

НАУКА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції

(10–11 жовтня 2013 р.)

У восьми томах

Том 1

**Мікро- та макроекономіка:
питання та шляхи ефективного розвитку**

Дніпропетровськ
Видавець Біла К. О.
2013

УДК 336
ББК 65
Н 34

НАУКА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції

СКЛАД ВИДАННЯ

- | | |
|--|--|
| Том 1. Мікро- та макроекономіка: питання та шляхи ефективного розвитку | Том 5. Наукові праці з мистецтвознавства, культурології та педагогіки |
| Том 2. Актуальні питання сталого розвитку економіки | Том 6. Наукові дослідження з філології |
| Том 3. Технічні науки | Том 7. Сучасні проблеми та їх вирішення |
| Том 4. Наукові публікації біолого-медичного напрямку, психології та фізичного розвитку людини | Том 8. Актуальні дослідження з гуманітарних наук |

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ:

Голова оргкомітету:

Корецький М. Х. – д. держ. упр., професор, Заслужений діяч науки і техніки України, проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків Національного університету водного господарства та природокористування, м. Рівне.

Члени оргкомітету:

- Бакуменко С. Д. – д. держ. упр., професор, Заслужений діяч науки і техніки України, проректор з наукової роботи Академії муніципального управління, м. Київ;
- Дацій О. І. – д. е. н., професор, Заслужений працівник освіти України, директор Науково-навчального інституту регіонального управління та місцевого самоврядування Академії муніципального управління, м. Київ;
- Бутко М. П. – д. е. н., професор, завідувач кафедри менеджменту організацій та державного управління Чернігівського державного технологічного університету.

Н 34 Наука в інформаційному просторі : матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. конф., 10–11 жовт. 2013 р. : у 8 т. – Дніпропетровськ : Біла К. О., 2013.

ISBN 978-617-645-140-2

Т. 1 : Мікро- та макроекономіка: питання та шляхи ефективного розвитку. – 2013. – 83 с.

ISBN 978-617-645-141-9

У збірнику надруковано матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Наука в інформаційному просторі».

Для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗів та наукових закладів.

УДК 336
ББК 65

ISBN 978-617-645-140-2

ISBN 978-617-645-141-9 (Т. 1)

© Авторський колектив, 2013

Симонян С. М.

Кубанский государственный университет,

г. Краснодар, Российская Федерация

**ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ
РОССИИ И ШВЕЙЦАРИИ. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

История отношений между Россией и Швейцарией насчитывает без малого два столетия. Первое российское Посольство в 1814 г. возглавил видный российский дипломат И. А. Каподистрия, непосредственно участвовавший в работе над проектом Конституции Конфедерации. Его же рукой были подписаны заключительные документы Венского конгресса 1815 г., провозглашавшие Российскую империю одним из гарантов швейцарского нейтралитета. С тех пор нейтральный статус Швейцарии остается важной константой в нашем двустороннем диалоге.

За столь длительное время в нем отмечались как подъемы, так и спады. На протяжении большей части XX века о благоприятной атмосфере говорить не приходилось, а с 1918 по 1946 г. дипотношения были разорваны вообще. Лишь после окончания холодной войны в условиях иных реалий Россия и Швейцария по-новому взглянули друг на друга. Начиная с 1992 г., процесс активизации двустороннего сотрудничества постоянно набирал обороты, а последние годы ознаменованы его выходом на беспрецедентно высокий уровень.

В 2005 году правительство Швейцарии выбрало Россию как стратегического партнера и как результат стали развиваться разносторонние экспортно-импортные отношения между нашими странами.

На сегодняшний день в России работают около 200 швейцарских предприятий различной производственной направленности. Кроме того, швейцарское

посольство в России – самое крупное швейцарское посольство в мире, что говорит о серьёзности сложившихся между странами отношений.

Огорчает только один факт. Различия в структуре экспортируемых товаров между странами. Основными направлениями экспорта Швейцарии является фармацевтика, машиностроительный бизнес и часовое производство. Весь спектр экспортируемых Швейцарией товаров основан на высокотехнологичном производстве с применением новых технологий и обязательной инновационной компонентой, чего нельзя сказать об экспорте с российской стороны.

На сегодняшний момент структура российского экспорта в Швецию состоит из двух основных компонентов, это драгоценные металлы и энергоносители. В структуре российского экспорта преобладают энергоносители (55%), драгоценные камни и металлы (21,7%), металлы и изделия из них (18,3%), в структуре импорта – фармацевтическая (45%), машиностроительная (13%), электротехническая продукция (8,1%), оптические и измерительные инструменты и аппараты (7,0%), часы (6,6%). Что наталкивает на ассоциацию со странами «третьего мира», которые экспортируют сырьё, не имеют высокотехнологичного производства и соответственно имеют низкий уровень жизни населения.

Картина, прямо скажем, не радует, тем более что структура экспорта в другие высокоразвитые страны не сильно отличается. Т.е. по факту нам кроме ресурсов, пока имеющихся в достаточных количествах, нечего предложить нашим зарубежным партнерам. Конечно, можно возразить, а как же продукция сельского хозяйства, но опять же мы поставляем лишь сырьё, но не готовую продукцию пищевых производств.

Для того чтобы изменить сложившуюся ситуацию необходимо модернизировать всю экономику страны, переориентировать её на, преимущественно, производственную направленность, подкреплённую развитием новых технологий и наукоемких производств. Для этого необходимо поддерживать инноваторов и развитие инновационных производств, менять институциональную структуру экономики и многое другое.

Но мы немного отошли от темы. Не будем забывать о том, что внешнеэкономические отношения затрагивают не только сферу товарного обмена,

но и сферу капитала. По данным журнала «Вестник» торгово-промышленной палаты РФ с 2011 года по количеству инвестиций в Россию Швейцария находится на первом месте. По данным российской статистики за первое полугодие 2012 г., объем накопленных швейцарских инвестиций в России составил 4,9 млрд. долл. США (12-е место среди стран-инвесторов), в т.ч. прямых – 2,2 млрд. долл. США; российских в Швейцарии – 7,0 млрд. долл. США, в т.ч. прямых – 2,7 млрд. долл. США). Крупнейшие швейцарские инвесторы в России – компания «Нестле» (пищевая промышленность), концерн «АББ» (производство высоко- и низковольтного оборудования для промышленности, строительства и жилищно-коммунального хозяйства), концерн «Шиндлер» (производитель лифтового и эскалаторного оборудования). Всего в России зарегистрировано более 600 компаний с участием швейцарского капитала. Среди крупных российских инвесторов в Швейцарии – Группа компаний «Ренова» (более 3 млрд. долл. США), компании «РусАл» и «СУАЛ».

Таким образом, можно сделать следующие выводы. В экономической сфере финансовые связи являются определяющим фактором. Швейцария является важной финансовой площадкой для капитала из России. Российские природные ресурсы также играют важную роль в торговле сырьевыми товарами, что стало ключевой частью экономики Швейцарии. В результате значительная часть российского экспорта нефти проходит через, работающих в Швейцарии трейдеров. Около трети торгуемой в Швейцарии нефти поступает из России. Торговля реальными товарами с Россией в сравнении с этими показателями не является столь значительной: в 2012 году швейцарский импорт из России составил примерно 0,54 миллиарда швейцарских франков, тогда как экспорт находился на уровне 2,96 миллиарда швейцарских франков.

Интенсификация швейцарско-российских отношений дает определенные преимущества обеим сторонам. Так, например, Россия получает выгоду от поддержки Швейцарией продвижения Москвы на пути ее превращения в финансовый центр, от сотрудничества в области энергоэффективности и проведения экономической модернизации, а также в области реформы уголовного права

и исправительной системы для несовершеннолетних. На политико-стратегическом уровне Швейцария в основном представляет интерес для России как потенциальный посредник в отношениях с «фалангой» европейских государств Евросоюза и НАТО. Со своей стороны Швейцария получает пользу от хороших контактов с Москвой, в том числе в рамках нынешнего председательства России в группе G20. Впервые Швейцария была приглашена принять участие в проходящей в рамках группы G20 встрече министров финансов и глав центральных банков. Однако Швейцария не получила приглашение на саммит, который будет проходить в сентябре 2013 года.

За счет своего интенсивного сотрудничества с Россией Швейцарии удалось улучшить отношения со стратегически влиятельной страной, а также повысить свой международный престиж. В то же самое время, взвешивая свои интересы, Берн не должен упускать из вида стратегические интересы России и ему необходимо позаботиться о том, чтобы не потерять на стороне своих европейских соседей и других партнеров того, что приобретается в отношениях с Москвой.

К. е. н. Табенська О. І.

Вінницький національний аграрний університет, Україна

НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Однією з основних ознак сучасного світового господарства є розгортання процесів глобалізації, які суттєво впливають на систему міжнародних економічних відносин, трансформують напрями та визначають тенденції розвитку національних економік. Якісне удосконалення міжнародних економічних відносин протягом останнього часу зумовило інтенсифікацію конкурентної боротьби між країнами на світових ринках товарів, послуг і факторів виробництва. З огляду на це виникає необхідність у переосмисленні впливу економічної глобалізації на розвиток світового господарства.

Покращення показників світової торгівлі протягом останніх десятиліть викликане, насамперед, лібералізацією зовнішньоекономічної діяльності та зростанням відкритості національних економік, активізацією глобальної експансії корпорацій розвинених країн, існуванням достатньо ефективної міжнародної системи регулювання торговельних відносин [1, с. 15–21].

Українські вчені-економісти зазначають, що експорт можливий двох різновидів: непрямий і прямий. За непрямого експорту підприємство користується послугами посередників, а за прямого проводить експортні операції самостійно.

Підприємства, що тільки розпочинають свою експортну діяльність використовують непрямий експорт. Вони віддають перевагу даному варіанту з двох причин. По-перше, такий експорт потребує меншого обсягу капіталовкладень, оскільки підприємству не доводиться створювати за кордоном власний торговий апарат або налагоджувати мережу контактів. По-друге, за непрямого експорту підприємство менше ризикує.

Також існує стратегія прямого інвестування. Велика кількість підприємств, що ведуть зовнішню торгівлю, з часом засновують за кордоном власні виробничі філії для виготовлення товарів, споживаних на іноземному ринку. Цей спосіб виходу на зовнішній ринок передбачає інвестування капіталу в створення за кордоном власних складальних або виробничих підрозділів, забезпечуючи найбільш повне залучення підприємства до зовнішньоекономічної діяльності.

Фірма може керуватися такими мотивами:

- вертикальна інтеграція, коли необхідний контроль над різними етапами проходження товару від стадії сировини до його розподілу. Товари і маркетинг досить складні і вимагають об'єднання ресурсів декількох країн;
- міждержавна раціоналізація виробництва, коли є істотні розходження у вартості робочої сили, капіталу, сировини [2, с. 150–179].

Ускладнення умов бізнес-середовища, загострення конкурентної боротьби суб'єктів господарювання за уподобання споживачів, активізація пошуку засобів завоювання прихильності покупців вимагають від підприємців забезпечення свого місця на ринку, що є результатом вибору серед альтернативних варіантів

у межах системи координат «зростання-розвиток», з орієнтацією на досягнення довгострокових конкурентних переваг.

Різноманітні форми об'єднання підприємств мають прояв практично на всіх ринках. Проте питання формування підприємницьких мереж саме в Україні, дослідження їхньої сутності, розробки класифікації і розгляду особливостей функціонування у різних сферах діяльності на сьогодні є недостатньо вивченими.

Слід зазначити, що підприємницькі мережі можливо визначити як нову складну форму організації взаємодії між суб'єктами господарювання, яка передбачає об'єднання їхніх ресурсів і ділової активності з метою створення додаткових конкурентних переваг на ринку за рахунок втілення управлінських рішень у вигляді певних проектів.

У сучасних умовах швидкої зміни якісних і кількісних характеристик еволюційного розвитку роздрібною торгівлі та запеклої боротьби за покупця постачальникам товарів необхідно бачити у торговельних мережах потенційних партнерів, розуміти їхні вимоги і максимально оптимізувати бізнес-процеси всередині компанії для успішного, а головне, рентабельного співробітництва. Все це дозволить «увійти до мережі» і встановити партнерські відносини.

Такий підхід орієнтований на забезпечення та підвищення конкурентоспроможності усіх підприємств, які входять до складу ланцюга поставок. Зважаючи на обмеженість ресурсів кожного елемента такої складної структури, як підприємницька мережа, завдання управління нею полягає у забезпеченні тісної взаємодії між учасниками-партнерами, що дозволить підтримувати потенціал компаній на належному рівні як для досягнення поточних цілей бізнесу, так і для його розвитку у більш довгостроковій перспективі [3, с. 96–100].

Сучасне динамічне ринкове середовище вимагає від українських підприємств постійного удосконалення систем управління і інформаційних систем їх підтримки з метою підвищення своїх потенційних можливостей, стратегічного потенціалу і зрештою підвищення конкурентоспроможності.

Одним з основних напрямів створення ефективної системи управління підприємством, орієнтованої на підвищення його потенційних можливостей, може стати застосування процесного підходу до перетворення самої системи

управління фінансово-господарською діяльністю шляхом реінжинірингу (біореінжинірингу) бізнес-процесів, що передбачає впровадження передових інформаційних технологій і підвищення компетенції персоналу на основі управління потоками знань.

Біореінжиніринг – організоване проектування генетичної архітектури підприємства (як живого організму), що досягається в результаті одночасної роботи у напрямках: перетворення свідомості, реструктуризація, поживлення, оновлення. Це фундаментальне переосмислення і проектування бізнес-процесів організації з метою досягнення корінних поліпшень основних показників діяльності, таких як вартість, послуги, темпи, якість.

Даний підхід, заснований на позиціях управління ключовими процесами, переводить завдання з суто управлінської області в сферу системного аналізу і моделювання, і дозволяє створити конкурентоздатне підприємство за допомогою системи біореінжинірингу (рис. 1).



Рис. 1. Створення висококонкурентоздатного підприємства за допомогою системи біореінжинірингу
(Джерело: [4, с. 101–102])

Головними мотивами використання підприємств з іноземними інвестиціями, як стратегії входження в зарубіжний ринок є зниження капітальних витрат та зниження ризику при створенні нових потужностей; придбання джерел сировини або нової виробничої бази; розширення діючих виробничих потужностей; реалізація переваг нижчої вартості чинників виробництва; пристосування до процесу скорочення життєвого циклу продукції; підвищення ефективності існуючого маркетингу; здобуття нових каналів торгівлі; можливість проникнення на конкретний географічний ринок; вивчення потреб, набуття українського досвіду на нових ринках; пристосування до країни, що приймає.

Розглянемо показники, за якими оцінюється український партнер за спільною підприємницькою діяльністю (рис. 2).



Рис. 2. Показники, за якими оцінюється український партнер за спільною підприємницькою діяльністю
(Джерело: [5, с. 26–29])

Визначаючи економічну сутність спільного підприємництва, неможливо не підкреслити той факт, що зовнішньоекономічна діяльність відіграє значну роль у його створенні. Зовнішньоекономічний фактор є значним та вагомим джерелом

стимулів серед інших підходів до визначення економічної сутності СП бо виступає у якості рушійної сили для його створення, яка спричинена міжнародною конкуренцією та міжнародним поділом праці.

Комерційний інтерес до зовнішньоекономічної діяльності зумовлений ціновими і якісними параметрами продукції, а також наявністю більш сприятливих факторів і умов виробництва. За рахунок даних факторів виникає МПП (міжнародний поділ праці), на основі якого підприємства розгортають зовнішньоекономічну діяльність [6, с. 45–47].

У результаті перенесення частини виробничого процесу за кордон ТНК мають можливість використовувати конкурентні переваги та ресурсну базу багатьох країн. Держава-реципієнт отримує фінансові впливання через прямі іноземні інвестиції, спостерігається прискорення залучення новітніх технологічних досягнень, управлінського досвіду. Географічно різновекторна спрямованість діяльності підрозділів ТНК різних країн дає можливість зменшувати трансакційні витрати за рахунок використання у власних інтересах особливостей державної політики, зокрема податкового законодавства, різниці в курсах валют тощо [7, с. 35–41].

Отже, необхідно продовжувати дослідження напрямів оптимізації зовнішньоекономічної діяльності підприємств в Україні в умовах глобалізації та інтернаціоналізації господарського життя. Досить актуальним є використання зарубіжного досвіду інноваційної моделі підприємницької діяльності, що сприяє виготовленню конкурентоспроможної продукції, яка відповідає міжнародним стандартам якості.

Список використаних джерел:

1. Бозуленко О. Я. Економічний розвиток світового господарства в умовах глобалізації / О. Я. Бозуленко // Економічний простір: зб. наук. пр. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2010. – № 37. – С. 15–21.
2. Тюріна Н. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Н. М. Тюріна, Н. С. Карвацка // М-во освіти і науки, молоді та спорту України. – К.: Центр учб. літер., 2013. – С. 238–243.
3. Кавун О. О. Підприємницькі мережі у роздрібній торгівлі України: сутність, класифікація і перспективи формування / О. О. Кавун // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 5 (107). – С. 96–100.
4. Лосєва Х. Г. Реінжиніринг бізнес-планування як процес вдосконалення управління конкурентоспроможністю підприємства / Х. Г. Лосєва // Економіка та держава. Сер. «Економічна наука». – 2012. – № 2. – С. 101–102.
5. Вишняков В. М. Підприємства з іноземними інвестиціями як фактор розширення інтеграційних процесів в Україні / В. М. Вишняков // Держава та регіони. Сер. «Економіка та підприємництво». – 2009. – № 9. – С. 26–29.

6. Кахович Ю. О. Зовнішньоекономічна діяльність як рушійна сила створення спільних підприємств / Ю. О. Кахович // Інвестиції: практика та досвід. Сер. «Загальні питання економіки». – 2010. – № 18. – С. 45–47.
7. Сорока І. Б. Транснаціональні корпорації та їхня роль у процесі активізації міжнародної інтеграції / І. Б. Сорока // Актуальні проблеми економіки. Сер. «Світове господарство і міжнародні економічні відносини». – 2009. – № 9 (99). – С. 35–41.

Економіка та управління національним господарством

К. э. н. Азизов Г. С.

Севастопольский национальный технический университет, Украина

О ЗАКОНОМЕРНОСТИ НЕРАВНОМЕРНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ

В общественном воспроизводстве можно выделить три закона неравномерного развития территориальных единиц экономики страны: закон неравномерного развития промышленности регионов, закон неравномерного развития сельского хозяйства регионов; закон неравномерного развития банковской системы страны. В совокупности эти законы определяют закономерность неравномерного развития экономических регионов страны.

