режим доступу : <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1623/1.pdf>

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КИТАЯ

Цзян Хуакун (Китай)

*Научный руководитель: Болдовская Е.П., к.э.н., доцент
Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет*

К середине 90-х годов Китайская Народная Республика (КНР) стала вторым в мире (после США) и крупнейшим среди развивающихся стран реципиентом прямых иностранных инвестиций (ПИИ).

Со времени вступления Китая во Всемирную торговую организацию (в 2001 г.), в стране проводится активное изменение законодательной системы в области привлечения инвестиций в страну, защиты прав инвесторов в соответствии с требованиями ВТО. К таким положительным моментам можно отнести:

- открытие доступа для зарубежных инвестиций в такие отрасли как телекоммуникации, городское газоснабжение, теплоснабжение, водоснабжение, зарубежные инвестиции, в которые ранее были полностью запрещены;
- отмена положения, обязывающего иностранные предприятия отдавать приоритет китайскому сырью при производстве готовой продукции;
- расширение возможностей для иностранных предпринимателей в розничной и оптовой торговле;
- развитие инвестиционных зон, предоставляющих значительные налоговые льготы.

В целях стабилизации уровня привлечения иностранного капитала в КНР и повышения качества его использования в последние годы мероприятия реализуются по следующим основным направлениям:

- совершенствование условий для инвестирования;
- оптимизация структуры размещения иностранных инвестиций с повышением доли высокотехнологичных отраслей, сферы энергосбережения и охраны окружающей среды и индустрии услуг
- поощрение инвестирования в Центральный и Западный Китай;
- содействие стимулирующей роли иностранного капитала в реформировании отечественных предприятий и модернизации китайского производства [1].

В настоящее время значение индекса транснационализации Китая находится на уровне 9 %, незначительно снизившись за последнее десятилетие (примерно на 3 п.п.). Исходя из общемировых тенденций, можно сделать вывод, что китайская экономика отличается невысокой зависимостью от иностранного капитала. Основные компании-источники ПИИ представлены транснациональными корпорациями (ТНК), что является тенденцией либерализации и глобализации мировой экономики. Это – положительный момент для китайской экономики в свете того, что, обладая значительными финансовыми ресурсами и опытом работы, ТНК располагают новыми технологиями, необходимыми Китаю в настоящее время. Форма прямого инвестирования как способ вложения капитала служит наиболее эффективным средством передачи технологий. Инвестор сам участвует в ее эксплуатации и реальном применении на практике, передавая дополнительный опыт национальным компаниям. Вопрос заключается в том, насколько цели прихода ТНК на китайский рынок соотносятся с задачами правительства по привлечению ПИИ.

В качестве основных факторов инвестиционной привлекательности Китая для зарубежных предпринимателей следует отметить:

- возможность освоения гигантского и быстрорастущего внутреннего рынка страны;
- возможность использования местной дешёвой рабочей силы и природных ресурсов;
- политическую стабильность;
- высокую динамику экономического развития Китая;
- функционирование зон привлечения иностранных инвестиций;
- наличие многочисленной зарубежной диаспоры этнических китайцев, располагающих значительными капиталами, налаженными сбытовыми сетями и опытом деятельности на мировых рынках.

При этом остается ряд проблем, затрудняющих свободный доступ прямых иностранных инвестиций в страну, среди которых инвесторы, в первую очередь, выделяют следующие:

- сложный порядок взимания налогов;

- отсутствие урегулированной системы разрешения споров;
- отсутствие защищенности прав инвесторов, прежде всего, недостаточная защита прав на интеллектуальную собственность.

Таким образом, привлекательность КНР как реципиента иностранного капитала определяется поддержанием высокого уровня социально-экономической и политической стабильности, наличием емкого внутреннего рынка и дешевой рабочей силы, а так же активной национальной инвестиционной политикой.

Подытоживая изложенное, можно сделать вывод, что инвестиционная стратегия КНР включает в себя множество компонентов, с помощью которых Китай стремится привлечь ПИИ в экономику страны. Для увеличения объемов поступлений иностранного капитала в страну Китай проводит всестороннюю реформу законодательной базы в области инвестиционной деятельности. Благодаря растущей экономике, деятельности по либерализации политики в отношении иностранных предприятий, улучшающемуся инвестиционному климату и политике открытия национальных отраслей для инвестиций, Китай остается привлекательным для иностранных инвесторов.

Список использованных источников:

1. Официальный веб-сайт Министерства коммерции КНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://fdi.gov.cn/pub/FDI_EN/Statistics/Annual Statistics Data/default.jsp.

ВНЕДРЕНИЕ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ МОРСКОГО ТРАНСПОРТА МЕЖДУНАРОДНОГО СТАНДАРТА ИСО 31000: 2009 «РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ - ПРИНЦИПЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ»

*Дубовик Н.В., к.э.н., доцент
Одесский национальный морской университет*

Деятельность предприятий морского транспорта подвержена влиянию различных рисков. Риск - объективное явление в любой сфере хозяйственной деятельности. Исследование работ, посвященных идентификации рисков и их классификации, показало, что четко разработанной классификации рисков не существует. Более того, насчитывается более 40 различных критериев рисков и более 220 видов рисков, в экономической литературе нет единого понимания в этом вопросе. Наиболее важными элементами, положенными в основу классификации рисков, являются время возникновения, основные факторы возникновения, характер учета, характер последствий, сфера возникновения и другие.

В связи с этим актуальным является внедрение международного стандарта ИСО 31000:2009 «Риск-менеджмент – принципы и руководства».

Данный Международный Стандарт представляет принципы и концептуальные руководства по управлению рисками. Он может быть применим на протяжении всего жизненного цикла предприятия, а также к широкому спектру деятельности, включая стратегии, решения, операции, процессы, функции, проекты, продукцию, услуги и активы.

Стандарт нацеливает организацию на формирование эффективной управленческой концепции, внедряемой на всех уровнях. Концепция предусматривает применение определенных процессов риск-менеджмента на различных уровнях и в определенных контекстах внутри организации. Такая система дает гарантию того, что об информации, собранной в ходе реализации процессов риск-менеджмента, был сделан отчет, что данная информация лежит в основе принятия решений и что на нее опираются на всех соответствующих организационных уровнях.

Важным требованием стандарта является проведение оценки риска, включающей процессы идентификации, анализа и оценки степени риска. ISO/IEC 31010 предоставляет руководство по техникам оценки риска.

Выполнение оценки в дальнейшем позволит обрабатывать риски. Стандарт предлагает некоторые способы обработки риска, а именно:

- избежание риска путем решения не начинать или не продолжать деятельность, приведшую к риску;
- взятие на себя риска или повышение его уровня, чтобы использовать возможность;
- уничтожение источника риска;

- изменение последствий;
- распределение риска с другой стороной или сторонами (включая контракты и финансирование риска);
- обоснованное решение принятия на себя страхового риска.

По результатам оценки риска необходимо разработать план по его обработке, который должен ясно идентифицировать приоритетный порядок применения отдельных опций обработки риска.

Стандарт нацеливает на обязательное проведение как мониторинга, так и оценки результатов, которые должны быть спланированы в ходе процесса риск-менеджмента и должны подвергаться регулярной проверке и надзору.

Внедрение системы управления рисками и ее поддержание в соответствии с международным стандартом ИСО 31000 позволит предприятиям морского транспорта:

- поддерживать упреждающее управление;
- улучшить финансовую отчетность;
- повысить осведомленность о необходимости идентифицировать и обрабатывать риски во всей организации;
- соответствовать релевантным законодательным требованиям и регламентам, а также международным нормам;
- улучшить деятельность по управлению;
- усилить доверие заинтересованных сторон;
- установить надежную основу для принятия решений и планирования;
- улучшить контроль;
- эффективно распределять и использовать ресурсы для обработки риска;
- улучшить оперативную эффективность и результативность;
- улучшить показатели профессиональной безопасности и здоровья, а также экологические показатели;
- улучшить предупреждение потерь и действия по ликвидации последствий происшествий.

Стандарт нацеливает на интеграцию риск-менеджмента в общий процесс управления предприятиями. Согласно ему риск-менеджмент является центральным процессом управления в организации, при котором риски рассматриваются с точки зрения их влияния на достижение поставленных целей. Структура управления и процесс управления основаны на риск-менеджменте.

Риск-менеджмент должен стать для руководителей предприятий морского транспорта естественным средством достижения целей организации, инструментом повышения эффективности их деятельности.

GENERALIZATION OF BANK FINANCIAL STABILITY INDICATORS: NATIONAL AND INTERNATIONAL EXPERIENCE

Olena Golovko, PhD in Economics, Associate Professor

Kharkiv Institute of banking of the University of banking of the National bank of Ukraine (Kyiv)

Oleksandr Gubarev, PhD in Economics, Associate Professor

Kharkiv State Academy of Culture

Overall functioning and development banks are under constant surveillance by the regulator, which in Ukraine is the National Bank of Ukraine. That work is carried out within a number of monitoring compliance with the standards and indicators that are defined according to the Instruction on regulation of banks in Ukraine and in accordance with the general practical methodology of calculation of the indicators (indicators) financial stability for depository institutions [1]. But the general practical methodology of calculation of financial stability indicators for depository institutions appeared relatively recently, and was preceded by numerous studies scientists of different countries in this direction.

Research indicators of internal financial structure of banks dedicated to research and B. Eichengreen A. Rose, which analyzes the impact on the structure of banks' balance sheets sustainability of development in terms of combating negative phenomena in the financial sector. As an indicator of the financial stability of banks they consider the dynamics of loans and changes in interest rates [2]. Dynamics of loans granted,

the volume of deposits, the real interest rate on deposits and related interest rate on loans to deposit the corresponding figure in his study is considered as indicators of financial stability of banks G. Kaminsky and C. Reinhart [3]. This review is due to the fact that it marked indicators, according to scientists, are key in terms of the definition of financial stability.

To analyze the financial stability of banks and development in the study of J. Sachs, A. Tornell and A. Velasco considered the likelihood of accelerated dynamics ratio of total loans to gross domestic product (GDP), which is a potential threat to the increase in problem loans [4]. Also, the ratio of total loans to GDP, as one of the indicators of financial stability of banks considered and D. Hardy and C. Pazarbasioglu. They also are determined by the appropriate generalization in terms of financial stability of banks consideration as indicators related obligations retail deposits to GDP ratio of subordinated loans to GDP change in interest rates on deposits [5]. Around the same approach to the study of indicators of financial soundness of banks and adheres H. Edison, which stresses the importance of generalization in this context, the ratio of loans to GDP dynamics rates on deposits and deposits volumes [6].

B. Gonzalez-Hermosillo, C. Pazarbasioglu, R. Billings, when considering financial stability indicators of banks separately allocate interest rates on interbank loans and the ratio of deposits to money supply [7]. The result of research experts and practitioners from banking on identifying indicators of financial stability of banks is a generalization of the International Monetary Fund as a guide for the compilation and use of such codes [8]. Overall nature of the system performance is reduced to generalize twelve basic and auxiliary fourteen indicators. These parameters are determined based on the bank's capital, on the basis of assets, income and expenses, and interest rate. Development of submitting financial stability indicators of banks, according to the International Monetary Fund generalizations can be considered the results of the Financial Stability Forum «Global Financial Stability Report of the Financial Stability Forum on Enhancing Market and Institutional Resilience». In particular, confirmed the need to improve performance requirements for capital and liquidity of banks and assessing the risks of banking activity [9].

World of Indicators of financial stability greatly complemented by economic standards of evaluation system of banks. However, a common drawback of existing standards are regularly changing their limits. Of course, such actions as increasing demand due to banks by the National Bank of Ukraine, and changes in the environment in which banks operate (the effects of the global financial crisis, fluctuations in the foreign exchange market, the market for energy, etc.).

List of references:

1. «Методика розрахунку економічних нормативів регулювання діяльності банків в Україні», схвалена постановою Правління НБУ від 02.06.2009 р. № 315 // <http://www.bank.gov.ua>
2. Eichengreen B. Staying afloat when the wind shifts: External factors and emerging-market banking crises / B. Eichengreen, A. Rose. – NBER Working paper. – 1998. – № 6370. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nber.org.
3. Kaminsky G. The Twin Crises: The Causes of Banking and Balance-of-Payments Problems / G. Kaminsky, C. Reinhart // American Economic Review. – 1999. – Vol. 89 (June). – P. 473–500.
4. Sachs J. Financial Crises in Emerging Markets: The Lessons from 1995 / J. Sachs, A. Tornell, A. Velasco – NBER Working Paper. – 1996. – № 5576. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nber.org.
5. Hardy D. Leading indicators of banking crises: Was Asia different? / D. Hardy, C. Pazarbasioglu. – IMF Working paper. – 1998. – № 98/91. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.imf.org.
6. Edison H. Do indicators of financial crises work? An evaluation of an early warning system. Board of Governors of the Federal Reserve / H. Edison. – System International Finance Discussion Paper. – 2000. – № 675. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.frb.org.
7. Gonzalez-Hermosillo B. Determinants of banking system fragility: A case study of Mexico / B. Gonzalez-Hermosillo, C. Pazarbasioglu, R. Billings. – IMF Staff Papers. – 1997. – № 44. – P. 295–314.
8. Показатели финансовой устойчивости. Руководство по составлению. – Вашингтон, округ Колумбия, США: Международный Валютный Фонд, 2007. – 326 с.
9. Global Financial Stability Report. Containing Systemic Risks and Restoring Financial Soundness / International Monetary Fund. – Washington, 2008. – 230 p.

ЗАСТОСУВАННЯ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

*Денисюк О.Г., к.е.н., доцент
Житомирський державний технологічний університет*

Серед безлічі концепцій управління особливе місце займає підхід, що отримав назву: «управління, яке орієнтоване на створення вартості» або VBM (Value Based Management). Ця концепція, орієнтована на покращення стратегічних та оперативних рішень за рахунок зосередження дій управлінців підприємства на ключових факторах вартості. Тобто, головна функція цієї концепції – це максимізація вартості. Вартість підприємства визначається дисконтованими грошовими потоками, а нова вартість буде створюватися у випадку якщо економічна віддача від капіталу буде більшою ніж витрати по його залученню. Враховуючи той факт, що вітчизняні підприємства при побудові ефективної системи менеджменту орієнтуються на методики, які успішно зарекомендували себе у розвинутих країнах, розгляд вартісно-орієнтованого управління та обґрунтування можливості адаптації закордонного досвіду у вітчизняних реаліях набуває особливої актуальності.

Концепція управління вартістю підприємства як нова ідеологія корпоративного менеджменту зародилася в 80 рр. XX ст. у США. Вперше її теоретично обґрунтував А. Раппапорт, який вперше довів необхідність фокусування зусиль управлінців на зростанні вартості для інвесторів. Головною ідеєю постає оцінка ефективності інвестиційно-фінансової стратегії підприємства на основі її здатності створювати акціонерну вартість. Крім того, А. Раппапорт першим визначив основні принципи VBM на підприємстві.

Починаючи з 1986 року вартісно-орієнтований підхід почав поширюватися серед акціонерних підприємств США та Великобританії, зокрема такі компанії як Alliance Boots, Lloids TSB, Cadbury Schweppes оголосили своєю метою максимізацію вартості для акціонерів.

Слід наголосити, що абревіатура VBM з'явилася в 1990-х рр., коли Б. Стюарт, Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррін видали свою працю «Valuation: Measuring and Managing The Value of Companies» («Вартість компанії: оцінка та управління»), що стала фундаментом вартісно-орієнтованого управління в світі.

Перевагами вартісно-орієнтованого підходу до управління підприємством, в порівнянні з іншими є: узгодженість інтересів акціонерів та менеджерів; визначення ключових факторів, які мають вплив на зміну вартості та можуть бути інструментами стратегічного й оперативного управління; спостереження та прогноз зміни вартості у довгостроковій перспективі; забезпечення зв'язку між вартістю та стратегією підприємства.

Побудова системи управління, орієнтованої на зростання вартості, починається з вибору оптимального для підприємства методу оцінки зростання вартості: економічної доданої вартості (Economic Value Added, EVA), прибутковості інвестицій на основі потоку грошових коштів (Cash Flow Return on Investment, CFROI), доданої вартості потоку коштів (Cash Value Added, CVA) і дисконтованого грошового потоку (Discounted Cash Flow, DCF). Кожен з методів визначення вартості є одночасно інструментом стратегічного аналізу й оцінки привабливості довгострокових варіантів розвитку бізнесу.

Отже, система управління, орієнтована на збільшення вартості підприємства, поширилася в світовій практиці в останні 30 років. Як зазначалося вище, у США корпорації приділяють увагу VBM від 1980 рр. В свою чергу, у Європі – від 1990-х. Менеджери великих корпорацій все частіше використовують для оцінки господарювання вартісно-орієнтовані показники.

Відзначимо, що вже є чимало прикладів успішного застосування концепції VBM. Найбільш яскравий – це компанія Coca-Cola. З 1981 року, коли був вперше розрахований показник EVA для корпорації, акції виросли в ціні з трьох доларів за акцію до приблизно сорока трьох доларів на кінець 2014 року. Відомими компаніями, які також успішно запровадили систему VBM, є SPX, Herman Miller, Equifax, Hasco, Thyssen Krupp AG. Закордонні дослідження свідчать, що підприємства, які використовують принципи VBM-управління, сформульовані в рамках цієї концепції, мають перевагу над компаніями аналогічних галузей бізнесу.

Аналітик Л. Шатило наголошує, що впровадження VBM не завжди призводить до позитивних змін в діяльності компанії. Прикладом неефективного впровадження VBM є одна з найбільших американських телекомунікаційних компаній AT&T.

Зокрема, у 1994 році керівництво компанії ухвалило рішення про перехід на систему вартіс-

ного-орієнтованого управління підприємством, що базується на показнику EVA. Але вже в 1997 році вона повністю відмовилася від використання цього підходу через нездатність менеджерів вирішити наступні проблеми, пов'язані з використанням EVA:

- неузгодженість між EVA і створенням акціонерної вартості, що виникла внаслідок використання амортизаційного методу бухгалтерського обліку згідно з GAAP;
- складності при визначенні мотиваційних завдань на основі EVA для управлінців.

Внаслідок цих причин за період використання VBM-підходу в управлінні вартість компанії AT&T упала на 9%.

Світовий досвід застосування VBM має деякі обмеження і не всі підприємства можуть отримати з цього інструмента однакову користь. VBM, що орієнтується на показниках поверненості капіталу, краще використовувати в капіталомістких, виробничих галузях, а для підприємств сфери послуг потрібно більше уваги приділяти розвитку людського потенціалу.

На думку аналітиків, до впровадження методів вартісно-орієнтованого управління краще підготовлені підприємства, що зазнають фінансових труднощів, ніж ті, у яких стабільне економічне становище, а також щойно створені підприємства, яким не потрібно руйнувати наявні норми корпоративної культури.

ВПЛИВ МІЖНАРОДНИХ РЕГУЛЯТИВНИХ ІНСТИТУТІВ НА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Зленко А.М

Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди

У ринковій економіці стабільність діяльності підприємства визначається такими основними факторами, як зростаючий обсяг реалізації продукції, стабільна прибутковість, фінансова стійкість. Найактуальнішими для України є проблеми щодо обсягів ресурсів та структури інвестиційної діяльності. Саме завдяки їхньому успішному вирішенню можна не тільки досягти економічного успіху, а й закласти основу для формування позитивних довгострокових тенденцій розвитку національної економіки.

Міжнародні організації відіграють усе більшу роль у міжнародних економічних відносинах. Через канали цих організацій проходить значна частка світових інвестицій, купівля та продаж валюти для фінансування експорту й імпорту.

Україні важливо не втратити фінансової та політичної незалежності, а тому необхідно знайти оптимальне співвідношення між отриманням кредитів від міжнародних фінансових організацій та залученням грошей внутрішніх інвесторів, розбудувати інфраструктуру ринку цінних паперів і лібералізувати правові й податкові умови діяльності інвесторів.

Однією з головних причин кризового стану підприємництва і виробництва в Україні є дефіцит інвестицій, оскільки він призводить до падіння обсягів виробництва, нетехнологічності, неекономічності виробництва, зменшення зайнятості, зупинки підприємств через катастрофічний рівень зносу основних фондів.

Наявна в державі та серед підприємців тенденція щодо залучення великих обсягів іноземних інвестицій не є однозначно позитивною. Іноземні інвестиції, навіть за умови їх ефективного використання, не повинні становити значної частки загального їх обсягу.

На сьогодні основними організаціями, з якими співпрацює Україна, є Міжнародний валютний фонд (МВФ), Світовий банк або Міжнародний банк реконструкції та розвитку (МБРР) і Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР). Умови співробітництва з кожною з міжнародних організацій визначаються їх статутами і відрізняються одна від одної, що зумовлено специфікою функціонування цих організацій.

Однією з активних учасників іноземної допомоги в Україні є Британська експертно-сервісна служба. Її діяльність спрямована на надання допомоги державним та приватним організаціям та підприємствам, які не в змозі знайти комерційних консультантів. Її пріоритетами є сільське господарство, торгівля, енергетика, охорона здоров'я, менеджмент та виробництво продуктів харчування.

Серед широкого кола учасників міжнародної інвестиційної діяльності в Україні сьогодні вагоме місце посідає Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР). Головна мета його діяль-

ності – розвиток підприємництва, роздержавлення та приватизація, фінансова підтримка малого та середнього приватного бізнесу.

Україна стала членом ЄБРР в серпні 1992 року. Відповідно до схваленої стратегії діяльності в Україні головна увага зосереджується на підтримці реформ у фінансовій галузі, проведенні приватизації та після приватизаційної підтримки підприємств, фінансуванні проектів у сільському господарстві, енергетиці, транспорті та охороні навколишнього середовища.

Основними напрямками діяльності банку в Україні є: надання прямих кредитів та участь у спільному фінансуванні; інвестування акціонерного капіталу підприємств приватного та державного сектора; гарантоване розміщення цінних паперів, випущених приватними та державними підприємствами; полегшення доступу підприємствам до внутрішніх та міжнародних ринків капіталу шляхом надання гарантій, фінансових консультацій та сприяння в інших формах; надання або участь у позиках та надання технічного сприяння для реконструкції й розвитку інфраструктури.

Не оминати увагою слід і Фонд Євразія (Програма позик малому бізнесу України). Його метою є: надання кредитів в іноземній валюті з низькою процентною ставкою підприємствам, що працюють у сфері виробництва або надання послуг, мають життєздатні, перспективні з економічної точки зору проекти та потребують позичкового капіталу; сприяння фінансовому та економічному розвитку підприємств, які створюють нові робочі місця; навчання спеціалістів банків-партнерів прийнятим у розвинених країнах принципам кредитного аналізу та управління кредитним портфелем і т. ін.

Отже, існує ціла низка міжнародних інститутів регулювання зовнішньоекономічної діяльності, які в даній доповіді не можливо огорнути увагою, але всі вони відповідним чином регулюють, координують та спрямовують міжнародну господарську діяльність.

СВІТОВИЙ РИНОК ЗЕРНА

Колодійчук В.А., к.е.н., доцент

Львівський національний аграрний університет

Колодійчук І.А., к.е.н., ст. наук. співр.

Інститут регіональних досліджень НАН України

Зростання обсягів виробництва зернових культур в Україні, з огляду на стан і перспективи світового продовольчого ринку, – це, безперечно, стратегічний курс розвитку експортного потенціалу держави. Структуру українського експорту зернових повинні формувати не лише потужні монополісти-зернотрейдери, але й малопотужні підприємницькі структури з рівним доступом до безпосередніх споживачів своєї продукції. І цьому сприятимуть сучасні електронні системи торгівлі.

Світові ринкові ціни на зернові культури в середньому на 30–50 дол. США на тонні вищі, ніж на внутрішньому ринку України [3]. Це стимулює експорт, однак цінова маржа осідає у посередників, а не у виробників. Вирішити питання самостійного виходу до кінцевих споживачів для фермера практично неможливо, оскільки розмір постійних витрат на доведення матеріального потоку не перекриється “мізерними” обсягами реалізованої ним продукції.

Світова практика напрацювала відповідні механізми вирівнювання ринкових можливостей дрібних виробників і посередників, зокрема, через біржові механізми торгівлі як на ринку реально-го, так і майбутнього товару. А інформаційна ера розвитку суспільства дала змогу інтегрувати товаровиробників у реальний і прозорий процес торгівлі через біржові електронні торговельні системи. Питання менталітету виробників, їх обізнаності в інструментарії електронних торгів, використання механізмів хеджування ризиків, технічне та програмне забезпечення свого агробізнесу – все це проблеми системні, й без державної підтримки важко обійтися. Згідно з міжнародним досвідом, запуск цього механізму відбудеться лише з усвідомленням реального зиску участі товаровиробника у безпосередніх електронних торгах і володінні ним відповідними знаннями та інструментарієм. Адже торгівля – це сфера ризику, і свідома участь у ній мобілізує учасників на самовдосконалення.

Успішним прикладом функціонування електронних торговельних систем є Електронна платформа CME Globex [4], створена у 1992 році. Близько 90% усієї торгівлі Чиказької групи (4 біржі) відбувається в електронній системі CME Globex. Будь хто може виставляти брокеру свої торгові заявки протягом доби, 7 днів на тиждень, за умови, якщо він користується гарантією на виконання операцій будь-якого клірингового члена CME Group.

Відсутність обмеження в місці та часі дають змогу не лише залучати величезну кількість учасників торгівлі в електронній системі CME Globex, а й пропонувати практично необмежений спектр різноманітних біржових продуктів та інструментів торгівлі. Понад 80% світової торгівлі ф'ючерсними контрактами на пшеницю здійснюють на CME Globex.

В Україні стартує досить прогресивний проект впровадження електронних біржових торгів зерновими культурами на Українській аграрній біржі (УАБ) з використанням електронної торговельної системи (ЕТС) на спотовому ринку.

Аналіз зазначеної ЕТС викликає занепокоєння щодо закритості такої системи, яка, на нашу думку, повинна бути інтегрованою чи взаємопов'язаною з електронною торговою платформою CME GLOBEX та іншими віртуальними торговельними майданчиками з огляду на вирішення проблеми невідповідності внутрішніх і світових цін на зерно, адже відкритість ЕТС дасть змогу ефективно інтегруватися АПК України у світовий ринок продовольства. Це спричинено тим, що в основу розробки ЕТС УАБ покладено моделі пострадянських країн (Росії й Білорусі), які досить закриті й не інтегровані у європейський і американський електронний біржовий ринок.

Необхідно впроваджувати освітні програми з роботи в ЕТС з механізмами електронних біржових торгів, через проведення тематичних семінарів, навчально-роз'яснювальних заходів, щоб українські користувачі використовували функціональність торгової системи на повну потужність. У процесі такого навчання важливого значення набуває визначення технології участі в електронних торгах і наочного представлення інтерфейсів основних етапів купівлі-продажу зернових культур в ЕТС. Для отримання практичних навичок у роботі зі системою необхідно організовувати тестові торги із супроводом спеціалістів біржі, а також надати доступ до навчального серверу для дистанційного навчання.

В агропромисловому секторі України досі не функціонують інструменти строкового біржового ринку, однак інтерес учасників ринку до них зростає. Із червня 2012 року компанія CME Group запустила перший ф'ючерсний контракт на пшеницю Причорноморського регіону (номінований у доларах США) через електронну систему CME Globex [2]. Залучення контракту на причорноморську пшеницю до заданої електронної платформи частково забезпечить вихід на світові ринки вітчизняних виробників і споживачів пшениці. При тому треба зазначити, що пересічному національному сільськогосподарському виробнику, для того щоб скористатися таким фінансовим інструментом необхідно мати у своїй структурі компанію нерезидента, оскільки ціна за контрактом фіксується у доларах США, що ставить досить вагомі обмеження для більшості сільськогосподарських виробників.

Незважаючи на позитивні моменти виходу української пшениці на світовий біржовий ринок, треба зазначити, що країна, яка утримує третє-четверте місце у світі з експорту зернових, сама повинна формувати біржовий ринок і бути одним із домінуючих законодавців цінової політики.

Таким чином, відправним майданчиком запуску ф'ючерсних механізмів біржової торгівлі та інтеграції підприємницьких структур у світову торгівлю зерном, можуть стати, на наш погляд, Українська аграрна біржа та її ЕТС. Оцінивши потенціал цієї структури щодо ринкових угод із зерном, у тому числі за зовнішньоекономічними каналами [2], можна сподіватися на успішне впровадження внутрішнього ф'ючерса, номінованого в національній валюті й адаптованого за іншими характеристиками саме до внутрішнього ринку.

Список використаних джерел:

1. Аналітичний огляд ринку зернових у жовтні 2012 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agrex.gov.ua/wp-content/uploads/2012/11/-6.pdf>.
2. Довгоочікуваний контракт у розвитку ф'ючерсного ринку в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.propozitsiya.com/>.
3. Статистичний щорічник ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>.
4. CME - Chicago Mercantile Exchange [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.duntontse.com/Information/CME/>.

ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ ДЕРЖАВИ В УПРАВЛІННІ МІЖНАРОДНИМИ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЕКТАМИ

Лушнікова О.М.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Міжнародне інвестування посідає особливе місце в системі сучасного міжнародного бізнесу. Від масштабів і темпів міжнародної інвестиційної діяльності багато в чому залежать напрями розвитку структури світової економіки.

Для більшості країн із транзитивною економікою, у тому числі для України, іноземні інвестиції стають ключовим фактором ефективного соціально-економічного розвитку держави. Вони створюють нові підприємства і додаткові робочі місця, забезпечують вихід на ринки нових країн, нових видів продукції та послуг. Це приносить благо споживачам і виробникам, інвесторам та державі в цілому.

Таким чином, інвестування інтегрує інтереси і ресурси громадян, фірм та держави щодо ефективного соціально-економічного розвитку, а тому лежить в основі функціонування сучасної економіки. Більшість сучасних процесів розвитку промислового та сільськогосподарського виробництва супроводжуються, як правило, підсиленням антропогенного впливу на навколишнє природне середовище. Тому є всі підстави стверджувати, що практично усі інноваційно-інвестиційні проекти і програми мають містити екологічну складову, тобто обов'язково має проводитися екологічна оцінка впливу цього проекту на стан тієї чи іншої екосистеми. Особливо актуальні проблеми збалансованого природокористування для України.

Обмеженість внутрішніх інвестиційних ресурсів в Україні не дозволяє їй вирішувати екологічні проблеми на сучасному рівні. До того ж незаперечним є той факт, що еколого-економічні проблеми, які стоять перед нашою державою, є не тільки національними, а і загальносвітовими, тобто мають глобальний або міжнародний характер. У зв'язку з цим на перший план виходить розвиток міжнародного еколого-економічного співробітництва України з розвиненими країнами, від яких Україна значно відстає в ефективності і культурі природокористування та охорони навколишнього середовища.

Міжнародна еколого-економічна діяльність на сучасному етапі має ряд особливостей, а саме:

- міжнародна еколого-економічна діяльність є необхідною для усіх країн світу у зв'язку з погіршенням екологічної ситуації і загостренням негативних процесів в природокористуванні;
- ця діяльність охоплює ряд сфер екологічного, економічного, соціального і політичного характеру;
- вона може бути успішною тільки при умові ефективних національних зусиль щодо вирішення відповідних проблем всередині кожної країни;
- діяльність держав та їх угруповань, що з'єднали свої зусилля заради вирішення еколого-економічних проблем, в практичному плані може розглядатись як застосування ефективних методів екологічного і господарського співробітництва, визначеного міжнародними договорами, що сприяє зміцненню взаєморозуміння між державами, досягненню економії матеріальних, фінансових та трудових ресурсів, більш успішному вирішенню природоохоронних проблем;

Міжнародні інвестиційні проекти екологічної спрямованості, які ніби-то, на перший погляд, призводять до збільшення суспільних витрат на виробництво продукції, насправді кінець-кінцем обертаються приростом валового внутрішнього продукту. За даними авторитетних дослідників, прямі щорічні витрати ВВП внаслідок тільки атмосферних забруднень становлять у Франції 0,7-0,9 % ВВП, в Італії – 0,7 %, у Великій Британії – 1,7-2,3 %, у США – 2,2-2,9 %. Загальний збиток, що спричиняється довікілью в результаті забруднення, оцінюється в 5 % валового світового продукту.

Проведені дослідження довели, що для підвищення ефективності виконання міжнародних інноваційно-інвестиційних проектів вкрай необхідним є удосконалення державного регулювання в галузі природоохоронної діяльності. Держава має взяти на себе рішення таких завдань інноваційної екологічної політики.

У галузі планування:

- визначення і аналіз перспективних напрямків інноваційно-інвестиційної діяльності в галузі раціонального природокористування;
- створення цільових екологічних програм;

- створення мотиваційного механізму розвитку екологічно орієнтованої інноваційно-інвестиційної діяльності.

У галузі фінансово-кредитної політики:

- надання цільових кредитів, субсидій, фінансова підтримка малого інноваційного підприємництва, що здійснює природоохоронну діяльність;

- удосконалення цінової політики.

У галузі законотворчої діяльності:

- «екологізація» податкової системи;

- створення правової системи регулювання раціонального природокористування.

