

МАТЕРІАЛИ
III Міжнародної
науково-практичної
конференції

ЯКІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ:

ГЛОБАЛЬНІ ТА ЛОКАЛЬНІ АСПЕКТИ

У двох томах

Том 2

Дніпропетровськ
28-29 червня 2011 р.

шення щодо маркетингового «міксу» (комплексу компонентів маркетингу), до вихідних елементів якого належать: товар, ціна, збут, просування.

Процес формування маркетингової стратегії підприємства починається з формування цілей маркетингу підприємства, які узгоджуються з потребами споживачів, рівнем конкуренції. Цілі маркетингу також повинні узгоджуватися із результатами SWOT – аналізу, який полягає у визначенні сильних та слабких сторін внутрішнього середовища та маркетингових ризиків і можливостей зовнішнього середовища. Далі формується маркетингова стратегія підприємства та стратегії для кожної з компонентів маркетингу. Різноманітність маркетингових стратегій пояснюється різницею в їхніх складових елементах – у конкурентних позиціях підприємств, маркетингових цілях, фінансових, виробничих, технологічних можливостях та кадровому забезпеченні [2].

Товарна політика підприємства має зосереджуватись на комплексній діяльності з оптимізації асортименту, створення і виробництва нових товарів, припинення випуску продукції, що не має попиту, модифікації товарів, а також розробці упаковки, товарного знака і найменування товарів, їхньої якості, кількості, дизайну і відповідності цільовому ринку, супутніх послуг.

Цінова політика має здійснювати великий вплив на ринковий успіх підприємства і передбачати прийняття великої кількості стратегічних і тактичних рішень пов'язаних із встановленням цін на товари.

Збутова діяльність підприємств повинна розглядатися в двох аспектах. Перший передбачає побудову ефективної системи розподілу та формування каналів збуту. Другий аспект стосується організації фізичного переміщення товарів, їх транспортування і складування.

Важливу роль під час функціонування підприємства повинна відігравати техніка та технологія, оскільки не уся техніка на українських підприємствах може адаптуватися до світових технологічних процесів, в цьому випадку маркетологи повинні оцінювати необхідність їх придбання та ефективність застосування.

Системи внутрішніх та маркетингових комунікацій підприємства впливають на конкурентоспроможність комунікацій підприємства. Система внутрішніх комунікацій має бути налагоджена в такий спосіб, щоб інформація проходила свій шлях за мінімальний час, була максимально оброблена та проаналізована і передавалася у відсутності перешкод та шумів. Для якісної роботи персоналу з інформацією повинні бути налагоджені система поінформованості персоналу, оснащення працівників інформаційними технологіями, які сприятимуть швидкій передачі інформації, та наявності інформаційної бази даних. Система маркетингових комунікацій підприємства повинна бути спрямована на інформування, переконання, нагадування споживачам про свою продукцію, підтримку її збуту, а також створення позитивного іміджу підприємства. Ця система потребує творчого підходу і нетрадиційних рішень, оскільки формування комунікаційної політики підприємства передбачає прийняття великої кількості різноманітних рішень, пов'язаних із визначенням цільової аудиторії,

обсягу рекламного бюджету, вибором оптимальних засобів розповсюдження реклами, створенням ефективних текстів рекламних звернень, методів стимулювання збуту, використанням засобів комерційної пропаганди.

Досить важливим чинником, який впливає на конкурентоспроможність підприємства є конкурентноздатність персоналу, оскільки рівень кваліфікації кадрів, їх плинність, досвід та стаж роботи, рівень корпоративної культури характеризують конкурентний потенціал підприємства, визначення якого є перспективою для подальших досліджень конкурентоспроможності підприємства.

В період світової фінансової кризи усі маркетингові фактори, які є складовими формули успішної діяльності українських підприємств, повинні бути узгодженими, доповнювати один одного і бути спрямованими на досягнення однієї цілі – підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финпресс, 2000. – 464 с.
2. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг: навч. пос. / Н.В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2006. – 152 с.
3. Мороз Л.А. Маркетинг: підручник / Л.А. Мороз, Н.І. Чухрай. – 3-є вид. – Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка»; «Інтелект-Захід», 2005. – 244 с.

К.е.п. Пушкар Т.А., Новак А.М.

Харківська національна академія міського господарства, Україна

ФОРМУВАННЯ ПРИНЦИПІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ

Кінець ХХ століття, його протиріччя та інтеграційні тенденції надають особливе місце проблемі економічної безпеки як держави, так функції регіонів. Саме забезпечення економічної безпеки на всіх рівнях (від мікроекономічного до міжнародного) виступає основою забезпечення її суверенітету, конкурентоспроможності, обороноздатності, підтримання соціальної злагоди в суспільстві, органічного входження країни в систему світової економіки.