Результатом воздействия обозначенных закономерностей выступает итоговый показатель выход валовой регионального продукта (ВРП) на душу населения по регионам страны (табл. 1).

Из данных таблицы видно, что за исследуемые 14 лет происходили процессы дальнейшего размежевания областей Украины по уровню ВРП в расчете на одного жителя.

Неравномерность развития выражалась в том, что одни регионы, например Днепропетровская область, увеличили выход ВРП в 20,3 раза, в то время как такие области как Черниговская в 11,9 раза. Сумская – в 11,5 раза, Ровенская – в 11,8 раза, Хмельницкая – в 11,5 раза и т.д. Это значит, что ряд областей развивался быстрыми темпам, а иные от них по темпам отставали. Если принять выходу ВРП в 2010г. по Черновицкой области за единицу, то разница

в уровне валового регионального продукта по областям оказалась такой: Днепропетровской области выше в 3,17 раза, Полтавской – в 2,75 раза, Донецкой – в 2,65 раза, Запорожской – в 2,6 раза, Киевской – в 2,3 раза, Харьковской – в 2,16 раза, Одесской – в 2 раза.

Из данных табл. 1 видно, что в 1996г. уже имелось существенное различие по уровню производства между областями Украины, но к 2010г. территориальные единицы еще больше дифференцировались.

**Таблица 1. Валовой региональный продукт в расчете на одного человека
(в фактических ценах, грн)***

Области Украины и АРК	1996	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2010г к 1996г, в раз
Украина	1356	2788	9372	11630	15496	20495	19832	23600	17,4
АРК	986	1937	6460	8101	10574	13898	13933	16507	16,7
Области:									
Винницкая	1145	2104	5966	7328	9159	12061	12145	14332	12,5
Волинская	942	2077	6285	7397	9711	12340	11796	13916	14,8
Днепропетровская	1706	3562	11909	15239	20868	30918	27737	34709	20,3
Донецкая	1646	3509	12490	15725	20197	26028	23137	28986	17,6
Житомирская	1199	1987	5554	6636	8485	11545	11419	14616	12,2
Закарпатская	723	1677	5373	6576	8452	10626	10081	12278	16,9
Запорожская	1821	3795	10683	13369	18022	23232	20614	23657	13,0
Ивано-Франковская	1012	2142	6916	8157	10055	12940	12485	14814	14,6
Киевская	1597	3255	8673	10918	15033	20593	21769	26140	16,4
Кировоградская	1069	1860	6394	7723	9546	13515	13096	15533	14,5
Луганская	1253	2439	8131	10085	13628	18338	16562	19788	15,8
Львовская	1095	2159	6657	8351	10915	13902	14093	16353	14,9
Николаевская	1299	2563	7801	9769	12227	16175	17050	20276	15,6
Одесская	1371	2828	8619	10379	13827	19638	20341	22544	16,4
Полтавская	1718	3423	11574	14330	18500	22476	22337	29652	17,3
Ровненская	1171	2118	6269	7724	9695	12217	11699	13785	11,8
Сумская	1364	2631	6497	7848	10249	13622	13631	15711	11,5
Тернопольская	930	1605	4603	5819	7510	9688	10240	11713	12,6
Харьковская	1410	2799	9025	11353	15645	21294	21228	23639	16,8
Херсонская	1048	1925	5713	6744	8122	11944	12256	14346	13,7
Хмельницкая	1233	2028	5764	7023	9100	11932	11780	13602	11,0
Черкасская	1357	2203	6681	8209	10331	14581	14393	17325	12,8
Черновицкая	893	1411	4654	5650	7369	9383	9771	10939	12,3
Черниговская	1296	2407	6474	7714	10081	13213	13121	15406	11,9

* Разработано автором по данным: Статистичний щорічник АРК за 2012 рік Головне управління статистики в АРК.

Но государство проводит политику социального выравнивания изымая от наиболее производительных областей и передает трансферты областям, которые не создали достаточного ВРП (рис. 1).

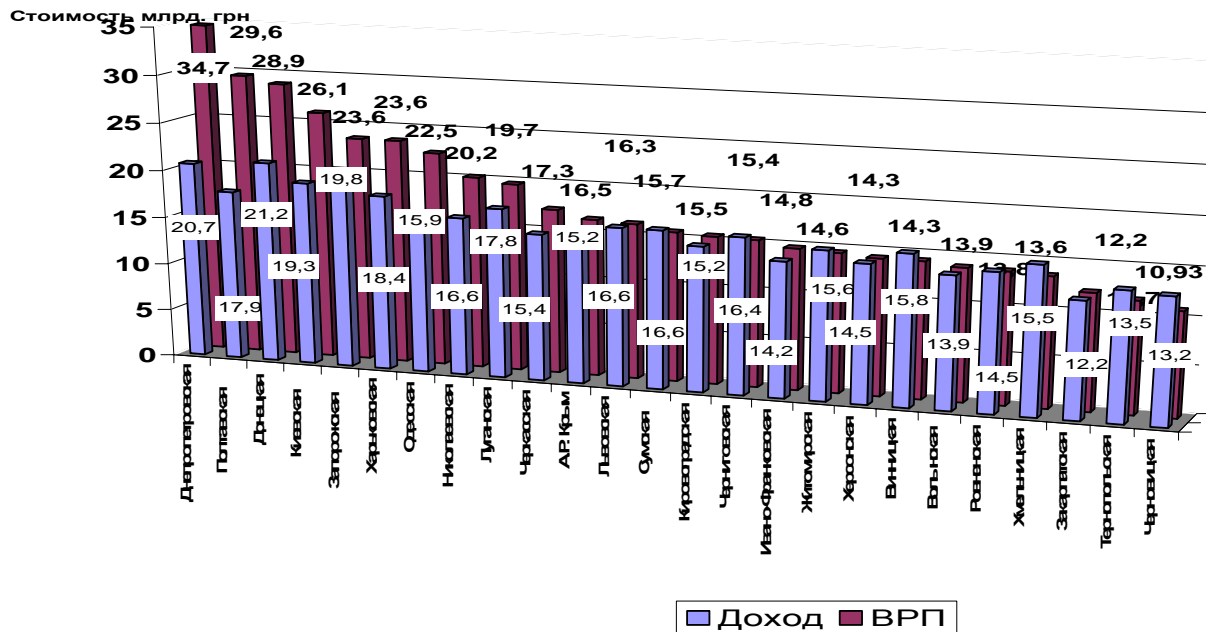


Рис. 1. Соотношение между валовым региональным продуктом и совокупным доходом в расчете на душу населения по областям Украины, 2010г.

Диаграмма показывает, что доход на душу населения в 11 областях Украины ВРП был выше среднего уровня, приходящегося на одного жителя. Это значит, что созданная валовая стоимость в наиболее развитых областях Украины государством перераспределяется в пользу тех областей, которые не создали достаточной добавленной валовой стоимости.

Обделенными чувствуют себя те области, которые создали большой валовой региональный продукт, а получили сравнительно невысокий душевой доход, вследствие его изъятия. Например, Днепропетровская область создала на одного жителя ВРП на сумму 34,1 тыс. грн., а получила доход 20,6 тыс. грн. Полтавская область создала на одного жителя ВРП на сумму 29,65 тыс. грн., а получила доход 17,38 тыс. грн.; Донецкая область создала на одного жителя ВРП на сумму 28,98 тыс. грн, а получила доход 21,36 тыс. грн.

Несомненно, что изъятие части ВВП тормозит экономическое развитие передовых районов страны, что сказывается и на общем развитии экономики Украины.

Василиха Н. В.

Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, Україна

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИЗМУ КАРПАТСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РАЙОНУ

Постановка проблеми. Карпатський економічний район залежить від такого провідного виду економічної діяльності як туризм. Розвиток туризму в Карпатах, в свою чергу, залежить від комплексної державної підтримки як на загально-економічному, так і регіональному рівні. Карпати мають унікальні і потужні туристичні ресурси, але в сучасних умовах не можливо в повній мірі реалізувати цей потенціал через відсутність комплексної, узгодженої програми розвитку і регулювання туризму на місцевому рівні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Досліджувана проблематика в тій чи іншій мірі була предметом вивчення таких вчених, як Г. Вачевський, В. Гавран, Н. Гук, П. Жук, В. Кравців, В. Петрук, Ф. Мазур, Р. Федан, С. Хлоп'як та інші. Не зважаючи на наявність потужної теоретичної бази, слід зазначити, що питання державного регулювання ринку туристичних послуг в Карпатському економічному районі до сьогодні не отримали достатньої уваги. Зокрема, це стосується стимулювання розвитку згадуваного туристичного регіону із залученням держави.

Виклад основного матеріалу. В цілому туристична сфера діяльності є однією з найбільш ефективних сфер економіки, надзвичайно прибутковим бізнесом. Туризм стимулює пошук фінансового розвитку, викликає зростаючий інтерес не лише в потенційних туристів, але і в інвесторів. Ця сфера виступає стабілізатором налагодження та зміцнення стосунків між країнами, дієвим фактором підвищення престижу України в міжнародному співробітництві. Нині доходи від туризму у світі складають більше 7% світового експорту та понад 20% міжнародної торгівлі послугами. В світі існують країни, що є переважно постачальниками туристів. Серед останніх – США, Бельгія, Данія, Німеччина, Голландія, Швеція, Канада, Великобританія. Найбільше приймають туристів – Австралія, Греція, Кіпр, Італія, Іспанія, Туреччина, Франція, Болгарія, а донедавна і Єгипет [1].

Україна донині не належить ні до першої, ні до другої групи, не дивлячись на те, що для розвитку туристичного бізнесу на її території є всі необхідні передумови, однак, останніми роками, спостерігаються яскраво виражені позитивні тенденції, які свідчать про поживавлення туристичної активності в Україні (табл. 1).

Таблиця 1. Туристичні потоки в Україні у 2000–2012 рр., тис. чол.

Рік	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон – усього	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну – усього	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього	Із загальної кількості туристів:			Кількість екскурсантів
				іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи	
2000	13422	6431	2014	378	285	1351	1644
2001	14849	9174	2175	416	271	1488	1874
2002	14729	10517	2265	418	303	1545	1992
2003	14795	12514	2857	591	344	1922	2691
2004	15488	15629	1890	436	442	1012	1502
2005	16454	17631	1826	326	567	932	1705
2006	16875	18936	2206	299	868	1039	1769
2007	17334	23122	2864	372	336	2155	2393
2008	15499	25449	3042	373	1282	1387	2406
2009	15334	20798	2290	282	914	1094	1909
2010	17180	21203	2280	336	1296	649	1953
2011	19773	21415	2200	234	1250	716	823
2012	21433	23012	3034	270	1956	807	865

Джерело: [2].

Та загалом Україна, незважаючи на наявність високого потенціалу, займає поки незначне місце на світовому ринку туризму. Ефективному розвитку туристичних послуг перешкоджають відсутність реклами туристичного потенціалу країни за кордоном, певною мірою негативний імідж України, що створюється як вітчизняними, так і зарубіжними засобами масової інформації, а найголовніше – недостатня розвиненість туристичної інфраструктури й готельного сервісу, поки що низька якість надаваних туристичних послуг. Для розвитку вітчизняної туристичної галузі державі слід вжити необхідні радикальні заходи з метою подолання існуючих негативних тенденцій в сфері туристичного ринку в Україні та з метою зміни структури й масштабів туризму на користь внутрішнього та в'їзного. Сьогодні сектор туризму в Україні є істотним невикористаним

національним ресурсом, що має стати не тільки рентабельним, але й перетворитися згодом в істотне джерело надходжень податків у державний бюджет.

Стосовно сфери туризму нами було конкретизовано і розширено набір функцій та методів реалізації державою політики регулювання туризму (табл. 2).

Таблиця 2. Функції і методи державного регулювання туризму

№ п/п	Задачі	Дії
1	Базова організація і регламентація туристської діяльності	- введення базових понять, визначень, термінів; - стандартизація процедури укладання договорів; - отримання віз тощо; - встановлення порядку проходження кордону і провезення через кордон товару
2	Планування подальшого розвитку туризму	- створення стратегій і концепцій з розвитку туризму; - регулювання розташування об'єктів туризму; - планування подальшого розвитку туристичної інфраструктури
3	Регулювання спеціальних видів туристичної діяльності	- стандартизація; - ліцензування; - сертифікація
4	Збільшення безпеки для туристів	- отримання ліцензій; - проведення стандартизації; - масова сертифікація; - створення пам'яток для туриста; - впровадження страхування
5	Забезпечення туризму кадрами	- затвердження державних програм системи підготовки кадрів у сфері туризму; - періодична організація заходів з підвищення кваліфікації; працівників туристичних підприємств
6	Забезпечення туристичного ринку науковими дослідженнями	- маркетингові дослідження туристичного ринку; - створення центрів з вивчення туризму; - інформаційне забезпечення для туристичних підприємств
7	Підтримка серед туристичних фірм зовнішньоекономічної активності	- створення представництв і філіалів за кордоном; - укладення міжнародних договорів; - участь у вирішенні конфліктів, реклама національних туристичних продуктів
8	Забезпечення дбайливого ставлення і охорони для навколишнього середовища і для історичних пам'яток	- написання правил та законів, встановлення умов для економічного стимулювання охорони природних ресурсів, відновлення історичних пам'яток; - розподілення туристичної ренти; - підтримка закладів культури
9	Створення позитивного іміджу для країни, регіону тощо	- маркетингові заходи; - реклама, інформаційно-аналітична кампанія (видання книг, фільмів і т.д.); - інвестування в туристичні місця.
10	Контроль, моніторинг і нагляд	- налагодження поточного контролю; - налагодження аудиту; - моніторинг конкурентоспроможності національних туристичних продуктів на міжнародному рівні.

Джерело: узагальнено автором на основі [3].

На сьогодні у структурі в'їзного потоку переважають відвідувачі із суміжних держав: Росії (30,2%), Білорусі (12,0%), Угорщини (10,9%), Польщі (4,1%), Молдови (2,7%) [4]. При цьому Західний регіон займає друге місце в Україні за обсягом доходів від рекреаційної сфери (22% від сумарного показника по Україні) і поступається тільки Криму (42%) [5]. Карпати сьогодні є унікальним рекреаційним регіоном як літнього, так і зимового масового пізнавально-оздоровчого відпочинку, гірничо-спортивного туризму, бальнеологічного лікування.

Висновки: Підходи до розвитку зазначених видів туризму можуть бути сформульовані в регіональних програмних документах. При цьому необхідна значна державна підтримка, насамперед фінансова, організаційна, інфраструктурна, як мінімум на перших етапах становлення даного сектору.

Список використаних джерел:

1. Трілленберг Г. Формування індустрії туризму – шлях до сталого розвитку [Електронний ресурс] / Г. Трілленберг. – Режим доступу: http://www.archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Ecan/2011_8_1/pdf/trillenber.pdf
2. Туристичні потоки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Гук Н. А. Перспективні напрямки розвитку туризму в регіоні українських Карпат / Н. А. Гук // Матер. II Междун. науч.-практ. конф. «Развитие внешнеэкономической деятельности в условиях глобализации» (20–21 апреля 2006 года). – Симферополь: Таврия, 2006. – С. 174–176.
4. Трохимець О. І. Розвиток туризму в Україні та його стратегічне значення для національної економіки / О. І. Трохимець [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Dtr_ep/2012_3/files/EC312_11.pdf
5. Кравців В. С. Рекреаційна політика Західного регіону / В. С. Кравців, В. К. Євдокименко, М. М. Габрель. – Чернівці: Прут, 2005. – 68 с.

Д. е. н. Іртищева І. О.^{*}, Крупіца І. В.^{}**

^{}Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова,
м. Миколаїв, Україна;*

*^{**}Міжнародний університет бізнесу і права, м. Херсон, Україна*

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИХ ЗМІН

Процеси інституціональних змін пов'язують з категоріями інституціоналізації (формуванням нових) і деінституціоналізації (руйнуванням старих) інститутів. Так, інституціоналізація ринку передбачає рух економічної системи до

своєї інституціональної рівноваги; а відсутність змін у розвитку науки, техніки, технологій, їх моральне старіння, зупинка у розвитку людського капіталу виступає яскравим результатом неефективних інституціональних змін, що були характерні для України 14–20 років тому. Особлива роль у цих процесах відводиться державі.

У періоди стрімких економічних і соціальних змін вона створює більшість інститутів, тому усунення держави від активної політики щодо формування інституціональних умов на ринку може призводити до деінституціоналізації.

Отже, закони ринкової економіки об'єктивно обумовлюють необхідність формування специфічною за змістом і структурі інституціонального середовища (сукупності формальних і неформальних інститутів), яке, у свою чергу, зумовлює особливості функціонування багатокладної національної економіки. Якщо на організаційну систему господарювання виявлятиметься якась зовнішня дія, що суперечить спрямованості, об'єктивно обумовленим інституціональним середовищем, то створювана сукупність устроїв призведе до зниження ефективності або рецесії.

Ми вважаємо, що інституціональний підхід до управління інституціональними змінами в національній економіці зумовлює необхідність використання адекватної наукової методології аналізу, суть якої зводиться до організації дослідницького процесу інституціонального середовища багатокладної економіки по логічних рівнях аналізу.

Перший рівень державного управління інституціональними змінами – взаємодія і протиріччя формальних і неформальних інститутів, аналіз специфіки кожного з цих інститутів. Неформальні правила і формальні інститути правового, фінансового і соціального характеру, що входять в інституціональне середовище певної країни, мають національні корені, традиції, звичаї, політичні і культурні особливості. Великий вплив на зміст і структуру національної економіки має менталітет, що склався, пов'язаний з такими цінностями, як община, колективність, канони віросповідання та ін.

Другий рівень – взаємозв'язок інституціонального середовища із структурою і формами національної економіки.

Третій рівень – виявлення результативності вказаних взаємодій через вплив стимулів, обмежень на рівень і динаміку трансакційних і трансформаційних витрат; четвертий рівень – зворотна спрямованість дослідження з метою виявлення напрямів, форм і механізмів дії на інституціональне середовище, на формальні, зокрема економічні інститути.

На відміну від традиційних підходів запропонований нами механізм доводить, що аналіз формування національної економіки, функціонуючих господарських устроїв необхідно починати з дослідження процесу формування інституціонального середовища, неформальних і формальних правил, а також з аналізу взаємодії, сумісності, суперечності в цьому середовищі нових формальних інститутів і неформальних правил, що склалися.

Таким чином, визначається, що:

- інституціональний розвиток напряму пов'язаний з характером змін всіх видів інститутів з урахуванням інституціональних фреймів, а також особливих умов, в яких вони відбуваються. Основними видами інституціональних фреймів є: формальні, неформальні, ситуаційні.