У галузі науково-технічної діяльності:

- організація системи передачі і розповсюдження ресурсозберігаючих, маловідходних і безвідходних технологій;

- підтримка фундаментальних і прикладних досліджень в галузі екології та охорони навколишнього природного середовища;

- розвиток міжнародного науково-технічного співробітництва.

ПРОБЛЕМА «ЛЕГЕНДАРНОГО МИНУЛОГО»

Паславський Тарас, директор з міжнародних зв'язків

Група Провіденс, Канада

Українські мега-підприємства, які ще з часів Радянського Союзу славилися своїми обсягами виробництва та багатотисячним штатом працівників, вже довгі роки перебувають в економічній стагнації. А при теперішньому положенні про диверсифікацію торгових ринків, як для отримання інвестицій і кредитів так і для збуту готової продукції, великі підприємства опинилися на межі економічного банкрутства та стратегічного тупика. Усталені та часто непрофесійні погляди на розвиток ринкової економіки з боку керівництва чи власників таких підприємств заважає сучасному розумінню прикладних шляхів для виходу на нові західні ринки. Наведені нижче практичні кроки обов'язково сприятимуть українським мега-корпораціям при опрацюванні стратегії виходу на нові торгові ринки Європи чи Північної Америки.

Західна бізнес культура. Ази західної бізнес-культури та їх розуміння важливе для засадничого успіху при виході на західні ринки. Нажаль західна бізнес-культура не є зрозумілою для українського керівника. Планування, як довгострокове так і короткострокове, обрахування ризиків, працьовита робоча етика, щоденні, а не періодичні, формальні зустрічі на різних рівнях менеджменту підприємства є невідкладними складовими ведення бізнесу по західним стандартам.

Індикація та комп'ютеризація, використання чартів, статистики, презентацій є запорука прогресу виробничого процесу. Пунктуальна і зрозуміла електронна переписка за західними стандартами, а саме, визначення контактних осіб, використання формату ВС, СС - є фундаментом будь-якої ділової електронної переписки. Окрім того в західних компаній інженери, конструктори чи розробники не роблять бізнес-рішень. Особливо останній пункт не може бути до кінця зрозумілим українським директорам, які часто в першу чергу і є «інженерами-управлінцями», а отже і не можуть об'єктивно розглянути свій товар спрямований на експорт для нових ринків зі сторони бізнесу.

Проблема «Легендарного минулого» [1]. Легендарне минуле - це свого роду «тягар» для великих підприємств колишнього Радянського Союзу, які сьогодні функціонують в Україні і які звикли до великих замовлень, що надходили їм завдяки плановій економіці, а не їхнім стратегічним бізнес здібностям чи хисту. Через цю проблему, багато українських підприємств характеризують себе через призму «легендарного минулого» коли в них працювали по 5,000 - 20,000 і більше працівників.

Через «легендарне минуле», велика кількість українських підприємств надалі думають, що всі пропозиції, в тому числі й від західних фірм, повинні надходити до них замість того, щоб самим виходити на нових клієнтів і партнерів. Українські підприємства не звикли або «не агресивно» не активно підходять до пошуків нових замовлень і не мають достатньо навиків для виходу на нові, особливо західні ринки. «Легендарне минуле» заважає українським підприємствам виходити на західних партнерів.

«Легендарне минуле» випереджає інші проблеми, такі як: сертифікація українського продукту або аудит фірм за західними мірками, документальна стандартизація англійською мовою, прозорість, тощо.

Нові ринки - нові методи. Розв'язання проблеми «Легендарного минулого» - можливе через залучення агентів-резидентів. Нові пропозиції від західних фірм самі по собі не прийдуть, їх потрібно активно шукати. Нові західні пропозиції шукаються, залучаючи професійних агентів/лобістів/консультантів (АЛК). Це є звичка практика для північноамериканських компаній, які хочуть вийти наприклад на європейський ринок.

Західний АЛК англійською мовою має наступне тлумачення: *Lobbying agent – an individual that advocates the interests of his/her clients by attempting to influence decisions made by officials and other decision-makers.* Функція лобіста більше схожа на адвоката чи консультанта з бізнесу, а не на агента з продаж. Агент – це не продавець товару, а радше фірма з бізнес-консалтингу та з широким колом нетворкінга, і.е., лобістська компанія.

Агент розуміє конкурентне середовище ринку та жорсткі правила гри, розбіжності бізнес-культур і законодавства, процесу сертифікації та залагоджує гострі кути і непорозуміння, володіє інформацією і тендерними процедурами, консультує про стратегію виходу на західний ринок, організовує, готує і супроводжує всі бізнес зустрічі та піднімає для обговорення усі необхідні питання.

Західний АЛК подасть слабкі та сильні сторони українського підприємства у правильному світлі, визнає зауваги, сумніви, перестороги та страхи другої сторони, веде переписку, **а саме головне заощаджує кошти та час українського підприємства.** Західний агент знаходить клієнтів, партнерів та потенційних інвесторів і супроводжує контракти, турбується про довгострокові зв'язки у співпраці й також про отримання повторних контрактів, що набудовує довіру та бізнес-історію на західних платформах.

Наприклад дипломатичні корпуса північноамериканських країн рекомендують своїм компаніям залучати європейських лобістів/агентів у виході на європейський ринок і навпаки. Так канадський торговий відділ посольства Канади в Італії рекомендує канадським фірмам наймати італійських АЛК у роботі з італійською корпорацією «Фінмеханіка» [3] .

У такий же спосіб й європейські компанії залучають агентські фірми для виходу на північноамериканський ринок. Наприклад шведська корпорація СААБ [4] займає канадські АЛК фірми для сприяння виходу на канадський ринок. Адже ніхто так добре не розуміє внутрішню "кухню" економічного та виробничого середовища, як консалтингові фірми, які постійно занурені у бізнес-процеси своєї країни.

Висновок. Отже українські підприємства повинні мати бажання перемогти «легендарне минуле» і відійти від усталених норм бачення ринкової економіки та запозичити досвід західних підходів й активно залучати фахові західні фірми резидентів, які професійно займаються наданням агентських і консалтингових послуг. Лобіюючи інтереси свого замовника у тій чи іншій країні вони пришвидшать входження українського товару чи послуг на нові західні ринки, допоможуть встановити і підтримувати зв'язки з партнерами на належному бізнес-рівні. Ринкова економіка є супер-конкурентною та унікальною в кожній країні, тобто зі своїми внутрішніми специфічними торгівельно-економічними рецептами, а залучення локального АЛК саме й націлено на подолання таких викликів.

Список використаних джерел:

1. Дану тему автором адаптовано з оригіналу доповіді вперше представленої В.Паславським, президентом Групи Провіденс на Міжнародному аерокосмічному форумі «Космічна галузь України: Істотне значення для економічної модернізації» (Міжнародний авіакосмічний салон «Авіасвіт –XXI» 2014 р.).

2. Група Провіденс (Providence Group) – канадська багатовекторна консалтингова і лобістська компанія, яка надає бізнес-до-бізнесу (B2B) та агентські послуги для українських підприємств при виході на північноамериканський ринок, www.prov.in.ua

3. Фінмеханіка (Finmeccanica) – Італійська індустріальна група, яка працює в аерокосмічній, оборонній та безпековій галузях економіки з річним обсягом продаж в 14 млрд. ЄВРО (2014).

4. СААБ (SAAB) – шведська корпорація яка виробляє товари в аерокосмічному, оборонному, навігаційно-морському, військово-безпековому секторах економіки з річним обсягом продаж в 23,5млрд.SEK (2014).

РЕЙТИНГ СВІТОВОГО БАНКУ "DOING BUSINESS": ВЕКТОР РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Рєпіна І.М., д.е.н., доцент

Шергіна Л.А., к.е.н., доцент

Рєпін К.С.

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Нині міжнародними організаціями розраховуються декілька різноманітних рейтингів інвестиційної привабливості, які, ґрунтуючись на різних методиках і базах об'єктивних і суб'єктивних первинних даних, відображають якість інвестиційного клімату більшості країн світу. Ці індекси розрізняються за своїми завданнями: одні націлені на вимірювання рівня конкурентоспроможності країн, інші оцінюють ступінь економічної свободи, треті порівнюють легкість ведення бізнесу в різних країнах світу [1, 2]. Саме третя група рейтингів стала предметом даного дослідження як базис реформування сфери українського підприємництва.

У рейтингу Світового банку «DOING BUSINESS» («Ведення бізнесу») проводиться аналіз нормативно-правових умов, які застосовуються до підприємств в країні протягом усього циклу їх життєдіяльності, включаючи створення підприємства і ведення бізнесу, здійснення зовнішньоторговельної діяльності, оподаткування, а також дозвіл неплатоспроможності. Сукупні рейтинги сприятливості умов ведення бізнесу засновані на 10 індикаторах і охоплюють 189 країн: 1 – «Реєстрація підприємств»; 2 – «Отримання дозволу на будівництво»; 3 – «Підключення до електромереж»; 4 – «Реєстрація власності»; 5 – «Кредитування»; 6 – «Захист міноритарних інвесторів»; 7 – «Оподаткування»; 8 – «Міжнародна торгівля»; 9 – «Забезпечення виконання контрактів»; 10 – «Вирішення питань по неплатоспроможності».

Чим вище позиція країни в рейтингу сприятливості умов ведення бізнесу, тим сприятливіші підприємницьке середовище для відкриття та функціонування підприємства. Позиція кожної країни за рейтингом сприятливості умов для ведення бізнесу визначається через упорядкування сукупної оцінки, отриманої тією чи іншою країною за показником віддаленості від передового рубежу по десяти напрямках. Кожен з напрямків складається з декількох показників, що мають рівне значення для індикатора.

У дослідженні «DOING BUSINESS 2015: Більше, ніж ефективність» зазначається, що за минулий рік місцеві підприємці в 123 країнах світу відзначили позитивні зміни, які відбулися в регуляторному середовищі підприємницької діяльності. Документально підтверджено проведення 230 реформ у сфері регулювання бізнесу, з яких 145 реформ були спрямовані на спрощення і зниження витрат на дотримання норм регулювання підприємницької діяльності, а 85 реформ були спрямовані на зміцнення правових інститутів.

Позитивним є факт того, що Україна у рейтингу «DOING BUSINESS 2015» увійшла до топ-100 рейтингу легкості ведення бізнесу, піднявшись на 16 позицій і зайнявши 96 місце. Згідно з результатами звіту, найближчими сусідами, які випереджають Україну є: Польща - в рейтингу 32-е місце, Болгарія - 38-е, Румунія - 48-е, Білорусь - 57-е, Російська Федерація - 62-е, Молдова - 63-е. Разом з тим, укладачі рейтингу відзначили ряд покращень у бізнес-кліматі України. Серед них, наприклад, виділяють спрощення процесу сплати податків для компаній, завдяки введенню електронної системи подання декларацій та сплати єдиного соціального податку. Таким чином, слід констатувати, що прорив в першу сотню рейтингу Україні забезпечило покращення індикатору "Оподаткування". За минулий рік наша країна піднялася за ним на 49 позицій і посіла 108-е місце.

За індикатором "Реєстрація підприємств" Україна посіла 76 позицію, набравши 87,3 бала зі 100 можливих. Як зазначають бізнес-аналітики, за останній рік відбулося спрощення всіх процедур ліцензування та реєстрації підприємницької діяльності, хоча цей ефект мали відчутти перш за все невеликий бізнес і стартапи. Експерти відзначили, що для того, щоб почати свою справу в Україні, необхідно пройти близько 6 дозвільних процедур, що забере у підприємця не менше 21 дня і зажадає 1,2% від початкового капіталу підприємства.

За індикатором "Отримання дозволу на будівництво" - Україна на 70-му місці, з 75 балами з 100. У цьому сегменті кількість дозвільних процедур збільшується до 8, сам процес отримання дозволів розтягується на 64 дня, а вартість сягає 10,2% від вартості майбутнього приміщення. Підприємці відчували позитивний ефект від створення єдиних електронних реєстрів - нерухомості, земельних ділянок і компаній, хоча, звичайно ж, на початковому етапі в роботі цих реєстрів було багато збоїв.

Потребує особливої уваги з боку українських чиновників індикатор "Підключення до електромереж". За ним наша країна посіла 185 місце, отримавши всього 32 бали зі 100. Число дозвільних процедур у цьому секторі досягає 10, процес отримання дозвільних документів розтягується на 277 днів, а вартість перевищує 165,5% від доходу на душу населення.

Нажалі за індикатором «Кредитування» Україна погіршила свою позицію з 14 до 17 місця, набравши 75 балів зі 100 можливих. Проте індекс юридичних прав і кредитної інформації залишається і зараз досить високим 8 з 12 та 7 з 8 балів відповідно.

Несприятливі події в Україні в 2014 році знизили її рейтинг за індикатором «Захист міноритарних інвесторів» на 2 пункти і нині наша держава посідає 109 позицію. Проте індекси прав акціонерів та корпоративної прозорості порівняно з іншими країнами світу є досить високими (7 з 10,5 та 7 з 9 балів відповідно). Але індекс відповідальності вітчизняного директора майже в 2,5 рази нижчий ніж в Європейських країнах.

На одну позицію за минулий рік також погіршився рейтинг України і за індикатором «Міжнародна торгівля» (з 153 до 154 місця) набравши 53,96 балів зі 100 можливих. Кількість документів для експорту або імпорту складає 8-9 одиниць, на оформлення яких необхідно витратити 29-28 днів.

Відносно стабільною є позиція України в рейтингу за індикатором «Забезпечення виконання контрактів». Майже не відрізняються терміни виконання контрактів в Україні (378 днів) від інших країн Європи (448 днів). І за кількістю процедур (30) українські підприємці у більш вигідному положенні (в Європі їх 37). Але якщо поглянути на вартість судових витрат (в Україні вони складають 46,3 % від вартості позову), то за цим показником ми вдвічі поступаємося країнам Європи та Центральної Азії (у яких це 25,2 та 24,1 % відповідно).

За індикатором «Вирішення питань по неплатоспроможності» Україна у поточному періоді понизила свою позицію на один пункт і посіла 142 місце у рейтингу. На погіршення позиції вплинуло низьке значення індексу процедури реорганізації (всього 0,5 з 3 потенційних) та коефіцієнту повернення коштів (в Україні з кожного долару вкладених у бізнес коштів повертається лише 8,6 центів, в Європі і Центральній Азії, наприклад, 37,7 центів, а в країнах ОЕСР – 71,9 центів).

Вважаємо, що Україна потребує впровадження системних адміністративних реформ, які мають призвести до покращення бізнес-клімату в країні та, як наслідок, підвищення позиції в рейтингу «DOING BUSINESS».

Список використаних джерел:

1. Підприємництво: організація, ефективність, бізнес-культура : навч. посіб. / Колот В. М., Рєпіна І. М., Щербіна О. В. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К. : КНЕУ, 2009. — 444 с.
2. Рейтинг «DOING BUSINESS 2015: Більше, ніж ефективність» [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/ukraine>

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ МІЖНАРОДНИХ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Козіна К. Г.

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Фундаментом забезпечення конкурентоспроможності автотранспортного підприємства є управління його конкурентними перевагами.

Значний внесок в вивчення конкурентних переваг підприємств зробили вчені [1–3] Азоєв Г. Л., Довгань Л. Є., Іванов Ю. Б., Тищенко О. М., Назарова Г. В., Іванова Р. Х., Іванова О. Ю., Коновалов Є. І., Найдено О. Є., Резенко О. В., Філіпович Т. Г., Чечетова-Теришвілі Т. М. та багато інших. Конкурентні переваги автотранспортних підприємств вивчали Шевченко І.В., Паламарчук Ю.А. та ін.

Конкурентна перевага автотранспортного підприємства (АТП) – наявність у підприємства певних ресурсів, властивостей, які ефективно вирізняють його порівняно з підприємствами-конкурентами, що функціонують або можуть функціонувати на конкретному ринку.

Конкурентні переваги АТП є проявом переваги над конкурентами в економічній, кваліфікаційній, технологічній, технічній, організаційній, соціальній сферах діяльності підприємства (табл. 1). Характерною рисою конкурентних переваг є те, що відповідно до конкурентоспроможності під-

приємства вони проявляють подвійний характер. Тобто, вони одночасно є наслідком, результатом конкурентоспроможності підприємства та засобом її досягнення [2, 3].

Необхідно відзначити, що конкурентна перевага та потенційні можливості АТП не тотожні. На відміну від потенційних можливостей, конкурентна перевага – це факт, що фіксується в результаті реальних переваг підприємства на конкретному ринку в конкретний період. Саме тому досягнення конкурентних переваг є метою діяльності підприємства.

Таблиця 1 – Конкурентні переваги автотранспортного підприємства на ринку міжнародних вантажних перевезень

№ п/п	Тип конкурентної переваги АТП	Чим визначається конкурентна перевага	Характеристика конкурентної переваги
1	Економічна	Загальноекономічним станом ринку, на якому діє підприємство; стимулюючою політикою уряду в області інвестицій, кредитних ресурсів, податкових і митних ставок; конкурентним потенціалом підприємства тощо	Висока середньогалузева норма прибутку, наявність джерел фінансування, платоспроможність, ліквідність, рентабельність підприємства, значна частка ринку, невисока чутливість споживачів до зміни цін, ефект масштабу тощо
2	Кваліфікаційна	Ефективністю діючої системи менеджменту, ефективністю системи управління персоналом, дієвістю системи мотивування персоналу тощо	Професійність, активність персоналу, схильність до нововведень, високий рівень надання послуг тощо
3	Техніко-технологічна	Рівнем розвитку прикладної науки й техніки в галузі; спеціальними технічними характеристиками рухомого складу тощо	Сучасність, досконалість, гнучкість технологічних процесів, використання досягнень науково-технічного прогресу, технологія формування логістичних маршрутів тощо
4	Організаційна	Рівнем розвитку інфраструктури ринку; типом організаційної структури підприємства; рівнем розвитку міжфірмової кооперації тощо	Прогресивність організаційної структури АТП, високий рівень ділової репутації підприємства сучасність, прогресивність, гнучкість, структурованість наявної організаційної структури, ефективна маркетингова система тощо
5	Соціальна	Надмірною диференціацією доходів населення, високим рівнем тінізації економіки, незадовільним станом охорони навколишнього середовища, недостатньою участю бізнесу в суспільно важливих питаннях тощо	Високий рівень охорони та безпеки праці та соціально-економічного розвитку персоналу, професійна ділова етика, екологічна та природоохоронна діяльність, відповідальність перед споживачами, відповідальність перед суспільством тощо

Головними напрямками забезпечення будь-якого типу конкурентної переваги АТП є [1–3]: концентрація активів та ресурсів АТП для попередження дій та протидії конкурентам; утримання лідируючих позицій в конкурентній боротьбі; розробка гнучкої системи стратегічного, тактичного та оперативного планування; розробка ефективної стратегії взаємодії з конкурентами.

Список використаних джерел:

1. Азоев Г. Л. Конкурентні переваги підприємства / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – Держ. Ун-т управління, Нац. фонд підготовки кадрів. – М.: ОАО «Тип «НОВИНИ», 2000. - 256 с.
2. Довгань Л. Є. Конкурентоспроможність підприємств / Л. Є. Довгань – К.: Видавництво «Політехніка», 2004. – 144 с.

3. Иванов Ю. Б. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: Монографія /Іванов Ю. Б., Тищенко О. М., Назарова Г. В., Иванова Р. Х., Иванова О. Ю., Коновалов Є. І., Найденко О. Є., Резенко О. В., Філіпович Т. Г., Чечетова-Теришвілі Т. М. – Х.: Інжек, 2006. – 384 с

СУЩНОСТЬ ГЛОБАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА

Приходько Д.А., к.е.н.

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

Традиционно термин «глобальный маркетинг» относится к деятельности международных предприятий, которые охватывают рынки многочисленных стран.

Зачастую термин «глобальный маркетинг» отождествляют с термином «международный маркетинг», однако они имеют определенные различия и особенности, несмотря на их взаимосвязь. Под международным маркетингом понимают маркетинг товаров и услуг за пределами страны, где находится фирма (предприятие). В международный маркетинг вовлекаются как коммерческие, так и некоммерческие организации. Международный маркетинг – это деятельность лиц и организаций по удовлетворению потребностей людей посредством обмена через национальные границы. При этом, глобальный (многонациональный) маркетинг – это сложная форма международного маркетинга, когда маркетинговые операции осуществляются во многих иностранных государствах [1].

Согласно высказыванию Т. Левитта глобальный маркетинг рассматривается как маркетинг глобальных организаций, которые ведут свою производственно-сбытовую деятельность, рассматривая весь мир как один большой рынок, на котором его региональные и национальные различия не играют решающей роли. То есть, глобальный маркетинг применяется в основном к таким товарным группам, потребление которых прямо не связано и не зависит от национальной культуры, обычаев и привычек. Глобальный маркетинг поднимает статус торговых марок, присутствующих не только на национальном, но и на международном рынке, поскольку такие марки наиболее высоко ценятся потребителями [2].

То есть основное отличие международного и глобального маркетинга состоит в том, что предприятие, ориентированное на международный маркетинг, может иметь как большие так и небольшие производственные мощности, при этом деятельность может охватывать как минимум одну зарубежную страну, а глобальный маркетинг это тот же международный маркетинг, однако который укоренился в многочисленных странах, деятельность предприятия для которых имеет важное, порой даже незаменимое значение. В основном глобальный маркетинг характерен для производственных гигантов, производственные мощности которых размещены в многочисленных странах.

К числу существенных преимуществ глобального маркетинга относится экономия на масштабе. Хорошо прорекламированное предприятие или товар в одной стране, способствует формированию его популярности, что зачастую вызывает интерес у других стран. Производство большого количества товаров для нескольких стран способствует минимизации определенных производственных затрат, повышению опыта сотрудничества, развитию навыков малоотходного и экономного производства, эффективному продвижению. Все это влияет на конкурентную позицию предприятия, что часто определяет долю рынка, авторитетность и прибыльность организации.

Также преимуществом глобального маркетинга является то, что он способствует формированию глобальных брендов, которые всегда являлись визитной карточкой и дополнительным доходом предприятия. Глобальный бренд – это бренд, продаваемый во всем мире при сохранении целостности и единства бренда, т. е. применяется одинаковое позиционирование, один и тот же ассортимент продукции, используются одинаковая коммуникация и система распространения, хотя бы на уровне соблюдения базовых принципов, поскольку формы сбыта в различных странах могут несколько отличаться [3].

В целом, глобальный маркетинг, как и любой маркетинг, базируется на целостной концепции управленческой деятельности фирмы, которая характеризуется единой сущностью, общими принципами, функциями и направлена на ориентацию производства и сбыта, на запросы конечных потребителей.

Список использованных источников:

1. Сущность международного маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://abc.vvsu.ru/Books/Meshd_ma/page0002.asp

2. Глобальный маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_g/global_marketing/
3. Локальные и глобальные бренды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bdolg.ru/globalnye-i-lokalnye-brendy.php>

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Янченкова Ю.

*Науковий керівник: Солопун Н.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Ключовою операцією в сфері транспортно-логістичного обслуговування є транспортування, що і є об'єктом здійснення транспортно-логістичних послуг. Транспортування – логістична операція, що полягає у переміщенні продукції у заданому стані із застосуванням транспортних засобів, починається з завантаження з місця відправлення і закінчуються розвантаженням в місці призначення. Синонімом транспортно-логістичного обслуговування є поняття «транспортно-експедиційного обслуговування». Теоретично, принципова відмінність цих двох понять в тому, що в першому випадку до транспортного обслуговування додається комплекс послуг з інших сфер логістики – складської, закупівельної, розподільчої, логістики запасів тощо, а у випадку з транспортно-експедиційним обслуговуванням передбачається надання експедиторських, комерційно-правових, фінансових, інформаційно-консультаційних послуг та інших послуг. На практиці ж, логістичні і експедиційні послуги, що надають фірми, тісно переплітаються.

Таким чином, комплекс транспортно-логістичного обслуговування можемо також визначити як систему послуг по плануванню, організації і здійсненню доставки вантажів від місця їх виробництва (постачання) до місця їх споживання із використанням оптимальних способів і методів. Якщо звернутися до практики вітчизняного ринку транспортно-логістичних послуг, то основними типами гравців у цьому сегменті є : транспортні компанії, транспортно-експедиторські компанії і логістичні аутсорсери (аналоги зарубіжних логістичних операторів). Розглянемо особливості кожного з типів компаній.

Для західних компаній більш характерне виділення інших типів компаній. Так, виділяють компанії-логістичні оператори, орієнтовані на галузеві пропозиції фірмам, які перш за все мають потребу у широкій дистрибуції товарів (сектор B2C) або організації ланцюга поставок (сектор B2B).

Стрімко на вітчизняному логістичному ринку позиції посилюють також і змішані перевізники. Вони здійснюють мультимодальні перевезення, тобто перевезення із використанням двох і більше видів транспорту. Ці перевізники не лише організовують транспортування різними видами транспорту, але і здійснюють широкий спектр послуг як потужні логістичні оператори.

Транспортно-логістичні послуги є синтезом двох основних складових обслуговування перевезень: матеріального забезпечення транспортним засобом і нематеріального забезпечення логістичними і експедиторськими послугами транспортування. Комплекс даних послуг утворився в результаті потреби у більш раціональному і більш економічно ефективному здійсненні логістичного обслуговування.

Для організації міжнародних вантажних перевезень транспортно-експедиторськими компаніями необхідне виконання ряду умов:

- здійснення реєстрації транспортних засобів;
- отримання відповідної ліцензії (дозволу) на здійснення міжнародних перевезень;
- забезпечення необхідної сертифікації транспортних засобів;
- виконання необхідних митних процедур;
- страхування вантажів та відповідальності перевізника;
- забезпечення відповідних умов праці та відпочинку для екіпажів транспортних засобів;
- візове забезпечення водіїв.

Синтезом вибору оптимального транспортного засобу та способу перевезення вантажу є вибір цілої транспортно-технологічної системи. Ця система передбачає визначення можливого та

найбільш ефективного укомплектування вантажу відповідно до обраного транспортного засобу для перевезення. Схема здійснення міжнародних вантажних перевезень ускладнюється двома основними факторами:

– зазвичай більшою відстанню перевезення, що потребує більш складної регламентації роботи водіїв, визначення маршруту та часу доставки;

– специфікою митного контролю.

На нашу думку, слід більш пильну увагу приділити митному аспекту міжнародних перевезень, адже послуги по митному оформленню вантажів є невід’ємною частиною процесу транспортно-логістичного обслуговування міжнародних вантажних перевезень.

Всю сукупність операцій по обслуговування міжнародного перевезення вантажу поділяють на: основні – по території країни-експортера, перевезення по транзитній чи морській ділянці, перевезення по території країни-імпортера; супутні – розвантаження з одних видів транспорту та завантаження на інші в проміжних пунктах, тимчасове складування в проміжних пунктах, переоформлення в проміжних пунктах, виконання митних вимог та формальностей тощо [1, 2].

Від рівня організації перевезень залежить якість перевізного процесу, тобто схоронність вантажів, своєчасність (надійність) і економічність перевезень, зручність користування системою перевезень.

Список використаних джерел:

1. Тридід О. М. Логістичний менеджмент [Текст]: навчальний посібник / О. М. Тридід, К. М. Таньков. – Х. : ВД «Інжек», 2005. – 224 с.
2. Біловодська О. А. Логістика. Маркетинг : бакалаврський курс [Текст]: підручник / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С. М. Ілляшенка. – Суми: Університетська книга, 2009. – 1134 с. – С. 759-882.

АНАЛИЗ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИК СТРАН СОДРУЖЕСТВА НЕЗАВИСИМЫХ ГОСУДАРСТВ

Агаев Палван (Туркменистан)

Научный руководитель: Никитина А.В., к.э.н.

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

В современных условиях конкурентоспособность страны является показателем состояния и перспектив развития хозяйственной системы, определяет характер ее участия в международном разделении труда, выступает гарантом экономической безопасности и в общем виде представляет собой способность страны в условиях свободной конкуренции производить товары и услуги, удовлетворяющие требованиям мирового рынка, реализация которых увеличивает благосостояние населения.

В международной практике разработаны и постоянно совершенствуются различные методы расчета показателей и рейтингов конкурентоспособности. Существует три основных центра по изучению глобальной конкурентоспособности: Институт стратегии и конкурентоспособности при Гарвардском университете (США), Международный институт развития менеджмента (МИРМ) и Всемирный экономический форум (ВЭФ) [1]. Если первый институт изучает конкурентоспособность в корпоративной плоскости, то два других составляют свои рейтинги конкурентоспособности стран и регионов на основе собственных эксклюзивных методологий исследования.

Согласно Отчету Всемирного экономического форума, страны СНГ (Содружество независимых государств) (без учета Белоруссии и Туркменистана) по индексу глобальной конкурентоспособности находятся в среднем на 76 месте в мире, что ниже среднемирового положения в данном рейтинге, которое составляет 66 место для 144 страны, оцениваемой в индексе (таблица 1).

Таблица 1 – Рейтинг стран СНГ по индексу глобальной конкурентоспособности в 2012-2013 гг. [2]

Страны	Индекс глобальной конкурентоспособности	Индекс глобальной конкурентоспособности
	Оценка	Место в рейтинге
Азербайджан	4,51	39
Армения	4,10	79
Грузия	4,15	72
Казахстан	4,41	50
Киргизия	3,57	121
Молдавия	3,94	89
Россия	4,25	64
Таджикистан	3,79	100
Украина	4,05	84
Средний показатель СНГ	4,08	-

По данным института «Фонд Наследие», по индексу экономической свободы страны СНГ находятся на уровне ниже среднемирового и относятся к странам «в основном несвободным» (по данным за 2013 год). Самый высокий индекс экономической свободы имеет Армения – единственная страна в регионе, которая является «в основном свободной». «Относительно свободными странами» в рамках Содружества признаны Грузия, Киргизия и Казахстан. «В основном несвободными» государствами являются Молдавия, Азербайджан, Таджикистан, Узбекистан и Украина. Другие страны региона признаны «репрессивными» – Россия, Белоруссия и Туркменистан (таблица 2).

Таблица 2 – Рейтинг стран СНГ по индексу экономической свободы в 2013 году [2]

Страны	Индекс экономической свободы		Показатели индекса экономической свободы, %									
	Место в рейтинге	Пункты свободного индекса, %	Свобода предпринимательства	Свобода торговли	Фискальная политика	Участие государства в экономике	Монетарная политика	Инвестиционные свободы	Финансовая система	Защита прав собственности	Защита от коррупции	Свобода трудовых отношений
Армения	28	70,3	81,3	85,0	89,0	86,4	84,6	70,0	70,0	35,0	29,0	73,1
Грузия	32	69,2	85,0	71,0	90,7	81,3	71,4	70,0	60,0	35,0	28,0	99,9
Киргизия	70	61,1	60,4	81,4	93,9	76,1	75,6	50,0	50,0	30,0	22,0	72,0
Казахстан	76	60,5	56,5	86,2	80,1	84,7	71,9	30,0	60,0	30,0	26,0	80,0
Молдавия	89	58,4	68,5	79,2	83,0	56,9	67,6	30,0	50,0	50,0	32,0	66,6
Азербайджан	107	55,3	61,6	78,4	80,4	82,9	76,5	30,0	30,0	30,0	24,0	59,2
Таджикистан	114	54,5	43,4	77,8	89,3	84,1	65,8	30,0	40,0	30,0	22,0	62,1
Узбекистан	130	52,3	67,8	68,4	88,0	68,3	57,5	30,0	20,0	30,0	21,0	72,1
Украина	133	51,1	44,3	82,2	79,0	43,0	69,9	30,0	50,0	30,0	28,0	54,3
Россия	134	49,9	52,8	44,2	79,2	69,5	64,4	30,0	40,0	30,0	25,0	64,2
Белоруссия	150	44,7	58,6	52,2	81,0	55,5	66,2	20,0	10,0	20,0	21,0	62,0
Туркменистан	152	43,4	30,0	79,2	90,6	85,3	66,4	10,0	10,0	10,0	22,0	30,0
Средний показатель СНГ	101	55,9	59,2	73,8	85,4	72,8	69,8	35,8	40,8	30,0	25,0	66,3

Таким образом, анализ основных показателей индекса экономической свободы по странам СНГ показывает, что в регионе достаточно хорошо развиты фискальная свобода и свобода торговли, а также положительно оценивается участие государства в экономике. В наименьшей степени организована защита от коррупции и защита прав собственности, а также инвестиционные свободы, что отрицательно влияет на общий индекс экономической свободы.

Список использованных источников:

1. Чайникова Л. Н. Конкурентоспособность предприятия : учеб. пособие / Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с.
2. Офіційний сайт Всесвітнього економічного форуму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.weforum.org>

КОМУНІКАТИВНІ ПОВІДОМЛЕННЯ З ВИКОРИСТАННЯМ ВІЗУАЛЬНОГО СТИЛЮ БРЕНДУ

*Блажей І.О.
Тернопільський національний економічний університет*

В сучасних ринкових умовах раціональний підхід до вибору товарів все частіше втрачає свою актуальність. На його місце приходить емоційна складова – задоволення від покупки, асоціація особистості з певним продуктом, бажання самореалізації на основі обраних товарів. Тому, в першу чергу, компанії стараються наділити власний товар оригінальністю, креативністю, новизною – тобто тим, що приверне увагу та викличе зацікавлення.