- характер же самого інституціонального розвитку коротко- чи довгостроковий залежить від стану трьох основних типів організації – фірми, домашнього господарства і держави. Але головним елементом кожного з них є людина. Відтворення її потенціалу здійснюється спільними зусиллями фірми, домашнього господарства і держави. Тому саме індивіда можна розглядати як головну передумову довгострокового зростання. Відтак, інвестиції у людський капітал виступають запорукою ефективного соціально-економічного розвитку будь-якої країни.

Сформоване в Україні інституціональне середовище функціонує на тлі тотальної недовіри суспільства до інституту держави. За даними соціологічного опитування фонду «Демократичні ініціативи» та Центру Разумкова, основні соціальні інститути мають негативний баланс довіри-недовіри: Верховна Рада (-60,5%), суди (-56%), політичні партії (-52%), уряд України (-49%), міліція (-47%), банки (-44%), прокуратура (-43), президент України (-43%), Конституційний суд (-38%), Служба безпеки України (-14%), місцева влада (-5%).

В українському суспільстві тільки три соціальні інститути мають позитивний баланс довіри з боку громадян: церква (баланс довіри-недовіри становить +50%), ЗМІ України (+24,5%), Збройні сили (+11%) і дещо переважає довіра щодо громадських організацій (+3%) [1].

Якщо припустити, що ми змогли створити універсальну модель розробки ефективних умов або правил управління економічною системою, зокрема економічною організацією, то встає питання про механізми ефективного застосування, наприклад, впровадження таких правил на практиці.

Можливо досліджувати завдання управління процесами впровадження правил у рамках цієї ж «універсальної моделі» і розробити нові правила. Але тоді виникає чергова проблема – «впровадження правил впровадження» і так далі. У зв'язку з цим закономірне питання про можливість рішення проблем управління процесами реалізації правил за допомогою інших моделей і інструментів. Наприклад, розроблених у рамках нової інституціональної економічної теорії, що трактує інститути, зокрема, як «правила гри».

Список використаних джерел:

1. Товстиженко А. Громадяни України довіряють уряду ще менше ніж міліції [Електронний ресурс] / А. Товстиженко // Дзеркало тижня від 17.07.2013 р. – Режим доступу: http://www.dt.ua/POLITICS/gromadyani-ukrayini-doviryayut-uryadu-sche-menshe-nizh-miliciyi-125235_.html

К. е. н. Капленко Г. В.

Львівська державна фінансова академія, Україна

ВИСВІТЛЕННЯ ПРОБЛЕМИ ПРОГНОЗУВАННЯ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ В ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ КУРСУ СТАТИСТИКИ РИНКУ

У навчальній літературі зі статистики ринку не приділяється належна увага цілісному висвітленню однієї з її вузлових проблем – прогнозуванню споживчого попиту. Тому перед викладачами цієї дисципліни постає завдання самостійного визначення змісту відповідного лекційного матеріалу.

На наш погляд, характеризуючи сутність прогнозування споживчого попиту, достатньо обмежитися поданням такої точки зору на нього, за якою воно являє собою процес вироблення науково обґрунтованого судження щодо стану попиту в майбутньому періоді. Далі слід сказати про те, що прогноз попиту – це кінцевий результат, підсумок прогнозування, який має імовірнісний характер. При цьому необхідно наголосити, що з останнього автоматично не випливає правомірність застосування імовірнісно-статистичного інструментарію під час розробки прогнозів попиту та їх верифікації: зокрема, воно є недоречним тоді, коли інформаційною основою прогнозування є дані суцільного спостереження, що найчастіше й має місце на практиці.

Ознайомлення студентів з основними видами прогнозів споживчого попиту слід розпочати з розгляду їх розрізнення відповідно до такої класифікаційної ознаки, як характер кінцевого результату прогнозування. Як відомо, за цією ознакою виділяють: а) якісні прогнози, покликані виявити загальні напрями динаміки попиту, перспективні тенденції розвитку його структури; б) кількісні прогнози, призначення яких полягає в тому, щоб давати кількісні оцінки майбутнього попиту.

Є ще три класифікації видів прогнозів попиту, ознайомлення студентської аудиторії з якими вважаємо обов'язковим. Це класифікації, в основі яких лежать такі ознаки: а) тривалість інтервалу випередження прогнозу, тобто періоду часу від кінця базисного періоду до кінця прогнозного періоду (за цією ознакою звичайно розрізняють поточні прогнози – на період до одного року; короткострокові прогнози – на 2 роки; середньострокові – на 3–5 років; довгострокові – на 6–10 років); б) ступінь деталізації товарного асортименту, за якою виділяють прогнози макро- і мікропопиту (останні розробляються в розрізі деталізованого асортименту, тоді як перші є прогнозами попиту на товарні агрегати, у тому числі й прогнозами загального обсягу споживчого попиту); в) тип прогнозних розрахунків (відповідно до цієї ознаки розрізняються: *цільові* прогнози попиту, які одержують на основі встановлення певного цільового орієнтиру, зокрема раціональної або фізіологічної норми споживання, та визначення траєкторії майбутнього руху

попиту, необхідної для досягнення цього орієнтиру; *пошукові* прогнози, які базуються на закономірностях розвитку попиту в минулому).

Наступним етапом у висвітленні проблеми прогнозування попиту населення на споживчі товари має стати ознайомлення аудиторії із його принципами. На наш погляд, найбільш обґрунтованим є такий їх перелік: 1) неперервність прогнозування попиту, яка означає необхідність коректування прогнозів в міру надходження нової інформації про попит; 2) узгодження поточних прогнозів попиту з перспективними; 3) багатоваріантність прогнозів попиту; 4) узгодження прогнозів попиту з іншими соціально-економічними прогнозами; 5) урахування динамічності попиту, що націлює на здійснення аналізу в аспекті можливості стрибка в розвитку попиту в прогнозному періоді; 6) узгодження прогнозів попиту в асортиментному й територіальному розрізі; 7) рентабельність прогнозування попиту, що передбачає перевищення економічного ефекту від його наслідків над затратами на нього.

Під час розкриття питання про методи прогнозування споживчого попиту слід виходити з такого їх трактування, за яким вони являють собою сукупність прийомів мислення, що дозволяють на основі аналізу ретроспективних зовнішніх і внутрішніх зв'язків, властивих попиту, судити про його майбутній розвиток. Відповідно до цього трактування правомірно говорити про існування таких методів прогнозування споживчого попиту: 1) нормативно-цільового, призначеного для побудови цілевих прогнозів попиту; 2) евристичного, тобто методу експертних оцінок; 3) економіко-статистичного моделювання; 4) нормативних розрахунків на основі середніх фактичних рівнів споживання. Три останні служать для пошукового прогнозування попиту.

Необхідно повідомити аудиторії, що з-поміж методів прогнозування споживчого попиту найбільше використовуються ті, які призначені для розробки пошукових прогнозів, та пояснити, що це зумовлено насамперед таким: а) реальна поведінка сукупного споживача на ринку, як правило, істотно відхиляється від тієї, яку передбачають виходячи із цілевих орієнтирів розвитку попиту й споживання; б) у пошукових прогнозах попиту враховується те, що розміри попиту

в майбутньому періоді значною мірою визначені його розмірами в минулому, тобто феномен інерції попиту, завдяки якому дуже часто існує тенденція до стабільності характеру динаміки попиту навіть за істотної зміни його факторів.

Далі належить привернути увагу студентів до того, що економіко-статистичне моделювання має певні переваги над іншими методами пошукового прогнозування споживчого попиту, які насамперед зумовлені таким: 1) на практиці не завжди є можливість створити експертну групу необхідної чисельності; 2) виявлення середніх фактичних рівнів споживання вимагає спеціальних досліджень, проведення яких здатні організувати й фінансувати далеко не всі промислові й торгові підприємства.

З огляду на сказане, а також через те, що метод експертних оцінок розглядається в курсі соціології, викладачу варто обмежитися розглядом лише економіко-статистичного моделювання попиту. Його слід розпочати з ознайомлення із характеристикою суті основних класів прогностичних економіко-статистичних моделей (ЕСМ) попиту: 1) причинно-описових, що являють собою одне рівняння або систему рівнянь, за допомогою яких описується вплив факторів попиту на нього; 2) трендових – функцій аналітичного вирівнювання; 3) авторегресійних, які відображають зв'язок між значенням попиту в певному періоді та його значеннями в минулих періодах (кількість останніх називають порядком авторегресійної моделі); 4) адаптивних, які дозволяють описувати динаміку попиту, що має дуже складну конфігурацію, і враховувати ту обставину, що нерідко інформаційна цінність членів базисного ряду динаміки попиту тим вища, чим ближчими вони є до прогнозного періоду; 5) гібридних, тобто таких, які поєднують властивості моделей різних класів.

Далі належить охарактеризувати сфери й умови найбільш ефективного застосування основних класів ЕСМ попиту. При цьому доцільно почати із застереження, що факторні ЕСМ мають перевагу над моделями безпосередньої екстраполяції (трендовими, авторегресійними й адаптивними) лише тоді, коли очікуються дуже істотні відхилення значень факторів від їх трендів, що склалися. Відтак слід зазначити, що:

а) трендові моделі головним чином є інструментом прогнозування макропопиту, у тому числі загального обсягу споживчого попиту. Це зумовлено тим, що умовою застосування цих моделей є наявність у базисній динаміці чітко вираженої тенденції;

б) авторегресійні моделі можуть успішно застосовуватися в прогнозуванні попиту в розрізі як макро-, так і мікропопиту, особливо при базуванні прогнозів на сезонній динаміці попиту, оскільки в даному випадку відсутня складна проблема визначення порядку авторегресійної моделі – його приймають рівним кількості сезонів у році;

в) адаптивні моделі належить застосовувати насамперед тоді, коли необхідно надати більшої ваги більш пізній інформації про фактичний попит;

г) гібридні моделі потрібні в ситуаціях, коли поєднання властивостей різних класів ЕСМ є істотним резервом забезпечення бажаної точності прогнозів, наприклад, якщо факторний прогноз попиту має враховувати те, що інформаційна цінність минулої інформації про попит зменшується в міру віддалення від прогнозного періоду.

На завершення необхідно ознайомити студентів з питанням верифікації результатів прогнозування попиту, обов'язково вказавши при цьому на умовність зіставлення фактичних даних із прогнозами, викликану їх активним характером, тобто наявністю в розробника або замовника прогнозу можливості впливати на хід його реалізації.

К. социол. н. Мисбахова Ч. А.

*Казанский национальный исследовательский технологический университет,
Российская Федерация*

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПЛАТФОРМЫ КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ ПРИОРИТЕТОВ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Одним из новых подходов, позволяющим обеспечить конкурентоспособность, эффективность экономики страны согласно Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период

до 2020 года, предложенным Правительством Российской Федерации является формирование и развитие технологических платформ.

Термин «технологические платформы» предложен Еврокомиссией для обозначения тематических направлений, в рамках которых формируются приоритеты развития Евросоюза, выделяются существенные объемы финансирования для проведения различных научно-исследовательских работ, непосредственно связанных с их практической реализацией предприятиями малого и среднего бизнеса с промышленностью.

К основным принципам «технологических платформ» относятся:

- объединение усилий наиболее значимых и заинтересованных сторон (государства, бизнеса, науки);
- обеспечение выработки и реализации стратегических приоритетов в масштабах определенных секторов экономики;
- технологическая модернизация в наиболее перспективных для развития экономики направлениях.

Особенностью «технологических платформ» является их формирование, как результат потребностей производства, как заказа на проведение научно-технологических работ для достижения стратегических целей и развития современного общества.

Технологические платформы – это инструмент, структурирующий интересы различных сторон на конкретных технологически отраслевых направлениях. Они выступают перспективными объектами инновационной инфраструктуры, позволяющими обеспечить интеграцию науки и бизнеса.

Технологические платформы позволяют расширить «горизонт», возможные направления технологической модернизации, предназначены повысить ее результативность за счет развития научно-производственных партнерств. Развитие технологических платформ улучшает условия для распространения в экономике передовых технологий, привлекает дополнительные негосударственные ресурсы в инновационную сферу, в результате чего происходит консолидация

ресурсов на приоритетных направлениях инновационного развития, расширяются возможности по оценке приоритетности для социально-экономического развития различных научно-технологических направлений.

Технологическая платформа, согласно п. 2 «Порядка формирования перечня технологических платформ», утвержденного решением Правительственной комиссии по высоким технологиям и инновациям от 3.08.2010 г., – это коммуникационный инструмент, направленный на активизацию усилий по созданию перспективных коммерческих технологий, новых продуктов (услуг), на привлечение дополнительных ресурсов для проведения исследований и разработок на основе участия всех заинтересованных сторон (бизнеса, науки, государства, гражданского общества), совершенствование нормативно-правовой базы в области научно-технологического, инновационного развития.

Для формирования технологических платформ можно выделить следующие предпосылки:

- наличие стратегических технологических вызовов;
- неясность интересов бизнеса;
- наличие отраслевых барьеров между научными организациями;
- недостаточность влияния бизнеса на стратегические направления исследований и разработок;
- потребность в формировании новой научной кооперации для решения стратегических задач;
- множественность каналов государственной поддержки исследований и разработок в соответствующей области;
- фрагментарность науки;
- мультидисциплинарность необходимых исследований.

Формирование «технологических платформ» – это инструмент реализации национальных приоритетов научно-технологического развития и развития научно-производственных связей. Какие-то из платформ позволяют уточнить приоритеты в рамках существующих инструментов государственной поддержки

инноваций, на основе других могут формироваться новые научно-производственные кооперации, позволяющие уточнить механизмы реализации бюджетных целевых программ.

В результате формирования и реализации технологических платформ выявляются новые научно-технологические возможности модернизации существующих секторов и формируются новые сектора экономики, определяются направления совершенствования отраслевого регулирования для быстрого распространения перспективных технологий, стимулируются инновации, поддерживается научно-техническая деятельность и процессы модернизации предприятий с учетом специфики и вариантов развития отраслей и секторов экономики, формируются новые партнерства в инновационной сфере.

Результативность функционирования «технологических платформ» представляет собой многоаспектное явление. Активные участники технологических платформ получают свои потенциальные выгоды:

1) бизнес стимулирует спрос на инновационную продукцию, получает финансовую поддержку реализации инновационных проектов, возможности для выпуска принципиально новой продукции;

2) наука расширяет компетенции, представляющие интерес для бизнеса (обучение, инжиниринг, долгосрочное прогнозирование), заполняет «провалы» прикладной науки, формирует новые кооперации в научном секторе;

3) государство определяет средне- и долгосрочные приоритеты научно-технологической политики, концентрирует внимание на приоритетных направлениях модернизации экономики частных и государственных ресурсов, повышает эффективность крупных госкомпаний и результативность бюджетных расходов.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что технологические платформы являются новым способом реализации национальных приоритетов научно-технологического развития, развития научно-производственных связей. Успешное функционирование технологических платформ развивает экономику государства, позволяет улучшить инвестиционный климат региона, повысить его деловую активность, расширить возможности инноваций.

Моисеенко В. А.

Херсонский национальный технический университет, Украина

ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ КИТАЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Государственное регулирование социально-экономического развития страны является существенным признаком современной рыночной экономики смешанного типа. Суть государственного регулирования заключается в выполнении государством определенных видов деятельности для достижения конкретных целей, направленных на обеспечение эффективности хозяйственной деятельности, стабилизацию экономики в целом. Разумный симбиоз рыночных и государственных регуляторов дает возможность реализовывать социально-экономические цели развития общества, достигать высокой эффективности производства, стабильного экономического развития, обеспечивать социальную справедливость в обществе.

Государственное регулирование экономики в Китае имеет свою специфику, которая объясняется продолжительным периодом существования централизованно управляемого хозяйства с использованием исключительно директивных методов управления. Экономическая реформа 1979 г. предусматривала смещение приоритетов страны в сторону построения рыночного хозяйства, однако осуществлять подобную трансформацию экономики предполагалось посредством прямого вмешательства государственных органов в формирование рыночных механизмов. Так, например, государство вмешивалось в процессы ценообразования, политику доходов (замораживание или допуск в определенных размерах роста цен и заработной платы), финансовые процессы (ограничение изменений показателей в финансово-кредитной системе), во внешнеэкономические процессы (использование квот как основного инструмента регулирования торговых балансов). И только начиная с 1993 г. правительство стало использовать экономические инструменты, к которым относятся налоговые, денежно-кредитные,

инвестиционные, производственные и прочие рычаги воздействия на социально-экономические процессы. На сегодняшний день в Китае сложилась достаточно целостная модель государственного регулирования, специфическим образом сочетающая в себе экономический, правовой и административный способы регулирования экономической жизни страны. На уровне государственного строя основным фактором роста стали реформы по нескольким направлениям. Во-первых, реформы устранили пережитки прошлого, элементы строя, которые мешали экономическому развитию. Например, новая подрядная система ответственности заняла место устаревшей системы коллективных хозяйств. Во-вторых, реформы видоизменили некоторые элементы строя так, чтобы они не только не препятствовали экономическому росту, но и, наоборот, способствовали ему. Например, хотя государственные предприятия были сохранены, изменились механизмы их контроля и стимулирования. В-третьих, посредством реформ были созданы новые элементы экономического строя, не только ускорившие, но и закрепившие темпы роста. Например, создание новой отдельной налоговой системы. В этом смысле за 30 лет реформ и открытости изменения коснулись практически каждой сферы, от таких базовых элементов государственного строя как конституция, право и административное управление, до таких элементов экономической системы как налогообложение, финансовая и банковская система, имущественное право. Все эти изменения в совокупности и создали тот экономический строй, который существует сегодня.

В начале первого десятилетия XXI в. китайское правительство наметило главные цели государственного регулирования следующим образом:

- 1) сохранение непрерывного, быстрого и здорового развития народной экономики, сохранение экономического прироста на уровне 8% в год;
- 2) сохранение ситуации, при которой уровень прироста цен ниже уровня экономического прироста;
- 3) ограничение масштабов инвестиций и улучшение структуры инвестиций;
- 4) обеспечение равновесия международного баланса, достаточно полной занятости и экономического роста;

5) сведение к минимуму дефицита бюджета и достижение равновесия доходов и расходов бюджета;

6) сохранение стабильности курса национальной валюты и ограничение количества предложений национальной валюты;

7) строгое ограничение роста населения и повышение уровня занятости;

8) сохранение международного баланса доходов и расходов.

Для достижения поставленных целей правительство Китая использовало следующие меры:

1) девальвация юаня относительно доллара и искусственное удержание его курса на низком уровне, что существенно стимулировало рост экспортных отраслей;

2) ускорение процессов урбанизации населения Китая для более полного вовлечения в промышленное производство обильных и дешевых трудовых ресурсов, что значительно снижало себестоимость экспортных товаров, укрепляя их конкурентоспособность;

3) поддержание искусственной бедности населения путем сдерживания зарплат, отсутствия инвестиций в социальную сферу и выведение значительной части национального дохода из сферы денежного обращения путем быстрого накопления золотовалютных запасов и крупномасштабных вложений в зарубежные казначейские обязательства;

4) акцент на открытость (привлечение инвестиций, развитие торговых отношений);

5) курс на использование кейнсианских программ подстегивания экономики путем серьезных объемов государственных инвестиций в национальную экономику, особенно в сферу инфраструктуры;

6) оригинальная идея использовать госпредприятия в качестве орудия обеспечения гарантированного быстрого роста экономики, не имеющая аналогов в мире. Еще в середине 90-х гг. XX в. китайское правительство произвело

слияние крупных госпредприятий в корпорации, передав в частные руки только мелкие предприятия. Корпорации получают от государства колоссальные инвестиции, которые способствуют их бурному росту.

Таким образом, все вышеназванные стратегические меры привели к появлению «китайского экономического чуда», демонстрировавшего 10–11% прироста ВВП ежегодно. Имевший место мировой финансовый и экономический кризис, расшатав экономики многих стран, существенно повлиял и на экономику Китая, глубоко вовлеченную в мировые экономические отношения. При этом темпы прироста ВВП Китая хотя и несколько снизились до 6–7,8% в год, остаются рекордно высокими на сегодняшний день.

Однако, если проанализировать заявленные правительством Китая стратегические цели, можно увидеть, что ни одна из них не только не достигнута. Напротив, происходит процесс удаления от поставленных целей. Правительство не способно удерживать 8% прироста ВВП, при этом рост потребительских цен составил 28%. Страну наводнили зарубежные инвестиции, при этом они носят спекулятивный, не прямой характер. Государственные вливания в стабилизационные программы приняли колоссальные размеры в 0,5 трлн. долл. в год, угрожая стабильности юаня. Программы по ограничению рождаемости населения привели к ухудшению возрастной структуры трудовых ресурсов. По прогнозам к 2050 г. треть населения Китая составят люди старше 60 лет, что приведет к удорожанию рабочей силы.

Таким образом, рост экономики Китая сейчас носит искусственный характер и достигается за счет других методов, а именно: крупномасштабных программ государственного финансирования объектов инфраструктуры, стимулирования внутреннего потребления посредством бурного роста потребительского кредитования и спекулятивного биржевого бума. Такой прирост ВВП будет нестойким, а подобная стратегия – тупиковой. Перестановка же акцентов в системе государственного регулирования Китая потребует много времени и ресурсов.

Д. э. н. Шелкоплясова Г. С.

ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет»,

г. Ставрополь, Российская Федерация

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВОПРОСОВ В СЕВЕРО-КАВКАЗСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ

Стратегическое развитие Северо-Кавказского федерального округа (СКФО), в том числе и осуществление процессов социально-экономической диверсификации, оценивается соотношением темпов развития негативных и позитивных тенденций в социально-экономической, культурной и политической сферах. Судьба региона, в этой связи, зависит от готовности государства задействовать ресурсы, достаточные для эффективного направляющего воздействия на идущие в СКФО социальные процессы и для нейтрализации давления извне. Необходимо мобилизовать политические, административные, финансово-экономические, культурно-идеологические ресурсы в соответствии с поставленными задачами и внешними вызовами. Создание и построение эффективной системы их использования должно рассматриваться в качестве одного из основных направлений государственной политики в этом регионе.

В СКФО экономические, этнодемографические и культурные проблемы взаимосвязаны и взаимообусловлены. Следовательно, здесь не существует решений по отдельно взятой проблеме. Поэтому требуется долгосрочная, целенаправленная и последовательная политика комплексной региональной модернизации и диверсификации. В первую очередь речь идет о создании условий, необходимых для того, чтобы основные общественные процессы в регионе получили центростремительную и модернизационную направленность, позволяющую осуществлять и социально-экономическую диверсификацию.

Как отмечают М. Р. Кулова, Е. В. Федосова, З. В. Канукова, Северо-Кавказский федеральный округ характеризуется неоднородностью процессов экономического развития, а это в свою очередь предопределяет необходимость выработки комплекса мер и направлений, позволяющих создать экономические

условия для относительного выравнивания уровня жизни значительной части населения. Низкий уровень социально-экономического развития региона, недостаточно эффективная система государственного управления, общественно-политические риски являются основными факторами низкой инвестиционной привлекательности субъектов СКФО [2]. Разделяя данное мнение, следует подчеркнуть, что мероприятия, направленные на стабилизацию экономического развития СКФО должны основываться на современной научной парадигме и включать совокупность принципов, императивов к системе, структуре экономики и т. д.

Анализ проводимых научных исследований, прогнозных, программных и проектных разработок по Южному и Северо-Кавказскому федеральным округам показывает, что особо важными вопросами государственной региональной политики в долгосрочном периоде (до 2025–2030г.), по мнению В. Н. Овчинников и Ю. С. Колесников, являются реструктуризация и модернизация на базе современных технологических укладов промышленности, аграрного сектора экономики. Как обязательное условие – сочетание с задачами гибкого институционального «связывания» ресурсов, традиционных на Северном Кавказе секторов хозяйствования, создания современной межрегиональной производственной и социальной инфраструктуры, формирование инновационных территориально-производственных кластеров, конкурентной среды, преодоление институциональных дефицитов, снижение уровня теневизации экономики и дотационности региональных бюджетов, капитализация человеческих ресурсов [3].

Создание условий для роста экономики и дальнейшего социально-экономического развития СКФО – это основная цель деятельности Правительств республик и Ставропольского края, входящих в состав СКФО, по стабилизации экономики и обеспечению устойчивого социально-экономического развития региона.

Таким образом, достижение результата возможно при выполнении действий, способствующих проведению мероприятий, направленных на стабилизацию экономического развития. Приоритетными из них должны стать:

- поддержка социально-экономической стабильности и обеспечение устойчивости экономического развития;
- стимулирование экономического роста и модернизации экономики.

Отсюда определяются направления деятельности:

- в части стабилизации экономики – содействие занятости населения, обеспечение эффективной социальной защиты, поддержка реального сектора экономики, развитие жилищного строительства и дорожно-транспортной инфраструктуры;

- в части модернизации экономики – повышение инвестиционной активности предприятий СКФО, поддержка инновационно-активного бизнеса, расширение спроса на инновации предприятий региона.

В Стратегии социально-экономического развития СКФО до 2025 года обозначены основные мероприятия, которые, в свою очередь, способствуют процессам социально-экономической диверсификации.

По мнению ряда ученых в стратегическом плане определяются приоритеты социально-экономического развития СКФО, в рамках которых возможно и осуществление процессов диверсификации [2]. К ним следует отнести:

- использование свободных экономических зон для реализации ключевых проектов развития экономики округа в области инноваций и туристско-рекреационного потенциала. Необходимо усиление международной транзитной роли СКФО путём создания международной экономической зоны на части его территории;

- формирование институциональной среды, ориентированной на привлечение крупного зарубежного и отечественного капитала в регион. Стимулирование, в том числе на основе государственно-частного партнёрства, частных инвесторов к организации новых крупных, средних и малых промышленных предприятий в сфере авто-, мото-, авиапромышленности, которые могут обеспечить занятость в трудоизбыточном регионе;

- сосредоточение ключевых проектов социально-экономического развития региона в сфере сельского хозяйства и туристско-рекреационного комплекса.

Сравнительные конкурентные преимущества региона могут быть реализованы, в том числе, и посредством развития сельскохозяйственных кластеров со специализацией на производстве продовольственного и кормового зерна и продукции животноводства. Реализация туристско-рекреационного потенциала региона требует формирования не только благоприятной инвестиционной среды, но и с учётом определённых имиджевых рисков региона, соответствующего социокультурного сопровождения определённых проектов;

- обеспечение финансирования научных разработок и освоения инновационных технологий производства продукции с высокой добавленной стоимостью;

- создание Северо-Кавказского социального фонда для повышения расширения доступа к занятости и участию в рынке труда, в том числе, общероссийского уровня, усиления социальной включённости модернизации региона и др.

В соответствии с федеральной целевой программой «Юг России (на 2008–2013 годы)» ожидаемые конечные результаты – сокращение отставания республик, входящих в состав Южного и Северо-Кавказского федеральных округов, по основным их социально-экономическим и макроэкономическим показателям от эффективности среднероссийского уровня; повышение финансового самообеспечения республик и уровня жизни населения; снижение социальной напряженности в регионе. Реализация Программы, по мнению аналитиков, позволит: сократить уровень бедности в республиках, приблизить уровень доходов их населения к среднероссийскому уровню. Денежные доходы населения к 2014 году увеличатся в 2,1 раза по сравнению с уровнем 2006 года; повысить уровень занятости населения. В результате реализации Программы уровень безработицы уменьшится на 4,6 процента; увеличится объем валового регионального продукта республик юга России в 1,7 раза по сравнению с объемом валового регионального продукта в 2006 году; увеличится уровень бюджетной обеспеченности республик, входящих в состав Южного и Северо-Кавказского федеральных округов, повысится налоговую базу муниципальных бюджетов, сократится и уровень дотирования из бюджетов вышестоящих уровней. Уровень доходов консолидированных бюджетов субъектов Южного и Северо-Кавказского

федеральных округов на душу населения к 2014 году увеличится в 2,2 раза по сравнению с уровнем 2006 года. Потребуется обеспечить рост инвестиций в основной капитал к 2014 году в 2,5 раза по сравнению с уровнем 2006 года [1].

Комплекс основных мероприятий по стабилизации экономического развития и смягчения социальных последствий в СКФО необходимо группировать в контексте сложившейся ситуации в регионе.

Список использованных источников:

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 14 января 2008 г. № 10 (в ред. от 26 июля 2010 г.) «О федеральной целевой программе «Юг России (на 2008–2013 годы)». – 2010. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lawsforall.ru>
2. Кулова М. Р. Концептуальные подходы к стратегии развития Северо-Кавказского федерального округа РФ / М. Р. Кулова, Е. В. Федосова, З. В. Канукова. – [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: <http://www.kvkz.ru>
3. Овчинников В. Н. Силуэты региональной экономической политики на Юге России / В. Н. Овчинников, Ю. С. Колесников. – Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2008. – 176 с.

Економіка та управління підприємствами

К. э. н. Виноградская О. В.

Старооскольский технологический институт имени А. А. Угарова

НИТУ МИСиС, Российская Федерация

СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ АУТСОРСИНГА

К числу ключевых вопросов, актуальных в настоящее время в бизнес-среде, относится выбор эффективной стратегии организации. Анализ теории и опыта работы передовых российских предприятий показывает, что повышение эффективности их основной деятельности обеспечивается за счет перестройки структуры организации, перехода к активной политике инновационного обновления, способности адаптироваться к изменениям рынка путем выделения непрофильных производств и организации аутсорсинга.

Особую роль стратегия управления организацией на основе аутсорсинга играет для малых предприятий. Если крупные предприятия имеют возможность самостоятельно осуществлять весь комплекс хозяйственных мероприятий, нанимать высокооплачиваемых специалистов, осваивать новые рынки, то малые предприятия ограничены в выборе средств и инструментов внедрения новых технологий, привлечении финансовых ресурсов, доступе к информации и, следовательно, усилении своей конкурентоспособности. Малые предприятия в силу своего размера, масштаба деятельности и имеющихся ресурсов имеют ограниченную возможность по созданию в своей структуре подразделений, осуществляющих маркетинг, сбыт, товарно-материальное обеспечение и т.д. Модель аутсорсинга, доказавшая на практике свою эффективность, известна как VMI (vendor managed inventory), или управление товарно-материальными запасами «руками» поставщика.

В условиях данной модели предполагается заключение двухстороннего соглашения, согласно которому всю ответственность за поддержание уровня запасов на должном уровне несет поставщик. При заключении таких договоров поставщику и его заказчику целесообразно обсудить следующие аспекты: какие товары попадут под действие VMI-договоров; частота пополнения запаса; процедура возврата невостребованного товара.

Преимуществами использования VMI-модели для заказчика являются: снижение затрат на управление процессом пополнения запаса; наличие надежного канала поставки товара. Однако использование VMI-модели сопряжено и с определенными рисками. Среди рисков, с которыми сталкивается заказчик, использующий данную модель, можно назвать следующие: зависимость от единственного канала поставки; снижение контроля над ценообразованием в процессе реализации модели. Все эти риски можно минимизировать путем оптимизации системы внедрения VMI-модели.

Для наиболее эффективного пополнения товарных запасов поставщик должен получать доступ к конфиденциальной информации заказчиков, например такой, как данные о реальном и прогнозируемом спросе.

Целесообразно продумать процедуру, которая позволит поставщику осуществить мониторинг запаса заказчика. Наиболее простой способ – использовать систему электронного документооборота, она автоматически генерирует заказы на продукцию, запасы которой приближаются к установленному минимуму.

Для товаров периодического спроса поставщик должен рассчитывать предполагаемый спрос на периоды между поставками и оптимальный уровень страхового запаса. Страховой запас составляется в том случае, если реальное потребление превышает прогнозируемый спрос. Чем больше страховой запас, тем больше вложений требуется, однако его наличие позволяет предотвратить нехватку товаров и очень актуально в тех случаях, когда реальный спрос на товары с трудом поддается прогнозированию.

Для эффективной реализации проектов по внедрению VMI-модели целесообразно создать структуру информационной поддержки данного направления работы. Таким образом, инвестиционная идея заключается в создании информационного отдела по работе с поставщиками на основе VMI-модели.

Положительные аспекты создания информационной службы на основе VMI-модели:

- позволяет наиболее точно учесть условия хозяйствования на уровне отдельных крупных подразделений, создает возможности для более гибкого приспособления подразделений к поставщикам и к условиям внешней среды в целом;

- сокращается время прохождения основной информации, ускоряется принятие решений.

В функции работников информационной службы должно включаться: финансовое прогнозирование, разработка кредитной политики, управление инвестиционным портфелем, составление договоров на поставку необходимых материалов, контроль выплаты по договорам, учёт, планирование и контроль поставок.

Создаваемая служба призвана обеспечить контроль рационального использования производственных запасов, ликвидацию сверхнормативных запасов

материалов, совершенствование нормирования организации производства и снабжения, рациональную организацию сбыта готовой продукции, применение прогрессивных форм расчета, своевременное оформление документации и ускорение ее движения, соблюдение договорной и платежной дисциплины. Особое внимание также необходимо уделить проблемам ускорения оборачиваемости оборотных средств предприятия.

Таким образом, аутсорсинг можно использовать как один из методов решения проблемы стратегического развития организации.

К. е. н. Довгань Л. Є., к. е. н. Малик І. П.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут»

РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Імперативом сьогодення в розбудові як світової, так і вітчизняної економіки є інформаційно-технологічна компонента, що базується на передових досягненнях в галузі інформаційних технологій (ІТ). Сучасний стан впровадження та використання інформаційно-комунікаційних технологій в Україні у всіх сферах життя людини, суспільства та держави не повністю відповідає світовим тенденціям, і не є достатнім для того, щоб Україна посіла гідне місце у світі, яке б відповідало її потенціалу та можливостям щодо побудови інформаційного суспільства, а також реальним його потребам.

Об'єктивними реаліями сьогодення залишається наявність розриву між бажаним станом запровадження ІТ в бізнес-процеси підприємств та наявним досвідом щодо їх імплементації через невідповідність бюджету, строку впровадження та мети застосування. Отримання позитивного ефекту від впровадження ІТ на підприємствах, їх входження в інформаційну економіку потребуватиме чіткого розуміння перспектив розвитку підприємств та використання ними інформаційних систем.

Специфіка розвитку інформаційної економіки та інформаційного суспільства в окремих країнах розглянута у працях В. Гейця, С. Гнатюк, М. Латиніна, Ф. Махлупа, В. Мунтіяна, М. Пората, Л. Федулової, та ін. Недостатньо дослідженими залишається низка питань, які стосуються розвитку підприємств в умовах інформаційної економіки.

Метою дослідження є визначення проблем та перспектив розвитку підприємств із застосуванням ІТ технологій в умовах інформаційної економіки.

Відповідно до Закону України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» [1], а також на основі проведених досліджень можна визначити інформаційну економіку як економічну систему країни, де інформаційний сектор посідає чільне місце та визначальним чином впливає на функціонування всіх інших галузей, необхідне застосування висококваліфікованої інтелектуальної праці, висока питома вага витрат на залучення інформаційних ресурсів, створення нової інформації, знань як головного продукту виробничої діяльності [2, с. 23; 3, с. 13–15].

В Україні розвиток інформаційної економіки має свої особливості. Застосування та стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних послуг відзначається у великих промислових містах. В той же час у невеликих містах та селах через технічні причини, за умов відсутності необхідних інфраструктурних комплексів, спостерігається відставання в розвитку даної сфери. Кількість користувачів Інтернет в Україні становить близько 14,3 млн. осіб, а в світі зросла з 0,5 млн. в 1991 р. до 2,1 млрд. у 2011 р. [4].

Для забезпечення подальшого розвитку підприємств необхідний сучасний інструментарій, який базується на ІТ. Ці технології тісно пов'язані з довгостроковим розвитком підприємства, його конкурентними перевагами та інноваційним розвитком. Вони засновані на знаннях і допомагають організаціям подолати конкуренцію на ринках знань. Участь підприємства в цих ринках дозволяє значно збільшити власну конкурентоспроможність, вплив на світовому ринку і генерувати більше доходів за рахунок розвитку інновацій і створення знань. В інформаційній економіці лише підприємства, орієнтовані на знання та інформацію

можуть займати лідируючі позиції в галузі. Інформаційні технології, які можуть бути використані для управління знаннями, проектування і впровадження мають забезпечити не тільки розвиток підприємств, але і їх конкурентоспроможність як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках.

Доцільним є виокремлення трьох аспектів використання ІТ, які необхідно розглядати з точки зору розвитку підприємств. Для результативного впровадження ІТ технологій необхідною умовою є розвиток людських ресурсів. Розробка заходів з впровадження ІТ технологій першочергово має бути спрямована на розвиток компетенції персоналу, а не тільки на технології.

За своєю значущістю не менш важливим за розвиток компетенції персоналу є аспект визначення сутності бізнес-процесів, узгодження їх етапів і управління процесом інформатизації підприємства. Організація та забезпечення чіткого підпорядкування усіх структурних елементів підприємства, дотримання дисципліни в процесі їх взаємодії, а також відповідне методологічне забезпечення сприяють ефективному використанню підприємством ІТ технологій.