В даному випадку, особливо перспективним постає брендинг – процес створення бренду і управління ним. Бренд розглядається як проміжна ланка між споживачем та виробником, як емоційне відображення даного товару. Окремим важливим компонентом бренду є його візуальний стиль, тому що саме зорове сприйняття найчастіше стає основою для впізнаваності.

Візуальний стиль бренду – це набір візуальних атрибутів, що формують особливий, впізнаваний та несхожий на конкурентів асоціативний рівень сприйняття бренду та його комунікацій, який нагадує про нього та про його продукти, як з використанням елементів фірмового стилю, так і без них. [1] Візуальний стиль бренду може включати наступні елементи [2]:

- малюнки;
- ілюстрації;
- фотографії;
- графічні символи;
- шрифти.

В базову комплектацію ідентифікації бренду (ядро або ж основу ідентифікації) входять символ, емблема та сигнатура, а саме їх колір та форма. В деяких випадках шрифти не відносять до базової комплектації, проте буває і навпаки. Головною метою базових стандартів візуалізації бренду є побудова логотипа чи символу, визначення пропорцій, комбінацій тощо. [3] Додаткові стандарти візуалізації можуть приймати будь-яку форму, починаючи від сувенірної продукції і закінчуючи оформленням виставкового місця.

Проте вся підготовка візуального стилю бренду повинна базуватись на емоційному повідомленні, яке виробник хоче передати споживачеві товару. Тобто, дивлячись на графічне зображення бренду, в підсвідомості покупця повинна виникнути певна асоціація, що в подальшому спонукає до купівлі. Будь-які елементи візуального стилю повинні асоціюватись з брендом та товаром, відповідно і розширяти цільовий ринок компанії. Незалежно від того, на які носії нанесено зображення, воно повинно бути впізнаваним з розрахунком на довгостроковий період.

Чим оригінальніший візуальний стиль бренду, там важче аудиторії його ігнорувати та тим легше компанії донести свою ідею до споживачів, а значить рівень комунікацій між виробником та споживачем значно збільшуються, в той же час, відволікається увага від товарів конкурентів. Справді ефективно зображення бренду має реальний психологічний вплив на споживача, потреба в придбанні товару виникає на рівні підсвідомості. Зображення бренду, що несе в собі закладені цінності та орієнтири, постає тим орієнтиром серед значної кількості аналогічних товарів.

Список використаних джерел:

1. Мазурина Т.А. Дизайн визуального стиля бренда: теория и методологии. // Мир науки, культуры и образования. – 2014. – №5. – С. 190-194.
2. Гольман І.А. Рекламне планування. Рекламні технології. Організація рекламної діяльності. - М.: "Гелла-принт", 2006. – 320 с.
3. Мазурина Т.А. Система средств визуальной идентификации предприятия / Т.А. Мазурина, А.И. Новиков. – Оренбург, 2012.

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ МІЖНАРОДНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Голота О.

Науковий керівник: Попкова К.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

З посиленням тенденцій до глобалізації та інтернаціоналізації Україна прагне подолати економічне відставання для подальшої інтеграції у світове співтовариство. Щоб подолати інерційний, застарілий індустріальний етап розвитку і вийти на світові ринки необхідні значні капітальні вкладення. Ситуація ускладнюється тим, що проблема інвестування вирішується в умовах, коли попит на інвестиції значно перевищує їх пропозицію. Тому при практично повній відсутності власних засобів велике значення мають іноземні інвестиції в економіку країни. Разом з тим, вкладення капіталу вітчизняних і іноземних інвесторів в Україну пов'язано з численними ризиками, які можуть значною мірою спотворити прогнозну ефективність діяльності підприємств, що зумовлює необхідність застосування ефективних інструментів мінімізації ризиків при прийнятті рішень щодо інвестування. Разом з тим аналіз наукових публікацій довів, що деякі суттєві завдання процесу зниження ризиків дотепер залишаються невирішеними. У першу чергу це стосується обґрунтування вибору методу оцінки ризиків, недостатньо розкритим залишається питання виявлення ризиків інвестиційної діяльності у міжнародному середовищі. Потребує додаткового дослідження і процес вибору методу зменшення ризиків інвестиційної діяльності.

Одним з найважливіших етапів ефективного здійснення інвестиційної діяльності в умовах невизначеності є управління ризиками – специфічна сфера менеджменту, яка поєднує у собі знання у сфері страхування, аналізу господарської діяльності підприємства, математичних методів оптимізації економічних задач тощо. Об'єктом системи управління ризиком інвестиційної діяльності є ризик, що підкреслює необхідність його аналізу та визначення сутності.

У процесі ризик-менеджменту послідовно здійснюються: аналіз ризиків, їх оцінка і управління ними. Початковою процедурою при цьому є достовірний і своєчасний аналіз ризиків, з якими підприємство може потенційно і реально зіштовхнутися. Аналіз ризиків надає інформацію для їх кількісної та якісної оцінки, після чого обираються найбільш ефективні методи управління ризиками.

Часто аналіз ризиків представляють як сукупність виявлення ризиків (ідентифікації) та їх оцінки, вважаючи аналіз ризиків загальним поняттям по відношенню до ідентифікації та оцінки.

Згідно іншого підходу ідентифікацію і аналіз ризиків ототожнюють, розглядаючи в процесі їх здійснення етапи усвідомлення (якісного аналізу) ризиків, аналіз конкретних причин виявлення несприятливих подій та їх негативних наслідків, комплексний аналіз ризиків.

Інколи їх розглядають як єдине ціле, акцентуючи увагу лише на аналізі ризиків. Наприклад, розглядаючи в процесі аналізу ризиків етапи збору інформації, її обробки і аналізу, при цьому увага не зосереджується на виявленні, ідентифікації ризиків.

На нашу думку, ідентифікація ризиків є невід'ємною частиною поняття аналіз ризиків, яке слід відрізнити від оцінки ризиків. Отже, аналіз ризиків слід розглядати як процедуру виявлення потенційних та реальних ризиків, що мають місце у діяльності підприємства, причин їх виникнення та факторів, що їх обумовлюють, а також потенційних наслідків, що можуть мати місце у діяльності підприємства в умовах ризику. А ідентифікація ризиків є початковим етапом процесу їх аналізу і являє собою процедуру виявлення і усвідомлення потенційних та реальних ризиків, притаманних умовам діяльності підприємства. Вважається, що ризик виявлений (ідентифікований), якщо суб'єкт управління усвідомив його існування. Процес аналізу ризиків повинен містити 4 етапи: ідентифікація ризиків, доподійний та післяподійний аналіз ризиків, узагальнення результатів аналізу та їх використання для оцінки ризиків. Аналіз методичного інструментарію оцінки ризиків міжнародної інвестиційної діяльності показав, що кожен з методів має певні недоліки і переваги: економіко-статистичні визначають вплив факторів ризику кількісно, але потребують статистичної інформації про параметр, який контролюється протягом значного проміжку часу, що майже неможливо за умов нестабільного розвитку економіки країни; експертні методи дають прийнятну оцінку за відсутності достатньої інформації, але є суб'єктивними; аналогові враховують досвід минулих років, але не зважають на індивідуальні випадки; комплексні методи дають змогу розглянути різноманітну картину можливих наслідків інвестування, але є досить трудомісткими тощо. Застосування переважної

їх більшості потребує ретельного аналізу інвестиційної ситуації і певного обсягу інформації про об'єкт інвестування та значних витрат часу.

Встановлено, що найбільш поширеними методами зменшення ризиків є: диверсифікація, страхування, хеджування, лімітація, передача ризиків. Застосування кожного з них потребує виконання певних умов (інвестування капіталу лише в фінансові інструменти, додаткові витрати часу тощо), які інвестор може не прийняти.

Також варто підкреслити, що механізм управління ризиками міжнародної інвестиційної діяльності підприємств, повинен не лише ідентифікувати та визначити ризики, здійснювати обґрунтований вибір пріоритетного засобу їх оцінки та зменшення, а й виявляти потенційних інвесторів при певних змінах у економічній, політичній, соціальній сферах, врахувати їх власні пріоритети.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИБОРУ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

Гордєєва А.

Науковий керівник: Попкова К.О., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Вибір маркетингової стратегії являється важливою частиною менеджменту зовнішньо економічної діяльності (ЗЕД), основною її функцією. Суть вибору можна визначити як уміння передбачити мету підприємства, результати його діяльності і ресурси, потрібні для досягнення цієї мети. В сфері ЗЕД вибір стратегії означає також уміння визначати мету ЗЕД як складової частини загальної системи внутрішнього планування. Основна мета ЗЕД не повинна розходитися із загальною метою підприємства, повинна бути спрямована на їх успішне здійснення за рахунок зовнішніх факторів економічного росту.

Вибір оптимальної маркетингової стратегії ЗЕД являється об'єктивно необхідним для будь-якого підприємства-суб'єкта ЗЕД. Визначаючи бажані і можливі орієнтири своєї майбутньої діяльності на світовому ринку, підприємства тим самим зменшують можливість непередбачених дій зовнішніх факторів, ступінь ризику, пов'язаного з їх діями. Як свідчить світовий досвід і деякі приклади господарювання вітчизняних підприємств, вибір стратегії має важливі переваги:

- планування заохочує керівників постійно думати перспективно;
- веде до більш чіткої координації діяльності підприємства;
- стимулює менеджерів до реалізації своїх рішень в подальшій роботі;
- сприяє більш чіткому визначенню фірмою своєї мети і завдань;
- покращує забезпечення фірми необхідною інформацією;
- допомагає більш раціональному розподілу ресурсів;
- сприяє активізації роботи по вивченню світового ринку, пошуку необхідних партнерів по бізнесу;
- робить фірму більш підготовленою до несподіваних змін;
- полегшує контроль за діяльністю на підприємстві тощо.

У розробці стратегії враховується багато факторів: характер діяльності підприємства, його структура і кадровий потенціал, особливості галузі, тенденції розвитку макроекономічних процесів, стан правової бази, що регламентує умови господарської діяльності, та ін. Горизонт стратегічного планування, тобто часовий інтервал, на який ведеться планування, звичайно змінюється від одного року до п'яти і в кожному конкретному випадку залежить від стабільності економічного стану і передбачуваності майбутнього, терміну впровадження прийнятих стратегічних рішень, середньої тривалості часу, необхідного для реалізації конкретної ідеї від її зародження до практичного впровадження.

В залежності від ступеня невизначеності в плануванні, тимчасових орієнтацій ідей планування, меж планування тощо, в світовій практиці використовують різні типи планування ЗЕД. Наприклад, в залежності від того, яку межу (період) часу охоплюють плани, складені на підприємстві, планування поділяється на три типи: довготривалі, середньотривалі, короткочасні. Довготривале планування охоплює довгі періоди часу 10-25 років. Деякий час довготривале планування ототожнювалось із стратегічним, але ці два поняття розглядаються окремо. Стратегічне планування по своєму змісту багато складніше довготривалого. Середньотривале планування конкретизує орієнтири, визначені в довготривалих планах. Вони розраховані на більш короткий час.

Ринкова стратегія фірми передбачає зіставлення всіх альтернативних варіантів у сфері зовнішньоекономічної діяльності й обґрунтування оптимального рішення.

Планування ринкової стратегії здійснюється фірмою на трьох різних рівнях:

- глобальний рівень (планування тут здійснюється в найбільш довгостроковому аспекті, визначаються важливі для підприємства цілі, які сприймаються як єдине ціле);
- стратегічний рівень (планування здійснюється на рівні керівництва підприємства і дає уявлення про довго- і середньострокові варіанти розвитку);
- фактичний рівень (у цьому разі планування зосереджується на визначенні конкретних заходів, необхідних для вирішення питань ефективного використання наявних ресурсів при реалізації глобальних цілей на тих ринках, де діє фірма).

Планування стратегії фірми має на меті насамперед попередити несприятливий вплив зовнішніх чинників. Найважливішою його функцією є прогнозування майбутнього.

Визначаючи бажані і можливі орієнтири своєї майбутньої діяльності на світовому ринку, фірма зменшує можливість непередбаченої дії основних чинників, що діють на світовому ринку.

Складність економічних явищ і процесів у світовому господарстві і посилення впливу зовнішніх чинників на підприємство роблять стратегічне планування обов'язковою умовою господарської діяльності. До того ж, потреба в зваженій, ефективній політиці і передбачення ходу зовнішньоекономічної діяльності фірми зростає зі збільшенням кількості ринків, де вона здійснює свою комерційну діяльність. Просте і ясне визначення цілей являє собою важливу передумову успішного виходу на зовнішні ринки, так само як і точне оцінювання наявних ресурсів. Дуже часто можливості, що з'являються на зовнішніх ринках, не узгоджуються ні з цілями, ні з ресурсами.

Перед формуванням маркетингової стратегії потрібно виявити всі переваги та недоліки. Правильний вибір маркетингової стратегії підприємства на зовнішніх ринках дозволяє значно збільшити ефективність та потенціал підприємства, збільшити збут продукції та зменшити витрати.

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ

Залізнюк В.П.

Державний економіко-технологічний університет транспорту, м. Київ

Вважаємо доцільним розглянути сутність маркетингової стратегії підприємства за допомогою системного та ситуаційного підходів щодо її формування. Розглянемо кожен з них більш детально. Згідно з *системним підходом*, маркетингову стратегію підприємства слід розглядати як сукупність взаємопов'язаних елементів, які мають входні та вихідні змінні, зворотній зв'язок із зовнішнім середовищем, що визначають її характер. Системний підхід ґрунтується на наступних принципах:

- процес прийняття рішень повинен починатися з виявлення конкретних проблем і чіткого визначення цілей маркетингової стратегії підприємства;
- маркетингову стратегію підприємства розглядають як цілісну систему, визначають наслідки кожного конкретного рішення;
- аналізують і визначають можливі альтернативні шляхи досягнення цілі;
- цілі окремих маркетингових рішень не повинні вступати в протиріччя з цілями маркетингової стратегії підприємства;
- аналіз зібраних даних ведуть від абстрактного до конкретного;
- формування маркетингової стратегії передбачає єдність аналізу і синтезу, логічного та історичного;
- виявляють в об'єкті дослідження різноякісні зв'язки та їх взаємодію.

Оскільки, щоб вижити, підприємство має сформувати маркетингову стратегію, пристосовану до ринкової мінливості, необхідно враховувати вплив і взаємозв'язки чисельних факторів як внутрішнього так і зовнішнього середовища.

Для забезпечення формування ефективної маркетингової стратегії необхідно створити певне інформаційне середовище, яке відповідає наступним основним принципам: повноти, актуальності, важливості та достовірності. Цього можна досягти за рахунок проведення комплексного аналізу, що складається з: SWOT-аналізу (слабких і сильних сторін, можливостей і загроз); PEST-аналізу (за-

гроз зовнішнього середовища); ЕТОР-аналізу (потенціалу можливостей підприємства); SPACE-аналізу (стратегічної позиції); PIMS-аналізу (впливу ринкової стратегії на прибутки).

Основними елементами маркетингової стратегії є стратегії сегментування і позиціонування та брендінгу. Остання складається з товарної, логістичної, цінової та стратегії товаропросування.

Для вибору найефективніших маркетингових стратегій можна застосовувати різні методи, які поділяються на три групи: польові випробування, математичний аналіз та імітаційні.

Суть першої групи методів – можливість випробовувати розроблені або обрані підприємством стратегії в реальних умовах. Разом з тим, зазвичай не вдається організувати для випробувань однакові умови, що ускладнює процес порівняння, контролю, інтерпретації отриманих даних, а також високу вартість подібних експериментів.

При виборі найефективніших маркетингових стратегій особливе місце посідають математичні методи. Так, зовнішні умови можуть бути охарактеризовані розподілом ймовірностей, а математичний метод доцільно використовувати для оцінки характеристик обраних стратегій, а також для вибору оптимального варіанту стратегії.

У зв'язку з цим, в господарській діяльності підприємств широко використовується процес імітаційного моделювання, який, незважаючи на його складність, є ефективним і сучасним інструментом аналізу складних систем і процесів. Подібно математичним моделям, імітаційні моделі ґрунтуються на символічному описі конкретного процесу. Проте, якщо в математичній моделі можна отримати рішення, виражене аналітично (тобто безвідносно до конкретних значень числових характеристик), то імітаційна модель дає можливість лише «програвати» вибрані випадково або цілеспрямовано різні рішення, що визначаються набором числових характеристик. Це дозволяє передбачати та аналізувати динаміку можливих ситуацій в майбутньому і тим самим оцінювати наслідки стратегій, що перевіряються, з метою виділення більш ефективної.

Вихідними елементами є стратегічні рішення щодо маркетингового міксу, тобто комплексу компонентів маркетингу, який включає чотири складові - товар, ціну, збут, просування.

В якості основних інструментів, за допомогою яких здійснюється формування маркетингової стратегії підприємства, вважаємо доцільним використовувати:

- матрицю І. Ансоффа. Суть якої полягає у формуванні стратегій в умовах ринку, що зростає, і передбачає використання чотирьох альтернативних стратегій маркетингу для збереження або збільшення збуту: проникнення на ринок; розвиток ринку; розробка товару; диверсифікація;
- матрицю Портера, також має назву модель 5 конкурентних сил. Сутність якої полягає в тому, що в боротьбі за частку ринку в конкуренції беруть участь не тільки безпосередні претенденти, але споживачі, постачальники, потенційні учасники та продукти-замінники. Всі вони в тій чи іншій мірі впливають на розвиток ринку. Ця модель являє собою потужний інструмент систематичної діагностики конкурентних умов ринку та оцінки того, наскільки інтенсивною і важливою є кожна з конкурентних сил;
- матрицю Бостонської консалтингової групи, яка є корисним інструментом планування продажів, визначення продуктових стратегій підприємства;
- маркетинг-мікс 4Р – є сукупністю інструментів маркетингової діяльності підприємства, використовуючи які, виникає можливість найкращим чином задовольнити потреби цільового ринку;
- бенчмаркінг – є інструментом загального управління якістю він дозволяє виявляти і впроваджувати у своїй діяльності найкращий досвід інших підприємств, являє собою систематичний пошук, оцінку кращих прикладів, не залежно від їх розміру, сфери діяльності і географічного положення.

ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТУВАННЯ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЗАГОСТРЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ПОСЛУГ

Морочко С.О.

Науковий керівник: Нікітіна А.В., к.е.н.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Сьогодні питання залучення інвестицій та підйому на такому підґрунті вітчизняного виробництва є центральною, саме від його успішного рішення залежить напрямок та темпи подальших економічно-соціальних перетворень в Україні і в кінцевому результаті політична та економічна стабіль-

ність суспільства. Розв'язання проблеми залучення інвестицій у туристичний бізнес в умовах загострення конкурентної боротьби на світовому ринку послуг потребує розробки та впровадження в практику ефективних стратегій реалізації інвестиційної діяльності, які спрямовані на розвиток у довгостроковій перспективі. Туризм є одним з провідних і найбільш динамічних видів економічної діяльності. За швидкі темпи зростання він визнаний економічним феноменом століття [8]. У багатьох країнах туризм відіграє значну роль у формуванні валового внутрішнього продукту, створенні додаткових робочих місць і забезпеченні зайнятості населення, активізації зовнішньоторговельного балансу. Туризм робить величезний вплив на такі ключові види економічної діяльності, як транспорт і зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання тощо, тобто виступає своєрідним каталізатором соціально-економічного розвитку. У свою чергу, на розвиток туризму впливають різні чинники (рис. 1).

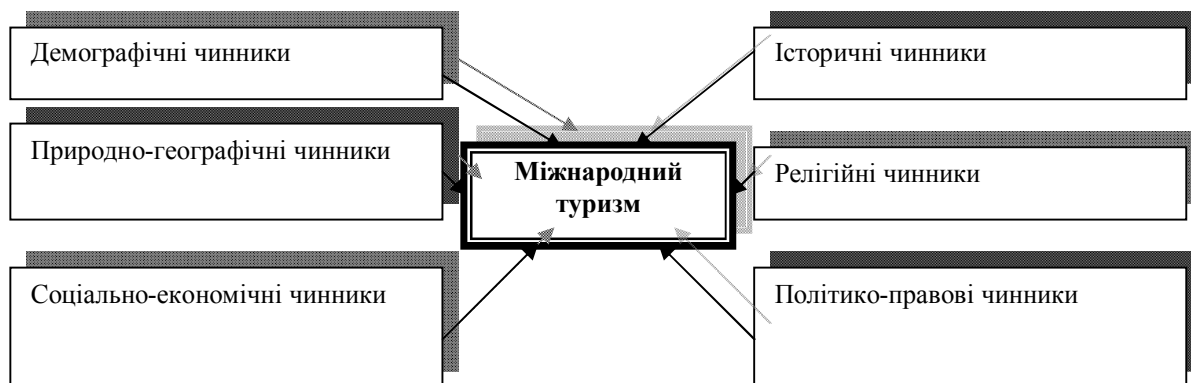


Рисунок 1 – Основні чинники, що впливають на розвиток туризму

Туризм – це галузь, що залучає багатомільярдні інвестиції за рахунок різних джерел: державних дотацій, коштів міжнародних фінансових і туристичних організацій, приватних вкладень. В Україні відчувається гостра потреба у фінансових ресурсах для розвитку туризму: бракує бюджетних коштів; міжнародні фінансові та інші організації, приватні інвестори не зацікавлені вкладати гроші в розвиток туристичної інфраструктури в Україні. Розмір державних інвестицій у туризм залежить від важливості цього сектора в економіці країни, а кредити міжнародних фінансових інститутів – від гарантій, наданих державою, репутації самої країни на міжнародному ринку та досконалості бізнес-планів, запропонованих урядом країни для одержання фінансових ресурсів [15].

Інвестиції в туризм бувають як відносно невеликими (фестивалі, події), так і мультинаціональними (вартість інфраструктури стадіонів, транзитних систем, аеропортів і центрів для проведення з'їздів). Незважаючи на вартість, ті, хто планує оновлення міста, хочуть розмістити туризм у самому центрі міста. Здатність зосередити атракції, зручності і послуги у підходящому, досяжному місці необхідна, щоб зробити такі місця особливо бажаними для відпочиваючих [11].

Всесвітня організація з туризму у своїй класифікації виділяє країни, що є переважно постачальниками туристів (США, Бельгія, Данія, Німеччина, Голландія, Нова Зеландія, Швеція, Канада, Великобританія) і країни, що приймають туристів (Австралія, Греція, Кіпр, Італія, Іспанія, Мексика, Туреччина, Португалія, Франція, Швейцарія, Болгарія, Україна, Єгипет, Кавказький регіон).

Для досягнення позитивного балансу між ввезенням до країни грошей (в'їзний туризм) та вивезенням з останньої (виїзний туризм) необхідно підтримувати і розвивати внутрішній туризм з тим, щоб гроші витрачалися всередині країни, а не за її межами. Добре спланована політика національного туризму приводить в остаточному підсумку до вигоди для країни. Якщо розвиток туризму планується недостатньо професійно, може статися так, що країна буде вкладати в туризм більше, ніж отримувати від нього. Для того щоб досягти успіху в туристичному бізнесі, потрібна заснована на потребах споживача туристичних послуг організація виробництва і реалізації турпродукту, добре знання міжнародних правових норм і правил, практики туристичного менеджменту і маркетингу, кон'юнктури туристичного ринку [10].

Таким чином, залучення інвестицій у туристичний бізнес є одним із важливих шляхів підвищення рівня економічного розвитку будь-якої держави. Основними чинниками, які стримують розвиток туризму в Україні є недостатня вивченість ринку, значна неупорядкованість його функціонування; труд-

нощі, пов'язані з виділенням земель під об'єкти туризму; постійна зміна нормативно-правових документів та адміністративної практики. Все це створює об'єктивні перешкоди для діючих учасників ринку, а також є суттєвим чинником зниження його привабливості для нових учасників.

Список використаних джерел:

1. Інвестування української економіки: [монографія] / За ред. А.І. Сухорукова. – К.: Національний інститут проблем міжнародної безпеки, 2005. – 440 с.
2. Гончаров А. Б. Інвестування : навч. посіб. / А. Б. Гончаров. – Х. : Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2003. – 336 с.

**SYSTEM OF RISK-MANAGEMENT OF ENTERPRISES
ON THE CONTEXT OF INTEGRATION PROCESSES**

*Alina Nikitina, PhD in Economics
Kharkiv National Automobile and Highway University*

Development of Ukrainian enterprises, Ukraine's attempt to join the European Union and World Trade Organization influenced the government's choice of investment and innovation trends based on grounded economic policy. In spite of scientific and technological knowledge there is the situation of investment and innovation activity reduction because of own insufficient investment means, lack of support, high interest rates, ineffective consumer demand for new products or technologies, high risk rate in economic sphere. Foreign investors feel dangerous situation but they are also supported by the government. A society doing everything possible and impossible can't prevent global catastrophes, world crises, ecological catastrophes and unforeseen situations. It has realized a necessity of management and risk valuation before making any decisions.

Risk is characterized by danger of unforeseen and unknown losses, waste of time, anticipated profit losses because of accidentally changing conditions of economic activity or unfavorable conditions [1]. Also risk means uncertainty in possible results. Risk is an event that would or wouldn't happen. It's necessary to realize that risk can be managed. It means using every financial, informational, innovative instrument allowing analyzing or forecasting, proposing possible risk situations or preventing realization of these situations in similar cases. Risk-management is a system of risk appraisal, managing risk financial relationships, appearing in business; it is a system of managing risk and economic relationships arising at this management [2].

The concept of risk-management is treated by different authors variously. We underline two views among whole spectrum of all opinions. These points of view are discovered the idea of risk-management by scientists. The first beliefs are connected with net risks and analysis valuation and management of industrial and ecological risks [1-5]. In this connection the risk-management is considered concerning safety of people and environment, their self-protection "from influence of damage industrial, natural, ecological and social programmers" [5]. The levels of risk protection correspond the society conditions, its ecological, economical, scientific, potential and realized possibilities.

Summarizing to our opinion the risk management can be indentified as the supraliminal, direct, purposeful process which foresees the management and investigation of all economic and financial relations and conditions which appear in management actions and influence on the object including both internal and external factors.

The approaches of economists are important and significant about the risk-management but the specific recommendations about using methods are not given by them. Therefore it becomes necessary to develop a model of accepting decisions in the system of risk-management is proposed in the unstable and indefinite conditions which take into account complicated process of risk management.

Risk-management as a complex system of managing consists of two subsystems: the managing (the control subject) and the managed (the control object). The main task of risk management is to minimize losses and not to admit bankruptcy. When we are speaking about profits system of actions should be correct and driving, that's why risk management is both dynamic and fundamental science and theory of risk. It is possible to manage risk using different methods making possible to foresee risk event and reduce losses or minimize them. The risk management base is searching aim and organizing work to reduce risk rate, art of receiving and increasing profits in uncertain economic situations. The target of risk-management is getting maximum profits with optimal correlation of profits and risk [2].

In risk-management the control object is a risk appearing between different subjects in economic relations, for example, between an insured and an insurer, between a creditor and a debtor, between entre-

preneurs (partners and competitors), etc. In risk-management the control subject is a special group of people (financial manager, insurance specialist, etc) realizing goal-oriented functioning of the control object. The functions of control subject are: forecasting, regulation, coordination, stimulation and control. There are also some specific functions of managing subsystem: creating favorable conditions for risk minimization, the process of risk insurance, economic relationships, and connection between the subjects of business [2].

In the conditions of transition economy and Ukraine's integration in the European Union it's necessary to pay attention to risk evaluation, risk-management. The main part in solving the problems of risk management both on macro- and micro- levels belongs to a person, who accepts and approves programs of risk reduction and make decisions about the beginning of their realization. It is connected with the fact that anti-risk methods require expenses, which are not fast profitable, but need freezing some parts of capital for some time while making security reserves. Therefore, it's essential to allow making anti-risk decisions on the higher management level where smaller tasks do not prevent global aims of stability and steadiness of work.

List of references:

1. Балабанов И. Т. Риск-менеджмент / И. Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 452 с.
2. Nikitina A. Theoretical aspects of risk control in the system of risk-management / A.Nikitina // Матеріали І Міжнародної наукової студентської конференції «Студентство. Наука. Іноземна мова», 15 листопада 2007 р., м. Харків. – Харків: ХНАДУ. – 2007. – С. 150-152.
3. Градов А.П. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой / А.П. Градов – Спб.: Специальная литература. – 1999. – 510с.
4. В. М. Гранатуров Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения / В. М. Гранатуров. – М.: Издательство "Дело и Сервис", 1999. – 322 с.
5. Литовских А. М. Финансовый менеджмент / А. М. Литовских . Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2002. – 76 с.

ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ АСПЕКТІВ ЛОГІСТИЧНОЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ ТРАНСПОРТНОЇ ПОСЛУГИ

Азарова А.

*Науковий керівник: Пономарьов А.М., старший. викладач
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Удосконалення сфери послуг в індустріально розвинених країнах є одним з найважливіших явищ економічного життя, починаючи з другої половини ХХ століття. Послуги невідчутні, споживаються у процесі надання, мінливі і не підлягають зберіганню. Після надання послуги споживач одержує невідчутний продукт, а швидше відчуття: захоплення, задоволення, розчарування, досади, гніву. І наукова проблема полягає в умінні визначати відчуття споживача, оцінити їх і використовувати з метою удосконалення системи проектування в цій важливій сфері.

Слід звернути увагу на наявність певних труднощів у визначенні якості послуги, оскільки у споживача немає чітких критеріїв її оцінки. Для різних людей якісне обслуговування і якість послуг означає не одне і те ж. Навіть тоді, коли продуценти знають, що має на увазі споживач під якісним обслуговуванням, існує проблема контролю обслуговування (послуги), яка направлена на те, щоб уникнути нестандартних розбіжностей. Сферою знань про визначення якості товарів і послуг кількісними методами є наука кваліметрія. Кваліметрія розглядає якість як деяку ієрархічну сукупність властивостей, які представляють інтерес для споживача даної послуги.

Кваліметрія знаходиться в стані взаємодії з іншими науковими дисциплінами, одержуючи методологічну підтримку від одних і надаючи її іншим. Таким чином, кваліметрія – це інструмент для оцінювання якості проектних рішень і надання транспортних послуг у разі запровадження цих рішень.

Проблеми кваліметрії можна розділити на дві групи, рішення яких повинні допомогти відповісти на питання: «що вимірювати?» (проблеми визначення об'єкту і параметрів оцінювання) і «як вимірювати?» (проблеми технології оцінювання).

Аналіз літературних джерел дозволив виділити наступні методи оцінювання якості: вимірювальні методи, реєстраційні - статистичні методи, розрахункові методи, експертні методи, соціологічні методи, комбіновані методи (диференційовані, комплексні і змішані).

До проблем, які характеризують об'єкт вимірювання, відносяться: уніфікація термінології, систематизація властивостей, що визначають якість і взаємозв'язок чинників, що оцінюють її.

До проблем, які характеризують технологію вимірювань, відносяться: визначення значень абсолютних показників (принцип визначення інтервалу значень показників, можливість неекспертного визначення значень всіх показників, підвищення ефективності експертних оцінок якості); визначення значень відносних показників (вплив інтервалу значення показників, принцип призначення еталонів, залежність між абсолютними і відносними показниками, допустимість компенсації «поганих» значень показників, урахування чинника часу); визначення значень комплексних показників (проблеми, пов'язані з визначенням коефіцієнтів вагомості - методи визначення коефіцієнтів вагомості, постійність значень коефіцієнтів вагомості; проблеми, пов'язані з інтеграцією віднесених показників в комплексні, урахування системного характеру об'єкту, допустимість застосування шкал різної розмірності, похибка (визначення значень комплексних показників)).

Вирішувати ці завдання можна, якщо будуть розроблені класифікація властивостей якості, показники якості, методи, що забезпечують поєднання вимірювань і оцінок властивостей різних груп (технічні, економічні, естетичні і ін.), можливість зіставлення і поєднання показників якості на різних рівнях управління проектами, а також методи аналізу і виявлення співвідношень властивостей, визначення яких проводиться різними засобами і за різною технологією.

Але жодна з існуючих до цього часу концепцій з якості не є панацеєю і не дає сто відсоткову (навіть і меншу) гарантію досягнення конкурентних переваг підприємством на глобалізованому ринку, тому в сучасний момент вже не актуально розглядати окрему концепцію з якості як гарантію виживання підприємства на ринку. Настав час нової парадигми щодо якості: «якість як філософія» та «якість як стратегія». Якість необхідно розглядати тільки в контексті нової концепції системного удосконалення підприємства.

Список використаних джерел:

1. Иванов В.В., Коробова А.Н. Муниципальный менеджмент: Справ. пособие - М.: ИНФРА-М, 2002. - 718 с.
2. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 128 с.
3. Наган Н. Г. Маркетинг услуг и маркетинговая деятельность учреждений культурно-бытовой сферы. – Кемерово: Кузбассвуиздат, 1991. – 321 с.
4. Городяненко В.Г. Социологический практикум: Учебно-методическое пособие. - К.: Издательский центр «Академия», 1999. - 160 с. (Альма-матер).
5. Фомин В.Н., Квалиметрия. Управление качеством. Сертификация. – М.: Экмос, 2000. – 423 с.
6. Баркан Д.И., Ходяченков Б. Поймем наш бизнес: как сегментировать рынок и изучить потребителя. – Л.: Аквилон, 1991. – 121 с.
7. Куликов Г.В. Японский менеджмент и теория международной конкурентоспособности // Отв. ред. И.О.Фаризов. – М.: Издательство «Экономика», 2000. – 247 с.
8. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник для вузів. – К.: Лібра, 1998. – 384 с.