Третім аспектом є врахування впливу змін у світовій економіці, особливо в телекомунікаційному секторі, дифузії технологій та ІТ. Швидке зростання значення інформації та електронних послуг, і, отже, застосування ІКТ в економіці, державному управлінні і в повсякденному житті громадян викликало новий напрям трансформації – перехід до інформаційної економіки.

Слід звернути увагу на такий важливий аспект як формування бачення застосування ІТ в діяльності вітчизняних підприємств. На національному рівні це є кроком на шляху до розуміння варіантів їх розвитку і можливих наслідків від впровадження сучасних ІТ. Зважаючи на те, що в процесі розвитку підприємства використовують інформацію зі всіх рівнів організації (від нижчого до вищого) та з її оточення, можна стверджувати, що кожний різновид ІТ, який існує сьогодні, може бути використаний для забезпечення управління розвитком підприємств. Однак, відповідно до довгострокової орієнтації розвитку підприємств потреба в інформаційних ресурсах на вищому рівні управління відрізняється від потреб менеджерів нижчого та середнього рівня управління. Для задоволення цих конкретних

потреб в інформації можна поєднати різні інформаційні технології, що особливо доречно для управління розвитком підприємства.

Разом з тим інформаційні технології, все глибше проникають у сферу суспільного життя, генерують не тільки нові можливості у вирішенні різних проблем, які накопичилися, але й принципово нові загрози, серед яких цифровий розрив між країнами і у рамках окремої держави, дотримання свободи слова, захист інтересів етнічних меншин, охорона інтелектуальної власності, боротьба з комп'ютерними високотехнологічними злочинами, а також питання цензури у глобальних комп'ютерних мережах [5, с. 235].

Відсутність в підприємстві чіткої мети застосування ІТ є основною причиною негативних наслідків від їх впровадження, таких як незадоволення керівництва та споживачів. Переслідування співробітниками власних особистих цілей за рахунок компанії, некомпетентність та нечесне ведення бізнесу постачальниками-розробниками ІТ- послуг, невідповідність технічних засобів та проектних рішень потребам бізнесу призводять до невдач у застосуванні ІТ в компанії.

Таким чином, інформатизація є основою розвитку сучасної економіки. В процесі адаптації підприємств до функціонування в умовах інформаційної економіки в Україні та необхідності вирішення наявних проблем потребують подальшого розвитку та оптимізації політичний, правовий, економічний, соціально-економічний та технологічний напрями оптимізації розвитку інформаційного суспільства.

Перспективним напрямом є поєднання традиційних виробництв з інформаційними технологіями, що уможливить охоплення телекомунікаційними і програмно-інформаційними технологіями усі сфери економіки, а обмін інформацією створить особливі електронні ринки.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» від 09.01.2007 № 537-V // Відомості Верховної Ради України, 2007. – N 12. – Ст. 102.
2. Ніколаєв Є. Б. Теорія інформаційної економіки як парадигма економічної теорії: приклад методологічно сумнівного аналізу / Є. Б. Ніколаєв // Економічна теорія. – 2008. – № 4. – С. 19–30.

3. Маслов А. О. Генеза теорії інформаційної економіки та її місце в сучасній економічній думці / А. О. Маслов // Актуальні проблеми економіки № 3 (117). – 2011. – С. 13–23.
4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/head.html>
5. Зуев С. Э. Измерения информационного пространства (политики, технологии, возможности) / С. Э. Зуев // Музей будущего: информационный менеджмент / сост. А. В. Лебедев. – М.: Прогресс-Традиция, 2001. – С. 230–250.

Ільченко В. О.

ДВНЗ «Криворізький національний університет», Україна

**КОНЦЕПТУАЛЬНА СХЕМА ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ
ПОРТФЕЛЮ ЗАМОВЛЕНЬ ІННОВАЦІЙНО-АКТИВНИХ
МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Серед різних видів діяльності, які в тому числі пов'язані з інноваціями, виділяється машинобудування. До того ж, основна частина машинобудівних підприємств, у яких присутня інноваційна діяльність, відноситься до інноваційно-активних підприємств. Сучасний темп розвитку технологій примушує машинобудівні підприємства для забезпечення конкурентоздатності на ринку використовувати у своїй діяльності інноваційні процеси. Але практика останніх років свідчить про поки що низький рівень реалізації інноваційного напрямку підвищення ефективності машинобудування. Однією з причин є фінансування інноваційних проектів, основу якого на даний час складають власні кошти підприємств.

Випуск інноваційної продукції потребує відволікання матеріальних, трудових та фінансових ресурсів від виконання завдань основної виробничої програми, придбання і засвоєння новітньої техніки та технологій. Використання «неповоротких» систем підтримки управлінських рішень при цьому призводить до значних економічних втрат від неефективного використання наявних виробничих ресурсів. Таким чином, виникла необхідність створення комплексу дій щодо управління діяльністю інноваційно-активними підприємствами в умовах одночасного виробництва продукції з різними етапами життєвого циклу.

На основі дослідження щодо впливу процесів освоєння нової продукції на ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства було висунуто гіпотезу про можливість забезпечення більш ритмічної роботи машинобудівних підприємств у період освоєння нової продукції за рахунок використання спеціальних методів прогнозування їхньої роботи та за допомогою впровадження розробленого комплексу дій щодо управління діяльністю інноваційно-активного підприємства, у якому враховуються можливості наявних виробничих ресурсів для одночасного виробництва базової та інноваційної продукції.

У розроблених методичних підходах представлено декілька етапів обґрунтування випуску нового виробу. Найголовнішими з них являються вибір критеріїв визначення оптимального варіанту виробничої програми та формування сценаріїв випуску нової продукції. Критерій оптимальності повинен бути інтегральним, оскільки потрібно комплексно аналізувати інформацію для досягнення найліпшого сценарію. Інтегральний критерій доцільно використовувати для аналізу та оптимізації результатів прогнозування при умові застосування разом з нейронними мережами, враховуючи їх переваги перед іншими математичними методами, а також можливість отримання декількох результатів одночасно. У зв'язку з цим пропонується застосовувати нейромережеві технології як інструменти для побудови економіко-математичної моделі оптимізації та прогнозування варіанту сценарію запуску у виробництво нової продукції.

У якості прикладу моделювання сценаріїв інноваційної діяльності виконано обробку статистичних даних декількох провідних машинобудівних підприємств України за останні роки. Вони показали, що одним з вагомих факторів, які негативно вплинули на ефективність виробничо-господарських процесів цього підприємства є інноваційна діяльність. Виявлені погіршення показників роботи підприємства при впровадженні у виробництво нової продукції, наприклад, магнітних сепараторів. За результатами досліджень також було помічено, що величина відхилень фактичних показників з виробництва серійної продукції від планових залежить від обсягів виробництва нової продукції.

Отже, аналіз практики управління інноваційно-активним підприємством показує, що одним з головних напрямів з удосконалення виробничо-господарської діяльності підприємств у ринкових умовах є створення ефективної системи підтримки управлінських рішень щодо одночасного виробництва базової та нової продукції.

Для побудови концептуальної схеми процесу формування портфелю замовлень з урахуванням інноваційної діяльності виконана обробка статистичних даних машинобудівних підприємств за останні роки. Підсумковими показниками моделювання стали два показники: рентабельність продукції всієї номенклатури виробів (або прибутку від реалізації всієї номенклатури продукції), враховуючи інноваційні вироби, та різниця термінів виконання загального портфелю замовлень (між новим часом для виконання скоригованої виробничої програми з урахуванням випуску нових виробів та базовим терміном за діючою виробничою програмою).

Для виконання оптимізаційних розрахунків на основі побудованої концептуальної схеми обґрунтування випуску нового виробу запропоновано визначати критерій із врахуванням найбільш вагомих факторів впливу на здійснення інноваційного процесу в рамках загального виконання виробничої програми інноваційно-активним підприємством, а саме прибутку підприємства та термінів можливого і фактичного виконання виробничої програми. Результати розрахунку критерію по побудованій економіко-математичній моделі свідчать про те, що для оптимального варіанту значення даного критерію вище, ніж для початкового результату проведених досліджень.

Таким чином, балансування між обсягами використання тієї чи іншої групи виробничих ресурсів з урахуванням визначених обмежень та орієнтиром на значення критерію дозволяє отримати найкращий варіант розподілення виробничих ресурсів. Представлена концептуальна схема процесу формування портфелю замовлень дає можливість здійснення оптимального варіанту інноваційного процесу у його виробничій частині з урахуванням зобов'язань щодо поточної виробничої програми інноваційно-активного машинобудівного підприємства.

Лагода И. А.

Научный руководитель – к. т. н., доцент Климчук А. А.

Приднепровская государственная академия строительства и архитектуры,

г. Днепропетровск. Украина

УПРАВЛЕНИЕ ДОСТУПНОСТЬЮ ДИЗАЙНЕРСКИХ УСЛУГ

В последнее время в г. Днепропетровск и в Украине в целом значительно вырос спрос на дизайнерские услуги. На повышение спроса повлияло множество факторов, однако можно выделить основные, такие как: постоянное повышение заработной платы украинцев, покупка новых квартир, где ремонт нужно начинать с нуля, устойчивое желание сделать свое жилище удобным, функциональным и гармоничным, а также избавиться от угнетающих человеческую психику отголосков советского прошлого (как то неудобная планировка, громоздкие шкафы и мягкая мебель, унылое оформление стен).

Однако, в связи с мировым финансовым кризисом, с 2008 года количество введенных в эксплуатацию новостроев резко сократилось. Те дома, которые всё же были сданы в эксплуатацию, имеют слишком высокую цену квадратного метра площади (около 9000 грн./м²) и поэтому большинству населения не доступны. Исходя из этого становится очевидной необходимость улучшения и реконструкции старого жилого фонда (как квартир, так и усадебных жилых домов). Большинство дизайн-студий и частных дизайнеров позиционируют свою деятельность как элитарную, VIP и т.п., что в корне неправильно, так как рассчитано на очень узкий сегмент потребителей. К тому же новые жилые комплексы построены, в большинстве случаев, с соблюдением всех строительных норм, а советская жилая застройка имеет множество изъянов, которые хороший дизайнер сумеет исправить. Также важнейшей проблемой советского жилого фонда является неправильная с точки зрения психофизиологии и нерациональная планировка помещений (к примеру, наличие внешних углов в помещениях, проходные комнаты и т. п.).

Исходя из этого напрашивается вывод, что городу Днепропетровск необходим «массовый» дизайн, который будет доступен большинству жителей мегаполиса и который сможет впоследствии преобразить город.

За более чем двадцать лет, которые Украина является независимым государством, вопросы экономического развития в нашей стране либо не решались, либо решаются неэффективно. Следствием неумелых реформ является одна из самых низких заработных плат в Европе – в 2010 году она составляла 922 гривны [6]. Средняя же зарплата по Украине в 2012 году составила 3031,91 грн. [7]. Из своей заработной платы среднестатистический украинец тратит в месяц [2, с. 68]:

- продукты питания и безалкогольные напитки – 44,6 % зарплаты;
- алкоголь – 1,5 %;
- табак – 2,4 %;
- одежда, обувь – 8,2 %;
- коммунальные услуги – 15,6 %;
- текущее содержание жилья – 2,7 %;
- здравоохранение – 3,4 %;
- транспорт – 4,8 %;
- связь – 3,1 %;
- отдых – 2,2 %;
- непотребительские денежные расходы – 10,4 %

Из вышепредставленного списка становится очевидным тот факт, что среднестатистический украинец имеет возможность потратить на обустройство и дизайн своей квартиры 10,4 % месячного дохода.

Выше были приведены данные по заработной плате по всей Украине, однако для нас более актуальными являются данные об уровнях зарплат по Днепропетровской области [3], т. к. после их изучения становится понятным целевой сегмент потребителей «массового» дизайна. Это люди, зарабатывающие в месяц от 3500 до 10000 гривен (конечно, работники, которые получают более 10000 грн. в месяц, тоже могут себе позволить трансформировать своё жилье, однако им идея «массовости» чужда).

Специально для потребителей со средним уровнем дохода (3500–10000 гривен в месяц) была разработана концепция «массового» дизайна, который будет доступен этой части населения. Отличительными чертами данного решения являются:

- несколько готовых проектов на выбор;
- минимизация общения с клиентом;
- лимит на коррективы проекта;

Попробуем разобраться, почему так важно эстетично и удобно обустроить место своего обитания? Потому что человек постоянно живет, действует и находится в неразрывной связи с пространством, которое обладает собственной энергетической конфигурацией. В Китае уже много лет назад мир воспринимали как единый живой организм, благодаря чему китайцы успешно освоили принципы управления энергиями, позволяющие воздействовать на события как отдельной человеческой жизни, так и общества в целом. Возникший же именно сейчас в странах Запада интерес к древним знаниям, методикам воздействия на энергетические аспекты жизни тоже вполне закономерен: у многих из нас возникают серьезные проблемы с жизненной энергией, и почти все нуждаются в успехе или везении. Для человека, живущего и работающего в городе, наиболее важна гармонизация энергетического пространства его жилья и работы. Если внутренняя обстановка квартиры или офиса не сбалансирована так, чтобы привлекать и удерживать положительную жизненную энергию, – не поможет ни форма здания, ни удачное местоположение. Но это еще не все. В древние времена, когда только возникали учения об управлении энергетической конфигурацией пространства, в распоряжении людей еще не было современных электронных приборов и бытовой техники. Зато теперь мы живем в непрерывных потоках энергий, созданных и запущенных руками человека. Мы постоянно находимся в окружении разнообразных машин и механизмов, которые взаимодействуют как с нами, так и с окружающей средой. И все они активно влияют на энергетику нашего жилища и офиса, что тоже необходимо учитывать [1, с. 1]. К примеру, в США существует интересный подход в этой области Evidence-based design – проектирование, основанное на доказательствах (исследованиях,

опросах и т. п.) [8]. Этот подход стал популярным в сфере архитектуры здравоохранения США, с целью улучшения жизнедеятельности пациентов и персонала, ускорения процесса выздоровления, снижения уровня стресса и повышения безопасности. Эта научно-обоснованная разработка является относительно новой областью исследования, которая перенимает терминологию и идеи из нескольких дисциплин: экологической психологии, архитектуры, неврологии и поведенческой экономики [4, с. 1]. Упомянутую методику имеет смысл применять не только в лечебных учреждениях, но и в дизайне жилых помещений. Почему это важно? Из-за широкого распространения в Украине заболеваний, связанных с расстройствами психики и т. п. [5, с. 171].

Меняя дизайн помещения, человек меняет его энергетику. Иногда даже незначительные изменения влекут за собой серьезные последствия. Энергетика геопатогенных зон очень чутко реагирует на изменение формы помещения (например, человек сделал подвесной потолок или обшил стены гипсокартоном). Изменяются размеры помещения – изменяется сила воздействия энергетики геопатогенной зоны на организм. Форма помещения, его размеры также влияют на энергетику живущего в нем человека, поэтому надо выбирать гармоничные сочетания, иначе, вложив много денег в свое жилье, человек нанесет вред здоровью и испортит взаимоотношения с близкими людьми [1, с. 54]. Исходя из этого дизайнерские услуги должны быть доступны большинству украинцев, т. к. дизайн опосредованно может повлиять на экономику Украины в целом:

1. Человек со средним доходом нуждается в доступных услугах дизайнера.
2. Компания, которая взяла за основу концепцию «массового» дизайна, предоставляет клиенту доступный дизайн-проект.
3. Проект воплощается в жизнь с учетом требований гармонизации пространства, изменяя несовершенную среду советского жилого фонда.
4. После обновления интерьера у человека улучшается самочувствие, повышается активность и стремление к новым вершинам.
5. У здорового и активного человека начинают расти доходы, а значит он платит больше налогов в местный и государственный бюджет.

Список использованных источников:

1. Киврин В. Энергетика дома. Создание гармоничной реальности / В. Киврин. – СПб.: Вектор, 2008. – 60 с.
2. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2012 році: статистичний збірник. – К. – 2013. – Ч. I. – 377 с.
3. Експрес-випуск Державної служби статистики від 14.08.2013 № 09.3-29/241.
4. Бодня С. В. Научно-обоснованное проектирование медицинской архитектурной среды с учетом влияния света и цвета / С. В. Бодня // Вісник Придніпровської державної академії будівництва та архітектури. – Днепропетровск: ПГАСА, 2011. – № 5. – С. 47–54.
5. Пинчук И. Я. Распространенность психических расстройств в Украине / И. Я. Пинчук // «Журнал АМН України». – 2010. – Т. 16, № 1. – С. 168–176.
6. Минимальная зарплата: справочник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.prostobankir.com.ua/spravochniki/indikatory_rynka/minimalnaya_zarplata/minimalnaya_zarplata_2000_2013_gg
7. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.mojazarplata.com.ua/ru/main/news>
8. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.en.academic.ru/dic.nsf/enwiki/933208>

К. е. н. Лізогуб Р. П., Коцупал В. П.

Донецький державний університет управління, Україна

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЕКОЛОГІЧНОГО ГЕОМАРКЕТИНГУ

Реструктуризація економіки країни на основі ринкових відносин неминуче призводить до відповідних структурних змін у сфері природокористування. Особливої ваги при цьому отримують дослідження, що спрямовані на ринкові механізми стимулювання усіх видів раціонального природокористування, ресурсозбереження і природоохоронної діяльності. Сучасна маркетингова діяльність набула рис універсальності і здійснює значний вплив на теоретичні засади, підходи до оптимізації та ефективного управління природокористуванням.

Вирішення багатьох екологічних проблем природокористування та отримання нового виду економічної діяльності в області природокористування – екологічний маркетинг. Практичні потреби екологічного маркетингу стимулюють розвиток фундаментальних і прикладних геоекологічних та економіко-географічних досліджень, створення дисциплін особливих міжпредметних галузей наукових знань про властивості і закономірності ринкової динаміки, формування ефективного управління природокористуванням на основі екологічного маркетингу.

Особливого значення має розвиток теоретико-методологічної концептуальної та практичної бази екологічного маркетингу для рекреаційного природокористування. Проблеми перехідного періоду розбудови незалежної держави на ринкових економічних засадах засвідчують, що старі підходи до прогнозування, планування та управління рекреацією та туризмом далеко не достатні для досягнення цілей стійкого розвитку із сучасних умов становлення нових ринкових господарських механізмів та загострення екологічної кризи. Такі обставини стимулюють, у свою чергу, розвиток інноваційних міжсистемних наукових напрямків для забезпечення оптимізації та підвищення ефективності управління рекреаційним природокористуванням. Чільне місце серед них має екологічний маркетинг.

В даний час існує декілька визначень екологічного маркетингу і продовжуються подальший розвиток його концептуальної та понятійно-термінологічної бази.