АНАЛІЗ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВАНТАЖНИХ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Лопатін С.

*Науковий керівник: Пономарьов А.М., старший. викладач
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

На автотранспортному ринку, продукцією якого є перевезення вантажів, діють закони ринкової економіки, що засновані на конкуренції суб'єктів, які пропонують для споживання однорідний продукт .

Конкуренція (від пізно латинського «concurrentia») – це антагоністична боротьба між товаровиробниками за найвигідніші умови виробництва та збуту товарів, за отримання найбільшого прибутку [1]. Розподіл «предмета» та «об'єкта» конкуренції вказує на дві сфери впливу в конкурентній боротьбі: товар (предмет) та споживач (об'єкт). Отже, методи конкурентної боротьби та способи оцінки рівня конкуренції є різними [2].

Проблема конкуренції протягом багатьох років досліджувалася багатьма видатними вченими-економістами, серед яких такі автори, як Дж. Кейнс, А. Курно, К. Маркс, А. Маршалл, М. Пор-

тер, Д. Рікардо, А. Сміт, Й. Шумпетер та інші. Щодо українських та російських науковців, які вивчали проблеми конкуренції, то серед них можна відзначити Г. Азоева, С. Єрохіна, В. Глущенко, В. Діканя, М. Єрмоленка, П. Єщенка, Ю. Іванова, Р. Фатхутдінова, Д. Юданова, В. Шинкаренка та ін.

Сутність поняття конкуренції належним чином проявляється у такій власній значущій характеристиці, як конкурентоспроможність. У сучасних умовах успіх функціонування підприємства на ринку визначається рівнем його конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність є одним з найважливіших елементів категоріального апарату сучасної ринкової економіки. Множинність трактувань цього поняття обумовлена різноманітними вихідними позиціями вчених-економістів, а також й тим, що у визначеннях у якості виробника розглядаються або окреме підприємство, або галузь, або національна економіка в цілому.

У загальному розумінні конкурентоспроможність є досягненням встановленої мети у певній конкретній сфері діяльності у процесі суперництва з іншими членами ринку або у процесі співпраці та партнерства [3]. М. Х. Мескон, М. Альберт та Ф. Хедоурі у [4] вважають, що конкурентоспроможне підприємство – це таке підприємство, яке володіє вираженою компетентністю, тобто робить щось краще, ніж його конкуренти. Й саме збереження конкурентоспроможності дозволяє підприємству приваблювати та зберігати споживачів. І.А. Бланк визначає конкурентоспроможність підприємства як систему оцінних характеристик господарчої діяльності підприємства, що впливають на результати суперництва з іншими підприємствами на споживчому ринку [5].

Вітчизняні та російські вчені (В. Шинкаренко, Р. Фатхутдінов, Д. Юданов) створили низку праць, що присвячені розробці питань конкурентоспроможності, методів впливу та регулювання конкурентних відносин, створення сучасних технологій забезпечення конкурентних переваг тощо.

Маючи за мету досягнення стійкої конкурентної позиції, підприємство має постійно аналізувати власний рівень конкурентоспроможності, який визначається багатьма факторами. В.А. Павлова зазначає, що це такі фактори, як рівень організаційно-технічного розвитку, частота оновлення продукції, рівень організації виробництва і праці, досконалість економічного механізму та ін. Л.В. Соколова до узагальнюючих чинників конкурентоспроможності підприємства відносить наступні: товар; становище підприємства на ринку; збут; просування товару; виробництво.

Конкурентоспроможність транспортного підприємства формується під впливом таких основних факторів: рівень конкурентоспроможності послуги, економічне становище підприємства, рівень впровадження інноваційних технологій у процес надання транспортної послуги; економічна політика країни; рівень конкурентної боротьби в галузі; вплив споживачів; активність конкурентів.

Наукова література щодо визначення коефіцієнту конкурентоспроможності має достатню кількість розробок, які пропонують використовувати інтегральний показник конкурентоспроможності. Але треба зазначити, що складові цього показника у більшості випадків відрізняються. Визначення складових коефіцієнту конкурентоспроможності автотранспортного підприємства було запропоновано фахівцям даної галузі, які погодилися із застосуванням запропонованих критеріїв. На основі аналізу літературних джерел та особливостей функціонування автотранспортного підприємства зроблено висновки про доцільність використання таких показників, як коефіцієнт технологічності, коефіцієнт конкурентоспроможності по ціні, коефіцієнт рекламних зусиль, коефіцієнт гарантії надання послуги, коефіцієнт якості доставки, коефіцієнт доставки «just in time», коефіцієнт, що враховує публік рилейшнз, брендінг, іміджмейкінг досліджуваного підприємства.

Список використаних джерел:

1. Советский энциклопедический словарь / Научно-редакционный совет: А.М. Прохоров (пред.). – М.: «Советская Энциклопедия», 1981. – 1600 с. с илл.
2. Лунев В.Л. Тактика и стратегия управления фирмой: Учеб. пособие. – М.: Финпресс, НГАЭ и У, 1997. – 356 с.
3. Отенко І.П. Управління конкурентними перевагами підприємства. Наукове видання / І.П. Отенко, Є. О. Полтавська. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2005. – 212 с.
4. Экономическая стратегия фирмы: Учебн. пособие / Под ред. А.П. Градова. – 3-е изд., испр. – СПб.: Спец-Лит, 2000. – 588 с.
5. Мескон М., Альберт М., Хедоурі Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 1998. – 800 с.
6. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: Учебник. – М.: Интел – Синтез, 2000. – 640 с.

СИНТЕЗ ЛОГІСТИЧНОГО ТА МАРКЕТИНГОВОГО ПІДХОДІВ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ МІЖНАРОДНИХ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Пономарьов А.М., старший. викладач
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Ускладнення виробництва й загострення конкуренції в 90-х рр. XX століття зажадали точнішої ув'язки логістики зі стратегічними цілями фірм, а також активізації ролі логістики в підвищенні рівня гнучкості фірм, їх здатності швидко реагувати на ринкові сигнали. У зв'язку з цим головним завданням логістики стала розробка ретельно зваженої й обгрунтованої пропозиції, яка сприяла б досягненню найбільшої ефективності роботи фірми, підвищенню її ринкової долі й здобуттю переваг перед конкурентами. Зрушення в управлінській орієнтації обумовило необхідність вироблення нової концепції керування матеріальними потоками, що одержали назву «маркетингової (чи розподільчої) логістики». Суть концепції полягає в інтеграції усіх функціональних сфер, пов'язаних із проходженням матеріального потоку від виробника до споживача у єдиний комплекс – комплекс логістики. Концепція маркетингової логістики містить у собі значні резерви економії корпоративних витрат. Постійний зріст витрат, пов'язаних з реалізацією продукції, і підвищення їх частки у валовому внутрішньому продукті, посилення конкуренції на ринках збуту, а також жорсткість вимог споживачів до якості обслуговування постачальниками (тобто до надійності постачань), – все це визначило зрушення в управлінській філософії в бік визнання стратегічної ролі сфери керування матеріальними потоками.

Провідний американський спеціаліст в області маркетингу й логістики Б.Д. Лалонде охарактеризував це зрушення як становлення «четвертої стадії управлінської орієнтації» (попередніми стадіями були: раціоналізація виробничого процесу з метою підвищення продуктивності; орієнтація на фінансові аспекти керування підприємством, і, нарешті, концепція маркетингу) [1].

Для розвинених ринкових стосунків стають актуальними процеси інтеграції маркетингу й логістики, які утворюють взаємодію двох концепцій керівництва. Взаємодія маркетингу – як концепції управління, орієнтованої на ринок, і логістики – як концепції управління, орієнтованій на потік, створює можливості підвищення матеріальної й інформаційної корисності й цінності продукту, оцінюваних покупцем або клієнтом (рис.1).

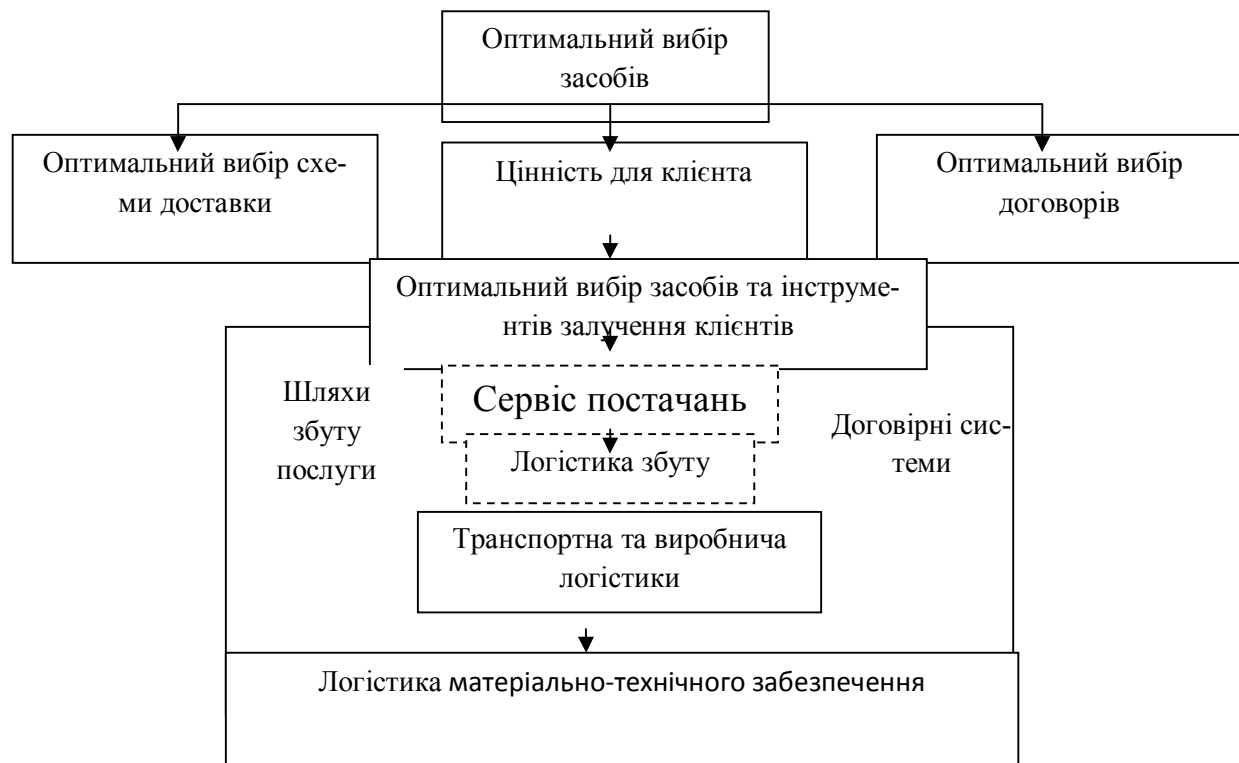


Рисунок 1 – Маркетинг та логістика як детермінанти цінності для клієнта

Така інтеграція створює основи для виділення в загальній структурі логістики так званої маркетингової логістики, що забезпечує клієнта (покупця) широкими можливостями розпоряджатися продукцією. І маркетинг, і логістика як науки, як види функціонального менеджменту, які мають емпіричну природу і своїм походженням зобов'язані практичній необхідності знаходження евристичних шляхів виходу із ситуацій, що не мали на той момент класичних шляхів рішення. Зазначена сфера й визначається як маркетингова логістика, що припускає розділ підприємницької логістики, що включає методологію, теорію, методику й алгоритмізацію процесу оптимізації потоків всіх видів, які супроводжують маркетингову діяльність, а також сукупність методів, за допомогою яких у системі маркетингу здійснюється аналіз, синтез і оптимізація потоків, що супроводжують товар від виробника до конкретного покупця й систему комунікації суб'єктів маркетингової системи в процесі їхньої взаємодії [2].

Інакше кажучи, маркетингову логістику можна визначити як планування, організацію, облік і контроль, аналіз і регулювання всіх операцій по переміщенню й складуванню, пов'язаних з потоком готової продукції від кінця виробничої лінії до прибуття продукції на ринок, а також каналів розподілу, необхідних для організації й забезпечення взаємодії між фірмою і її ринками.

Список використаних джерел:

1. Смахов А.А. Введение в логистику/А. А.Смахов - М.: Транспорт, 1993. – 112 с.
2. Основы логистики / Под ред. Л.Б. Миротина и В.И. Сергеева. – М.: ИНФРА-М, 199. – 200 с.

АНАЛІЗ МЕТОДИЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОРТФЕЛЯ У МІЖНАРОДНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Попкова К.О., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується появою єдиного міжнародного фінансового ринку, основними інструментами якого є акції, облігації, валютні ресурси, опціони, варанти, форвардні контракти тощо. Таке їх розмаїття дає змогу інвесторам ефективно формувати інвестиційний портфель у міжнародному середовищі. При цьому велика увага має приділятися формуванню оптимальної структури інвестиційного портфеля, яка б дозволяла врахувати ефективність різних фінансових інструментів і сформувати певний баланс між ризиком і доходом.

Цим проблемам присвячено багато наукових праць вітчизняних та зарубіжних дослідників. Вперше модель для врахування співвідношення між ризиком інвестицій і їх очікуваною дохідністю на підставі розподілу імовірностей була запропонована Г.Марковіцем.

Теорія формування інвестиційного портфеля Г.Марковіца передбачає, що інвестор намагається одержати портфель з найменшим ризиком і за додатковий ризик прагне одержати компенсацію додатковими доходами. Ця модель передбачає, що інвестор робить вибір на підставі лише двох факторів: середнього або очікуваного доходу; ризику, вимірюного через дисперсію, або стандартне відхилення. Слід зазначити, що модель Г.Марковіца враховує лише ризикові активи. Для усунення цього недоліку Дж.Тобін запропонував включити до аналізу й безризикові активи, що дозволяє врахувати усі випадки інвестування.

Наступний етап у розвитку інвестиційної теорії пов'язаний з розробкою «моделі оцінки капітальних активів» (або САМР). Зокрема, У. Шарп усвідомивши, що абсолютно надійних акцій і облігацій не існує і що усі вони пов'язані з ризиком, розробив модель ринку капіталів.

Розвиваючи підхід Г. Марковіца, У. Шарп, Г. Александер, Дж. Бейлі відокремлюють ринковий (систематичний) і власний (несистематичний) ризик інвестиційного портфеля. Також автори стверджують, що збільшення диверсифікації знижує загальний ризик портфеля. Це відбувається унаслідок скорочення власного ризику портфеля, у той час як ринковий ризик портфеля залишається приблизно таким же.

Однак модель САМР була піддана жорсткій критиці, зокрема у роботах Р.Рола, який вважає, що модель САМР не припускає емпіричної перевірки (оцінки точності і адекватності). Незважаючи на суттєвий недолік моделі САМР, на її підставі Ф. Блєком і М. Скоулозом був розроблений метод визначення вартості опціону, який не вимагає використання конкретної величини премії за ризик. Проте це не означає, що премії за ризик немає: просто її включено до ціни акції. Проблемами

оцінки опціону також займався Р.Мертенс, який запропонував підтримувати між опціонами таке співвідношення, яке є повністю ризиковим.

Крім запропонованого методу визначення вартості опціону, Ф. Блек розробив модель, особливістю застосування якої є можливість реалізувати будь-яку прибутковість, але за рахунок ризику, який швидко зростає.

Для усунення недоліків моделі У.Шарпа у 1976 році Рос запропонував альтернативну модель для вимірювання ризику, яка називається моделлю арбітражної оцінки (arbitrage pricing model – АРМ).

Подібно моделі оцінки фінансових активів, модель арбітражної оцінки починається з розділення ризику на специфічний ризик фірми і ринковий ризик. Як і в моделі оцінки фінансових активів, специфічний ризик фірми охоплює інформацію, що впливає в основному на саму фірму. Ринковий ризик припускає непередбачені зміни в певному числі економічних змінних, включаючи ВВП, інфляцію і процентні ставки.

Під час аналізу ринкового ризику дуже важливо виявити джерела його виникнення. Хоча, як модель оцінки фінансових активів, так і модель арбітражної оцінки розрізняють ризик окремої фірми і ринковий ризик, способи вимірювання ринкового ризику за ними різняться. Модель САРМ припускає, що ринковий ризик повністю охоплюється ринковим портфелем, тоді як модель арбітражної оцінки допускає безліч джерел ринкового ризику, вимірюючи чутливість інвестицій до змін в кожному ідентифікованому джерелі.

Відмову від ідентифікації чинників в моделі арбітражної оцінки, ймовірно, можна виправдати, звертаючись до статистичних методів, але це свідчить про слабкість подібного підходу. Рішення здається простим: замінити невизначувані статистичні чинники спеціальними економічними чинниками, і результуюча модель володітиме економічною основою разом з тим зберігаючи в собі багато переваг моделі арбітражної оцінки. Саме на це і націлені багатofакторні моделі, за допомогою яких ліквідуються недоліки моделей САРМ та АРМ.

Як правило, багатofакторні моделі ґрунтуються на історичних даних, а не на економічному моделюванні. Як тільки в моделі арбітражної оцінки виявлено певну кількість чинників, їх поведінку можна з'ясувати за допомогою даних. Поведінку не названих чинників в часі можна порівняти з поведінкою макроекономічних змінних за той же період з метою перевірки, чи корелюють в часі які-небудь зі змінних з ідентифікованими чинниками.

Узагальнюючи результати проведеного аналізу моделей та формування оптимальної структури інвестиційного портфеля у міжнародному середовищі можна дійти висновку, що використання представлених підходів дозволить інвестору зменшити ризик інвестування за рахунок вкладення капіталу у велику кількість ризикових і безризикових активів, врахувати джерела виникнення ризику, а також за допомогою диверсифікації власного ризику підвищити надійність інвестування.

ОБ'ЄКТИ ТА СУБ'ЄКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ У ЗОВНІШНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Кудрявцева О.В., к.е.н.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Розглядаючи систему зовнішньоекономічної безпеки України, варто визначити її складові елементи: об'єкти економічної безпеки, суб'єкти економічної безпеки, джерела економічної небезпеки. У відносинах із зарубіжними країнами колишнього Радянського Союзу і Європи об'єктом економічної безпеки України стають її національні економічні інтереси.

Серед них, в першу чергу, варто визначити територію країни, як сферу розташування природних, виробничих та інших економічних ресурсів. Наслідком внутрішньої і зовнішньої політики Радянського Союзу залишились проблеми, за якими приховуються економічні і політичні інтереси сусідів. Об'єктами зазіхань з боку окремих політичних кіл «старих» і «нових» держав відносно територій України стали Крим і окремо місто Севастополь, Буковина, акваторія Азовського та Чорного морів, острів Зміїний у Чорному морі, райони Слобожанщини.

Найважливішим об'єктом економічної безпеки України є зовнішньоекономічні ринки: товарів, послуг, «ноу-хау» тощо. Україна має значний економічний потенціал сучасного науково-технічного рівня в деяких галузях виробництва (наприклад, літакобудування, космічні технології,

виробництво носіїв ракет, бронетехніки, приладів управління, комп'ютерних програм тощо), тут видобувається значна кількість сировини, виробляються напівфабрикати, що потребує обміну продуктами, послугами, технологіями.

Україна, яка розташована в географічному центрі Європи, надає значну кількість послуг на світовому ринку – транспортні, поштові, зв'язку, інші. Оскільки в сучасній економіці сфера послуг має домінуючі тенденції розвитку, ці ринки набувають все більшого значення з точки зору зовнішньоекономічної безпеки. Сьогодні Україна в значній мірі сформувала власну інфраструктуру політичних, економічних та інших представництв за кордоном (посольства, консульства, представництва із земельними ділянками, будовами, іншим нерухомим і рухомим майном). За кордоном мають власність українські державні корпорації і приватні фірми, підприємства, установи і організації. Економічні зв'язки обслуговуються українськими транспортними засобами – пароплавами, літаками, автомобілями. Отже, наступним об'єктом економічної безпеки на світовому рівні є майно, що належить державі, юридичним і фізичним особам України за кордоном.

Велику роль в системі зовнішньої економічної безпеки України відіграють фінансові ресурси за кордоном, що обслуговують зовнішньоекономічні зв'язки. Жодна фірма, установа, що співпрацюють з закордонними партнерами, не може нормально функціонувати без розрахункових та інших фінансових рахунків у закордонних банках. Має фінансові зв'язки і резервна система України – НБУ України. Тому об'єктом економічної безпеки в зовнішньому середовищі виступають фінансові ресурси суб'єктів господарської діяльності України, які розташовані за її кордонами.

Об'єктами економічної безпеки в зовнішньоекономічних відносинах виступають не тільки економічні ресурси, що розташовані за кордоном і є безпосереднім предметом посягання і злочинів з боку суб'єктів іноземних держав. В умовах глобалізації економіки ними стають усі внутрішні елементи економічної системи країни. У сучасному світі є такі могутні фінансово-промислові групи, річний обіг капіталу яких перевищує десятки і сотні млрд. доларів, що у декілька разів вище ВВП України. Україна має значний потенціал економічних ресурсів і з цієї точки зору викликає інтерес світового капіталу як джерело постачання дешевої сировини, робочої сили, місце «брудних» виробничих технологій. Щоб реалізувати вказані завдання, іноземний капітал має інтерес поставити усі елементи економічної системи під власний контроль. Таким чином, з точки зору світових відносин, процесів глобалізації об'єктом зовнішньої економічної небезпеки є вся економічна система України.

Суб'єктами економічної безпеки України в зовнішньоекономічних відносинах, якщо взяти до уваги все, про що йшлося вище, є:

- все українське суспільство в особі держави;
- юридичні особи (фірми, підприємства, установи і організації);
- фізичні особи.

Джерела економічної небезпеки для суб'єктів господарювання України сконцентровані на усіх рівнях суспільної організації зарубіжних країн. Перед усім, ними можуть бути дії окремих фізичних осіб, що здійснюють економічні правопорушення і злочини проти власності та економічної діяльності українських суб'єктів господарювання, дії окремих фірм, фінансово-промислових груп, державних установ та іноземних держав в цілому, міждержавних союзів, регіональних міждержавних економічних і політичних об'єднань тощо. Небезпека від них може надходити в самих різноманітних формах.

Список використаних джерел:

1. Основи економічної безпеки : підручник / О. М. Бандурка, В. Є. Духов, К. Я. Петрова, І. М. Червяков. – Х. : Нац.ун-т внутр.справ, 2003. – 236 с.

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ЯК ОДИН З ОСНОВНИХ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Рябовол Є.В.

Науковий керівник: Нікітіна А.В., к.е.н.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

В умовах глобалізації, поглиблення міжнародного поділу праці та кооперування Україна входить у систему світового господарства як країна з високим рівнем відкритості економіки, що передбачає розширення взаємозв'язків з іншими країнами та залежності від них.

Перспективи зовнішньоекономічного розвитку розглядаються з огляду на експортний потенціал країни, який визначає конкурентні переваги країни на світовому ринку. Експортний потенціал країни в цілому складають експортні потенціали окремих регіонів, що є активними самостійними структурними одиницями у зовнішньоекономічних відносинах. З метою досягнення виконання розроблених шляхів підвищення ефективності реалізації експортного потенціалу України та її регіонів пропонується створення експортних кластерів [1].

Кластер – це локалізована територіально-виробнича форма інтеграції взаємодіючих суб'єктів господарювання, банківського, приватного сектору, освітніх закладів, органів влади та суміжних, допоміжних, конструкторських, інноваційних організацій, об'єктів інфраструктури, що характеризується виробництвом конкурентоспроможних товарів або послуг, наявністю погодженої стратегії розвитку, спрямованої на реалізацію інтересів кожного з учасників і території локалізації кластера, на якій вона перебуває, і що має істотну соціально-економічну значимість для країни або регіону [2-4].

Кластер дозволяє використовувати переваги двох способів координації економічної системи – внутрішньофірмової ієрархії та ринкового механізму, що надає можливість швидко і раціонально розподіляти нові знання, наукові дослідження, відкриття і адаптуватися до змін кон'юнктури світових ринків.

Враховуючи виявлену необхідність експортної орієнтації кластеру, слід дати визначення цього поняття. Експортний кластер – це сукупність географічно локалізованих, взаємодоповнюючих підприємств-експортерів, постачальників, фінансових організацій, науково-дослідних центрів, вузів та інших організацій, які доповнюють один одного в досягненні конкретного господарського ефекту і посилюють міжнародні конкурентні переваги окремих компаній, а отже, і кластера в цілому. Створення кластерів зовнішньоторговельного профілю сприяє досягненню таких позитивних тенденцій реалізації експортного потенціалу: підвищення конкурентоспроможності експортної продукції за рахунок впровадження нових технологій; зниження витрат і підвищення рівня відповідних наукомістких товарів і послуг за рахунок ефекту синергії і уніфікації підходів у якості, логістиці, інжинірингу, інформаційних технологіях тощо; забезпечення зайнятості в умовах реформування великих підприємств і аутсорсингу; консолідоване лобювання інтересів учасників кластера в різних органах влади.

Зберігаючи фінансову незалежність кожного підприємства, експортний кластер представляє єдиний організм, функціонування якого може забезпечити досягнення світового рівня якості [5]. Тісна співпраця всіх учасників виробничого процесу – від постачальників сировини до реалізації кінцевого продукту на зовнішніх ринках – забезпечує планування роботи кластера на перспективу, створює постійне його завантаження, знижує собівартість продукції та послуг, створює єдиний інформаційний та економічний простір. Унаслідок цього кластери стимулюють значне підвищення продуктивності праці і впровадження інновацій, які виступають основними чинниками підвищення національної конкурентоспроможності України.

До кластеру входять підприємства, які розташовані у межах певного регіону і мають тісні технологічні і виробничі зв'язки, є постачальниками і споживачами продукції один одного. Кластери є ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності власної продукції й економічного зростання регіонів.

Таким чином, обґрунтовано і показано можливість створення експортного кластера як нового ефективного інструменту реалізації напрямків підтримки національних виробників і підвищення рівня конкурентоспроможності України на зовнішніх ринках.

Список використаних джерел:

1. Економічна енциклопедія : у 3 т. / [редкол. : С. В. Мочерний та ін.]. – К. : Видавничий центр «Академія». – 2000. – Т. 2. – С. 814.
2. Мельник Т. М. Експортний потенціал України : методологія оцінки та аналіз / Т. М. Мельник // Міжнародна економічна політика. – 2009. – № 8-9. – С. 221-245.
3. Гончар О. І. Сучасний стан та тенденції розвитку експортного потенціалу України / О. І. Гончар, Ю. О. Кушнір // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький : ХНУ. – 2010. – № 6, Т. 4. – С. 274-276.
4. Бестужева С. В. Методичні засади оцінки експортного потенціалу регіону / С. В. Бестужева // Економічний простір. : зб. наук. пр. – Дніпропетровськ : ПДАБА. – 2009. – № 32. – С. 63-78.

5. Третьяк В. В. Экспортный потенциал региона при оценке возможностей регионального внешнеэкономического развития / В. В. Третьяк // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 12. – С. 110-117.

РОЗГЛЯД МІСЦЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ У ЗАГАЛЬНІЙ СТРУКТУРІ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Латушко М.

*Науковий керівник: Солопун Н.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Одним з найбільш актуальних завдань сучасного розвитку економіки України є створення умов ефективного і динамічного переходу до ринкових відносин. Аналіз діяльності вітчизняних промислових підприємств показав, що стратегічне управління у промисловому комплексі України на сьогоднішній день переживає стадію зародження. Незважаючи на формальне надання економічним суб'єктам повної господарської самостійності, у них відсутнє прагнення до стратегічного багачення своєї діяльності.

Тому для успішної діяльності підприємствам необхідно розробити довгостроковий план дій, спрямований на досягнення місії організації з орієнтацією на ринкові потреби й врахування ринку як головного фактора зовнішнього середовища. Щоб досягти поставлених цілей підприємство повинно максимально використати внутрішні ресурси, дослідити оточуюче ринкове середовище, спрогнозувати його розвиток і потреби задіявши при цьому усі інструментарії стратегічного маркетингу.

Стратегія діяльності підприємства – це план управління підприємством, спрямований на зміцнення своїх позицій на ринку, задоволення потреб споживачів та досягнення поставлених цілей. Стратегія маркетингу, як частина стратегії діяльності підприємства – це раціональна, логічна побудова, керуючись якою організаційна одиниця розраховує вирішити свої маркетингові задачі. Вона включає в себе конкретні стратегії по цільовим ринкам, комплексу маркетингу та витрат на маркетинг [1]. Маркетингове стратегічне планування – це управлінський процес створення та підтримування відповідності між цілями підприємства, його потенційними можливостями та шансами у сфері маркетингу. На сьогоднішній час для багатьох підприємств життєво необхідним є адаптація до нових умов господарювання. У перспективі необхідно досягти оптимального рівня управління на основі науково-обґрунтованої процедури передбачення, регулювання, пристосування до цілей виробничої системи, впливу пріоритетних зовнішніх факторів, що передбачають безпосередні зміни [2]. В умовах глобалізації та інтернаціоналізації економічних процесів, все більше загострюється конкурентна боротьба на регіональних та загальнодержавних ринках товарів та послуг. Ринок не виносить «пустот», а відтак, якщо національні товаровиробники не можуть запропонувати продукцію, спроможну задовольнити споживчий попит, ринок завойовують іноземні товаровиробники, які також конкурують між собою [3].

За таких умов, економічні суб'єкти змушені використовувати ринкові інструменти, головним з яких на сьогодні виступає маркетинг.

Стратегічний маркетинг пропонує нову динамічну концепцію дослідження споживчої поведінки на заміну попередній статичній концепції, яка пропонувала побудову прогнозів потреб і попиту без урахування формування власної стратегії споживача.

У сфері міжнародних економічних відносин має місце визначена трансформація поняття «маркетинг». Стосовно до зовнішньоекономічної діяльності підприємства під маркетингом слід розуміти діяльність, яка спрямована на розробку та впровадження ряду заходів, що забезпечують збут продукції підприємства на зовнішніх ринках.

Таким чином, міжнародний маркетинг підвищує прибутковість операцій завдяки зниженню ступеня ризику і невизначеності на світових ринках, що значно вищі, ніж на національних.

Стратегічний маркетинг у зовнішньоекономічній діяльності підприємства охоплює загальні методи вивчення ринкового середовища, передбачає аналіз кон'юнктури світового ринку конкурентоспроможності товару на світовому ринку, знання та розробку міжнародної маркетингової стратегії фірми. Комплексне використання при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності створює сприятливі передумови її участі у міжнародному бізнесі.

В Україні теорія та практика стратегічного маркетингового управління ще не зайняли належного місця. Вітчизняним підприємствам важко застосовувати стратегічне управління через складні умови господарювання, брак коштів для впровадження інноваційних процесів та не достатньо цивілізовані форми конкурентної боротьби.

Список використаних джерел:

1. Кушнір О. В. Значення, місце і роль стратегічного маркетингу для промислових підприємств України [Електронний ресурс] / О. В. Кушнір. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/12_EN_2008/Economics/31269.doc.htm.
2. Єфіменко Н. А. Стратегічне управління підприємствами в умовах невизначеності зовнішнього середовища / Н. А. Єфіменко // Інвестиції : практика та досвід. – 2007. – № 10. – С. 26-29.
3. Федулова Л. І. Сучасні концепції менеджменту : [навч. посіб.] / Л. І. Федулова. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 536 с.

ПРОБЛЕМЫ ПРИНЯТИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ РИСКА

Игдиров М.

*Научный руководитель: Попкова К.А., к.э.н., доцент
Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет*

Современная мировая экономика не может успешно развиваться без иностранных инвестиций. Многие страны мира активно инвестируют свои средства в экономику других стран, получая определенный доход и развивая отдельные отрасли народного хозяйства этих стран.

Весьма важна роль иностранных инвестиций для нашей страны, так как создаются благоприятные условия на базе полученных кредитов обновлять и развивать все необходимые отрасли народного хозяйства, повысить эффективность производства и выпускать конкурентоспособные товары. Результаты фундаментальных исследований украинских и зарубежных ученых однозначно свидетельствуют о том, что процессы экономического обновления и роста определяются размерами и структурой инвестиций, качеством и скоростью их осуществления. Более того, исследователи фиксируют, что без инвестиционных накоплений и соответствующих материальных ресурсов в инвестировании вообще никаких положительных сдвигов не происходит.

Экономическая деятельность отдельных хозяйствующих субъектов и страны в целом в значительной мере характеризуется объемом и формами осуществляемых инвестиций.

К основным формам осуществления инвестиций иностранными инвесторами на территории Украины относятся:

- долевое участие в предприятиях, которые создаются совместно с украинскими юридическими и физическими лицами, или приобретение части действующих предприятий;
- создание предприятий, полностью принадлежащих иностранным инвесторам, филиалов и других обособленных подразделений иностранных юридических лиц или приобретение в собственность действующих предприятий полностью;
- приобретение не запрещенного законами Украины недвижимого или движимого имущества, включая дома, квартиры, помещения, оборудование, транспортные средства и другие объекты собственности, путем прямого получения имущества и имущественных комплексов или в виде акций, облигаций и других ценных бумаг;
- приобретение самостоятельно или при участии украинских юридических или физических лиц прав на пользование землей и использование природных ресурсов на территории Украины;
- приобретение других имущественных прав.