Завданням екологічного маркетингу є створення умов для збереження навколишнього середовища, адаптації виробництва до вимог ринку, вироблення екологічно чистої продукції, що має високу конкурентну спроможність, а також інтенсифікації її збуту й отримання додаткового прибутку за рахунок екологізації виробництва. Екологічний маркетинг ґрунтується на використанні концепції соціально-етичного маркетингу і є його складовою частиною. На основі цієї концепції інтегруються інтереси виробника, споживача, суспільства і природного середовища.

Екологічний маркетинг має яскраво виражену соціальну спрямованість, що виявляється в тому, що саме на основі екологічного маркетингу вдається розв'язати низку суспільно-економічних протиріч. Екологічний маркетинг в першу чергу спрямований на гармонізацію відносин між товаровиробником та споживачем, виконуючи найважливішу соціально-екологічну функцію – приведення у відповідність суперечливих ринкових інтересів виробників-продавців і споживачів-покупців шляхом формування екологічно-збалансованого споживання та відповідного екологічно-збалансованого виробництва.

В умовах реформування ринкових відносин, появи різних форм власності стало очевидним, що необхідно внести істотні зміни в розробку й впровадження

нових процедур і інструментів по прийнятті управлінських рішень пов'язаних з господарською діяльністю підприємств, що дозволить ефективно визначити припустимий вплив на навколишнє середовище й екологічну безпеку. Отже, стратегічним завданням екологічного маркетингу усієї господарської діяльності підприємства на сучасному етапі повинне стати забезпечення якості економіко-екологічних управлінських рішень, щоб уникнути виникнення матеріальних втрат і соціальних витрат для суспільства.

Звідси основне завдання екологічного маркетингу можна визначити – як гармонізація відносин між виробниками, споживачами та навколишнім середовищем на основі ринкових механізмів екологічно збалансованого природокористування, виробництва та споживання.

К. е. н. Лізогуб Р. П., Кузнецова І. В.

Донецький державний університет управління, Україна

МАРКЕТИНГОВІ ЗУСИЛЛЯ ЕКОЛОГІЧНО ОРІЄНТОВАНОГО ПІДПРИЄМСТВА

На сьогодні визначені основні проблеми і перспективи розвитку ринку екологічно чистих товарів, а також необхідність у проведенні аналізу маркетингових зусиль екологоорієнтованого підприємства. В Україні вже розроблена концепція й основні положення системно-екологічного підходу до модернізації виробництва з метою збереження навколишнього середовища, підвищення якості й безпеки виробництва продукції, які передбачають: екологізацію функції управління підприємством із впровадженням міжнародних стандартів екологічного менеджменту, маркетингу та інжинірингу; оновлення виробничих процесів з метою поліпшення екологічних характеристик виробництва та підвищення екологічного ефекту; підвищення екологічної свідомості та кваліфікації виробничого управлінського персоналу.

Збільшення витрат на виробництво екологічно чистої продукції в декілька разів перевищують витрати на виробництво звичайної продукції, передпродажну підготовку товару, його зберігання та відвантаження. Оскільки обсяги екологічно чистих товарів поки що порівняно невеликі, то необхідно гарантувати уникнення ризику змішування їх з іншою продукцією - з неорганічними добавками. Незважаючи на труднощі та проблеми, що виникають при виробництві й реалізації екологічно чистих товарів, в українських магазинах усе частіше можна зустріти продукти з позначкою «екологічно чистий», «без консервантів», «органічний» або префіксом «біо». До таких продуктів можна віднести різні кисломолочні продукти, питну та мінеральну воду, крупи, продукти із сої, м'ясо, соки, дитяче харчування, чай тощо.

Одним із негативних наслідків економічного зростання є інтенсифікація впливу людської діяльності на навколишнє середовище.

Дослідження підтверджують, що Україна перебуває в стані затяжної економічної кризи, котра поглиблюється і негативно впливає, як на конкурентоспроможність національної економіки, так і на якість життя людей. Сьогодні спостерігається глобальність масштабів екологічних проблем, а отже, зростає необхідність реалізації принципів сталого розвитку світової економіки.

Чільне місце у забезпеченні такого балансу займає актуальна для українських підприємств проблема екологізації виробництва. Приймаючи рішення про вдосконалення власного виробництва, суб'єкти господарювання в основному керуються меркантильними інтересами, тому важливо створити дієві механізми регулювання та стимулювання екологізації як на державному, так і на рівні підприємства.

Екологізація – це процес безупинного і послідовного розроблення та впровадження у виробничі процеси нових технологічних і управлінських заходів, які дозволяють підвищувати ефективність використання природних ресурсів при збереженні чи поліпшенні якості довкілля.

Сучасні масштаби екологічних порушень, а також необхідність компенсації втрат від великих аварій і стихійних лих створюють реальну загрозу

переключення фінансових і матеріальних ресурсів із розв'язання стратегічних завдань формування нової структури економіки на підтримання її наявного потенціалу.

Екологічна ситуація може стабілізуватися через зміну орієнтації соціально-економічного розвитку, формування нових цінностей, перегляд структури потреб, цілей пріоритетів і способів діяльності людини. Для цього необхідно розробити комплекс радикальних політичних, законодавчих, соціальних, економічних, технологічних і організаційних заходів. У разі виконання цих комплексів важливо дотримуватись принципу розумних компромісів при розв'язанні конфліктів, що виникають між необхідністю дотримання екологічних рекомендацій і обмежень та економічною мотивацією виробничо-господарської діяльності.

У процесі розроблення механізмів державної мотивації та стимулювання екологізації виробничо-господарської діяльності варто виходити з того, що в ринкових умовах природоохоронна діяльність повинна бути економічно доцільною.

До основних видів організаційно-економічних механізмів екологізації виробництва віднесено: примусові, заохочувальні та маркетингові.

Для реалізації запроваджень загальнодержавних організаційно-економічних механізмів потрібні відповідні механізми на рівні підприємств. Найактуальнішими для вітчизняних підприємств є такі заходи, як запровадження концепції «зеленого офісу»; формування та розвиток екологічної культури, екологічного менеджменту та маркетингу; використання концепції «бережливого виробництва» тощо.

Екологізація виробництва вітчизняними підприємствами дозволить зменшити протиріччя між економічним зростанням та збереженням і охороною природних ресурсів, дасть можливість підвищити ефективність ресурсоспоживання, вийти на нові ринки продуктових «зелених» інновацій та забезпечити конкурентоспроможність української економіки.

К. е. н. Лозинський І. Є., Камишна А. Г.

Державний ВНЗ «Національний гірничий університет»,

м. Дніпропетровськ, Україна

КОМПЛЕКСНА СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Конкуренція є однією з найбільш ефективних форм боротьби за існування на ринку, рушійною силою та механізмом відбору.

Тому дуже важливо побудувати ефективну систему управління конкурентоспроможністю підприємства на основі окремих напрямків досліджень теорії та практики менеджменту.

Проблемам конкуренції та конкурентоспроможності присвячено наукові праці вітчизняних вчених, зокрема, Я. Б. Базилюка, С. М. Кваші, М. Й. Маліка, Н. А. Мазура, Н. В. Місюка, П. Р. Пуцентайло, Б. Й. Пасхавера, П. Т. Саблука, В. М. Трегобчука.

На думку Ю. Б. Іванова конкурентоспроможність є «відносною категорією, що відображає відмінність процесу розвитку підприємства від конкурента за ступенем задоволення продукцією суспільної потреби і ефективністю виробничо-господарської діяльності», а також «властивістю виробничо-економічних систем (якими є підприємства) змінювати траєкторію руху чи намічуваний режим функціонування в процесі адаптації до впливу зовнішнього середовища з ціллю збереження, розвитку уже наявних чи створення нових конкурентних переваг».

У окремих роботах вчених запропоновано структуру системи управління конкурентоспроможністю підприємства. Проте здебільшого у них використовується поєднання функціонального (комплекс функцій управління) та процесного (послідовність дій або станів системи) підходів. Наприклад, джерело [1] розглядає управління конкурентоспроможністю як сукупність основних елементів управління. Запропоновано наступні елементи управління конкурентоспроможністю підприємства:

- планування: розробляння продукції; виробництва; збуту;
- організація: оптимізація організаційної структури; забезпечення ресурсами; НДДКР; стимулювання збуту;

- мотивація: робітників підприємства; контрагентів;
- контроль: якості управлінських рішень; якості продукції; якості ресурсів; реалізації управлінських рішень; відстеження рівня конкурентоспроможності.

Очевидно, що використано функціональний підхід до визначення елементів системи управління конкурентоспроможністю.

Проте слід пам'ятати, що управління конкурентоспроможністю є складним економічним утворенням, що містить окремі елементи, які у взаємодії, взаємозалежності та взаємозв'язку між собою формують цілісну систему. А саме «процес» управління конкурентоспроможністю, тобто поетапна реалізація дій, щодо управління, є одним з елементів зазначеної системи.

Отже, на рис. 1. зображено структуру комплексної системи управління конкурентоспроможністю підприємства. Де показано також причинно-наслідкові зв'язки між основними категоріями, що характеризують конкурентний стан підприємства.



Рис. 1. Структура комплексної системи управління конкурентоспроможністю підприємства

Запропонована структура системи управління конкурентоспроможністю підприємства є комплексною оскільки охоплює максимальну кількість елементів, що її формують а також дає розуміння щодо характеру зв'язків з основними категоріями, що характеризують конкурентний стан підприємства

Список використаних джерел:

1. Тьетар Р. А. Менеджмент / Р. А. Тьетар: пер. с франц. – СПб.: Изд. дом «Нева», 2003. – 96 с

К. е. н. Лозинський І. Є., Кременчугська І. Г.

Державний ВНЗ «Національний гірничий університет»,

м. Дніпропетровськ, Україна

**ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ
«ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ»**

Проблема організації праці була раніше і залишається зараз предметом вивчення науковців та щоденної практичної діяльності працівників підприємств. У своїй основі вона несе значні потенційні можливості підвищення ефективності як регіону, так і конкретного виробництва.

У науковій літературі слабо пропрацьовано особливості дії окремих елементів системи організації праці.

У сьогоднішній час керівники підприємств визнають, що праця, організована на науковій основі є ведучим фактором росту її продуктивності, та зниження витрат виробництва, що є основою забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Проте змінити діючі принципи організації праці наважуються не усі керівники. Причиною цьому я зазвичай недостатньо глибоке розуміння категорії «організація праці». Здебільшого керівники не володіють цілісною інформацією щодо особливостей та принципів організації праці на закордонних підприємствах, та щодо сучасних напрямках удосконалення організації праці як за кордоном так і у нашій країні.

У результаті виникає проблема, яку систему організації праці обрати? Яка буде більш ефективною? Здебільшого обирається найбільш приваблива система організації праці, відштовхуючись від красномовності джерела, що стало інформаційною базою для прийняття рішення щодо системи організації праці. При цьому у більшості випадків обрана система організації праці повністю копіюється з закордонних підприємств або вітчизняних підприємств інших галузей промисловості з іншою специфікою виробництва, що не дозволяє досягти бажаного результату.

На сьогодні склалася ситуація, коли, створені при попередній економічній ситуації, системи організації праці вже втратили свою життєздатність та не відповідають сьогоднішнім потребам щодо мотивації праці, а сліпе копіювання систем організації праці успішних закордонних підприємств не може дати ефекту через розбіжності у державному регулюванні, менталітеті кадрового складу та особливостях функціонування промислових підприємств.

Таким чином, є необхідність у подальшому дослідженні теоретичних проблем розвитку систем організації праці на підприємствах, а у зв'язку з недостатністю їх наукової розробки стосовно умов розвитку підприємств гірничодобувної промисловості, варто приділити увагу даному питанню.

Серед вітчизняних авторів, які теоретичні аспекти організації праці, слід відмітити Д. П. Богиню, В. М. Данюка, О. А. Грішнову, А. М. Колота, Т. А. Костишину, М. Ю. Сандуленко, Т. В. Перепельчук. Питання, пов'язані з розвитком організації праці, знайшли відображення в роботах зарубіжних вчених: А. Маршала, Г. Форда, Ф. Гілберта, Ф. Тейлора та ін.

Змінюється також і відношення до працівника. Сучасний робітник це не просто виконавець, а орієнтований на споживача, сконцентрований на досягненні цілей підприємства, професіонал.

На окремих підприємствах організація праці будується на основі застарілих методів, що є характерними для радянських часів. Керівники таких підприємств не визнають здатності персоналу до ініціативи та творчості.

Отже, варто дослідити визначення категорії «організація праці» у вітчизняній економічній літературі.

Сучасні вчені здебільшого розглядають організацію праці з погляду наукової організації праці та, зокрема, організації оплати праці

Дуже мало досліджень присвячено саме теоретичному обґрунтуванню економічної категорії «організація праці», чи хоча б торкаються даної тематики.

У табл. 1 наведено визначення категорії «організація праці», що запропоновані українськими вченими за останні роки.

Таблиця 1. Визначення економічної категорії «організація праці»

Автор	Визначення категорії «організація праці»
Яна Горегляд	сукупність принципів, методів, форм організаційного механізму з формування, відтворення, розвитку та використання персоналу, створення оптимальних умов праці.
І. І. Цигилик, В. Ф. Морицан, О. М. Морицан	система мобілізації людського фактора на підприємстві
С. В. Бадюкова	- способи впорядкування засобів, предметів та умов праці людини у технологічному процесі; - система здійснення трудового процесу, що визначає порядок і умови поєднання і здійснення складових його часткових трудових процесів, взаємодії виконавців і їхніх груп із засобами праці й один з одним для досягнення поставленої мети спільної діяльності і забезпечення наміченого соціально-економічного ефекту

Як бачимо з таблиці, та після аналізу інших наукових джерел, «організація праці» розглядається з позиції або системного або процесного підходів, тобто розглядається сукупністю окремих елементів або визначеної послідовності дій.

На сьогодні не існує визначення категорії «організація праці», що охоплювало б усі аспекти даного поняття.

Пропонуємо визначення організації праці на основі комплексного – системного та процесного підходів.

Організація праці – це логічно впорядкована сукупність, комплекс конкретних форм та методів, що зумовлюють характер взаємодії персоналу між собою, з засобами праці та системою у цілому, у трудовому процесі при встановленій послідовності етапів реалізації трудової діяльності для досягнення максимально можливого результату.

Отже, сучасна модель ефективної системи управління персоналом може бути дієвою лише якщо базується на сучасних методах організації праці, які мотивуватимуть працівників до високопродуктивної праці, інноваційного підходу до виконання функціональних обов'язків, та створюватимуть умови для самореалізації працівників.

К. е. н. Лозинський І. Є., Шмальченко Є. А.

Державний ВНЗ «Національний гірничий університет»,

м. Дніпропетровськ, Україна

«ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПРОЦЕС»

ТА «ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ»:

ЗМІСТ ТА ВІДМІННІСТЬ

У науковій літературі достатньо багато йде мова про інвестиції, та інновації зокрема, про інноваційний проект, інноваційний продукт, інноваційну інфраструктуру, інноваційну програму, управління інвестиційною та інноваційною діяльністю.

Частіше інноваційну та інвестиційну діяльність розглядають окремо, не враховуючи очевидного нерозривного зв'язку даних видів діяльності. Проте, багато робіт також присвячені дослідженню інноваційно-інвестиційної діяльності, зокрема це роботи М. Бутка, А. Гальчинського, В. Геєця, О. Зеленської, С. Зеленського, В. Новицького, С. Семиноженка, В. Федоренка і багатьох інших.

Незважаючи на беззаперечно значний внесок провідних науковців у формування теоретичних і методологічних основ управління інноваційно-інвестиційною діяльністю на усіх рівнях, у запропонованих дослідженнях не були у достатній мірі відображені питання, що пов'язані із висвітленням змісту поняття «інноваційно-інвестиційний процес», а також залишається взагалі не дослідженою його відмінність від економічної категорії «інноваційно-інвестиційна діяльність».

Визначень категорії «інноваційно-інвестиційна діяльність» вкрай мало. Одне з них запропоноване Т. О. Загорною: інноваційно-інвестиційна діяльність – це процес реалізації результатів інтелектуальної праці в різних видах майнових та інтелектуальних цінностях, які мають грошову оцінку та які вкладені в об'єкти підприємницької та іншої діяльності, в результаті якої формується прибуток або інший соціально-економічний ефект [1].

Як видно з визначення, характерною особливістю інноваційно-інвестиційної діяльності є взаємодія людини з виробничо-економічною системою з метою отримання певного виду ефекту, що виникає внаслідок появи потреби.

Відносно інноваційно-інвестиційного процесу, то у науковій літературі він практично не розглядається на сьогодні, зокрема, мова відносно нього йде лише у контексті підвищення ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності на мезорівні національної економіки, з урахуванням особливостей розвитку територій та регіонів [2].

Оскільки, як відомо, процесом є зміна предметів і явищ, що відбувається закономірним порядком, то можна запропонувати наступне визначення даної категорії: інноваційно-інвестиційний процес – це послідовна та цілеспрямована зміна станів окремої виробничо-економічної системи у часі внаслідок взаємодії людини з даною системою, тобто внаслідок впливу реалізації інноваційно-інвестиційної діяльності.

Отже, чітко видно що категорія «інноваційно-інвестиційна діяльність» є первинною, у свою чергу економічна категорія «інноваційно-інвестиційний процес» є вторинною та витікає з інноваційно-інвестиційної діяльності.

З проведеного аналізу можна зробити висновок про необхідність виділення та розділення категорій «інноваційно-інвестиційна діяльність» «інноваційно-інвестиційний процес», оскільки удосконалення термінологічного апарату сприятиме кращому розумінню та поглибленому баченню сутності економічних процесів на підприємстві, що призводитиме до зростання рівня конкурентоспроможності та активізації інноваційно-інвестиційної діяльності як на рівні окремого підприємства, так і на рівні регіону і всієї держави.

Список використаних джерел:

1. Загорная Т. О. Роль инновационно-инвестиционной стратегии в системе формирования конкурентных преимуществ предприятия / Т. О. Загорная // Економічний простір. – 2009. – № 23/2. – С. 220–227.
2. Пушкар О. І. Інноваційно-інвестиційний процес як шлях підвищення ефективності інвестицій на мезорівні національної економіки / О. І. Пушкар // Економіка і регіон. – 2009. – № 3 (22). – С. 98–103.

К. е. н. Лозинський І. Є., Каплун О. С.

Державний ВНЗ «Національний гірничий університет»,

м. Дніпропетровськ, Україна

«ТРУДОВІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА»

ТА «ПЕРСОНАЛ ПІДПРИЄМСТВА»: СПІЛЬНЕ ТА ВІДМІННЕ

Незважаючи на те, що існують окремі дослідження, присвячені питанню управління трудовими ресурсами підприємства, все ж здебільшого дана категорія використовується у контексті управління трудовими ресурсами регіонів або комплексів підприємств окремих галузей промисловості (найчастіше АПК).