Учитывая специфику и особенности иностранных инвестиций инвестор, который намерен осуществить их, должен:

- основательно проанализировать состояние и структуру международного рынка инвестиций;
- изучить характеристики и особенности ценных бумаг, обращающихся на различных национальных рынках;
- определить основные показатели, характеризующие рынок инвестиций, и проанализировать их в динамике;
- проанализировать информацию из средств массовой информации о рынках инвестиций, их структуру;

- определить факторы, которые влияют на цены активов на международных рынках;
- определить методы и инструменты снижения риска иностранных инвестиций;
- определить показатели качества (доходности) портфеля иностранных инвестиций.

Одним из важнейших этапов эффективного осуществления инвестиционной деятельности в условиях неопределенности является управление рисками – специфическая сфера менеджмента, которая сочетает в себе знания в области страхования, анализа хозяйственной деятельности предприятия, математических методов оптимизации экономических задач и тому подобное.

Объектом системы управления риском инвестиционной деятельности есть риск, что подчеркивает необходимость его анализа и определения сущности.

Обобщая дефиниции риска можно выделить общие черты, которые его характеризуют:

- вероятность увеличения расходов;
- вероятность уменьшения прибыли;
- степень неопределенности при осуществлении деятельности;
- отклонение от запланированного (ожидаемого) результата.

Опираясь на анализ данных, характеризующих инвестиционный климат Украины за последние пять лет, и сравнивая их с аналогичными в развитых странах, можно сделать вывод, что, стабильному развитию инвестиционной деятельности в Украине мешает экономическая и социальная нестабильность, несовершенство законодательной базы, политическое напряжение, военная ситуация в стране, высокий уровень коррумпированности и другое. Это побуждает украинских инвесторов вкладывать капитал в другие страны и соответственно уменьшает объемы инвестирования в предприятия Украины.

Для успешного принятия инвестиционных решений в условиях риска необходимо дать оценку рискам международной инвестиционной деятельности и при необходимости минимизировать риск наступления неблагоприятного события.

РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Наумова О. Е., к.е.н., доцент

Український державний університет залізничного транспорту, м. Харків

Сучасний стан розвитку світової економіки характеризується прискоренням процесів економічної глобалізації, що проявляється в інтенсивному розмиванні економічних кордонів між країнами, взаємопроникненні, взаємопереплетінні та взаємозалежності національних економічних систем і веде до формування та бурхливого розвитку глобальних ринків. З іншого боку, процеси глобалізації мають і негативні наслідки для національних економік. Це проявляється у посиленні конкурентної боротьби, впливу фінансово-економічних криз, наростанні темпів змінюваності факторів ринкового середовища тощо [1]. За цих умов успішне ведення міжнародного бізнесу неможливе без наявності точної, своєчасної, корисної, об'єктивної інформації, на підставі якої будуть прийняті обґрунтовані управлінські рішення. Все це обумовлює необхідність проведення ґрунтовних міжнародних маркетингових досліджень.

Міжнародне маркетингове дослідження – це система збору, обробки, аналізу та прогнозування даних, необхідних для прийняття рішень у міжнародній маркетинговій діяльності.

Метою міжнародного маркетингового дослідження є зменшення ризику від рішень стосовно міжнародної активності фірми [2].

До основних факторів, що визначають підвищення ролі міжнародних маркетингових досліджень за сучасних умов, можна віднести наступні [1]:

- 1) інтенсифікація процесів економічної глобалізації у всіх формах її прояву:
 - розвиток і розширення обсягів міжнародної торгівлі,
 - транснаціоналізація економіки,
 - інтенсивне включення в структуру міжнародного бізнесу малих та середніх підприємств,
 - інтенсифікація міжнародного руху капіталу,
 - формування регіональних інтеграційних угруповань,
 - інтернаціоналізація науково-технічних досліджень,
 - розвиток транспортної і телекомунікаційної інфраструктури,

- інтенсифікація міграції трудових ресурсів,
 - інтернаціоналізація сфери послуг та туризму,
 - інтенсифікація міжнародної конкуренції,
 - посилення процесів диверсифікації діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу,
 - загострення глобальних проблем сучасності (економічних, продовольчих, обмеженості ресурсів, екологічних тощо),
 - формування глобальних ринків,
 - створення міжнародних наднаціональних інституціональних структур;
- 2) посилення нестабільності факторів міжнародного бізнес-середовища та ризикованість діяльності на міжнародних ринках;
- 3) наявність суттєвих національних особливостей культурного середовища країн світу.

Міжнародні маркетингові дослідження є більш складним процесом аніж проведення досліджень на внутрішніх ринках і мають наступні характерні особливості [1]:

- під час проведення міжнародних маркетингових досліджень рішення приймаються одночасно по декількох країнах;
- міжнародні маркетингові дослідження є основою визначення пріоритетів в розподілі ресурсів між країнами;
- проведення міжнародних маркетингових досліджень передбачає аналіз відмінностей у факторах ринкового середовища країн і вимагають порівняльного аналізу;
- під час проведення міжнародних маркетингових досліджень існує проблема співставлення результатів для розробки стратегій діяльності на декількох ринках.

Завдяки проведенню маркетингових досліджень суб'єкти міжнародного бізнесу отримують можливість [1]:

- оцінити привабливість міжнародних ринків,
- визначити найбільш ефективну форму виходу на міжнародні ринки,
- розробити стратегію діяльності на обраних ринках,
- отримати заплановану частку ринку,
- визначити способи виходу на міжнародні ринки,
- запобігти помилок у розробці товарів,
- вивести на міжнародні ринки нові товари,
- визначити культурні особливості країн,
- врахувати географічну специфіку міжнародних ринків,
- визначити особливості поведінки споживачів на різних міжнародних ринках,
- провести позиціонування бренду відповідно до специфіки ринку.

Висновки. Міжнародні маркетингові дослідження є досить складним і витратним процесом. Проте необхідність їх проведення обумовлена потребою зниження ризикованості підприємницької діяльності, можливістю прогнозування її майбутнього розвитку, а також забезпечення стійких конкурентних позицій на закордонних ринках.

Список використаних джерел:

1. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: Підручник. – К.: ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2012. – 480 с.
2. Липчук В. В. Маркетинг: навч. пос. / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк, С. Я. Бугіль, Я. С. Янишин. – Львів: «Магнолія 2006», 2012. – 456 с.

МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Колесник Ю.В., к.е.н., доцент
Херсонський національний технічний університет*

Транснаціоналізація підприємницької діяльності вітчизняних фірм є сьогодні однією із найважливіших задач що стоять перед Україною. Вирішити її здатні лише конкурентоспроможні за міжнародними стандартами підприємства, галузі, компанії.

В реальній дійсності основний доход України приносять низькотехнологічні галузі. Країна, що виходить на зовнішні ринки в таких умовах, не може розраховувати на рівноправне становище, і на економічний вииграш від зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств.

Для країни задля не тільки збереження, але і відтворення існуючого раніше потенціалу необхідно кардинально змінити напрямок розвитку економіки в бік транснаціоналізації, поступово визначаючи цілі, функції, способи, методи і форми організації транснаціональної підприємницької діяльності фірм, а саме:

- формувати транснаціональні компанії шляхом створення дочірніх компаній, філій, представництв в різних країнах;
- розробити пакет законів, сприяючих проникненню національних компаній на закордонні ринки і їх функціонуванню там (в межах визначених повноважень);
- створити спеціальні інститути державної підтримки транснаціонального підприємництва;
- надавати посильну допомогу фірмам, що займаються зазначеною діяльністю, відповідними відділами міністерств і відомств;
- допомогти участі в міжнародних компаніях як валютними ресурсами, так і поставками сировини, матеріалів, обладнання, ноу-хау і т. ін.;
- надавати компаніям, задіяним у завоюванні іноземних ринків, певних кредитних і податкових пільг.

Створення власних опорних пунктів за межами національних кордонів в різних сферах економіки (в тому числі в сфері виробництва, обігу, кредитно-фінансовій і торговельній), безпосереднє проникнення в економічну структуру приймаючих країн дозволить зайняти власне місце в міжнародному поділі праці, отримати віддачу. Крім того, необхідно звернути особливу увагу на розвиток транснаціонального маркетингу. Згідно концепції транснаціонального маркетингу, вирішуючи проблему інтернаціоналізації ринків, керівництво підприємства, що виходить на зовнішній ринок, повинно мислити глобально, здійснюючи стратегічний маркетинг; при цьому діяти локально, здійснюючи маркетинг операційний.

Глобальний маркетинг припускає дворівневе мислення. По-перше, слід звернути увагу на сегменти споживачів із специфічними потребами, розподілені по всій географічній протяжності ринку. Не дивлячись на те, що ці сегменти можуть бути дуже вузькими локально, їх сумарний обсяг на регіональному і міжнародному рівнях може виявитися значним, тобто здатним принести фірмі економію на масштабі. В цьому значенні глобалізація відноситься в основному до концепції товару, але не обов'язково зачіпає інші інструменти маркетингу, такі як комунікація, ціна і збут, що забезпечує індивідуальну адаптацію до місцевих умов. Така адаптація відповідає другому рівню глобального мислення. Прикладом глобальних товарів, що адаптуються до місцевих умов, є популярні програмні продукти фірми «Майкрософт» (Microsoft), такі як «Windows», «Word» і «Excel». Вони існують в безлічі національних версій, причому, крім версій на російській, польській або чеській мовах, існує навіть спеціальна англійська версія для Центральної і Східної Європи.

Не всі фірми готові прийняти такий погляд на транснаціональний маркетинг, оскільки принцип «мислити глобально, діяти локально» припускає здатність організації створювати товари, відхиляючись від результатів аналізу локальних потреб, а потім добиватися їх признання у всьому світі. От чому фірма «Проктер енд Гембл» виходить в своїй глобальній політиці з принципу «мислити глобально і локально», підкреслюючи цим необхідність розробки товарної політики і на локальному, і на глобальному рівнях. Така розробка включає чотири етапи:

- аналіз локальних потреб в даній країні;
- глобалізація концепції товару, розробленого локально;
- адаптація товару до кожного конкретного середовища;
- реалізація вибраної стратегії за допомогою адаптованого операційного маркетингу.

Особливу увагу треба звернути на управління транснаціоналізаційним маркетингом. В умовах економічного розвитку управління маркетингом потребує необхідності визначати географічний цільовий і розробляти активні і оборонні стратегічні варіанти, враховуючи нову взаємозалежність ринків, мислити глобально, виходячи з локальної реальності. Слід пам'ятати, що маркетинг розпочинається не стільки з товару, скільки із пошуку платоспроможного покупця. На Заході закінчилась ера масового маркетингу. Набирають сили консьюмеристські та інвайроменталістські рухи.

Новими пріоритетами транснаціонального маркетингу повинні стати: глобальне мислення і локальні дії; гнучкість реакції і можливість адаптації; соціальна відповідальність.

Узагальнюючи всі фактори, зазначимо: транснаціоналізація підприємницької діяльності національних фірм передбачає сукупність заходів, що здійснюються як корпораціями, так і державою, з метою ефективного сприяння їх успіху в зовнішньоекономічній діяльності.

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

Свірід М.С.

Науковий керівник: Горовий Д.А., д.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

На сучасному етапі ефективним інструментом перспективного управління ЗЕД підприємств на основі наукової методології передбачення її перспектив та тенденцій розвитку є зовнішньоекономічна стратегія. При цьому формуванню стратегії виходу на зовнішній ринок передують обґрунтування його вибору.

На підставі проведеного аналізу наукових розробок з питань привабливості зовнішнього ринку пропонується визначення останньої як міри відповідності стану факторів ринкового середовища (ринкової доступності) можливості реалізації сукупного економічного інтересу підприємства, пов'язаних із виходом і стратегією його діяльності на нього.

При цьому показник ринкової доступності зовнішнього ринку може бути визначений як відношення експертних оцінок можливостей проникнення підприємства на нього до експертних оцінок ринкових загроз.

Свою чергою, показник можливості реалізації сукупного економічного інтересу підприємства на зовнішньому ринку може бути визначений як інтегрований показник, що узагальнює можливості реалізації часткових інтересів підприємства на цьому ринку з огляду на імовірність їх реалізації та з урахуванням їх вагомості для підприємства.

Подальший аналіз передбачає побудову матриці «ринкова доступність – можливість реалізації економічного інтересу підприємства» і нанесення на неї розрахованих значень наведених вище показників для кожного потенційного зовнішнього ринку із визначенням у такий спосіб найпривабливішого з них.

На наступному етапі процесу розробки стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок пропонується використання процедури кластерного аналізу для сегментації обраного ринку (виділення сегментів, або кластерів, за обраними критеріями) та упорядкування цих сегментів за рівнем привабливості шляхом інтегрального оцінювання їх характеристик для подальшої оптимізації структури зовнішнього ринку підприємства.

Так, привабливість сегменту зовнішнього ринку пропонується оцінювати за інтегральним показником, що узагальнює у собі такі часткові показники (з урахуванням їх вагомості) як потенційний обсяг експорту, рентабельність експорту підприємства, його ринкова частка, а також рівень маркетингового супроводження продукту підприємством на цьому сегменті зовнішнього ринку.

Узагальнення існуючих підходів до побудови зовнішньоекономічних стратегій [1, 2] дозволяє запропонувати такі базові їх види: стратегії зростання, стратегії стабілізації, перехідні стратегії, стратегії скорочення й аутосорсингу.

Для вибору певного орієнтованого на міжнародну діяльність варіанту реалізації розглянутих базових стратегій підприємство може скористатись технологією формування стратегії виходу на зовнішній ринок, що базується на побудові тривимірної моделі зі складовими: експортний потенціал підприємства, стратегічний потенціал підприємства, зовнішнє середовище (потенціал оточення).

Для формування конкретного варіанту стратегії виходу на зовнішній ринок використовуються базові зовнішньоекономічні стратегії й якісні оцінки показників, які відбивають виміри у моделі. Для отримання якісних оцінок названих потенціалів можливе використання шкали вимірювання, в якій застосований статистичний метод, що базується на гіпотезі нормального розподілу оцінок, які для отримання однорідних результатів зведені до нормованого вигляду, а саме: від 0 до 0,33 – низький потенціал; від 0,34 до 0,66 – середній потенціал; від 0,67 до 1 – високий потенціал.

СЕКЦІЯ 4. ПРОБЛЕМИ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ ТА СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙ НИХ ПРОЦЕСІВ

ВПЛИВ НЕКОМЕРЦІЙНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ НА ЛЮДСЬКИЙ РОЗВИТОК

Сливка О.А., к.е.н., доцент

Тернопільський інститут Міжрегіональної академії управління персоналом

Концепція людського розвитку визначає основні пріоритети розвитку суспільства, яка розглядає розвиток людини як основну мету і критерій суспільного прогресу. Особливого значення вона набуває у нових умовах становлення економіки України. Кризові явища у нашому суспільстві сформулювали нове бачення ролі некомерційного сектору економіки у зростанні людського потенціалу. Держава не може повністю задовольнити зростання потреби людей в освіті, культурі, охороні здоров'я та інших сферах соціальної реалізації, тому некомерційні організації перебирають на себе ці функції.

У 2013 році Україна знаходилась на 83 позиції серед 187 країн у рейтингу Індексу розвитку людського потенціалу, значення якого дорівнювало 0,734 [2]. Такий показник належить до високої категорії людського розвитку.

У середньому по Україні індекс регіонального людського розвитку у 2013 році склав 3,77 (25 областей) [4]. У рейтингу за індексом регіонального людського розвитку перше місце посідає Харківська область (4,2097), а 25 місце Житомирська область (3,4996) [4]. Варто відзначити, що збільшення рівня людського потенціалу залежить від багатьох факторів, основним з яких є узгоджена політика державних, регіональних і місцевих органів влади та ефективність їх співпраці із некомерційними організаціями.

Основними напрямками впливу неприбуткових організацій на умови і характер формування людського потенціалу є: фінансування гуманітарних витрат, формування інформаційної інфраструктури та активізація розвитку людини та її потенціалу у різних сферах діяльності.

Некомерційні (неприбуткові) або громадські організації розширили свою діяльність із виникненням нових потреб у суспільстві. Так, основними напрямками діяльності таких структур є наука і освіта, виховання молоді, культура, спорт, екологія, розвиток демократії, правозахисна діяльність, захист прав споживачів та інше. Як бачимо, ці напрями відповідають цілям концепції людського розвитку.

За підрахунками Всесвітнього банку, якщо б глобальний некомерційний сектор економіки став окремою країною, то вона займала б шістнадцяту позицію за величиною валового внутрішнього продукту (ВВП). У США некомерційний сектор у 2012 році складав 878 000 000 000\$, або 50,4% від ВВП.

Згідно даних дослідження вчених університету Джона Хопкінса (Johns Hopkins University, США) у 1995-2000 рр. у некомерційному секторі США було задіяно 10,9 млн. осіб, які складали 9,8% економічно активного населення та 44,5 млн. осіб (22% населення), які були волонтерами [3]. У 2010 році у неприбутковому секторі на умовах найму працювало 10,7 млн. осіб, а волонтерством займалося 62,8 млн. осіб (26,3% населення) [6]. Згідно даних Бюро статистики праці США у 2012 році в некомерційному секторі працювало 11,4 млн. осіб економічно активного населення, що складає 10,2% [7].

У більшості країн світу ситуація схожа. Так, у 2012 році в Ізраїлі у некомерційному секторі працювало 12,7% економічно активного населення, з них 1,6% займалися волонтерством, в Австралії – 11,5%, в Нідерландах – 11,5%, в Новій Зеландії – 10,6%, в Японії – 10%, в Франції – 8,9%, в Норвегії – 8,2%, в Португалії – 4,4%, в Бразилії – 3,7%, в Киргизії – 2,4%, в Чехії – 2,4%, в Таїланді – 0,9% [8].

В Україні некомерційний сектор економіки представлений частиною неприбуткових установ і організацій, які відіграють важливу роль в процесі розвитку ринкових відносин, адже покликані реалізовувати культурні, соціальні, благодійні та інші суспільно важливі цілі. Згідно даних Державної служби статистики України, в 2013 році у некомерційному секторі економіки працювали наступні суб'єкти господарювання за ЄДРПО: недержавні пенсійні фонди – 74, політичні партії – 19166, громадських організацій – 77286, релігійних організацій – 25475, профспілок, об'єднань профспілок – 29724, творчих спілок – 298, благодійних організацій – 14999, об'єднань співвласників багатоква-

ртирного будинку – 16213, органів самоорганізації населення – 1503 [5]. Даних щодо зайнятості у неприбутковому секторі економіки немає.

Отже, неприбуткові організації впливають на людський розвиток, а саме на три виміри, які відображають ключові можливості у забезпеченні людського розвитку: прожити довге і здорове життя (вимір довголіття); набути, розширювати й оновлювати знання (вимір освіченості); мати доступ до засобів існування, що забезпечують гідний рівень життя (вимір – матеріальний рівень життя). Так, за допомогою некомерційних організацій можливе ефективне використання ресурсів та можливостей суспільного вибору. Неприбуткові організації мають можливість впливати на рівень та якість освіти, охорону здоров'я, дохід населення через високу зайнятість у даному секторі економіки, а також формувати нові пріоритети суспільства та його ціннісні установки на майбутнє. Наприклад, релігійні, культурні, освітні громадські організації поширюють у суспільстві ідеї справедливості, гуманності, доброзичливості, благодійності і сприяють розширенню можливостей для отримання освіти та власного розвитку людини. З іншого боку, некомерційні організації є фактором стимулювання соціальних інновацій, який примножує соціальний капітал і підвищує рівень довіри у суспільстві.

Список використаних джерел:

1. Грішнова, О. А. Людський розвиток: навч. посіб. / О.А. Грішнова – К. КНЕУ, 2006. – 308 с.
2. Доклад о человеческом развитии 2014. Обеспечение устойчивого прогресса человечества: уменьшение уязвимости и формирование жизнестойкости. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/articles/2014/07/24/-83-187-.html>
3. Данные Центра изучения гражданского общества при институте политических исследований Джона Хопкинса – Center For Civil Society Studies at The John's Hopkins Institute for Policy Studies [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ccss.jhu.edu/wp-content/uploads/downloads/2011/10/Comparative-Data_2004_FINAL.pdf
4. Інтегральний індекс регіонального людського розвитку, 2013 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.idss.org.ua/awards.html>.
5. Статистичний збірник Україна у цифрах 2013 / За редакцією О.Г.Осауленка. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm
6. Salamon L.M., Sokolowski S.W., Geller S.L. Holding the Fort: Nonprofit Employment During a Decade of Turmoil / Nonprofit Economic Data Bulletin. Jan. 2012. №39. / Johns Hopkins University [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ccss.jhu.edu/wp-content/uploads/downloads/2012/01/NED_National_2012.pdf
7. The National Council of Nonprofits [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.councilofnonprofits.org/>
8. Lester M. Salamon, S. Wojciech Sokolowski, Megan A. Haddock, and Helen S. Tice, The State of Global Civil Society and Volunteering: Latest findings from the implementation of the UN Nonprofit Handbook. Working Paper No. 49. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ccss.jhu.edu/wp-content/uploads/downloads/2013/04/JHU_Global-Civil-Society-Volunteering_FINAL_3.2013.pdf

THE DETECTION OF DEPENDING OF LIFE EXPECTANCY OF THE INCOME LEVELS

*Ihor Kendiukhov, full member
Kyiv Territorial Branch of Minor Academy of Sciences of Ukraine*

The important issue in considering social and work-related is depending life research as a key indicator of social well-being of income levels. The study by Gregory Rogers' income and inequality as determinants of mortality "proved that only high income does not guarantee high life expectancy. The fundamental difference between "rich" and "poor" countries is not in the amounts of income, but rather how well and purposefully, the government structure operates in the country. Although, as a rule, the life expectancy is higher in countries with more educated and wealthy residents [1]. According to the annual report of the WHO "World Health Statistics 2014." [2] the key theses which are presented in Appendix A, the life expectancy has increased all over the world. However, the situation is not uniform and striking contrasts. The basis of the differences between and within countries are the social conditions in which people are born, live, grow, work and age. On these "social determinants of health" three-year study by the World Health

Organization Commission on Social Determinants of health care was directed. On the basis of evidence, the Commission made three general recommendations to combat "the effects of inequality of life chances":

1. To improve the conditions of daily life, including where people are born, live, work and age. Investing in the early child development is one of the best ways to reduce the health inequities relatively.
2. To overcome the unfair distribution of power, money and resources - the structural conditions of the engine - at the global, national and local level.
3. Measure and understand the scale of the problem and assess the consequences of actions [3].

In fact, all researchers have analyzed the problems come to the conclusion that since, income affects the average life expectancy. However, from the perspective of economics important issue is to establish the presence of a clear relationship between these parameters. In our opinion, the most appropriate measure of income levels is GDP per capita in the country. This is due to the following reasons: GDP generally accepted indicator of national wealth and economic development, GDP reflects not only the quality of the material and material resources, but also the intellectual level of the workforce. Intellectually the weak society is not able to provide competitiveness of the country. But the necessary is statistical rationale for using this index, which can be achieved by calculating the correlation coefficient. This was raised about the level of GDP per capita and average life expectancy for 175 countries. Through the use of Excel software was installed fairly stable relationship in life expectancy at birth of GDP per capita, which is confirmed by a correlation coefficient (0.6065) and describes the corresponding regression equation (Fig. 1)

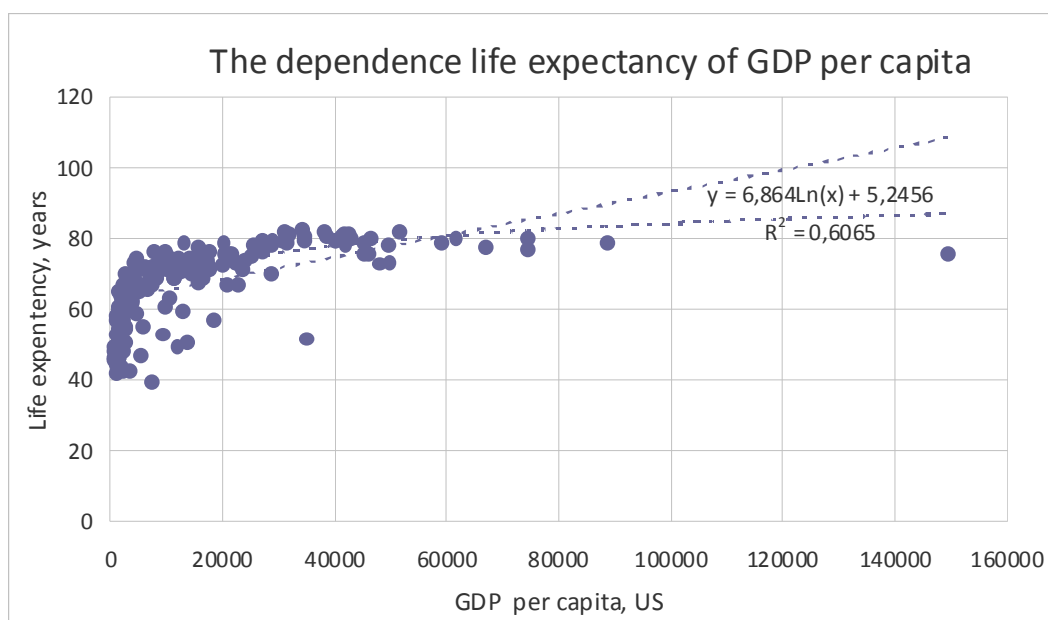


Figure 1 – Dependence of life expectancy at birth of GDP per capita

Thus, the dependence of life expectancy at birth of GDP per capita is fairly stable. However, to achieve the necessary level of GDP should realize certain investment programs to ensure optimal from the standpoint of strengthening the country's competitive position in the global market and undertake appropriate economic reforms. Also note that the high level of GDP per capita and high life expectancy at birth show usually industrialized countries whose products are intended for advanced technology. In Ukraine, for improving in life expectancy it has to implement firstly a set of economic reforms for improving the income level of the Ukrainian population. Also it is necessary to ensure the stable trend elimination gain income inequality, which also negatively is reflected quality of life for the majority of Ukrainian population.

List of references:

1. Rodgers G.B. Income and inequality as determinants of mortality: an international cross-section analysis / G.B. Rodgers // International Journal of Epidemiology, 2002[Electron resource]. - Mode of access: <http://www.epidemiology.ch/history/>
2. World health statistics 2014 / World Health Organization, 2014. [Electron resource]. - Mode of access: <http://apps.who.int/iris/bitstream/>

3. Closing the gap in a generation. Compliance with health equity through action on the social determinants of health / World Health Organization, 2008 [Electron resource]. - Mode of access: http://whqlibdoc.who.int/publications/2009/9789244563700_rus.pdf

СОЦІАЛЬНА БЕЗПЕКА ТА ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ

Лугова В.М., к.е.н., доцент

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Соціальна безпека українського суспільства в сучасних умовах є найважливішою складовою безпеки нашої держави. Погіршення економічного становища населення; зростання майнової диференціації та соціальної нерівності; відчуженість значної кількості громадян від суспільного життя, звуження їх доступу до освіти, медицини і культури; неефективність соціальної політики та системи соціального захисту населення вимагають посилення уваги вчених та практиків до пошуку шляхів вирішення проблеми забезпечення соціальної безпеки окремих регіонів та України в цілому.

Аналіз наукових праць, присвячених дослідженню різних аспектів соціальної безпеки, дозволяє зробити певні висновки:

- соціальна безпека суспільства – це певний стан системи «людина-суспільство», який передбачає реалізацію соціальних інтересів особистості і суспільства та характеризується позитивною динамікою основних соціальних показників (стійким зростанням рівня життя населення, низьким рівнем соціальної напруженості в країні, сприятливою демографічною ситуацією тощо);

- система соціальної безпеки поєднує такі структурні елементи як соціальні інтереси, соціальні загрози та чинники, які сприяють задоволенню соціальних інтересів та нівелюванню соціальних загроз;

- механізм соціальної безпеки – це сукупність методів, засобів, інструментів і важелів впливу, що відповідають за здатність системи перебувати у стані соціальної безпеки, шляхом ефективної протидії зовнішнім і внутрішнім загрозам та розвитку людського потенціалу;

- соціальний інтерес – це вибіркове ставлення особистості до певного об'єкта, цілеспрямоване прагнення, потреба, які викликані сукупністю соціально-економічних умов життя людини, колективу, суспільства [1]. Тобто соціальні інтереси людини та суспільства, а також і способи їх задоволення значною мірою залежать від стану чинників зовнішнього середовища (політичних, економічних та соціокультурних).

Очевидно, що всі чинники можуть здійснювати на механізм соціальної безпеки позитивний чи негативний вплив, сприяють його ефективному функціонуванню або порушують його роботу.

Сьогодні в нашій державі склалася така ситуація, що економічні, політичні та соціокультурні фактори не сприяють соціальній безпеці, а призводять до соціальної кризи.

Задоволення соціальних інтересів завжди знаходиться під впливом політичних подій і рішень, підпадає під дію численних законів та регулювальних актів. Політична нестабільність, недоліки законодавства, порушення законів, є причиною відсутності реального захисту економічних, інтелектуальних і духовних інтересів людини, що призводить до зневіри, девіантної поведінки, аномії. Нестабільна політична ситуація в нашій державі є головною загрозою для реалізації соціальних інтересів.

Економічна сфера також породжує значну кількість загроз соціальній безпеці. Високий рівень безробіття здешевлює робочу силу, люди тримаються за будь-яку роботу. Зберігається значний галузевий розподіл працівників за розмірами заробітної плати і відсутня залежності заробітної плати від професійно-кваліфікаційного рівня працівників. Найбільшою проблемою у цій сфері є надзвичайно високий рівень бідності.

В соціокультурній сфері, яка донедавна справляла стабілізаційний вплив на систему соціальної безпеки відбулися негативні зміни. В першу чергу, спостерігається порушення у системі цінностей населення. Статистичні дані переконливо свідчать, що пересічний українець сьогодні прагне передусім задоволення потреб безпеки та отримання доходу для виживання, а не розвитку і відстоювання власної гідності, забезпечення духовності і свободи, рівності і солідарності, взаємної поваги і толерантності, справедливості і добра, які проголошуються у програмах розвитку держави.

Зазначене свідчить про відсутність механізму соціальної безпеки в Україні і нагальну необхідність його створення. Вирішення цієї проблеми на державному рівні потребує змін в усіх сферах суспільного життя.

У політичній сфері головним завданням є вирішення політичних конфліктів та забезпечення політичної стабільності.

В економічній сфері – забезпечення ефективної зайнятості населення, поліпшення системи соціального захисту працівників та безробітних; реформування оплати праці і доходів у напрямку поступового зростання мінімальної заробітної плати, відповідність її прожитковому мінімуму, подолання необґрунтованої диференціації у доходах працівників різних галузей народного господарства та міжрегіональної диференціації тощо.

У соціальній сфері – забезпечення розвитку культури в державі, підтримка національних цінностей, задекларованих законодавчо; реформування освіти і професійного навчання, запровадження системи професійного навчання протягом трудового життя тощо.

Список використаних джерел:

1. Завадський Й. С. Менеджмент: [підруч. у 3 т.] / Й. С. Завадський. — К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2002. — Т. 1. — 537 с.
2. Дворядкина Е. Б. Экономическая безопасность [Текст] : учеб. пособие / Е. Б. Дворядкина, Н. В. Новикова; [отв. за вып. В. Е. Кучинская] – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2010. – 177 с.

ЭФФЕКТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ

Слободянюк Н.А., к.е.н., доцент

*Донецкий национальный университет экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского, г. Кривой Рог*

В условиях становления отечественной рыночной экономики предельно актуализируется роль человеческого капитала как эффективного конкурентного преимущества фирмы. Современный человеческий капитал формируется за счет инвестиций в воспитание, образование, здоровье, знания, предпринимательскую способность, информационное обеспечение, безопасность и экономическую свободу населения, а также в науку, культуру и искусство. Наряду с финансами и информационными технологиями человеческий капитал входит в состав ключевых факторов ведения бизнеса, поэтому данный вид ресурсов подлежит постоянному управлению. Для управления человеческим капиталом в современных условиях ведения бизнеса требуются новые технологии и инновации. Большинство организаций внедряют современные мобильные HR-технологии управления человеческим капиталом, которые основаны на облачных и социальных web-приложениях. Мобильные HR-технологии являются важным компонентом комплексной инициативы в области управления человеческим капиталом организации. Внедрение IT-технологий и SaaS-услуг в HR-процессы способствует эффективному мобильному управлению талантом организации в реальном масштабе времени, развитию инновационных программ привлечения лучших талантов.

Инструменты управления человеческим капиталом интегрированы в более широкие технологии и взаимодействуют между различными подразделениями организации. Набор инструментов управления человеческим капиталом делает умения, навыки, опыт, карьеру, мотивацию сотрудников компании видимыми и управляемыми.

Приоритетными инструментами поиска вакансии или сотрудников являются: рекрутинговые агентства; специализированные интернет-порталы; социальные медиа, сети.

Инструментами управления человеческим капиталом являются: кадровое планирование; управление талантами; нетворкинг; обучение; повышение квалификации; рекрутинг и др.

С внедрением IT-технологий в HR-процессы рекрутинг из вспомогательной функции превратился в основной инструмент управления человеческим капиталом, подбора персонала.

Передовые технологии рекрутинга: мобильность, гибкость; социальные медиа; применение web-резюме; он-лайн оценка кандидатов.

Для того чтобы быть успешным в HR-социальных медиа, владелец контента должен быть активным участником в окружающей среде. Нетворкинг- это умение налаживать полезные с точки

зрения кар'єри і бізнеса зв'язи. Нетворкінг впливає на личну життя і професійну діяльність людей.

Нетворкінг виступає новим інструментом інноваційного управління людським капіталом організації. Нетворкінг розвиває самий необхідний в сучасній житті навик — установлення і підтримку довгострокових якісних ділових зв'язей.

Перспективним перевагою управління людським капіталом є інтеграція з Internet-технологіями, з допомогою яких відкриваються такі можливості, як:

- віддалений доступ для співробітників і керівників;
- електронне навчання персоналу;
- інтеграція з сайтами, присвяченими пошуку роботи;
- інформаційний портал співробітників; опитування і оцінка персоналу, в тому числі «360 градусів»;
- інтеграція со сторінками в соціальних мережах;
- вбудовані пошукові системи, дозволяють знаходити потрібну інформацію і людей в мережі;
- інтерактивне управління зовнішніми співробітниками і фрілансерами.

Слід відзначити, що не всі технології і інструменти управління розвитком людського капіталу однаково ефективні для вітчизняних і іноземних компаній. Зокрема, це обумовлено різницею пріоритетів, які ставлять перед собою керівники в Україні і за кордоном. Наприклад, до найбільш практикуваних методів навчання персоналу в Україні, РФ, Великобританії і США належать: навчання на робочому місці, зовнішні конференції, курси і тренінги. До найбільш поширених методів в Великобританії і США, але рідко використовуваних в Україні, належать: коучинг лінійними менеджерами або зовнішніми спеціалістами, внутрішні заходи по обміну знаннями, наставництво.

Однією з сучасних персонал-технологій, що сприяють відкриттю не тільки внутрішнього потенціалу співробітників, але і підвищенню мотивації, що визначає ефективність спільної роботи, є коучинг. Коучинг є синтезом бізнес-консультацій, тренінгів, психологічного консультування, спрямованого на формування бажаного корпоративного поведіння.

В останнє час коучинг все частіше використовується в організаціях як унікальний системний підхід до формування корпоративної культури, технології розвитку співробітників, побудови і реалізації стратегій підприємства. Крім цього, компанії, що використовують коучинг як метод управління персоналом, здатні значно простіше і ефективніше утримувати своїх співробітників від звільнення.

СУТНІСТЬ І СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Снігур Л.П.

Васильківський коледж Національного авіаційного університету

Забезпечення національної безпеки за рахунок економічного зростання досягається шляхом розвитку національної інноваційної системи, підвищення продуктивності праці, освоєння нових ресурсних джерел, модернізації пріоритетних секторів національної економіки, вдосконалення банківської системи, фінансового сектора послуг і міжбюджетних відносин в Україні.

Сили і засоби забезпечення національної безпеки зосереджують свої зусилля і ресурси на забезпеченні національної безпеки у внутрішньополітичній, соціальній, міжнародній, духовній, інформаційній, військовій, оборонно-промисловій та екологічній сферах, а також у сфері науки і освіти та економічній сфері.

Розвиток державних наукових і науково-технологічних організацій має забезпечити конкурентні переваги національної економіки за рахунок ефективної координації наукових досліджень та розвитку національної інноваційної системи, а підвищення соціальної мобільності, рівня загальної та професійної освіти населення, професійних якостей кадрів вищої кваліфікації досягається за рахунок доступності конкурентоспроможної освіти.

На забезпечення національної безпеки у сфері освіти і науки негативний вплив роблять ряд факторів.

Рішення завдань національної безпеки у сфері науки, технологій та освіти в середньостроковій і довгостроковій перспективі досягається шляхом:

а) формування системи цільових фундаментальних і прикладних досліджень та її державної підтримки в інтересах організаційно-наукового забезпечення досягнення стратегічних національних пріоритетів;

б) створення мережі національних дослідницьких університетів, що забезпечують в рамках коопераційних зв'язків підготовку фахівців для роботи в сфері науки та освіти, розробки конкурентоспроможних технологій і зразків наукомісткої продукції, організації наукоємного виробництва;

в) реалізації програм створення навчальних закладів, орієнтованих на підготовку кадрів для потреб державного розвитку, органів і сил забезпечення національної безпеки;

г) забезпечення участі державних наукових і науково-освітніх організацій в глобальних технологічних і дослідницьких проектах.

Основний зміст забезпечення національної безпеки полягає в підтримці правових та інституційних механізмів, а також ресурсних можливостей держави і суспільства на рівні, що відповідає національним інтересам України.

Досвід наявних переваг, зростання ролі людського потенціалу в економіці країни, виділення п'ятого фактора виробництва, іменованого «знанням», прагнення ряду країн до «економіки, заснованої на знаннях» дозволяє зробити висновок про необхідність і можливість введення в категорію економічної безпеки ще одного виду – безпеки освіти і виділити в системі економічної безпеки підсистему економічної безпеки вищої професійної освіти.

Економічну безпеку можна найменувати як стан економіки та інститутів влади, при якому забезпечується гарантований захист національних інтересів, соціальна спрямованість політики, достатній оборонний потенціал навіть за несприятливих умов розвитку внутрішніх і зовнішніх процесів.

У дослідженнях цієї проблеми визначальним є вироблення самого поняття «економічна безпека». Враховуючи, що на основі прийнятого визначення можуть формуватися стратегічні цілі, завдання і функції державних структур, що забезпечують захист економічних інтересів країни в цілому, галузей народного господарства, окремих господарюючих суб'єктів, розроблення критеріїв та індикаторів (показників і параметрів) економічної безпеки.

В основі поняття «економічна безпека» лежить більш широке поняття безпеки, як стан і тенденції розвитку захищеності життєвоважливих інтересів соціуму і його структур від внутрішніх і зовнішніх загроз.

Стратегічними цілями забезпечення національної безпеки у сфері підвищення якості життя українських громадян є зниження рівня соціальної та майнової нерівності населення в середньостроковій перспективі, а в довгостроковій перспективі – корінне поліпшення демографічної ситуації.

Підвищення якості життя українських громадян гарантується шляхом забезпечення особистої безпеки, а також доступності комфортного житла, високоякісних і безпечних товарів і послуг, активної трудової діяльності.

Головний елемент суспільства – це людина з її потребами, прагненнями, знаннями і перевагами. Від людини залежить, чи буде взагалі існувати суспільство. Тому і різні механізми забезпечення економічної безпеки націлені на контроль людини. Такі «контрольні» ролі раніше відігравали сім'я та церква. Сьогодні ці функції в значній мірі переходять до держави. Справа в тому, що індивідуальні властивості особистості постійно прагнуть змінювати існуючий порядок і відхилятися від норм. Ця обставина, при досягненні критичного рівня відхилень може вивести економічну систему з рівноваги. Ось тут і потрібне підключення деяких механізмів, які беруть на себе завдання стримування відхилень. Таким механізмом і виступає держава, використовуючи всі наявні у неї кошти.

Таким чином, основними функціональними підсистемами економічної безпеки країни є підсистеми економічної безпеки окремих видів економічної діяльності, підсистеми економічної безпеки спільнот та інституційних одиниць. Однією з таких функціональних підсистем є підсистема економічної безпеки вищої професійної освіти.

АНАЛІЗ СЕРЕДНЬОМІСЯЧНОЇ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В ПРОМИСЛОВИХ РЕГІОНАХ

*Шкірко О.І., аспірант
Дніпропетровська державна фінансова академія*

В Україні мінімальні життєві стандарти гарантує держава, в тому числі вона встановлює розмір мінімальної заробітної плати. Нині заробітна плата належить до основних показників добробуту населення. У структурі доходів населення вона становить найбільшу частку та саме динаміка заробітної плати визначає основний рівень життя населення в країні.

Якщо розглянути динаміку середньої заробітної плати в країні з 2000 по 2013 рр., то в 2000 р. середньої заробітної плати становила всього лише 230 грн., її зростання проходить майже постійно і на кінець 2013 р. вона становила 3265 грн., це означає, що середньомісячна заробітна плата зросла більше ніж в 14 разів за 13 років (табл. 1) [1].

Таблиця 1 – Динаміка середньомісячної заробітної плати в промислових регіонах за період 2000-2013 рр.

	2000	2005	2010	2011	2012	2013
Всього по Україні, грн	230	806	2239	2633	3062	3265
Курс долару	5,44	5,12	7,93	7,96	7,99	7,99
Всього по Україні, дол	42,27	157,42	282,34	330,77	383,22	408,63
Дніпропетровська	273	913	2369	2790	3138	3336
Донецька	292	962	2549	3063	3496	3755
Луганська	232	805	2271	2742	3090	3337
Полтавська	220	758	2102	2481	2850	2988
Харківська	230	759	2060	2407	2753	2975

До видів економічної діяльності з найвищим рівнем оплати праці відноситься фінансова діяльність, добування паливно-енергетичних корисних копалин та виробництво коксу, продуктів нафтоперероблення, де заробітна плата працівників перевищила середній показник по економіці в 1,7-2,2 рази. Заробітна плата працівників промисловості істотно вища за середню в економіці, тому більша їх частка у структурі штатних працівників підприємств забезпечує вищий розмір заробітної плати по регіону [2].

Якщо проаналізувати промислові регіони України, а саме Дніпропетровську, Донецьку, Луганську, Полтавську та Харківську області, бачимо, що по Дніпропетровській, Донецькій та Луганській області показник середньомісячної заробітної плати дещо вищий, ніж загалом по Україні, проте в Харківській та Полтавській області цей показник нижчий. Це зумовлено тим, що все ж таки в Харківській області та Полтавській знаходиться менше промислових підприємств, на яких середня заробітна плати вище, ніж по інших галузях.

Станом на 2013 рік бачимо, що найбільшу заробітну плату отримують мешканці Донецької області 3755 грн., це пов'язано з розташуванням на Донбасі великої кількості вугільних шахт, працівники яких отримують велику платню.

Після аналізу середньомісячної заробітної плати в Україні, бачимо, що найвища заробітна платня в Донецькій – 3755 грн., Дніпропетровській – 3265 грн., Харківській – 2975 грн. та Київській – 3489 грн. областях.

Незважаючи на значне підвищення заробітної плати 2005-2013 рр. відставання України від сусідніх країн не тільки не зменшилося, а й у більшості випадків зросло. Зайнятість в Україні закономірно не є гарантією від бідності.

В Україні спостерігається суттєва диференціація заробітної плати за регіонами, а також розшарування населення на бідних та багатих. Такий стан може призвести до соціальної напруги у країні. Тому державна політика щодо заробітної плати повинна передбачати вирівнювання доходів громадян.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

2. Сукач О. О. Заробітна плата як основний чинник формування доходів населення / О. О. Сукач, О. І. Колесник // Науковий вісник. – 2010. – №16 (117). – С. 84-96.

УПРАВЛІННЯ ЕКОЛОГІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА ЗА УМОВ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Золотарьов О.

Науковий керівник: Бабич А.П., к.в.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Формування ефективної соціально орієнтованої економіки, що є головною метою розвитку національного господарства України, не можливо без збалансованого користування природними ресурсами, важливого джерела економічних і соціальних здобутків.

Проблема збалансованого природокористування, яка породжується цілим рядом протиріч між природою, суспільством і економікою, може бути вирішена тільки за умов науково - обґрунтованого управління залученням природних ресурсів у господарський обіг.

Враховуючи те, що ліс це особлива, найбільш важлива складова природи, яка, крім економічної функції – сировино - ресурсна база багатьох галузей народного господарства, несе значне соціальне та загально природне навантаження – створює сприятливі умови для здоров'я, відпочинку і розвитку людини та виконує значні природоохоронні та природоутворюючі функції, управління збалансованим використанням лісових ресурсів набуває особливої важливості і актуальності.

Сучасний науково – технічний прогрес, зростання населення, збільшення потреб людини привели до значного підвищення впливу на ліси з боку матеріального виробництва. За відомими дослідженнями по своїм розмахом вплив матеріального виробництва на ліси досягає глобальних масштабів, за силою – порівнюється з геологічними наслідками, за концентрацією (з урахуванням часу дій) в багато разів перевищує інтенсивність природних процесів

Така ситуація привела до суттєвих змін самої ідеології у сфері управління лісокористуванням. Широкого впровадження на міжнародному і державному рівнях дістала концепція управління сталим багатопільовим лісокористуванням на екосистемній основі, концепція інтегрованого екологічного менеджменту лісового господарства, як необхідної складової екологізації лісового господарства.

ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ СИСТЕМИ ЕКОЛОГІЧНОГО МОНІТОРИНГУ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Суска А.А., к.е.н.

Харківського національного автомобільно-дорожнього університету

Головною особливістю діагностики екологічного стану експортної діяльності підприємства є те, що діагностика повинна проводитися з урахуванням екологічного стану певної локальної екосистеми, яка може відрізнятися навіть від сусідніх екологічних територій як характером і структурою екологічних об'єктів, які розташовані в межах території господарства, так і характером і рівнем небезпеки загроз, які можуть бути наслідком матеріального чи соціального навантаження на екологію території підприємства. В той же час потрібно розуміти, що екологічна ситуація на території окремого господарства є важливою складовою екологічної ситуації регіону, яка, в свою чергу тісно інтегрована в екологічні стани територій сусідніх регіонів і може впливати на різні сфери життя і діяльності людини як на регіональному, так і на національному рівнях.

Стратегічні підходи до управління екологічною безпекою економічної діяльності і соціального навантаження на природні ресурси вимагають стратегічних аспектів контролю за станом екологічного середовища.

Тобто екологічний моніторинг наслідків економічної діяльності підприємства лісового господарства повинен базуватися на чотирьох основних принципах, а саме: принцип типізації – враховує особливості локальних лісових територій; принцип регіоналізації – враховує специфіку регіону; принцип комплексності – враховує сфери життя і діяльності людини, на які може вплинути матеріальне виробництво; принцип стратегічного випередження – визначає необхідність побудови такої

системи екологічного моніторингу, яка здатна отримувати і формувати інформацію, що дозволяю розробляти і корегувати стратегії екологічної безпеки відповідно до змін техніки, соціальних, політичних і економічних відносин.

В національній системі екологічного моніторингу необхідно створювати підсистеми регіональних моніторингів, які поряд з загальнодержавними інтересами контролю за національним природним середовищем повинні враховувати специфіку територій регіонів, економічну спрямованість регіону, а в системі регіонального моніторингу доцільно формувати локальні системи моніторингу підприємств лісового господарства, які також спрямовані на врахування специфіки територій господарства і основних напрямів навантаження на лісові ресурси господарства. Безумовно такі системи моніторингу повинні бути в тісному інформаційному зв'язку і забезпечувати єдине розуміння напрямів і рівнів екологічних загроз для розробки обґрунтованих стратегій екологічної безпеки.

При побудові системи екологічного моніторингу, бодей для окремого регіону, поряд з об'єктами (явищами) моніторингу, необхідно визначитися з суб'єктами, які організують і постійно відслідковують стан цих об'єктів, і з суб'єктами які є споживачами такої інформації, а також з взаємозв'язками та взаємовідношеннями цих суб'єктів.

Важливою складовою екологічного моніторингу є інструменти і методи збору екологічної інформації.

В наборі інструментів проведення екологічного моніторингу як на рівні підприємства, так і на рівні регіону повинні бути присутніми засоби отримання і дешифрування космічних і аерознімків, портативні лабораторії хімічного аналізу, камери спостереження, прилади вимірювання і фіксації, забору ґрунтів і води.

Такі інструменти повинні бути в арсеналі кожного підприємства лісового господарства і природоохоронних регіональних органах не залежно від специфіки екології території і виду навантаження на природні ресурси.

Взаємозв'язок між елементами системи екологічного моніторингу, здійснюється через інформаційні процеси. Особливість інформаційних процесів в системі екологічного моніторингу полягає в складному переплетінні елементів системи (об'єктів, суб'єктів, індикаторів, показників).

5. ЗАГАЛЬНОЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПИТАННЯ

ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Атаєва Айнур (Туркменістан)

Науковий керівник: Бабич А.П., к.в.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Сучасна концепція сталого природокористування, на якій ґрунтується екологічний менеджмент, в першу чергу, визначає циклічність процесу управління використанням природних ресурсів – все, що взято у природи, повинно бути, з певними запасом, їй повернуто для того, щоб зберегти її первозданність для майбутніх поколінь. Стосовно експортної діяльності така циклічність проявляється в тому, що виробниче навантаження на лісові ресурси компенсується заходами по відновленню лісів, а також заходами по захисту лісів від шкідливих наслідків пов'язаних з матеріальним виробництвом експортної продукції.

На сьогоднішній день в багатьох дослідженнях, які стосуються проблем сталого (екологічного) природокористування, обґрунтовується, що екологічний менеджмент природокористуванням, зокрема лісокористуванням, являє собою систему технологічних, організаційно-економічних та інституціонально-регулюючих процесів, які інтегровані в загальний процес з метою досягнення балансу інтересів природи, суспільства і виробництва. Критерієм такого балансу є екологічна безпека діяльності суб'єкта господарювання.

Управління формуванням екологічної безпеки експортної діяльності підприємств лісового господарства також потребує системного підходу так як під управлінським впливом суб'єкта управління знаходиться цілий ряд відносно самостійних, в значній мірі суперечливих процесів, які потрібно певним чином поєднати і взаємоузгодити. Тобто, існує проблема між багатовекторністю процесів (контурів), які формують екологічне середовище експортної діяльності підприємств лісового господарства і необхідністю інтеграції цих процесів в загальний процес, що дозволить надати екологічному середовищу підприємства, яке знаходиться під навантаженням цього виду діяльності, екологічно безпечного стану.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ

Скрипник Є.

Науковий керівник: Суска А. А., к.е.н.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Поняття логістичної системи є одним з базових понять логістики. Логістична система (ЛС) – це адаптивна система зі зворотним зв'язком, яка виконує ті чи інші логістичні функції (операції), складається з підсистем і має розвинуті внутрішньосистемні зв'язки та зв'язки із зовнішнім середовищем. Логістичні системи поділяють на макро- та мікрологістичні системи, металогістичні системи.

Макрологістична система – це велика система управління матеріальними потоками, що охоплює підприємства та організації промисловості, а також посередницькі, торговельні і транспортні організації різних відомств, розміщених у різних регіонах країни або в різних країнах. Макрологістична система є певною інфраструктурою економіки регіону, країни або групи країн.

Формування макрологістичних систем у міждержавних програмах потребує створення єдиного економічного простору, єдиного ринку без внутрішніх кордонів, митних перешкод, транспортування товарів, капіталів, інформації, трудових ресурсів.

Металогістична система формується для потреб функціонування певної інфраструктури економіки регіону. Окремі логістичні системи, розвиваючись і вдосконалюючись, інтегруються в системи вищого порядку або реформуються шляхом процесу реструктуризації.

Мікрологістична система є підсистемою, структурною складовою макрологістичних систем. До таких систем належать різні виробничі та торговельні підприємства, територіально-виробничі комплекси. Мікрологістичні системи є класом внутрівиробничих логістичних систем, до складу

яких входять технологічно пов'язані виробництва, об'єднані єдиною інфраструктурою. Неоднозначний поділ мікрологістики на такі складові: комунальна логістика, військова логістика, підприємницька логістика, яка в свою чергу поділяється на: логістику промислового підприємства, торговельну логістику, логістику послуг; логістика інших організацій.

З позицій системного підходу логістична система формується як будь-яка економічна система, що має макро- (економіка окремої країни чи групи країн), і мікрорівні (підприємства). Структуризуючи системи вищого порядку, можна виділити ту чи іншу модель структури логістичної системи нижчого порядку.

Щоб визначити найбільш оптимальну за структурою і функціональністю логістичну систему, необхідно розробити її проект. Для цього слід виділити три етапи: виявлення проблем, планування шляхів їх вирішення і розробка пропозицій щодо створення проекту.

Мета логістичної системи – доставка у задане місце необхідної кількості та асортименту продукції, максимально підготованої до виробничого чи особистого споживання із заданим рівнем витрат. Межі логістичної системи визначаються циклом обігу засобів виробництва.

Аналіз діяльності логістичних систем на підприємствах Західної Європи показує: зростання зацікавленості в удосконаленні процесів розподілу, пов'язане, перш за все, із причинами економічного характеру.

Для реалізації основної мети логістичної системи – досягнення мінімальних витрат – в межах логістичної діяльності виробничо-розподільчої системи вирішують такі завдання: формування оптимальної виробничої програми виробничо-збутових систем, що максимально відповідає структурі споживчого попиту, розробка алгоритму її зміни в разі коливань споживчого попиту, якщо при ресурси обмежені; оптимізація матеріальних запасів на кожному рівні виробничої логістичної системи; оптимізація часу руху матеріальних потоків виробничої логістичної системи; оптимізація загальних витрат під час організації та руху матеріальних потоків виробничої логістичної системи.

МЕХАНІЗМ КРЕДИТУВАННЯ ПІД ЦІННІ ПАПЕРИ ЯК ЕЛЕМЕНТ РОЗВИНУТИХ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

Близнюк А.О., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

В умовах ринкової економіки поширеною практикою є надання банками своїм клієнтам кредитів під цінні папери. Тематика набула актуальності в умовах сучасності, свідченням тому є складна економічна ситуація в Україні, спроби та потреби людей в мінімізації затрат свого часу і максимізації прибутку. Це найзручніша форма кредитних відносин між банком і позичальником, оскільки процедура взяття цінних паперів під заставу відносно нескладна, а витрати на їх зберігання невеликі. Комерційні банки можуть приймати цінні папери під заставу на принципах юридичного права і права справедливості. При заставі на принципах юридичного права клієнт передає свої цінні папери банку і підписує юридичний документ – заставне свідоцтво, в якому засвідчує передачу права власності на пакет акцій. Виходячи з цього, банк стає абсолютним власником цінних паперів на строк дії застави, та при необхідності може продати цінні папери і задовольнити свої вимоги стосовно клієнта – боржника. Після закінчення строку дії застави, якщо не має претензій до позичальника, банк переоформляє заставні документи на ім'я клієнта і видає йому новий сертифікат, згідно якого він знову стає зареєстрованим власником цінних паперів.

Для оформлення застави цінних паперів на принципах права справедливості клієнт надсилає до банку тільки сертифікат акцій, заповнює і підписує заставне свідоцтво, але без всякого юридичного оформлення про передачу права власності. У цьому випадку банк лише формально користується правом власності на цінні папери. Припинення строку дії застави на принципах права справедливості здійснюється шляхом повернення клієнту сертифіката й анулювання заставного свідоцтва. Однак таке заставне право банку пов'язане з певним ризиком. Одним із найбільш важливих моментів кредитування є оцінка власності, яка пропонується як заставу. До предметів застави, крім добре відомих нам видів майна та майнових прав, відносять також державні цінні папери й акції, а точніше пакет акцій українських корпорацій. Аналіз економічної природи цінних паперів та специфіки ціноутворення на фондовому ринку показує, що в кредитній угоді з позичальником банку доцільно буде передбачити умову про зобов'язання щодо надання клієнтом визначеної банком додатко-

вої застави у випадку пониження біржової ціни заставних цінних паперів. Якщо клієнт не хоче або не має змоги погодитись на такі умови, то він повинен погасити незабезпечену частку боргу або повернути всю позику. В кредитному договорі слід підкреслити: якщо клієнт не виконує вимоги банку, або має просрочену заборгованість, то банк (без повідомлення клієнта) продає все або частину застави цінних паперів і грошову виручку направляє на погашення незабезпеченого чи простроченого боргу. У випадку, коли сума виручки буде менша вказаного боргу, то клієнт зобов'язаний відповідати перед банком усім своїм майном.

Отже, з огляду на специфіку механізму застави цінних паперів, доцільним є застосування такого підходу у цій сфері практичної діяльності банку як розповсюдження відповідальності позичальника на все його майно, а не лише на вартість застави, що дозволить захистити комерційні інтереси банку при видачі позик під заставу цінних паперів. Кредит, виданий під заставу цінних паперів, у свою чергу вимагає періодичної перевірки клієнта. Банк повинен час від часу з'ясовувати ліквідність заставлених цінних паперів, що у свою чергу дасть можливість відстежувати зміну реальної ринкової вартості пакету.

Крім того, банк повинен переконатись у дотриманні цільового призначення при використанні запозичених коштів, щоб не допустити придбання позичальниками нових цінних паперів. Це сприятиме обмеженню біржової спекуляції позичальників та зменшенню ризику банкрутства клієнтів.

Таким чином, кредит під цінні папери, є невід'ємною частиною функціонування банків і банківської системи в цілому, оскільки за допомогою цього механізму позичальники мають змогу вирішити свої термінові проблеми з матеріальної сторони, і при цьому залишитися зі своїм майном.

ПРОЦЕС РОЗРОБКИ МІСІЇ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Бурда А.Ю.

*Науковий керівник: Шинкаренко В.Г., д.е.н, професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Місія є визначальною для діяльності АТП, адже вона є вектором, напрямком розвитку підприємства. Уся стратегічна діяльність на підприємстві починається з формулювання місії. Саме на основі місії формується стратегія підприємства, потім стратегічні цілі, які в свою чергу визначають короткострокові цілі та плани. Місія підприємства є також вимірником успішності діяльності. Завдяки місії ми можемо оцінити наскільки успішною була діяльність компанії і чи вона змогла досягти мети своєї діяльності.

Розробка місії на АТП проводиться згідно конкретного процесу (поетапно) (рис.1).

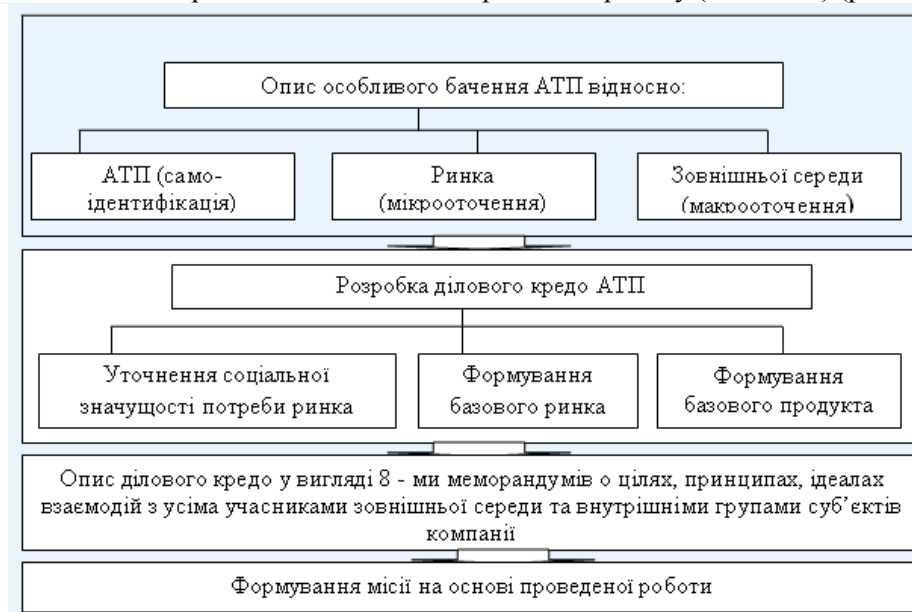


Рисунок 1 – Процес розробки місії підприємства

Перший етап - опис (фіксація) особливого бачення компанії щодо: компанії (самоідентифікація); ринку (мікрооточення); зовнішнього середовища (макрооточення).

Підсумком цього етапу буде: розробка корпоративних цінностей і очікувань компанії як компромісу інтересів власників, менеджерів і персоналу щодо переліку характеристик і відповідних параметрів, що характеризують ефективність бізнесу.

Другий етап - розробка ділового кредо компанії. На цьому етапі формуються види комерційної діяльності компанії і визначається схема партнерської взаємодії з усіма учасниками ринкового оточення (для задоволення чого, що, кому, разом з ким, де, коли надаємо).

Третій етап - опис ділового кредо у вигляді 8-ми меморандумів про цілі, принципи та ідеали взаємодії з усіма учасниками зовнішнього середовища (в першу чергу з покупцем) і внутрішніми групами суб'єктів компанії, яке визначає: що отримає замовник у частині задоволення своїх потреб, хто, для чого і як може виступати в якості партнера компанії, на якій основі передбачається будувати відносини з конкурентами (яка, зокрема, готовність піти на тимчасові компроміси), що отримає власник і акціонери від бізнесу, що отримають від бізнесу і компанії менеджери, о що отримає від компанії персонал, в чому може полягати співпраця з громадськими організаціями, як будуть будуватися відносини компанії з державою (зокрема можливу участь у підтримці державних програм).

Четвертий етап - оголошення місії засобами зовнішнього і внутрішнього PR (розробляється імідж компанії на базі ділового кредо).

Отже, головним, після цього на основі місії якісно розробити дерево цілей з подальшим формуванням стратегій, функцій, операцій, процесів, посадових інструкцій тощо.

ВИРТУАЛЬНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Попадинец Е.В., к.э.н., доцент

Мирошниченко Н.

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

Сегодня человечество стоит на пороге новой социально-экономической формации – информационного общества. По мере формирования его основ, тотальной компьютеризации населения и развития всемирной паутины Интернет приближается новая реальность, где информация становится востребованным товаром, владение которым является необходимым для успешного развития любого бизнеса.

Стремительное развитие Интернет-экономики не могло не отразиться на организации работы предприятия. В настоящее время происходит коренная ломка индустриальной экономики и ее главного звена – предприятия, которое становится виртуальным.

Управление виртуальным предприятием имеет свои специфические особенности. Виртуальное предприятие – новейший вид межорганизационного кооперированного предприятия, которое временно объединяет определенное количество юридических и физических лиц и благодаря высокой рационализации системы производства, продажи товаров и услуг, расширению их ассортимента формирует виртуальный рынок и приносит значительные дополнительные выгоды потребителям.

Часто виртуальное предприятие носит временный характер. Оно создается для быстроты выполнения заказа и удовлетворения требований клиента. Виртуальное предприятие подразумевает сетевую, компьютерную интегрированную организационную структуру, объединяющую ресурсы, расположенные в разных местах.

По критериям управления ресурсами виртуальные предприятия можно разделить на централизованные и децентрализованные.

Централизованное виртуальное предприятие предполагает четкое разграничение полномочий. Обычно оно создается предприятием-лидером, которое берет на себя основные риски и финансовые затраты по разработке проекта. При этом выполнение второстепенных задач поручается внешним организациям. В этом случае лидерство и основная часть прибыли всегда остаются за ведущим предприятием.

Децентрализованное виртуальное предприятие создается на условиях равноправного участия предприятий-партнеров, то есть каждый участник имеет значительную степень свободы.

Одним из наиболее существенных преимуществ виртуальных производственных отношений является экономическая эффективность, которая достигается за счет значительного снижения всевозможных затрат. Считается, что, используя виртуальную организацию предприятия, можно в среднем сократить издержки на 5-10%, а производительность труда и качество работы не снижаются, часто оказываются выше, чем при традиционной организации. Экономия от снижения издержек на производство и доставку товаров может составлять от 2 до 40 % в зависимости от отрасли, где работает предприятие. Кроме того, экономятся затраты на содержание офисного пространства и потребление электроэнергии.

Повышение эффективности работы предприятия за счет виртуализации его деятельности обеспечивается также за счет повышения мотивации и возможностей более продуктивного использования персонала. Применение гибкой организации работы и гибкого штата способствует замене постоянного штата на временных исполнителей, при этом многие виды работы могут выполняться в других районах страны и в других государствах. Кроме того, возможно привлечение специалистов высокого уровня независимо от их местожительства.

Помимо этого, очевидны и преимущества для самих сотрудников виртуального предприятия. Во-первых, используя такую работу, сотрудникам гораздо легче справляться с проблемой сочетания работы и личной жизни. Во-вторых, значительно расширяются возможности по выбору работы, не ограниченные пространственными факторами: обеспечивается свобода перемещения и свобода выбора места работы. В-третьих, людям с ограниченными возможностями (например, инвалидам) работа в виртуальном режиме дает шанс работать, обучаться и общаться. В-четвертых, не затрачиваются время на переезд к месту работы и средства на транспорт.

Несмотря на очевидные преимущества виртуальных предприятий, существует ряд проблем и недостатков, существенно затрудняющих их распространение. Многие управленцы не уверены в целесообразности дистанционного управления – далеко не все виды работы можно выполнить индивидуально и не все задания могут быть реализованы в самоуправляемой среде. К тому же некоторые виды обслуживания клиентов, а также деятельность по продаже товаров или предоставлению услуг подразумевают личный контакт с потребителем. Для многих людей необходимость ходить на работу является важной частью жизни, возможностью реализовать свои социальные потребности.

Серьезным препятствием на пути распространения виртуальных предприятий является также ряд нормативно-правовых проблем. Продвижение виртуальных предприятий в современную экономику Украины в значительной степени затруднено нерегулированностью налогового законодательства.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Терно А.В.