Переважно структурно персонал ділять на управлінський робочий та допоміжний [8].

За рівнем кваліфікації працівників ділять на некваліфікованих робітників, малокваліфікованих працівників, спеціалістів середньої кваліфікації та спеціалістів вищої кваліфікації [8]. Іншими ознаками для розподілу працівників на групи є рівень освіти та стаж роботи.

У науковій літературі постійно ототожнюються поняття «персонал», «кадри», «працівники», «колектив», «трудова ресурси».

Звідси витікає і ототожнення групувальних ознак для формування класифікацій даних понять.

У свою чергу «управління персоналом – сукупність заходів, спрямованих на формування та вдосконалення трудових ресурсів організації» [1], а «управління трудовими ресурсами (персоналом підприємства) – цілеспрямована діяльність

адміністрації підприємства, спрямована на підбір і розстановку кадрів, розробку стратегії кадрової політики, рух кадрів підприємства» [10].

Видно що у даних визначеннях також ототожнюються поняття персонал та трудові ресурси. Хоча це не зовсім так, адже, як виходить з визначення трудових ресурсів, що наведені нижче.

1. Трудові ресурси – це частина населення країни, що за своїм фізичним розвитком, розумовими здібностями і знаннями здатна працювати в народному господарстві [2].

2. Трудові ресурси – працездатна частина населення, яка, володіючи фізичними й інтелектуальними можливостями, здатна виробляти матеріальні блага і надавати послуги [5].

3. Трудові ресурси – це динамічна система, яка характеризується єдністю стійких взаємозв'язків і залежностей від основних елементів, це наявні на сьогодні і передбачувані в майбутньому ресурси праці суспільства, їх кількісні і якісні характеристики [7].

4. Трудові ресурси – працездатна частина населення, що, володіючи фізичними та інтелектуальними можливостями, здатна виробляти матеріальні блага та надавати послуги [6].

5. Трудові ресурси – це частина населення країни, яка володіє необхідним фізичним розвитком, здоров'ям, освітою, культурою, здібностями, кваліфікацією, професіональними знаннями для роботи в сфері суспільно-корисної діяльності [4].

6. Трудові ресурси є формою вираження переважної частини людських ресурсів, це частина населення країни, яка, маючи відповідні психофізіологічні, фізичні та інтелектуальні якості, здатна виробляти матеріальні та духовні блага й послуги, щоб здійснювати корисну діяльність [1].

7. Трудові ресурси – потенційний ресурс робочої сили, яким суспільство володіє станом на визначений момент часу [10].

Кожне з визначень підтверджує те, що трудові ресурси це категорія, яка виходить за рамки уявлення про персонал підприємства, а також має в собі приховані, потенційно можливі складові.

Таким чином, підтверджується дослідницька гіпотеза про те, що персонал завжди є трудовими ресурсами підприємства, проте трудові ресурси підприємства включають не лише персонал, як їх фактичну складову, а й потенційний працівників підприємства.

Отже, запропоновано трудових ресурсів підприємства за характером належності до виробничо-економічної системи. За даною ознакою трудові ресурси варто класифікувати як потенційні трудові ресурси (тобто ті, що мають відповідну підготовку, кваліфікацію, та можуть стати складовою персоналу підприємства) та фактичні трудові ресурси (це власне повний кадровий склад підприємства).

Подібний підхід дозволить чітко розмежувати дані поняття для отримання можливості правильно визначення об'єкту управління у системі управління трудовими ресурсами підприємства.

Список використаних джерел:

1. Большая экономическая энциклопедия. – М.: Эксмо, 2007. – 816 с
2. Грیشнова О. А. Економіка праці та соціально-трудова відносина: підручник / О. А. Грیشнова. – К.: Знання, 2004. – 535 с.
3. Давидюк Т. В. Трудові ресурси, трудовий потенціал, робоча сила, людський капітал: взаємозв'язок категорій / Т. В. Давидюк // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2009. – № 1(47). – С. 30–35.
4. Долгушкин Н. К. Категории «трудова ресурси», «рабочая сила», кадры – сущность и содержание / Н. К. Долгушкин, В. Г. Новиков // Аграрная наука. – 2001. – № 4. – С. 11–12.
5. Есинова Н. И. Экономика труда и социально-трудова отношения: учебн. пособ. / Н. И. Есинова. – К.: Кондор, 2003. – 464 с.
6. Мерзляк А. В. Економіка праці та соціально-трудова відносина: навч. посіб. / А. В. Мерзляк, Є. П. Михайлов, М. Х. Корецький, Г. О. Михайлова; за ред. Є. П. Михайлова. – К.: Центр навч. літ-ри, 2005. – 240 с.
7. Петроє О. Трудові ресурси як наукова проблема та об'єкт управління / О. Петроє // Вісник Національної академії державного управління при Президентів України. – 2005. – № 2. – С. 394–400.
8. Семенов А. Г. Аналіз формування та використання кадрового потенціалу / А. Г. Семенов, А. І. Шарко // Вісник економічної науки України. – 2010. – №1. – С. 93–97.
9. Статистика ринку праці: міжнародні стандарти та національний досвід / за ред. Н. С. Влащенко, Н. В. Григорович, Н. В. Рубльової. – К.: Август Трейд, 2006. – 320 с.
10. Экономический словарь / сост. А. Ф. Никитина. – М.: ОЛМА-ПРЕСС Образование, 2006. – 672 с.

Лозова І. Г.

Східноукраїнський національний університет імені В. Даля,

м. Луганськ, Україна

КОНСАЛТИНГ В КЛАСТЕРНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

Термін «консалтинг» означає здійснення управлінського консультування будь-якого масштабу. Консалтинг, або управлінське консультування, може стосуватися як локальних суто економічних питань (фінансовий аналіз, бухгалтерія, аудит, оподаткування), так і глобальних управлінських проблем (стратегічний розвиток, реорганізація, інноваційний процес). В широкому сенсі цього слова консалтинг – це вид інтелектуальної діяльності, основне завдання якого полягає в аналізі, обґрунтуванні перспектив розвитку і використання науково-технічних і організаційно-економічних інновацій з урахуванням предметної області і проблем клієнта. Основна мета консалтингу полягає в поліпшенні якості керівництва, підвищенні ефективності діяльності компанії в цілому і збільшенні індивідуальної продуктивності праці кожного працівника.

В останнє десятиліття в політиці економічного розвитку зарубіжних країн зріс інтерес до концепції кластерів і кластерного підходу. Кластер – це галузеве, територіальне та добровільне об'єднання підприємницьких структур, які тісно співпрацюють із науковими (освітніми) установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоздатності власної продукції і сприяння економічному розвитку регіону. Кластерна політика широко поширена, як у вигляді чітко визначеної програми, так і у вигляді інших, не тільки економічних, але й політичних ініціатив, таких як регіональні стратегії або заходи з підтримки локальної системи виробництва. З появою цих ініціатив зріс інтерес і до чинників, які впливають на успіх реалізації кластерної політики. При розробці стратегій розвитку уважно вивчається досвід і оцінюється можливість його адаптації до конкретних регіонів. Кластерна політика розглядається звичайно в рамках життєвого циклу або стадій розробки – від початкового задуму до оцінки виконання.

Оснoву концептуальних положень при розвитку кластерної кооперації виробничих мереж заклав М. Портер. Саме він в останнє десятиліття став одним з найбільш відомих популяризаторів важливості локальної економіки. Кластери можна ідентифікувати як групу компаній – учасників того чи іншого ринку, що об'єдналися на основі довгострокових контрактів, для ефективного використання ресурсів і специфічних переваг для спільної реалізації підприємницьких проєктів [1]. Використовуючи переважно горизонтальні зв'язки, спеціалізацію і доповнюючи один одного, вони отримують можливість для досягнення більш високих результатів.

Відмінна риса кластера – цільова підприємницька діяльність. У рамках кластера об'єднується не тільки виробничий, але і інноваційний бізнес, комплексне управління якістю продукції, сервісне обслуговування [2]. Об'єднання зусиль підприємців, органів управління, суб'єктів інвестиційної та інноваційної діяльності на певній території дає значні переваги в конкурентній боротьбі, сприяє раціоналізації виробничо-ринкових процесів, перерозподілу ризиків та проведення гнучкої політики, необхідної в умовах мінливої кон'юнктури.

Різні дослідження кластерів в європейських країнах виявило суттєві відмінності в політиках розвитку кластерів. Можна виділити два типи відмінностей. По-перше, кластерні політики різних регіонів помітно різняться масштабами. У фінансових термінах, ресурси, спрямовані на розвиток кластерів, варіюються від значних стратегічних бюджетів в Шотландії до фінансування окремих невеликих проєктів у Франції. Другий аспект стосується відмінностей у безпосередніх цілях і інструментах кластерної політики. Політика у Нідерландах і Фінляндії в значній мірі сфокусована на підтримці мережевих взаємодій між учасниками кластеру, в той час як в Шотландії (володіє великими ресурсами) підтримка мереж є всього лише одним із низки заходів політики. Кластерна політика у Франції полягає в підтримці проєктів, сфокусованих на специфічних секторах. Тільки в окремих випадках політика підтримує кожен аспект розвитку кластера. При цьому не завжди зрозуміло, чи розуміють розробники політики важливість інших аспектів розвитку кластера, або просто вирішують, що інші аспекти не вимагають спеціальної підтримки.

Кластерний підхід у політиці може приймати різні форми:

- окрема політика з чітко визначеною стратегією і виділеним бюджетом, яка охоплює ряд промислових секторів і різні аспекти розвитку кластерів;
- політика, яка сфокусована на деяких аспектах розвитку кластерів, таких як мережеві взаємодії серед бізнесу або між бізнесом і дослідницькими організаціями;
- політика, яка є елементом інших стратегій економічного розвитку [3].

Наприклад, у Східній Швеції підтримка розвитку кластерів є одним з напрямків місцевої «Угоди про регіональний розвиток», в Лимбурзі це програма регіональної інноваційної стратегії, що націлена на конкретну галузь, у Франції місцеві та національні заходи націлені на розвиток металорізальної промисловості в регіоні. Природно, що у представників бізнесу, науки та владних структур, що беруть участь в кластері, існують власні різні горизонти планування, географічний обхват діяльності та системи стимулів. Успішними стають саме ті об'єднання, в яких всім групам учасників вдається поєднувати власні інтереси з цілями розвитку кластера.

Серед деяких західних аналітиків поширена думка про те, що кластерної політики як такої не існує (принаймні, у вигляді чітко визначеного набору правових та економічних інструментів як, наприклад, інвестиційна політика) [2]. Кластерні стратегії і програми використовують мінливий набір різних підходів та інструментів і зазвичай містять поєднання аналітичних прийомів і політичних методів, які ніколи не повторюються, часто запозичених з інших областей економічної політики. У цьому зв'язку важливо зрозуміти, яким чином кластерна політика вбирає в себе ключові аспекти з інших областей, таких, як промислова, інноваційна і технологічна політика, політика регіонального розвитку.

Список використаних джерел:

1. Drucker, Peter F. Post-Capitalist Society / Drucker, F. Peter. – N. Y.: Harper Collins, 1993.
2. Соколенко С. І. Кластери в глобальній економіці / С. І. Соколенко // Наукове видання. – К.: Логос, 2004. – 848 с.
3. Ковальова Ю. Кластер як новий інструмент модернізації економіки / Ю. Ковальова // Схід. – 2007. – № 5 (83).

Мельник О. В.

Вінницький національний аграрний університет, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Історія та розвиток податкової системи кожної країни завжди зводяться до пошуків оптимального оподаткування, яке буде задовольняти інтереси як органів державної влади, так і суб'єктів підприємницької діяльності та членів суспільства. Фіскальна політика має бути сприятливою як для країни в цілому, так і для кожного окремого платника податків.

Податкова система впливає на розвиток будь-якої галузі економіки, в тому числі й сільського господарства, яке в Україні має стратегічне значення та потребує значної державної підтримки. Оподаткування сільськогосподарських підприємств з часом зазнає змін, вводяться нові пільги для платників податків. Прийняття Податкового Кодексу України та реорганізація Податкової служби певним чином вплинули на фіскальну політику держави стосовно підприємств аграрного сектору, тому питання оподаткування набрали більш чіткого вираження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання оподаткування у галузі сільського господарства висвітлювали в своїх працях багато науковців, серед яких можна виділити наступних: В. Андрущенко, П. Герасим, М. Дем'яненко, П. Лайко, П. Мельник, С. Осадчий, В. Сенік та ін. Однак, не зважаючи на це, потребує вивчення вплив податкових змін та нововведень на діяльність сільськогосподарських підприємств.

Постановка завдання. Метою статті є окреслення особливостей оподаткування суб'єктів господарювання у галузі сільського господарства в Україні та його змін в зв'язку з введенням нових законодавчих актів. Актуальним є розглядання особливостей застосування пільг в оподаткуванні сільськогосподарських підприємств, а саме фіксованого сільськогосподарського податку та податку на додану вартість відповідно до Податкового Кодексу України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сільське господарство було і є важливим важелем у економіці країні, саме тому дана галузь користується неабиякими пільгами та привілеями.

Оподаткування сільськогосподарського підприємства відрізняється від оподаткування будь-якого іншого торговельного або виробничого підприємства, має свою специфіку. Зокрема, оподаткування податком на прибуток даної категорії платників має такі особливості: виробник продукції сільського господарства як платник податку може самостійно обирати систему оподаткування податком на прибуток (або фіксований податок, або на загальних підставах).

Як експеримент фіксований сільськогосподарський податок було вперше запроваджено у 1998 році у трьох областях України: Полтавській (Глобинський район), Закарпатській (Ужгородський район) та Донецькій (Старобешівський район). Експеримент себе виправдав і з 1 січня 1999 року цей податок було поширено по всій території України.

Фіксований сільськогосподарський податок посідає окреме місце в податковій системі України. Він націлений на підтримку сільськогосподарських товаровиробників та спрощує систему оподаткування у сільському господарстві.

Фіксований сільськогосподарський податок – це прямий податок виключно з юридичних осіб, які в ведуть певну, встановлену законом діяльність, котра визначається згідно класифікатора видів економічної діяльності. Ще однією особливістю цього податку є те, що він належить до загальнодержавних податків, який надходить до місцевого бюджету відповідного регіону.

Звітним періодом для фіксованого сільськогосподарського податку є календарний рік. Сільськогосподарські товаровиробники самостійно обчислюють суму податку щороку в період з 1 січня і не пізніше 20 лютого поточного року.

Опрацьовану інформацію подають відповідному органу Міністерства доходів і зборів України у регіонах у вигляді податкової декларації за поточний рік.

Кінцевий термін подання декларації змінився з 1 лютого на 20 лютого, що знайшло своє відображення в Законі України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо вдос-

коналення окремих норм Податкового кодексу України» № 3609-VI від 7 липня 2011 року. Сплата податку здійснюється щомісячно протягом 30 календарних днів, які настають за останнім календарним днем звітного місяця.

Квартальний розподіл сум податку враховує сезонність сільськогосподарського виробництва, а його розмір становить третину суми податку, визначеної на кожний квартал суми податку за рік:

10 відсотків – I квартал

10 відсотків – II квартал

50 відсотків – III квартал

30 відсотків – IV квартал.

Якщо протягом податкового (звітного) періоду у платника податку змінилася площа сільськогосподарських угідь або земель водного фонду у зв'язку з набуттям чи втратою на неї права власності чи користування, то такий платник зобов'язаний:

– уточнити суму податкових зобов'язань з податку на період, починаючи з дати набуття (втрати) такого права до останнього дня податкового (звітного) року;

– подати протягом 20 календарних днів місяця органам Міністерства доходів і зборів у відповідному регіоні за місцезнаходженням платника податку та місцем розташування земельної ділянки декларацію з уточненою інформацією про наявність земельних ділянок, а також про їх площу та нормативну грошову оцінку.

Оподаткування податком на прибуток сільськогосподарського підприємства має свої особливості, що зумовлено його сезонним характером діяльності (між витратним та дохідним періодом проходить досить тривалий проміжок часу). Для даної категорії платників річний податковий (звітний) період починається з 1 липня та закінчується 30 червня (12 календарних місяців) наступного звітного року. Це дає змогу платнику податків прорахувати податок до сплати з врахуванням особливостей сезонності виробництва та реалізації вирощеної продукції, оскільки неможливо уникнути збиткових та невиправдано дохідних періодів при кварталному обчисленні податку.

Податок на прибуток сплачується підприємствами протягом десяти календарних днів (Згідно п. 57.1 ст. 57 Податкового кодексу України), що настають за останнім днем подання декларації, при чому термін сплати не переноситься, якщо він припадає на вихідний або святковий день. Сільськогосподарські підприємства не сплачують авансові внески у випадках, якщо валовий дохід за рік перевищив 10 млн. грн. на відміну від підприємств, які здійснюють інші види діяльності.

Однак, є певна особливість звітного періоду з 01.07.2012 року по 30.06.2013 року при визначенні податку на прибуток сільськогосподарськими підприємствами. Ця особливість полягає у застосуванні різних ставок податку на прибуток, а саме: 21% у другому півріччі 2012 року та 19% у першому півріччі 2013 року (п. 10 Перехідних положень Податкового Кодексу України).

Такий режим оподаткування можуть використовувати тільки ті платники, які отримали дохід від продажу сільськогосподарської продукції власного виробництва за попередній період у сумі, яка перевищує 50% суми загального доходу. Відповідно до п. 209.7 ст. 209 Податкового кодексу України сільгосппродукцією вважаються товари, зазначені у товарних позиціях 1–24, товарних позиціях 4101, 4102, 4103, 4301 згідно УКТ ЗЕД.

Підприємства, які займаються вирощуванням культури на орендованих землях, для використання такого режиму оподаткування обов'язково у визначеному порядку мають укладати договори оренди землі з орендодавцем відповідно до Закону України про оренду землі. Зазначені договори підлягають обов'язковій реєстрації.

Продукція, яка була вироблена або вирощена на земельних ділянках, котрі не оформлені договором оренди, не вважається власною і не користується привілеями в оподаткуванні як для сільськогосподарських підприємств.

Сума нарахованого податку на прибуток зменшується на суму податку на землю, що використовуються для ведення сільськогосподарського виробництва.

Крім того, сільськогосподарські підприємства мають право використовувати спеціальний режим оподаткування податком на додану вартість за бажанням платника.