*Науковий керівник: Єрофєєнко Л.В., к.ю.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

У механізмі державного регулювання бізнесу особливе місце займає його державна підтримка. Будь-яка підприємницька діяльність має не тільки свої закони й правила, а й конкретно визначені правові рамки. І тут ми доходимо до дуже актуальної теми: закон, правові норми та їх виконання в бізнес-діяльності.

Дослідження проблем функціонування суб'єктів підприємництва започаткувалося в Україні лише з початком ринкових перетворень та формування відповідної законодавчої бази.

Питанню розвитку підприємницької діяльності до теперішнього часу приділяється недостатня увага як у теоретичному, так і в практичному аспектах. Тому виникає об'єктивна необхідність у науковому обґрунтуванні процесу формування пріоритетів у розвитку підприємств регіону та розробці методичного забезпечення його ефективної реалізації.

Мета державної підтримки бізнесу – створення однакових умов для всіх суб'єктів господарювання, зайнятих у сфері бізнесу, а також вирівнювання підприємницьких структур з іншими сферами суспільного виробництва.

Великі підприємства що є стрижнем будь-якої галузі, завжди втілюють результати структурних змін, і в цьому розумінні уособлюють стабільний, «консервативний» початок економіки.

Серйозні структурні народногосподарські зміни відбуваються тим швидше і ефективніше, чим вищий ступінь соціальної безконфліктності. І тут велика роль підприємств великого бізнесу, який здатен мобільно забезпечувати нові робочі місця для людей, що вивільняються при закритті або перепрофілюванні інших великих підприємств.

Підприємства малого та середнього бізнесу багато в чому підвищують життєздатність великих, їх конкурентоспроможність. Висока рентабельність великого виробництва зумовлюється масовістю випусків продукції та стабільністю асортименту виробів. Разом з тим прискорення науково-технічного прогресу різко скорочує ці можливості: необхідно постійно вносити корективи в техніко-економічні параметри продукції, реагуючи на зміни ринку. Зберегти свої переваги і пристосуватися до нових вимог гігантам складальних виробництв допомагають підприємства малого та середнього бізнесу, які оперативно приводять асортимент комплектуючих виробів у відповідність з досягненнями науки і техніки. Причому кількість таких підприємств повинна перевищувати безпосередні потреби складальних виробництв, оскільки тільки на подібній основі існуватиме повноцінна конкуренція. Це одна з основних передумов успішної взаємодії малих, середніх та великих підприємств. На жаль, у нашій економіці такого взаємозв'язку немає. Все це свідчить про те, що розвиток економіки без зміщення акценту в бік підприємств бізнесу неможливий.

На жаль, боротьба політичних сил за владу під лозунгом «знищення адміністративно-командної (тоталітарної, диктаторської) системи» призвела до того, що в саме поняття «державного», як правило, вкладається негативний зміст і громадськість нині схильна все державне вважати нерациональним і неприйнятним. Цими громадськими настроями не без успіху користуються багато підприємців, які збили солідний капітал і фактично стали у своїй сфері монополістами. Вони не зацікавлені у сприянні збільшенню підприємств у різних галузях економіки.

Проте, якщо за точку відрахунку брати не інтереси монополій, а народногосподарські потреби, стає очевидною що насамперед необхідні формування усіх форм бізнесу за надійним захистом прав власників, а також сприяння і підтримка в розвитку ринкової інфраструктури, що обслуговує підприємства бізнесу. Україна як самостійна, незалежна держава гарантує нині всім підприємцям (незалежно від вибраних ними організаційних форм підприємницької діяльності) рівні права і створює однакові можливості для функціонування, доступу до матеріально-технічних, фінансових, трудових, інформаційних, природних та інших ресурсів за умови виконання робіт і поставок для державних потреб.

Основною організаційною формою державної підтримки бізнесу повинні бути довгострокові і поточні програми, які здійснюються на загальнодержавному та регіональному рівнях. Проекти програм підтримки бізнесу розробляються Міністерством економіки України із залученням інших міністерств та відомств, представників підприємницьких структур, учених, фахівців, у тому числі іноземних. Усі витрати, пов'язані з розробкою та експертизою програм підтримки бізнесу, фінансуються з державного та місцевих бюджетів.

Отже, створена система підтримки бізнесу стане для підприємницьких структур стимулом для розвитку й удосконалення виробництва товарів та послуг, а не пошуком обвідних шляхів чинного законодавства (а це, на жаль, ще часто трапляється), що пояснюється його недосконалістю, а також непередуманою податковою та кредитною політикою.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТРАНСПОРТОМ В УКРАЇНІ

Свіязов М.

Науковий керівник: Лантух І.В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

В житті кожної держави досить важливу роль посідає транспортне забезпечення суспільства. Нині майже кожна людина має свій автомобіль, вміє ним користуватися і використовує у певних цілях. Також широке використання транспорту спостерігається на різних підприємствах. Відомий фізик А.Енштейн казав: «Подібно до руху найдрібніших часток, що несуть енергію іншим тілам, транспорт є життєво важливим і сполучною ланкою між різними сферами людської діяльності» тобто транспорт – це рух, а рух є прогресом людського життя. Але для того, щоб в країні все було добре і спостерігався певний порядок, влада розробила відповідні закони щодо забезпечення діяльності транспортних підприємств.

Транспортне право України є міжгалузевим комплексом, який складається з норм різних галузей права. Підставою для їх об'єднання є матеріальна відокремленість транспортної діяльності, регулювати яку і покликане транспортне право.

Метою державного управління транспортом є організаційне забезпечення нормального і безпечного функціонування транспортної системи, яка має ґрунтуватися на поєднанні приватних і публічних інтересів.

Основними завданнями державного управління транспортом є:

- забезпечення своєчасного, повного та якісного задоволення потреб населення і суспільного виробництва в перевезеннях та потреб оборони України;
- захист прав громадян під час їх транспортного обслуговування;
- безпечне функціонування транспорту;
- дотримання необхідних темпів і пропорцій розвитку національної транспортної системи;
- захист економічних інтересів України та законних інтересів підприємств і організацій транспорту та споживачів транспортних послуг;
- створення рівних умов для розвитку господарської діяльності підприємств транспорту;
- обмеження монополізму та розвиток конкуренції;
- координація роботи різних видів транспорту;
- ліцензування окремих видів діяльності в галузі транспорту та охорони навколишнього природного середовища від шкідливого впливу транспорту.

Державне управління транспортом України ґрунтується на відповідних правових засадах, які поділяються на нормативно-правові та організаційно-правові.

Нормативно-правову основу державного управління транспортом складає транспортне законодавство України.

Правовий статус та особливості господарської діяльності підприємств транспорту визначаються Конституцією України, Господарським кодексом України та Законами України Про господарські товариства, Про транспорт, Про залізничний транспорт, Про автомобільний транспорт та іншими чинними нормативно-правовими актами.

Основні засади діяльності підприємств транспорту визначає Закон України Про транспорт, у якому, зокрема, встановлено характер відносин між підприємствами транспорту і органами влади, які будуються на основі податків, податкових пільг, встановлених нормативів та інших економічних засобів. Важливе місце в процесі державного управління транспортом займають підзаконні акти. Наприклад, охорона вантажів і об'єктів транспорту, а також проведення протипожежної профілактичної роботи та контроль за виконанням встановлених вимог пожежної безпеки, ліквідація пожеж на транспорті здійснюються працівниками підприємств транспорту у встановленому порядку (Положення про службу пожежної безпеки в авіаційному транспорті України, затверджене Наказом Міністерства транспорту України №336 від 29.10.1996 р.).

Вимоги до спеціальної охорони та супроводу вантажів встановлюються КМ України (Постанова від 22.02.1994 р. №106 Про забезпечення охорони вантажів, що перевозяться залізничним транспортом). Порядок охорони та супроводу таких вантажів встановлюється Міністерством інфраструктури України (Наказ Про охорону і супроводження вантажів, що перевозяться залізничним транспортом України №18 від 20.01.1997 р.). Перелік військових вантажів, порядок охорони і супроводу їх караулами встановлюються Міністерством оборони України за погодженням з Міністерством інфраструктури України (Наказ міністра оборони України від 9.12.1997 р. №451 Положення про охорону та супровід військових вантажів при їх перевезенні залізничним і водним транспортом). Органи управління можуть здійснювати тільки такі повноваження, які віднесені до їх компетенції. У процесі реалізації своєї компетенції органи управління мають право видавати нормативні акти, що може бути віднесено до юридичного виду управлінської діяльності.

Важливим видом управлінської діяльності є застосування правових норм у конкретних обставинах, що також постає як юридичний вид управлінської діяльності.

Органи управління здійснюють управлінський вплив правовими методами, під якими розуміється спосіб здійснення управлінських функцій відповідно до вимог чинного законодавства і правової доктрини. Органи управління транспортом та органи місцевої влади об'єднують кошти державного і місцевого бюджетів та підприємств транспорту для будівництва вокзалів, станцій, портів, пристаней, аеропортів, пішохідних мостів, тунелів, пасажирських платформ, метрополітенів, прид-

бання пасажирського рухомого складу, утримання і впорядкування шляхів сполучення та інших об'єктів, пов'язаних з обслуговуванням пасажирів і перевезеннями вантажів.

Можна зробити висновок, що запровадження подібних законів є досить доречним у житті кожної держави. Це значно полегшує життєдіяльність людини і допомагає нормалізувати та розвивати економічне забезпечення країни.

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ І ОБҐРУНТУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Задорожна А.

Науковий керівник: Суска А. А., к.е.н.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Сучасні умови організації господарської діяльності вимагає від керівників підприємств удосконалення і підсилення ефективності виконання функції по підготовці і реалізації інвестиційних проєктів. Для цього потрібний перехід до загальноприйнятої в світовій практиці методології здійснення інвестицій в умовах ринкової економіки, що може бути реалізовано шляхом розробки підходів до формування інвестиційної політики.

В основу запропонованих підходів покладено декілька складових. По-перше, при розробці інвестиційної політики підприємства доцільно передбачити: відповідність заходів, які необхідно здійснити в рамках цієї політики законодавчим і іншим нормативним і правовим актам з питань регулювання інвестиційної діяльності в Україні; досягнення економічного, науково-технічного, екологічного і соціального ефекту даних інвестицій; отримання підприємством прибутку на капітал, що інвестувався; ефективне розпорядження коштами на здійснення неприбуткових інвестиційних проєктів; використання підприємством державної підтримки в цілях підвищення ефективності інвестицій; залучення субсидій і пільгових кредитів міжнародних і іноземних організацій і банків. По-друге, тривалість періоду, на який обґрунтовується інвестиційна політика підприємства, доцільно визначити рівним терміну реалізації реформи підприємства. По-третє, при визначенні інвестиційної політики слід урахувати: стан ринку продукції, що виробляє підприємство, обсяг її реалізації, якість і ціну цієї продукції; фінансово-економічний стан підприємства; технічний рівень виробництва підприємства, наявність у нього незавершеного будівництва і невстановленого устаткування; поєднання власних і позикових ресурсів підприємства; можливість отримання підприємством устаткування по лізингу; фінансові умови інвестування на ринку капіталів; пільги, які отримує інвестор від держави; комерційну і бюджетну ефективність інвестиційних заходів, здійснюваних за участю підприємства; умови страхування і отримання гарантій від некомерційних ризиків.

При розробці інвестиційної політики підприємства доцільно визначати загальний обсяг інвестицій підприємства, способи раціонального використання накопичень, у тому числі можливі поєднання різних джерел фінансування і залучення позикових засобів. Рекомендовано дотримувати співвідношення наміченого підприємством загального обсягу інвестицій з обсягом активів, що не дозволяє втрачати права власності на підприємство у разі невдалої реалізації інвестиційних проєктів. Інвестиційні проєкти в рамках інвестиційної політики підприємства доцільно погоджувати між собою за обсягами ресурсів, що виділено, і термінами реалізації, виходячи з критерію досягнення максимального загального економічного ефекту, що буде отриманий в ході здійснення інвестиційної політики. Власні засоби, що спрямовані підприємством на фінансування інвестиційної діяльності, можуть складатися з: вільних грошових коштів, що є на рахунку підприємства до початку реалізації інвестиційних проєктів; коштів, отриманих в результаті додаткової емісії акцій підприємства; грошових коштів від реалізації зайвого майна і неамортизованих основних фондів підприємства при перепрофілюванні його виробництва; частини доходу підприємства у формі чистого прибутку і амортизації, що реінвестується в процесі здійснення інвестиційних проєктів. Вибір варіантів залучення комерційних кредитів і позик як джерел фінансування інвестиційної діяльності підприємства має спиратися на отримання максимального економічного ефекту від власних коштів підприємства, що направлені на інвестування.

Процес реформування українського законодавства, пов'язаний із гармонізацією публічно-правових та приватноправових засад, насамперед стосується відносин власності. Зміни у правовому регулюванні відносин власності є неминучим наслідком впливу на нього комплексу правових механізмів, передбачуваних суміжними інститутами договірного, корпоративного, конкурентного права та інших. Це викликає необхідність переосмислення не лише поняття права власності загалом, а й розуміння таких правових феноменів, як способи захисту права власності.

Питання способів захисту права власності, зокрема реституції та віндикації, були предметом досліджень таких науковців-цивілістів, як М.І. Брагінський, О.В. Гутников, І.О. Дзера, І.Б. Новицький, Н.В. Рабинович, К.І. Скловський, Д.О. Тузов, Ф.С. Хейфец, В.П. Шахматов, Н.Д. Шестакова та інших. Так, у працях О.В. Гутникова та Н.Д. Шестакової містяться ґрунтовні висновки щодо конкуренції способів захисту права приватної власності. Значний науковий інтерес становить посібник К.І. Скловського, в якому йдеться про можливість повернення переданого за недійсним договором нерухомого майна.

У випадку недійсності правочину сторони не вправі пред'являти позов про витребування майна з чужого незаконного володіння (позов з віндикації), оскільки відносини між сторонами носять зобов'язальний характер. Як відзначають К. Скловський та Ю. Ширвіс, обов'язок по реституції не поставлений у залежність від володіння річчю або іншим майном, отриманим за угодою, що є характерним саме для особистого, а не речового зв'язку.

На відміну від реституції витребування майна з чужого незаконного володіння (віндикація) є речово-правовим засобом захисту права власності, що зумовлює неможливість власника індивідуально-визначеного майна – сторони недійсного правочину скористатися таким засобом.

Викладене свідчить про те, що у випадку недійсності правочину його сторони можуть звернутись в суд лише з вимогою про повернення майна в порядку реституції. Зобов'язальний (двосторонній) характер відносин між його сторонами свідчить про неможливість його сторін вимагати один від одного повернення індивідуально-визначеної речі, яка збереглась у натурі, в порядку віндикації.

Непоодинокі випадки відчуження майна особами, які не мають право його відчужувати (наприклад, неправомірний продаж майна орендарями тощо). При такій ситуації власник індивідуально-визначеної речі вправі пред'явити до третьої особи (набувача речі) позов про витребування майна з незаконного володіння в порядку віндикації. Як зазначає К.І. Скловський, опинившись в одному процесі лише внаслідок набуття майна, який став предметом недійсного правочину, зв'язок таких осіб обмежений приналежністю спірної речі і може мати якість лише речового зв'язку.

Сторони недійсного правочину можуть витребувати своє майно (в тому числі індивідуально-визначене) лише шляхом заявлення позову про застосування наслідків недійсності правочину (реституції). Двосторонній характер реституції виключає можливість сторін витребувати майно одна від одної шляхом віндикації.

Список використаних джерел:

1. Конституція України: Закон України від 28. 06. 1996 № 254к/96-В//[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>
2. Цивільний кодекс України: Закон України від 16. 01. 2002 р. № 435 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>
3. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 435-IV// [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>

КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Копилова Л.

Науковий керівник: Єрофєєнко Л.В., к.ю.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Значну роль у відродженні та становленні малого бізнесу відіграють банківські заклади за допомогою здійснення банківського кредитування. Незважаючи на пожвавлення діяльності банківських структур на ринку малого бізнесу, обмеженість, невідповідність характеристик банківських ресурсів цілям кредитування, високий рівень ризиків, відсутність діючих способів створення стабільних банківських ресурсів призводять до необхідності проведення дослідження в частині ресурсного забезпечення програм кредитування малого бізнесу.

Впровадження стратегій та методів кредитування малого бізнесу базується на відповідних правових нормах та організаційних елементах. Складові системи забезпечення стратегії кредитування малого бізнесу повинні містити ресурсне, науково-методичне, нормативно-правове, організаційне та інформаційне забезпечення. Основою кредитної діяльності банків є наявність достатньої кількості недорогих вільних кредитних ресурсів або, іншими словами, ресурсного потенціалу.

Головною проблемою вітчизняних підприємницьких структур є недолік фінансових ресурсів для підтримки і розвитку власного бізнесу. В структурі джерел фінансування питома вага власних фінансових ресурсів в середньому становить 35-40%. Тобто, ні прибуток, ні амортизаційні відрахування як джерела фінансових ресурсів не є суттєвим, і малі підприємства потребують значної мобілізації залучених фінансових ресурсів.

Одним з ринкових шляхів вирішення фінансових проблем суб'єктів вітчизняного малого підприємництва є підтримка їх діяльності через розвиток послуг мікрокредитування, які можуть надаватися комерційними банками і небанківськими фінансово-кредитними установами (небанківськими мікрофінансовими організаціями - МФО).

Основними споживачами послуг з програм мікрокредитування є торгові підприємства з швидким обігом грошей (від 56% до 90% кредитного портфеля в різних банках).

Конкуренція на ринку мікрокредитування дуже низька (практично відсутня) і здебільшого банкам доводиться конкурувати не між собою, а з приватними кредиторами, які не вимагають застави і розкриття фінансової інформації.

Малі підприємства в Україні працюють у середовищі підвищеного ризику і невизначеності через нестачу кадрів, які можуть професійно займатися бізнес-плануванням, прогнозуванням та управлінням фінансовими ресурсами. Задовольнити їхні потреби можуть фахівці банківської установи, які здатні дати об'єктивну фінансово-економічну оцінку перспектив розвитку конкретного бізнес-проекту, взяти на себе вищі ризики кредитування і запропонувати такий комплекс послуг, якого потребує сектор малого бізнесу.

Малий бізнес відіграє важливу роль при вирішенні економічних і соціальних завдань. Формування культури підприємництва життєво необхідне для економічного зростання і конкурентоспроможності економіки. Активна підтримка розвитку малого бізнесу в перспективі, сприяє створенню великої кількості робочих місць, збільшенню податкової бази, зростанню національного прибутку.

В той же час, практика господарювання малих підприємницьких структур в Україні свідчить, що вони так і не стали потужним сегментом вітчизняної економіки. Враховуючи чинники, які стримують зростання масштабів мікрокредитування в Україні, активізація і розвиток такого сегменту українського кредитного ринку можлива при підвищенні рівня пропозиції мікрокредитних послуг.

Формування пропозиції послуг мікрокредитування для суб'єктів малого бізнесу може здійснюватися не тільки комерційними банками, а й небанківськими мікрофінансовими організаціями (МФО), основна функція яких - посередництво між споживачами мікрокредитних послуг і джерелами фінансування.

Для активізації сфери мікрокредитування, посилення фінансових позицій суб'єктів малого підприємництва і появи нових видів фінансових інститутів і нових видів фінансових послуг на вітчизняному кредитному ринку необхідно сформувати правові і організаційні основи функціонування небанківських фінансових організацій мікрокредитування.

В правовому порядку доцільно врегулювати питання відносно:

- організаційно-правових форм, в яких можуть бути створені і функціонувати небанківські фінансові організації з мікрокредитуванням (мікрофінансові організації - МФО);

- джерел фінансових ресурсів мікрофінансових організацій;
- особливостей і порядку оподаткування небанківських фінансових організацій мікрокредитування, у тому числі звільнити від сплати ПДВ.

Створення і розвиток небанківських фінансових організацій мікрокредитування в Україні забезпечить диверсифікацію фінансових інститутів і фінансових продуктів у сфері кредитування і сприятиме тим самим формуванню пропозиції на ринку мікрокредитів.

Зростання масштабів мікрокредитування в Україні дасть можливість малим підприємцям, для яких можливість позичати невеликі суми грошей необхідна як повітря, активно використовувати такий звичний для підприємців розвинутих країн інструмент, як мікрокредити.

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ

Лантух І.В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Соціальне підприємництво як феномен з'явилося не так давно. Десять років тому професор гарвардського університету Семюель Хантингтон, автор відомого твору «Зіткнення цивілізацій», впровадив до практичного вжитку новий термін «людина давоська». Представники цього надвиду мають яскраво виражені відмінні риси, такі як здатність здійснювати вплив на найбільш значні процеси в житті всього людства, а також готовність взяти на себе відповідальність за рішення найбільш складних проблем. Давоську популяцію складають в основному найбільш впливові політики, самі великі бізнесмени і самі просунуті інтелектуали. У 1998 р. Клаус Шваб, засновник Давоського всесвітнього економічного форуму, ініціював проведення Форуму соціальних підприємців, де взяли участь і українські підприємці. Що ж таке соціальне підприємництво?

Соціальне підприємництво – це можливість часткового і динамічного рішення на місцевому рівні гострих проблем суспільства, які не під силу вирішувати державі. Більш того, розрив, що збільшується між всесвітньо відомими корпораціями, фінансовими структурами та нижчими прошарками суспільства, що не мають доступу до життєзабезпечуючих ресурсам, що турбує не тільки останніх. Треба зазначити, що соціальні підприємці знають, як можна оптимальним чином скоротити цей розрив. Ендрю Холеман, соціальний підприємець із Великобританії, який реалізував свої проекти у Нігерії, на зустрічі з банкірами в Цюриху відзначив: «Ви ще будете вмовляти нас, соціальних підприємців, взяти у Вас гроші на соціальні потреби».

Соціальний потенціал підприємництва вже закладений у його визначенні. Підприємництво (entrepreneurship) – це самостійна, ініціативна господарсько-фінансова діяльність з використанням новизни, ризику, винахідництва з метою одержання прибутків; що здійснюється фізичними та юридичними особами, котрі називаються підприємцями, від свого ім'я і на свій ризик на постійній підставі [1, с.13]. Ця діяльність направлена на досягнення наміченого результату (одержання прибутку або підприємницького доходу) шляхом найкращого використання капіталу і ресурсів економічно виокремленими суб'єктами ринкового господарства, які несуть повну майнову відповідальність за результати своєї діяльності і підкоряються правовими нормами країни реєстрації [2, с.25]. Таким чином, підприємництво характеризується наступними ознаками: а) не тільки свободою у виборі господарської діяльності і її методів, не тільки самостійністю, але головне – новаторством, творчим пошуком, «ноу-хау»; б) відповідальністю за прийняті рішення та їх наслідки і спричинений з цим ризик. Якщо діяльність не пов'язана з відповідальністю – це не підприємництво, а лише розпорядництво за дорученням; в) орієнтацією на досягнення економічного і, може бути, морального успіху.

Ці необхідні ознаки підприємництва передбачають, як слідство, більш розгорнутий набір останніх: прийняття рішень, що пов'язує підприємництво із управлінською діяльністю; свобода інвестування, що випливає із свободи економічної, також, як і право на капіталізацію свого доходу; орієнтація на майбутнє, що безпосередньо пов'язано із організаційною новацією, з нею ж зароджується і така найважливіша риса підприємництва, як лідерство; прагнення до збільшення прибутку знаходиться у самій природі економічної діяльності, а також є наслідком звертання до організаційної новації. Коло конкретних підприємницьких функцій включає в себе пошук нових можливостей для господарської активності, оцінку їх прибутковості, забезпечення фінансових та інших ресурсів для розгортання виробництва, найм робітників, взаємодія із владою, поставниками, клієнтами.

Отже, підприємництво виконує особливу соціальну функцію – забезпечує розвиток та удосконалення економіки, її постійне оновлення, створення інноваційного середовища, що зламає традиційні структури та відкриває шлях до нового. Це означає, що на підприємництво, як соціально-економічний феномен, покладаються такі функції: ресурсна, а саме мобілізація капіталу, трудових, матеріальних, інформаційних ресурсів; організаційна – організація виробництва, збуту продукції, маркетингу, реклами; творча – новаторство, генерація ідей, використання ініціативи, вміння йти на ризик [3, с.8].

Сутність підприємництва в тому, що це особлива специфічна сфера ринкового господарства і одночасно спосіб та процес господарчої діяльності людини в сучасному суспільстві. Тому підприємницька діяльність розглядається як провідний фактор виробництва. Проте вона вимагає і підприємницьких задатків як особливого виду людського капіталу, представленого висококваліфікованою діяльністю з координації та комбінування усіх інших факторів виробництва, вмінням та бажанням в процесі виробництва на комерційній засаді впроваджувати нові види продукту й послуг, технологій, організації виробництва при певному ступені ризику.

Підприємництво є важливою складовою суб'єкта соціальної відповідальності, оскільки підприємці, ризикуючи, повинні брати на себе високу міру відповідальності як перед споживачами, так і перед суспільством взагалі [4]. Відповідальна позиція передбачає, що у підприємництва повинна бути «суспільна совість». Кожне підприємство, у цьому векторі розвитку, повинно виробити для себе певну концепцію соціально відповідальної і етичної поведінки.

Соціальні підприємці – це практичні провідці, котрі успішно здійснюють інноваційні підходи, незвичні для стандартного рішення складних соціально технологічних процесів. В Україні соціальне підприємництво є поодиноким явищем, яке ще не набрало потужного розмаху, бо українська держава повинна ще прийти до висновку, що останнє є надзвичайно необхідним і актуальним. Йому ще треба зрозуміти, що соціальні підприємці – це активні помічники у рішенні часто тупикових соціальних проблем, хоча в реаліях нашого життя вже сформувалася необхідність у соціальному підприємстві. І, беззаперечно, той хто запропонує відповідні послуги соціальному підприємству першим, одержить дивіденди в найближчому майбутньому. Це можуть бути державні інститути, громадські організації або донорські структури.

Список використаних джерел:

1. Бабич Д.В. Государственное регулирование предпринимательской деятельности [Текст] / Д.В. Бабич. – Х.: Основа, 1996. – 347с.
2. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. – 3-е изд., перераб. и доп.[Текст] / И.Н. Герчикова. – М.: ЮНИТИ, 2003. – 51 с.
3. Плоткін Я.Д., Дубодєлова А.В., Захарчук О.В., Пурха Т.С. Підприємцю про підприємництво. Зарубіжний досвід [Текст] / Я.Д. Плоткін. – Львів: Вільна Україна, 1993.
4. Сірий Є.В. Доктрина взаємовідносин бізнесу та суспільства: пошуки ідентичності [Текст] / Є.В. Сірий. // Український соціум. – 2007. - № 1(18). – С.41-52.

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

*Леонтьєва Л.В., к.ю.н., доцент
Харківський автомобільно-дорожній університет*

Право на заняття підприємницькою діяльністю є правом, закріпленим на рівні Конституції України. Разом з тим на практиці досить складно, інколи, відрізнити законне та незаконне підприємництво, складнощі досі виникають з відмежуванням підприємницької діяльності від інших видів діяльності. Також існують недоліки в відокремленні одноразових цивільно-правових угод від окремих підприємницьких дій, наслідком чого, у свою чергу, є неправомірне застосування податкового і кримінального законодавства.

Це пов'язано, перш за все, з законодавчою невизначеністю окремих понять. Легальне визначення підприємництва міститься в Господарському кодексі України, де зазначено, що підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [1,с.2].

Державне регулювання підприємництва має потребу в належному рівні правового забезпечення. В останні роки прийнята значна кількість нормативно-правових актів, що встановлюють правову основу державного регулювання підприємництва. Центральним у системі цих актів є Господарський кодекс України, розділ 2 якого визначає основні напрями та форми участі держави і місцевого самоврядування у сфері господарювання, у тому числі засоби державного регулювання господарської діяльності [1,ст.12], державний контроль та нагляд за господарською діяльністю [1,ст.19], особливості управління господарською діяльністю у державному секторі економіки [1,ст.22].

Держава впливає на підприємницьку діяльність багатьма засобами – за допомогою планування, стимулювання наукових досліджень, виробництва, маркетингу. Особливості державного регулювання суб'єкта підприємницької діяльності залежать від конкретної сфери підприємництва, розміру суб'єкта підприємництва, його місцезнаходження, типу продукції, що випускається, характеристик ринку, де діє підприємець.

При аналізі державного регулювання підприємницької діяльності необхідно враховувати відмінності між суб'єктами підприємництва, оскільки система підприємництва не є уніфікованою структурою. Поряд з великими юридичними особами є також безліч середніх і малих підприємств. Деякі суб'єкти здійснюють підприємницьку діяльність тільки в межах України, у той час як інші здійснюють і зовнішньоекономічну діяльність. Одні суб'єкти функціонують у сфері послуг, а інші – у сфері виробництва. Таким чином, існують значні відмінності суб'єктів підприємницької діяльності, що обумовлюють застосування різних методів державного регулювання.

Жоден суб'єкт підприємницької діяльності (великий, середній чи малий) не може функціонувати без дотримання різноманітних правил і обмежень, установлених державою. Функціонування підприємницьких структур є предметом державного впливу, нагляду і контролю. Ступінь державного впливу на діяльність підприємців зростає багаторазово, якщо суб'єкт функціонує в зовнішньоекономічних відносинах.

Таким чином, у сучасному суспільстві держава в особі державних органів здійснює важливі повноваження, що впливають на суб'єктів підприємницької діяльності. Існує багато засобів, що використовуються державою безпосередньо або опосередковано, щоб впливати на суб'єктів підприємництва.

Основний засіб, за допомогою якого держава здійснює регулювання в сфері підприємництва – це видання нормативно-правових актів, які регулюють діяльність підприємців.

Господарський кодекс є стержневим актом у системі господарського законодавства, що забезпечує державне регулювання підприємницької діяльності. У цій сфері в останні роки створений цілий блок господарського законодавства України, що включає Господарський кодекс, Цивільний кодекс, закони України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» [2], «Про захист економічної конкуренції» [3], «Про захист від недобросовісної конкуренції» [4], «Про рекламу» [5] у редакції Закону від 11.07.2003 р.

В основному, правові обмеження в державному регулюванні підприємницької діяльності виражаються у встановленні різних правових обтяжень суб'єктів підприємництва. Це, зокрема, необхідність легітимації суб'єктів підприємницької діяльності (обов'язок суб'єктів підприємництва здійснити державну реєстрацію відповідно до Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців» від 15.05.2003 р.), ліцензування (обов'язок одержати ліцензію на здійснення видів діяльності, зазначених у Законі України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» від 01.06.2000 р.), дотримання правил про забезпечення безпеки і якості товарів, робіт і послуг (обов'язок одержати відповідний сертифікат відповідно до Закону України «Про підтвердження відповідності» від 11.07.2001 р.).

Набагато менше порівняно з правовими обмеженнями передбачені законодавством правові стимули. Суть стимулюючого впливу виявляється в певному розширенні свободи для суб'єктів підприємницької діяльності, наданні їм нових можливостей. Згідно з чинним законодавством стимулюючий вплив провадиться щодо лише певних категорій суб'єктів підприємницької діяльності (малих підприємств, іноземних інвесторів, підприємців у вільних економічних зонах тощо). За допомогою права необхідно забезпечення не тільки обмежуючого впливу на підприємницьку діяльність, а й стимулюючого впливу.

Список використаних джерел:

1. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003р. № 436-IV//[Електронний ресурс].- Режим доступу: // <http://zakon2.rada.gov.ua>;
2. Закон України від 01.06.2000 № 1775-III«Про Ліцензування Певних Видів Господарської Діяльності» // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2000, N 36, ст.299;
3. Закон України від 11.01.2001 № 2210-III« Про захист економічної конкуренції» // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, N 12, ст.64;
4. Закон від 07.06.1996 № 236/96-ВР «Про захист від недобросовісної конкуренції»// Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, N 36, ст.164;
5. Закон від 03.07.1996 № 270/96-ВР «Про рекламу»// Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, N 39, ст. 181.

ДЕРЖАВНА РЕЄСТРАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Худолій П.

*Науковий керівник: Леонт'єва Л.В., к.ю.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Основним законом, що регулює процедуру державної реєстрації підприємства, є Закон України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців" № 755-IV від 15.05.2003 р. В Україні організація визнається юридичною особою виключно після проведення її державної реєстрації та внесення до Єдиного державного реєстру.

Господарський кодекс України № 436-IV від 16.01.2003р. визначає приватне підприємство як таке, що діє на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців, осіб без громадянства та його (їх) праці або з використанням найманої праці.

В Україні не встановлено єдиний універсальний орган для реєстрації підприємств. Законодавством визначені органи державної реєстрації підприємств. Орган з реєстрації підприємства визначається в залежності від його організаційно-правової форми. Кабінет Міністрів України реєструє фінансово-промислові групи; Національний банк України - банки; адміністрації вільних економічних зон - суб'єктів вільних економічних зон; місцеві органи юстиції - об'єднання громадян, політичні партії, адвокатські спілки тощо.