Однак, п. 209.1 ст. 209 Податкового кодексу України передбачено, що обрати спеціальний режим оподаткування податком на додану вартість може виключно юридична особа – резидент, яка здійснює діяльність у сфері сільського та лісового господарства, а також рибальства. Не можуть бути зареєстрованими платниками спеціального режиму оподаткування фізичні особи та нерезиденти. Використання такого режиму не поширюється на договори про спільну діяльність, оскільки ця діяльність не передбачає створення нової юридичної особи.

Відзначимо також, що платник, який знаходиться на спеціальному режимі оподаткування податком на додану вартість, не може перебувати на спрощеній системі оподаткування, котра передбачає порядок оподаткування та сплати ПДВ інший ніж для платників на загальній системі оподаткування.

Сільськогосподарським підприємством вважається підприємство, основною діяльністю якого є постачання вироблених або наданих ним сільськогосподарських товарів чи послуг на власних або орендованих виробничих потужностях, а також на давальницьких умовах, при умові, що питома вага вартості сільськогосподарських товарів або послуг становить не менше 75% вартості товарів чи послуг, поставлених протягом попередній 12 послідовних звітних періодів сукупно. До таких сільськогосподарських підприємств застосовується спеціальний режим оподаткування п. 209.6 ст. 209 Податкового Кодексу.

Особливість оподаткування податком на додану вартість полягає в тому, що платником сума ПДВ спрямовується на спеціальний рахунок сільськогосподарського підприємства чи залишається у розпорядження сільськогосподарського підприємства. Ця сума підлягає нарахуванню за підсумками поточного звітного періоду з урахуванням залишку від'ємного значення попереднього звітного періоду та відображається у відповідному рядку декларації з податку на додану вартість (з відміткою «декларація сільськогосподарського підприємства»).

Висновки. Зі вступом у дію в 2011 році Податкового кодексу України не відбулося докорінних змін в оподаткуванні сільськогосподарських підприємств, зокрема продовжують функціонувати спеціальний режим оподаткування ПДВ (до 2018 року) та фіксований сільськогосподарський податок. Підприємства, які

обрали спеціальний режим оподаткування податком на додану вартість, мають звертати увагу на порядок заповнення нових форм декларацій та на необхідність подання їх виключно в електронній формі для великих і середніх підприємств, а також на строки їх подання. Зазначене потребує подальшого вивчення визначальних чинників у системі оподаткування сільськогосподарських підприємств.

К. э. н. Могилевская О. Ю.

Киевский Международный университет, Украина

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ
ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ
ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

В настоящее время можно с уверенностью говорить, что Украина постепенно интегрируется в мировой рынок. В условиях жесткой конкурентной борьбы и быстро меняющейся ситуации фирмы должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел, но и выработать долгосрочную стратегию поведения, которая позволяла бы успевать за изменениями, происходящими в их окружении. Ускорение изменений в окружающей среде, появление новых запросов потребителей, возрастание конкуренции за ресурсы, интернационализация бизнеса, развитие информационных сетей, делающих возможным быстрое распространение и получение информации, широкая доступность современных технологий, изменение роли человеческих ресурсов, а также ряд других причин привели к резкому возрастанию значения комплекса маркетинга, который позволяет формировать, реализовывать и корректировать адаптированные к рыночной ситуации стратегии и цели.

Хорошо отлаженная система маркетинговой деятельности на предприятии обеспечивает постоянный мониторинг внешней среды, который позволяет оперативно получать информацию о текущем состоянии внешней среды фирмы и гипотезах ее развития в будущем. Управление промышленным предприятием

является сложным возобновляемым процессом, результаты которого зависят от множества взаимосвязанных элементов – это получение информации, анализ ситуации, принятие решений, коммуникации, лидерство, мотивация, измерение и контроль. Получение информации и принятие решений являются факторами, определяющими эффективное управление промышленным предприятием. Информация о внешней среде обеспечивается за счет постоянного мониторинга, проводимого как собственными силами, так и силами сторонних организаций, который дает возможность принятия адаптивных управленческих решений с использованием маркетинговых технологий. Таким образом, результаты маркетинговой деятельности являются неотъемлемой частью процесса формирования стратегий развития предприятия.

Руководители отечественных предприятий осознали необходимость использования маркетинговых технологий, но в силу ряда причин не могут оптимально реализовать необходимый инструментарий современного маркетинга. В настоящее время скорость изменений внешней среды функционирующего предприятия значительно возросла. Этому способствовали: приход новых информационных технологий, глобализация экономических процессов, приоритетная ориентация деятельности хозяйствующих субъектов на стратегические перспективы развития. Определяющим моментом эффективного управления в таких условиях будет способность своевременной адаптации руководства предприятия к быстро меняющейся рыночной обстановке. Инструментом такого реагирования является маркетинговый подход к управлению производственно-коммерческой деятельностью предприятия, успешно используемый в практике развитых странах.

В обеспечении реальных возможностей повышения эффективности управления промышленным предприятием особую роль занимает комплекс маркетинга, поэтому на основе оценки эффективности маркетинговой деятельности можно формировать адаптивные стратегические и оперативные управленческие решения. Отправной точкой в измерении эффективности маркетинговой деятельности являются – анализ рыночных возможностей и анализ результатов маркетинговой деятельности на предприятии. На основе

оценки эффективности маркетинговой деятельности можно дать заключение об эффективности управления предприятием в целом.

Анализ предлагаемых на практике и в теории методик показывает, что зачастую определяется не эффективность маркетинговой деятельности в целом, а эффективность отдельных элементов комплекса маркетинга: реклама, сбыт, поставки, кадры и др. Нам представляется целесообразным проводить оценку эффективности маркетинговой деятельности промышленного предприятия с использованием критериального и интегрального подходов.

Количественная оценка эффективности маркетинговой деятельности формируется на основе расчета агрегированного показателя, характеризующего оценку потенциала маркетинговой деятельности, с одной стороны, и оценку деловой активности, с другой стороны. Первая составляющая рассчитывается как сумма отдельных элементов, включающих основные компоненты маркетинговой деятельности предприятия, состав и удельный вес которых определяется с использованием экспертных оценок, анкетирования и интервью руководителей промышленных предприятий, специалистов, научных работников. Вторая составляющая формируется на основе оценки рыночной доли хозяйствующего субъекта и сопоставления показателей результативности коммерческой деятельности предприятия с аналогичными показателями его основных конкурентов.

Существующие методики оценки эффективности маркетинговой деятельности не позволяют в полной мере учесть ключевые факторы маркетинговой деятельности предприятия и имеют ограничительный характер применения. Предложенная методика оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия носит комплексный характер, позволяет количественно оценить уровень использования маркетингового инструментария конкурирующих хозяйственных субъектов, выявить степень превосходства и факторы, ее обеспечивающие. На наш взгляд, подобная методика определения эффективности маркетинговой деятельности позволяет не только анализировать текущие или прошлые результаты, но и дает возможность формировать стратегию рыночного поведения предприятия, тем самым обеспечивая повышение эффективности управления промышленным предприятием в целом.

К. е. н. Томчук О. В.

Вінницький національний аграрний університет, Україна

ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ АГРОЕНЕРГОСЕРВІСУ

Економічна наука свідчить про те, що найбільш раціональною і доцільною організаційною формою будь-якої бізнесової діяльності є така, яка забезпечує раціональне поєднання праці і засобів виробництва, що гарантує в умовах ринкових виробничих відносин одержання максимального прибутку, охорону навколишнього середовища, розв'язання соціальних проблем в країні.

Проте за останні роки створились умови, за яких товарне виробництво, як першооснова ринкових виробничих відносин, поставлене поза ринком. Банківсько-кредитна система відійшла від виробництва і обслуговує сферу обігу. Кредит, як найважливіший економічний чинник виробництва, перестає виконувати стимулюючу функцію. Вона перетворилась в дискримінаційну по відношенню до виробника, як промислового, так і аграрного та енергетичного.

Важливим і необхідним моментом організації служби енергетичного сервісу є дотримання принципу його незамінності. Як і продовольчі, так і енергетичні ресурси відносяться до тих, які становлять життєво необхідну основу існування суспільства і формують енергетичну безпеку держави. Тому організаційна побудова служби аграрного енергетичного сервісу повинна концептуально будуватись на таких методологічних положеннях:

- вся сфера енергетичного сервісу і матеріально-технічного забезпечення повинна бути організаційно і економічно підконтрольною державі;
- контрольний пакет акцій має бути власністю держави;
- модель ринку енергетичних засобів і виробничих послуг повинна мати гнучкий динамічний характер і бути адаптованою до політичного, соціально-економічного становища держави;
- формування суб'єктів бізнесової діяльності в сфері енергетичного забезпечення і виробничого обслуговування аграрного виробництва, як вільних,

незалежних підприємців, повноправних власників засобів виробництва, які є результатом праці людини;

- суб'єкти бізнесових сфер аграрного сервісу здійснюють свою діяльність на договірних началах і не претендують на кінцевий продукт аграрного виробництва;

- визнання приватної власності на засоби виробництва, які є регуляторами праці людини;

- визнання суб'єктами бізнесової діяльності в сфері аграрного енергетичного сервісу права вибору форм власності і напрямів своєї діяльності, повної власності на результати своєї праці;

- товарний характер всіх видів ресурсів, що є результатом праці людини, і які залучаються в господарський оборот, функціонування ринків капіталу, товарів і послуг;

- регулювання економічних відносин вимогами закону вартості;

- справедлива і економічно обґрунтована система оподаткування;

- забезпечення вільної конкуренції на ринках товарів, послуг, капіталу та цінних паперів.

Забезпечення незалежності і рівноправності функціонування, в умовах ринкової економіки, різноманітних видів діяльності, накладає свій відбиток і на сферу аграрного енергетичного сервісу. Тут поряд з державними агросервісними структурами повинно працювати багато самодіяльних підприємств і організацій, які виконують функції виробничого обслуговування та матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств в сфері енергетики.

На сучасному етапі в різних сферах аграрного сервісу набули поширення державні агросервісні підприємства і організації, акціонерні товариства, спільні підприємства тощо. Юридичною основою їх діяльності є договір (угода) з аграрними товаровиробниками про виконання того чи іншого обсягу виробничих послуг в зазначені строки та з певною якістю. Аграрний товаровиробник розраховується з агросервісною організаційною структурою за виконані послуги та витрачені матеріально-технічні засоби готівкою, або кінцевим продуктом, коли в угоді зазначена можливість бартерних розрахунків.

За видами виробничого обслуговування сільськогосподарських товаровиробників аграрний сервіс має таку структуру (рис. 1).

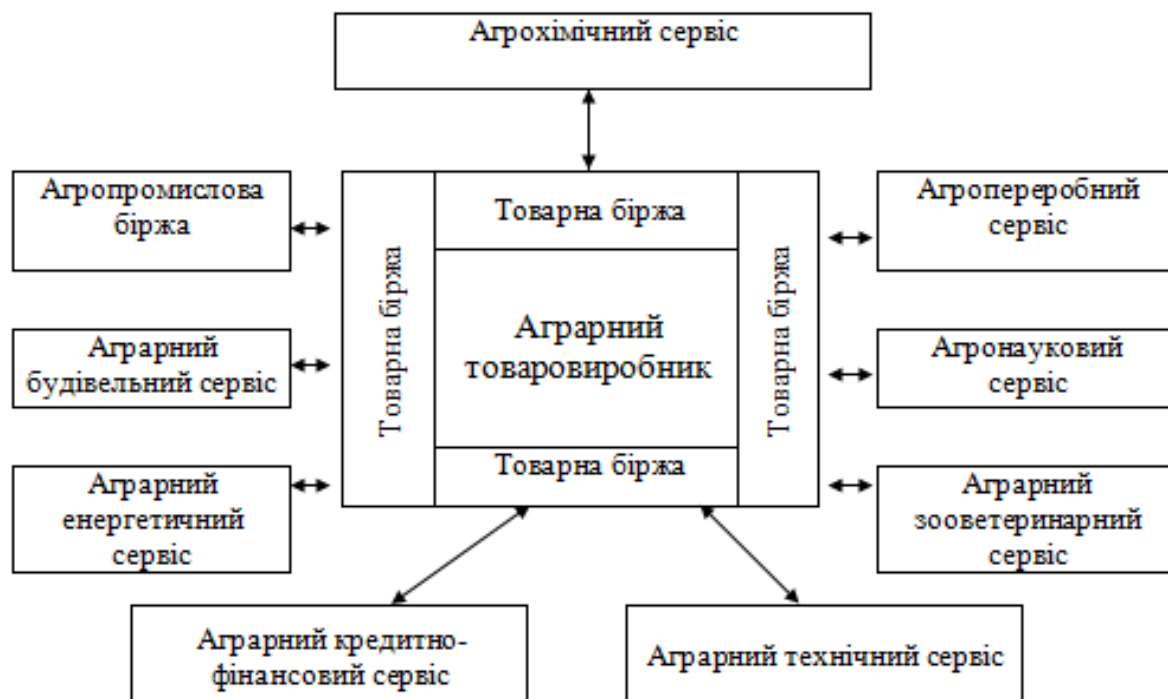


Рис. 1. Схема видів виробничого обслуговування сільського господарства України

У відповідності з поставленими завданнями, кожен з визначених напрямів аграрного сервісу, покликаний виконувати специфічні функції. Стосовно аграрного енергетичного сервісу основними функціями є:

- вивчення попиту сільськогосподарських товаровиробників на різні види засобів електрифікації і автоматизації аграрного виробництва, на виробничі послуги, пов'язані з виконанням спеціальних робіт в названій сфері;
- організація науково-дослідної роботи, з метою формулювання вимог сільськогосподарського виробництва до засобів його електрифікації та автоматизації;
- задоволення попиту агровиробників на електроенергію, теплоносії, засоби електрифікації та автоматизації;
- забезпечення енергетичної безпеки країни;
- здійснення контролю за високоефективним і безпечним використанням в аграрному виробництві засобів електрифікації та автоматизації.

Найпоширенішими організаційними формами аграрного сервісу є такі, які здатні раціонально поєднувати державні та приватні інтереси, балансувати приватновласницьку ініціативу з державним примусом на користь усього народу.

За формою власності агроенергосервісні підприємства поділяються на індивідуальні, приватні, державні, змішані та спільні. Проте, найбільш перспективними з них є державні, колективні і спільні підприємства, вони дозволяють реалізувати наукову політику держави в сфері аграрного енергетичного сервісу, забезпечувати високі показники ефективності енергетики і гарантувати, через державні вимоги, охорону навколишнього середовища.

В сфері енергетики, в тому числі і аграрного енергетичного сервісу, основною формою підприємства повинна бути державна організаційна структура, це зумовлюється тим, що енергетичні ресурси відносяться до ресурсів першої необхідності людини і повинні бути гарантованими державою.

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Світове господарство і міжнародні економічні відносини

<i>Симонян С. М.</i> Внешнеэкономические отношения России и Швейцарии. Перспективы развития	3
<i>Табенська О. І.</i> Напрями оптимізації зовнішньоекономічної діяльності підприємств	6

Економіка та управління національним господарством

<i>Азизов Г. С.</i> О закономерности неравномерного развития экономики регионов Украины.....	12
<i>Василиха Н. В.</i> Державна політика регулювання туризму Карпатського економічного району	15
<i>Іртищева І. О., Крупіца І. В.</i> Державне регулювання інституціональних змін	18
<i>Капленко Г. В.</i> Висвітлення проблеми прогнозування споживчого попиту в процесі викладання курсу статистики ринку.....	21
<i>Мисбахова Ч. А.</i> Технологические платформы как способ реализации приоритетов научно-технологического развития.....	25
<i>Моисеенко В. А.</i> Особенности государственного регулирования экономики Китая в условиях кризиса	29
<i>Шелкоплясова Г. С.</i> Теоретический аспект социально-экономических вопросов в Северо-Кавказском федеральном округе.....	33

Економіка та управління підприємствами

<i>Виноградская О. В.</i> Стратегия управления организацией на основе модели аутсорсинга.....	37
<i>Довгань Л. Є., Малик І. П.</i> Розвиток вітчизняних підприємств в умовах інформаційної економіки: проблеми та перспективи.....	40

<i>Льченко В. О.</i> Концептуальна схема процесу формування портфелю замовлень інноваційно-активних машинобудівних підприємств.....	44
<i>Лагода И. А.</i> Управление доступностью дизайнерских услуг.....	47
<i>Лізогуб Р. П., Коцупал В. П.</i> Теоретико-методологічні засади екологічного геомаркетингу	51
<i>Лізогуб Р. П., Кузнецова І. В.</i> Маркетингові зусилля екологічно орієнтованого підприємства	53
<i>Лозинський І. Є., Камшина А. Г.</i> Комплексна система управління конкурентоспроможністю підприємства	56
<i>Лозинський І. Є., Кременчугська І. Г.</i> Теоретичні аспекти дослідження економічної категорії «організація праці».....	58
<i>Лозинський І. Є., Шмальченко Є. А.</i> «Інноваційно-інвестиційний процес» та «інноваційно-інвестиційна діяльність»: зміст та відмінність.....	61
<i>Лозинський І. Є., Каплун О. С.</i> «Трудові ресурси підприємства» та «персонал підприємства»: спільне та відмінне	63
<i>Лозова І. Г.</i> Консалтинг в кластерних організаціях	66
<i>Мельник О. В.</i> Особливості оподаткування сільськогосподарських підприємств в Україні	69
<i>Могилевская О. Ю.</i> Совершенствование управления промышленным предприятием на основе оценки эффективности маркетинговой деятельности	74
<i>Томчук О. В.</i> Економічне обґрунтування організаційних форм агроенергосервісу	77

Наукове видання

Мови видання: українська, російська

НАУКА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції
(10–11 жовтня 2013 р.)

У восьми томах

Том 1. Мікро- та макроекономіка:
питання та шляхи ефективного розвитку

Окремі доповіді друкуються в авторській редакції

Організаційний комітет не завжди поділяє позицію авторів

За точність викладеного матеріалу відповідальність покладається на авторів

Відповідальний редактор *Біла К. О.*
Технічний редактор *Єпішко М. Г.*
Оригінал-макет *Єпішко М. Г.*

Здано до друку 10.10.13. Підписано до друку 11.10.13.
Формат 60x84¹/₁₆. Спосіб друку – різнограф.
Ум. др. арк. 3,9. Тираж 100 пр. Зам. № 1013-01.

Видавець та виготовлювач СПД Біла К. О.
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 3618 від 06.11.09

Надруковано на поліграфічній базі видавця Білої К. О.
Україна, 49087, м. Дніпропетровськ, вул. С. Ковалевської, 71а/90
Поштова адреса: Україна, 49087, м. Дніпропетровськ, п/в 87, а/с 4402

тел. +38 (067) 972-90-71

www.confcontact.com
e-mail: conf@confcontact.com