Всі вищезгадані організації після реєстрації в спеціальних органах повинні пройти процедуру державної реєстрації підприємства згідно із законом № 755-IV у місцевих органах виконавчої влади чи органах місцевого самоврядування. Для державної реєстрації реєструючому органу необхідно подати документи, перелік яких визначено ст. 8 Закону України "Про підприємництво". Ці статті визначають державні органи, на які покладено реєстрацію підприємств, а також умови і порядок державної реєстрації. Детальніше вони визначені в Положенні про державну реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності, затвердженим постановою КМУ від 25.05.1998 р. № 740.

Під час реєстрації підприємства, його включають до Єдиного державного реєстру (ЄДР) підприємств та організацій. Підприємство вважають включеним до Реєстру з дня Державної реєстрації. Ця дія проводиться для надання підприємству формально-юридичних ознак суб'єкта права. Згідно з цим воно починає своє функціонування як загальновідома для третіх осіб і органів держави юридична особа. Запис у ЄДР становить юридичний факт виникнення підприємства – суб'єкта права з правами юридичної чи фізичної особи. Підприємство вважається діючим та набуває прав та обов'язків з дня його державної реєстрації (ст. 5 Закону України «Про підприємства в Україні»). Діяльність незареєстрованих підприємств не допускається.

Список документів, які необхідно подати в районну державну адміністрацію або виконавчий комітет місцевої ради при реєстрації підприємств:

1. реєстраційну картку встановленого зразка;
2. два примірники статуту підприємства (засвідчені нотаріально);
3. оригінал (чи нотаріально засвідчену копію) рішення про створення підприємства;
4. квитанцію про сплату реєстраційного збору.

За наявності всіх документів, реєстрація підприємства здійснюється у строк не більше п'яти робочих днів. Протягом цього часу реєструючий орган зобов'язаний видати заявнику свідоцтво про

державну реєстрацію підприємства. Свідомство є юридичною підставою для відкриття підприємством рахунків в банку за місцем його реєстрації або у будь-яких інших банках за згодою сторін. Банк зобов'язаний відкрити рахунок і в 3-денний термін повідомити про це податкову інспекцію. Орган, який здійснює реєстрацію, зобов'язаний у 10-денний термін подати відомості до відповідної податкової інспекції та органу державної статистики. Ці органи встановлюють коди підприємств відповідно до Загального класифікатора галузей народного господарства Міністерства статистики України. Відмова у державній реєстрації підприємства вважається законною лише з двох підстав: внаслідок порушення встановленого законом порядку створення підприємства; у разі невідповідності установчих документів вимогам законодавства. Не допускається відмова в державній реєстрації підприємства з мотивів його недоцільності.

Надалі процедура реєстрації підприємства передбачає відвідання наступних районних інстанцій: Управління статистики; Податкова інспекція; Управління Пенсійного фонду України; Управління (відділ) Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності; Управління (відділ) Фонду загальнодержавного страхування з нагоди безробіття (центр зайнятості); Управління (відділ) Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві; Дозвільна система місцевого управління МВС України.

Висновки. Аналіз Господарського Кодексу України та інших документів конкретизує методи створення, реєстрації та ліквідації підприємств різних типів.. Найголовнішим на нашу думку є те, що держава не може заборонити створення підприємств окрім випадків, які передбачені Законом України.

Список використаних джерел:

1. Конституція України: Закон України від 28. 06. 1996 № 254к/96-В//[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>
2. Цивільний кодекс України: Закон України від 16. 01. 2002 р. № 435 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>
3. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 435-IV// [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>

МЕТОДЫ ВЫХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

Мамедова Лейла (Азербайджан)

Научный руководитель: Суска А.А., к.э.н.

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

Последние десятилетие характеризуется интернационализацией производства, увеличивающейся открытостью национальных экономик по отношению к внешним рынкам.

Предприятие, планирующее выход на международный рынок, должно выбрать конкретный рынок, на котором оно сосредоточит маркетинговые усилия. Выбор международного рынка предполагает изучение трёх параметров: потенциала и условия этого рынка; интенсивности используемых приёмов конкуренции; целей и возможностей предприятия.

Потенциал рынка определяется прежде всего его ёмкостью (перспективами развития, доступностью проникновения на него иностранного предприятия без чрезмерных затрат средств и времени). Основными препятствиями на пути предприятия, планирующего выход на внешний рынок, являются: таможенные барьеры, нетарифные ограничения, юридические препятствия.

Вторым параметром при выборе внешнего рынка является изучение интенсивности и практических приёмов конкурентов. Конкуренция должна изучаться в следующих направлениях: выявление эффективно действующих конкурентов; определение структуры конкуренции, числа конкурентов и распределения их долей рынка; установление критериев конкурентоспособности.

Третий параметр, учитываемый при выборе внешнего рынка, связан с определением целей и возможностей предприятия. Вначале должен быть проведен анализ фактического положения предприятия на внешнем рынке, выявляются слабые и сильные стороны его деятельности, определяются резервы предприятия, которые можно успешно использовать как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Выход предприятия на международный рынок требует соблюдения ряда условий: наличия соответствующих финансов; концепция товара или услуги, на которой строится коммерческо-

хозяйственная деятельность; качества товаров, соответствующих качеству товаров рыночных лидеров; цен, удовлетворяющих потребителей; предпродажной подготовки товаров; послепродажного обслуживания, позволяющего закрепить клиентуру; возможностей предприятия установить взаимоотношения с политическими властями, общественным мнением и прессой.

Эволюция методов выхода предприятий на внешний рынок проходит в большинстве случаев следующие стадии: экспортные операции, оформленные вначале разовыми, а затем долгосрочными контрактами между фирмами разных стран; совместные выступления на мировом рынке, в ряде случаев характерные образованием консорциумов; международная передача технологии; совместная предпринимательская деятельность; прямое инвестирование.

К наиболее распространенным методам выхода предприятий на международный рынок относится прямое инвестирование, или иначе, создание за рубежом собственных дочерних производственных предприятий. Это требует весьма значительных инвестиций, но вместе с тем может быть выгодно за счёт более дешёвого сырья и рабочей силы. Кроме того, создавая дочернее предприятие за рубежом, фирма может контролировать свои капиталовложения.

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО ЦІНОУТВОРЕННЯ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

Пешкова С. Р.

*Науковий керівник: Шинкаренко В. Г., д. е. н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Перехідна, динамічно змінювана економіка потребує розвитку методології управління АТП, що являє собою відкриту складну систему, результати діяльності якої визначаються за системним ефектом.

Відкрита система має цілі не стільки в плані виробництва та збуту яких-небудь продуктів та отримання прибутку, скільки у змісті задоволення запитів, пов'язаних з цим підприємством різних груп людей: споживачів, постачальників, конкурентів, інвесторів, суспільства в цілому.

При такому підході до формування методології системи управління АТП ідея полягає у визнанні взаємозв'язку та взаємозалежності елементів, підсистем та всієї системи загалом із зовнішньою середою.

В такій моделі підприємство розглядається в єдності його складових частин, які нерозривно пов'язані із зовнішньою середою.

Зовнішня середа впливу підрозділяється на середу прямого впливу (постачальники ресурсів, споживачі, конкуренти, державні органи) та середу непрямого впливу (стан економіки, науково-технічний прогрес, політичні, правові та соціально культурні фактори, фізико-географічні умови).

Мета управління АТП як системою полягає в забезпеченні такого функціонування в умовах зовнішньої нестабільної економічної середі, яке зберігає його стійкість. Під стійкістю розуміється здатність системи підтримувати бажаний режим функціонування, компенсувати дію зовнішніх обурень (поміх) та забезпечувати повернення в стан рівноваги. Стійкість підприємства як системи залежить від стабільності вхідних в неї підсистем та елементів. Для стабілізації транспортних систем необхідно утворення резервів провізних можливостей та їх оптимізація з урахуванням ринкових критеріїв.

Ефективність управління АТП визначається в першу чергу обґрунтованістю методології рішень задач, тобто підходів, принципів та методів. Це, перш за все, системний підхід до управління підприємством та взаємозалежність всіх компонентів організації; значення зовнішньої середи та зворотного зв'язку для досягнення успіху підприємства.

Щоб надати цільне уявлення про склад та послідовність робіт за системним підходом, необхідно дотримуватися певного алгоритму послідовних дій та використання інструментарію. Одним з високоєфективних інструментів системного підходу є ланцюжок цінностей М. Портера. Ланцюжок цінностей являється основним інструментом, що дозволяє виявити стратегічні проблеми, унікальні для тієї чи іншої глобальної стратегії.

Згідно цієї концепції всю діяльність компанії можна розділити на технологічні та економічні відмінні види діяльності, за допомогою яких й виконується комерційна діяльність. Так звані цінні види діяльності. Первинні види діяльності мають відношення до фізичного створення продукту, його маркетингу та доставці споживачам, а також підтримки та сервісу після продажу. Вторинні,

або підтримуючі, види діяльності забезпечують фактори виробництва та інфраструктуру, завдяки яким стає можливим виконання первинної діяльності.

Цінність компанії вимірюється тією вартістю, яку покупці готові заплатити за її товари та послуги. Бізнес буде прибутковим, якщо цінність, яку він створює перевищуватиме витрати, що пов'язані із здійсненням усіх видів діяльності. Здатність створювати споживчу цінність залежить, в свою чергу, від того, як фірма впливає на діяльність своїх каналів та кінцевих споживачів.

Концепція ланцюжка цінностей дозволяє краще зрозуміти не тільки типи конкурентної переваги, але й роль певних факторів що сприяють або заважають її досягненню. Сфера конкуренції важлива тому, що вона визначає спрямування діяльності фірми, засоби виконання цієї діяльності та конфігурацію ланцюжка цінностей, а отже і усі пов'язані з цією діяльністю елементи та фактори впливу на процес ціноутворення автотранспортних послуг.

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Троцюк Ж.Б., Семенова О.І.

Науковий керівник: Леонтівська Л.В., к.ю.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Матеріально-технічне постачання – це сукупність дій, спрямованих на забезпечення функціональної діяльності суб'єкта господарювання. Господарський кодекс України ч.1 ст. 264 (далі ГК України) [1, ст.246] встановлює два види господарських договорів, за допомогою яких опосередковується така форма господарсько-торгівельної діяльності як матеріально-технічне постачання і збут, - поставка і купівля-продаж. Причому ці договори стосуються матеріально-технічного постачання та збуту як продукції виробничо-технічного призначення, так і виробів народного споживання, незалежно від того, чи є вони результатом власного виробництва, чи придбані у інших суб'єктів господарювання.

Законодавством передбачений особливий порядок здійснення поставки продукції для державних потреб. Наприклад, Законом України «Про поставки продукції для державних потреб» [2] встановлено загальні правові та економічні засади формування, розміщення і виконання на договірній (контрактній) основі замовлень держави на поставку (закупівлю) товарів для задоволення державних потреб у суб'єктів господарської діяльності України всіх форм власності.

Основні вимоги щодо укладення та виконання договорів поставки встановлюються положеннями (ст. 179-187, 193-201, 265-270), іншими законодавчими актами (в тому числі).

Договір поставки – це господарський договір, за яким одна сторона - постачальник - зобов'язується передати (поставити) у зумовлені строки (строк) другій стороні - покупцеві - товар (товари), а покупець зобов'язується прийняти вказаний товар (товари) і сплатити за нього певну грошову суму.

У ст. 266 ГК України визначаються предмет, кількість і асортимент поставки. Так, предметом поставки є визначені родовими ознаками продукція, вироби з найменуванням, зазначеним у стандартах, технічних умовах, документації до зразків (еталонів), прейскурантах чи товарознавчих довідниках. Предметом поставки можуть бути також продукція, вироби, з індивідуальними ознаками

Загальна кількість товарів, що підлягають поставці, їх часткове співвідношення (асортимент, сортамент, номенклатура) за сортами, групами, підгрупами, видами, марками, типами, розмірами визначаються специфікацією за згодою сторін, якщо інше не передбачено законом.

На відміну від ч.1 ст. 712 Цивільного кодексу України (далі ЦК України) [3], яка визнає стороною договору поставки (продавцем, постачальником) лише особу, яка здійснює підприємницьку діяльність, і тим самим не враховує участь у процесі господарювання казенних підприємств, господарський кодекс таких обмежень не встановлює. Тому сторонами договору поставки можуть бути суб'єкти господарювання, зазначені у пунктах 1, 2 частини 2 статті 55 ГК України : а) господарські організації, державні, комунальні та інші підприємства, інші юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність; б) громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність, та зареєстровані відповідно до закону як підприємці.

Договори поставки за строком дії поділяються на: а) разові; б) короткострокові (на один рік); в) довгострокові (на строк більше одного року). У разі якщо в договорі строк його дії не визначений, він вважається укладеним на один рік. Слід, однак, мати на увазі, що закінчення строку дії

договору не тягне за собою припинення зобов'язання, а тому сторона, яка не виконала зобов'язання, не звільняється від відповідальності за його невиконання.

Як встановлено частиною 1 статті 268 ГК України, якість товарів, що поставляються, повинна відповідати стандартам, технічним умовам, іншій технічній документації, яка встановлює вимоги до їх якості, або зразкам (еталонам), якщо сторони не визначають у договорі більш високі вимоги до якості товарів.

Постачальник згідно з договором поставки зобов'язаний поставити товар, якість якого повинна бути не нижче якості, яка вимагається стандартом, технічними умовами чи зразком (еталоном). Зокрема, законодавець надає право покупцю відмовитися від прийняття і оплати товарів більш низької якості, ніж якість, яка вимагається технічною документацією щодо конкретного виду продукції чи виробів, а якщо товари уже оплачені покупцем – вимагати повернення сплаченої суми. Зазначене право покупця є безумовним і не залежить від того, підлягають недоліки поставлених товарів усуненню чи ні. Слід зауважити, що покупець може і не скористатися своїм правом відмови від прийняття і оплати товарів, а вимагати відповідного зменшення їх вартості, оскільки така можливість передбачена ст. 678 ЦК України та не заборонена нормами ГК України. Водночас слід зауважити, що стандартами, технічними умовами передбачені такі вимоги до товару, які забезпечують можливість його функціонального використання, а тому прийняття товарів нижчої якості, аніж визначені нормативними документами, повинно здійснюватися суб'єктами господарювання у виключних випадках.

Гарантійний строк експлуатації - це термін, протягом якого гарантується використання товару, в тому числі комплектуючих виробів, за призначенням за умови дотримання споживачем правил користування і протягом якого постачальник (виконавець) виконує гарантійні зобов'язання. З урахуванням вказаного, коментована норма визначає, що обчислюється гарантійний строк експлуатації товару від дня введення виробу в експлуатацію, але не пізніше одного року з дня одержання виробу покупцем (споживачем), а щодо виробів народного споживання, які реалізуються через роздрібну торгівлю, - з дня роздрібного продажу речі, якщо інше не передбачено стандартами, технічними умовами або договором.

Відповідно до ч.4 ст. 269 ГК України, яка визначає два види гарантійних строків - гарантійний строк придатності та зберігання товарів, вони обчислюються від дня виготовлення товару. Слід заважити, що строк придатності, окремо від гарантійного строку, визначено у ст. 677 ЦК України. Це встановлений законом або іншими нормативно-правовими актами строк, зі спливом якого товар вважається непридатним для використання за призначенням. Гарантійний строк зберігання – це термін, протягом якого споживчі властивості товару не повинні погіршуватися за умови дотримання вимог нормативних документів.

Постачальник зобов'язаний поставити покупцеві товар, на який встановлено строк придатності, з таким розрахунком, щоб він міг бути використаний за призначенням до спливу цього строку. Варто зауважити, що строк придатності завжди повинен бути розташований на етикетці або ж додаватися до документації, що супроводжує товар.

Обов'язок усунути дефекти виробу, виявлені протягом гарантійного строку, в силу ч. 6 ст. 269 ГК України покладаються на постачальника (виробника), який здійснює їх за свій рахунок. У постачальника є й інша, передбачена цією ж частиною коментованої статті, можливість належним чином виконати умови договору щодо якості поставленого товару. Мова йде про заміну товару.

Список використаних джерел:

1. Господарський кодекс України
2. Закон України «Про поставки продукції для державних потреб»// Відомості Верховної Ради України. 2000 . Ст 246.
3. Цивільний кодекс України: Офіційний текст зі змінами та доповненнями станом на 23 лютого 2019 р. – К. Форум 2009.
4. Господарське право України: Підручник / Під ред. А.С. Васильєва, О.П. Підцерковного. – 4-е вид., доповнене. – Х.: «Одиссей», 2010. – 488 с.
5. Господарське законодавство України: 36 нормативних актів / Уклад. В. С. Щербина, О. В. Щербина. - К.: Атіка, 2001

ПРАВОВИЙ ЗАХИСТ ПРИПИНЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Коваленко Н., Коломієць Г.

Науковий керівник: Леонтєєва Л.В., к.ю.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Економічна система сучасної України перебуває в стані розвитку, що породжує необхідність постійно вдосконалювати правові норми, які регулюють господарську діяльність суб'єктів господарювання. Досить актуальним є дослідження стану забезпечення функціонування системи захисту прав і законних інтересів суб'єктів господарювання та обґрунтування пропозицій щодо вдосконалення чинного законодавства. Суб'єкти господарювання – це організації, які на основі юридичне відокремленого майна в межах своєї господарської компетенції безпосередньо здійснюють господарську діяльність і використання її результатів або управлінську діяльність в економіці. Правове регулювання створення та діяльності суб'єктів господарювання в Україні здійснюється відповідно до норм Господарського кодексу України, Цивільного кодексу України і деяких спеціальних законів.

Сучасна система регулювання суб'єктів господарювання складається з двох рівнів: міжнародного і національного. Останній поділяється на судову та не судову системи. Право на судовий захист декларує ст.55 Конституції України, а саме: “кожному гарантується право на оскарження в суді рішень, дій чи бездіяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування посадових і службових осіб” [1, с.3]. Зі змісту цієї статті слідує, що судовому захисту підлягають будь які права й інтереси суб'єктів господарської діяльності незалежно від рівня нормативно-правового акту, у якому вони закріплені. Конституційне право кожного на судовий захист означає, що “будь-яка особа може подати скаргу про порушення його прав і свобод у відповідний суд, а останній зобов'язаний її прийняти, розглянути по суті і винести законне і обґрунтоване рішення”. Забезпечення захисту гарантованих Конституцією України та законами прав і свобод людини і громадянина, прав і законних інтересів юридичних осіб, інтересів суспільства і держави є завданням правосуддя, що здійснюється судами усіх гілок судової влади відповідно до ст.2 Закону України “Про судоустрій України” [2, с.3].

Захист господарюючих суб'єктів від неправомірного втручання в їх господарську діяльність третіх осіб має також конституційну основу. Відповідно до ст.42 Конституції України право на незаборошену законом підприємницьку діяльність, що є різновидом господарської, є конституційним правом людини і громадянина. Саме ця стаття визначає і обов'язок держави захищати права споживачів, здійснювати контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяти діяльності громадських організацій споживачів.

Щодо процесу припинення діяльності підприємств, існує ряд законів, якими регулюється дана процедура, а саме, законами України «Про підприємство», «Про підприємства в Україні», «Про господарські товариства», «Про відновлення платоспроможності боржника чи визнання його банкрутом», Цивільним кодексом України, постановою Кабінету Міністрів України від 25.05.98р. №740 «Про порядок державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності» і т.д [3]. Суб'єкт господарювання може або зовсім перестати займатися господарською діяльністю або тимчасово не здійснювати її.

У першому випадку можна розглядати це, як припинення діяльності тільки тоді, коли суб'єкт господарювання продовжує існувати, як суб'єкт права, має відповідний обсяг правосуб'єктивності, але не бажає займатися підприємницькою діяльністю, і таке рішення носить остаточний характер. У юридичній літературі можна зустріти погляди фахівців з господарського права відносно того, що припиненням діяльності є і припинення якого-небудь її виду [4, с.23].

В другому випадку, мова йде не про припинення підприємницької діяльності, а про її призупинення, коли суб'єкт не здійснює підприємницьку діяльність за якимись причинами об'єктивного чи суб'єктивного характеру, протягом визначеного терміну, а потім відновлює здійснення комерційної діяльності. Тому, не можна погодитися з позицією В.С Щербини, що вважає тимчасове не здійснення підприємницької діяльності одним з окремих випадків припинення підприємницької діяльності. Припинення господарської діяльності, її призупинення спричиняє різні правові наслідки.

Список використаних джерел:

1. Конституція України// Відомості Верховної Ради України. – 1996. - №254 к/96-В. – Ст.42, Ст.55;
2. Закон України «Про судоустрій»// Відомості Верховної Ради України. – 2002. – №3018. – Ст.2.

3. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003р. №435// [Електронний ресурс] – Режим доступу: // <http://zakon1.rada.gov.ua>
4. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003р. №436// [Електронний ресурс] – Режим доступу: // <http://zakon1.rada.gov.ua>

АНАЛІЗ І ОЦІНКА ЯКОСТІ ПРОЦЕСІВ СПОЖИВАННЯ ПОСЛУГ ЩОДО АВТОБУСНИХ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

*Бабич А. П., к.в.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В інтегрованому процесі менеджменту якості автобусних пасажирських перевезень важливе місце займає процеси споживання таких послуг. Управління встановленням і підтриманням взаємовигідних зв'язків між виробником і споживачем, прогнозування динаміки вимог цільового ринку є предметом маркетингового менеджменту як важливої функції бізнесу, розуміння і чітке виконання якої значно знижують ризики діяльності підприємства в умовах швидкоплинного зовнішнього середовища.

Орієнтація сучасного бізнесу на клієнта (споживача) дали значний поштовх щодо наукових досліджень в області управління якістю процесів споживання.

Для автотранспортних підприємств, які, на сьогоднішній день, є основними «виробниками» послуг щодо пасажирських автобусних перевезень, процеси маркетингового менеджменту підприємства, як складової процесу менеджменту якості, спрямовані на дослідження вимог сучасного споживача до якості цих послуг та розробку таких стратегій якості, які б дозволяли підвищувати рівень задоволеності споживача і будувати стійкі, взаємовигідні зв'язки в системі «підприємство - споживач».

Розуміння системного характеру взаємовідносин між виробником (суб'єктом управління) і споживачем послуг щодо автобусних пасажирських перевезень (об'єктом управління) та головної мети функціонування такої системи – взаємовигідний зв'язок суб'єкта і об'єкта управління, сутність якого полягає в якості процесу, що їх об'єднує (споживання послуг щодо автобусних пасажирських перевезень) є підґрунтям до наукових досліджень методів та прийомів аналізу і оцінки якості процесів споживання таких послуг, як відправного пункту до вибору (розробки) стратегій якості.

Ефективний управлінський вплив на якість взаємовідносин між виробником і споживачем послуг автобусних пасажирських перевезень можливий тільки за умов дослідження факторів, за яких формуються і протікають процеси споживання і за яких виникають проблеми між суб'єктом і об'єктом управління. Ґрунтовне, оперативне рішення цих проблем і являє собою зміст управління якістю процесів споживання.

У формуванні якості процесів споживання в системі «автотранспортне підприємство – пасажир автобусу» домінуючу роль відіграють такі фактори як особливості товару, який є предметом взаємозв'язків складових системи (суб'єкту і об'єкту) – послуга і особливості структури такої системи – наявність посередників (автобусні станції, пункти продажу квитків, сервісні установ тощо.). Саме теоретичні підходи до аналізу і оцінки впливу цих специфічних факторів на якість процесів споживання не знайшли ґрунтовних наукових досліджень у відомих автору джерелах, що визначає певну наукову проблему і актуальність наукових досліджень щодо подальшого розвитку теорії аналізу та оцінки якості процесів споживання послуг автобусних пасажирських перевезень

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА ЗА КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

*Куліш Д.С.
Науковий керівник: Бабич А.П., к.в.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

За сучасних умов адаптації господарюючих суб'єктів лісової галузі до ринкової моделі господарювання, важливим фактором ринкової трансформації таких суб'єктів є зовнішньоекономічне діяльність. Максимальну можливість підприємства при існуючому рівні власних потужностей ви-

робляти товари або надавати послуги, які конкурентоспроможні на зарубіжних ринках у відомих наукових дослідженнях визначають як експортний потенціал підприємства.

Таке трактування експортного потенціалу враховує три важливих аспекти: можливості підприємства виробляти продукцію на експорт, можливості підприємства формувати попит на свою продукцію на зарубіжному ринку, можливості підприємства виробляти конкурентоспроможну продукцію. В той же час для підприємств лісового господарства, які використовують для виготовлення експортної продукції унікальні природні лісові ресурси, потенціальні можливості щодо експортної діяльності можуть наступати тільки тоді, коли вилучення таких ресурсів на експорт буде за умов дотримання екологічно безпечного стану лісу і лісових територій підприємств лісового господарства. Тому, за концепції сталого природокористування, існує необхідність розвитку поняття експортного потенціалу підприємств лісового господарства.

На думку автора, експортний потенціал підприємства лісового господарства – це здатність підприємства максимально використовувати свої наявні і перспективні лісові ресурси для виробництва товарів і надання послуг, які користуються попитом і конкурентоспроможні на зарубіжному ринку за умов забезпечення екологічно безпечного стану лісу і лісових територій господарств.

ВИДИ МЕТОДІВ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ

Єремєєва Х.А.

Науковий керівник: Стогул О.І., к.е.н, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

У сучасних системах управління автостанції все більш помітну роль відіграє управління якістю послуг. Пояснюється тим, що якість послуг повинна гарантувати їх безпеку і екологічність, забезпечувати можливість їх обов'язкової сертифікації, що контролюється державними наглядовими органами.

Формування, впровадження, реалізація якості вимагає розгляду різних методів та способів. На сьогоднішній день немає єдиного правильного методу. Автори по різному розглядають процес забезпечення якістю споживачів. Розглянемо декілька з них.

«Точка дотику» (serviceencounter) - процес взаємодії між персоналом автостанції і споживачами в момент споживання послуги. Менеджер з маркетингу фіксує і перераховує всі ті моменти, коли споживач контактує з персоналом фірми в процесі споживання послуги. На основі аналізу він може визначити профіль вимог до персоналу, розробити модель якості надаваних послуг, визначити фактори впливу на споживача, а також скоротити або збільшити кількість точок дотику.

Концепція «нейтральних зон» Ч. Бернарда, якщо обслуговування опиняється в зоні прийнятного або очікуваного, дуже мало надій на те, що задоволення буде отримано. Тільки тоді, коли якість і рівень обслуговування опиняються за межами цієї нейтральної зони, споживач переживає почуття задоволення або незадоволення. Чим більш важливими для споживача є ті чи інші елементи обслуговування, тим більш вузькою є нейтральна зона, тим меншою мірою нейтральним залишатиметься споживач стосовно пропонованого обслуговування.

На основі цієї ідеї Е. Кедотт і Н. Терджен створили типологію ефективності елементів обслуговування. Вони запропонували чотири класифікатора для визначення важливості елементів обслуговування виходячи із сприйняття споживачів: критичні, нейтральні, приносять задоволення, приносять розчарування.

Виробничий підхід де акцент на використанні ресурси. Він включає в себе: забезпечення ресурсами, організацію технологічних процесів надання послуги, організацію обслуговування. Це важливий процес у забезпеченні якості, але він не охоплює увесь комплекс робіт по управлінню та забезпеченню якістю.

Більш повне та конкретизований комплекс робіт пропонує Мішин В.М. Він відносить такі види робіт, як: проектування, реалізація СУЯ, сертифікацію та документацію СУЯ, інформаційне забезпечення та мотивацію персоналу.

В загальному вигляді система представляється як сукупність залежних один від одного елементів. Але її слід розглядати як процес, котрий поділений на різні під процеси. Процесами мають виступати: забезпечення рівня якості в цілому, необхідного рівня та ресурсів забезпечення.

Для того, щоб краще зрозуміти і розглянути забезпечення якості споживачів на автостанції будемо використовувати методологію структурного аналізу IDEF0.

Методологія функціонального моделювання IDEF0 - це технологія опису системи в цілому як безлічі взаємозалежних дій, або функцій. Формалізований підхід до створення функціональних моделей – структурних схем досліджуваного процесу або системи. Схеми будуються за ієрархічним принципом з необхідним ступенем деталізації і допомагають розібратися в тому, що відбувається у досліджуваній системі або процесі, які функції виконуються і в які відносини вступають між собою і з навколишнім середовищем її функціональні блоки.

Представлена контекстна діаграма забезпечення якості. Де «вхід» – ресурси забезпечення автостанції, а саме методи та підходи; «вихід» - результат, а саме заходи підвищення якості обслуговування. Щоб опис був детальним, зобразимо у вигляді декомпозиційних діаграм двох рівнів. У діаграмі 1-го рівня — розглянемо процес забезпечення якості в цілому. Підпроцесами якого будуть виступати: процес забезпечення якості; навчання персоналу, контролю задоволення якістю споживачів. Діаграма 2-го рівня включає: визначення потреб у навчанні персоналу, контролі, організації навчання і мотивації персоналу, реалізації програми навчання, контролю.

Таким чином, розглянуті методичні підходи забезпечення необхідного рівня якості обслуговування пасажирів автостанції. Оскільки методів багато, немає потреби в використанні всіх. Слід чітко визначити, котрі будуть найбільш повно показувати проблемну ситуацію, де можливо розглянути кожний процес окремо, а після чого розробити систему заходів покращення якості обслуговування.

МЕНЕДЖМЕНТ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Ісаєва М.В.,

*Науковий керівник: Климчук Ю.В., к. ю. н., доцент
Харківського національного автомобільно-дорожнього університету*

Менеджмент – це система управління певним об'єктом, що включає сукупність принципів, методів, форм і прийомів управління. Вироблення управлінських рішень заснована на зборі, передачі і обробці необхідної інформації. За інституційним сферам орієнтований на: бізнес, державні соціально-економічні системи та некомерційні недержавні інституційні організації.

Функції менеджменту:

Виробництво результатів – забезпечує результативність організації в короткостроковому аспекті.

Адміністрування – підтримання порядку в організаційних процесах.

Підприємництво – це вид діяльності людей, спрямований на створення матеріальних благ і послуг з метою отримання прибутку, але з великим ризиком втрати первісного капіталу.

Інтеграція – створення системи цінностей, стимулюючих людей діяти спільно, забезпечення життєздатності та ефективності організації в довгостроковій перспективі.

Елементи системи менеджменту: 1) Місія організації. 2) Цілі організації. 3) Організаційна схема підпорядкованості. 4) Підрозділи. 5) Показники оцінки результативності діяльності (KPI). 6) Регламентні роботи. 7) Система вимірювань діяльності.

Економічний процес – будь-який процес, що впливає на виробництво і розвиток і управління матеріальних благ.

Дефляція – скорочення економічної активності призвело до зниження цін спрямованого на поліпшення платіжного балансу.

Вимога – вміння і бажання купувати товари та послуги "; автомобіль до зниження попиту на buggywhips", "попит перевищив пропозицію".

Економічне зростання – стійке зростання продуктивного потенціалу економіки (а значить, зростання національного доходу).

Глобалізація – зростання на глобальному або міжнародному масштабі; "глобалізація галузі".

Інфляція, зростання цін – загальний і постійний ріст цін, "при інфляції все стає більш цінним, крім грошей".

Ринкові сили – взаємодія попиту і пропозиції, який формує ринкову економіку, спіральні - безперервно прискорюються зміни в економіці.

Економічні процеси:

Витрати – гроші, виплачувані особою, організація, корпорація або уряд в обмін на товари і послуги.

Доходи – гроші отримав від особи, організації, корпорації або уряд в обмін на товари і послуги. Людина буде отримувати зарплату, поради та заробітної плати; корпорація отримуватиме прибуток і продажі, і уряд буде отримувати податки.

Зміни капіталу (знос, руйнування, інвестиції).

Виробництво сировини – створення, збирання або видобуток сировини для виробництва товарів і послуг, особливо безпосередньо з навколишнього середовища. Це включає в себе всі види діяльності, такі як збір врожаю, гірничодобувна промисловість, лісозаготівлі, рибальство і т. п.

Відходи виробництва – скидання в воду, повітря, ґрунт.

Список використаних джерел:

1. Бир С. Мозг фирмы. – 2-е изд. – М.: URSS, 2005. – 416 с.
2. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке. – М.: «Вильямс», 2007. – 272 с.
3. Друкер П. Практика менеджмента. – М.: «Вильямс», 2007. – 400 с.
4. Зотов В. В., Пресняков В. Ф., Розенталь О. В. Институциональные проблемы реализации системных функций экономики //Экономическая наука современной России. — 2001. — № 3. — С. 51-69.
5. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – 3-е изд. – М.: Вильямс, 2007. –672 с.
6. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. – 2-е изд., переработанное. – М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. –330 с.

Сучасні тенденції розвитку світової економіки

Збірник матеріалів VII Міжнародної науково-практичної конференції
22 травня 2015 р.

Відповідальний за випуск

Горовий Д.А.

В авторській редакції

План 2015 р., поз. № ____

Підп. до друку __.__. 2015 Формат 60 x 90 1/8

Папір офсетний. Друк RISO.

Ум. – друк. арк. Обл. – вид. арк. ____

Тираж прим. Зам. № ____ Ціна договірна

Віддруковано ФОП Павлов М.Ю.

*Свідоцтво В03 №676149, видане Вовчанською районною державною адміністрацією
Харківської області 22.09.2009 р.*