Розвиток глобальної ринкової економіки і конкуренції диктує нові правила гри, як для окремих підприємницьких фірм, так і для суверенних держав, їх регіонів і інших господарюючих суб'єктів. Сучасна економічна ситуація формується таким чином, що будь-який учасник господарської діяльності унаслідок значно збільшеної взаємної залежності на всіх рівнях не може забезпечити завдання ефективного вирішення своїх економічних і соціальних проблем без вирішення проблеми безпеки.

Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується не тільки поглиблення глобалізаційних процесів у всіх сферах життя світового співтовариства. А найбільш яскраво процеси інтернаціоналізації й глобалізації прояв-

ляються в економічній сфері. Світова криза 2008–2009 рр. наглядно продемонструвала зростаючу взаємозалежність національних економік. За даними Конференції Організації об'єднаних націй по торгівлі і розвитку обсяги світової торгівлі в 2010 р. почали переживати значне пожвавлення, яке найбільш яскраво проявилось в країнах, що розвиваються, і країнах з перехідною економікою, ніж у розвинених країнах [1].

Визначальним елементом формування системи економічної безпеки в сучасному світі стає зовнішньоекономічна безпека. Виступаючи як відкрита складна система, регіональний господарський комплекс підпадає під вплив зовнішнього середовища, яке утворюється не лише на міжнародній арені, але і при розвитку міжрегіонального співробітництва у країні. Протягом років незалежності регіонам країни потрібно було сформувати нову систему господарських зв'язків, змінювати орієнтацію економічних інтересів, створювати нові стійкі партнерські відносини [2].

Значних кроків у напрямку формування нової системи міжрегіонального співробітництва і трансформації зовнішньоекономічних пріоритетів регіонів країни вимагають процеси структурної перебудови й інноваційного оновлення економіки. Але на початку 2000-х років в країні починає простежуватися вагоме економічне піднесення. Індекс промислового виробництва в країні протягом останніх десяти років стабільно зростає, навіть у 2009 р., незважаючи на світову фінансову кризу і спад світового виробництва, у відсотках до 2008 р. індекс промислового виробництва склав 106,5%. Промисловий сектор країни, який був інтегрований у розгалужений і масштабний господарський комплекс колишнього Радянського Союзу, к початку двадцять першого століття почав виходити з кризи і утворювати нове середовище для свого розвитку та ефективного господарювання.

Загрози, що виникають з сфери зовнішньоекономічних зв'язків, у все більшому ступені визначають узагальнювальні параметри безпеки, що характерно для усіх країн з високим відношенням зовнішньоекономічного обороту до ВВП. Зовнішньоекономічна безпека, таким чином, усе більш ототожнюється із загальною економічною безпекою [3].

Особливої уваги заслуговує визначення поняття відкритості економіки у регіональному розрізі. Стандартне визначення відкритої економіки, як економіки, в якій відношення обсягів зовнішньоторговельного обігу за певний період становить понад 10% від валового внутрішнього продукту за той же період (у економічній науці – коефіцієнт відкритості економіки), для регіонів повинне враховувати одну важливу особливість: будучи складною відкритою соціально-економічною системою, регіони формують зовнішнє середовище не тільки у міжнародній сфері, але і створюючи складний комплекс міжрегіональних зв'язків.

Основні загрози зовнішньоекономічній безпеці регіонів України в процесі поглиблення міжрегіонального співробітництва і зростання рівня лібералізації регіональних економік виникають на основі розвитку взаємозалежностей, які утворюються в процесі інтеграції у європейське та світове співтовариство:

- залежність від змін кон'юнктури на міжнародних ринках;

- залежність від імпорту енергоносіїв;
- залежність від імпорту продовольства;
- залежність від імпорту новітніх технологій і високотехнологічної продукції;
- залежність від обсягів іноземних інвестицій;
- залежність від геополітичних орієнтирів держав – основних зовнішньоторговельних партнерів і держав та їх регіонів, які виступають основними партнерами стосовно прикордонного і транскордонного співробітництва.

Становлення новітніх форм міжрегіонального співробітництва і активний розвиток зовнішньоекономічних та інтегральних зв'язків підвищують рівень відкритості економіки регіонів, підвищуючи вимоги до формування зовнішньоекономічної компоненти економічної безпеки.

Таким чином, зовнішньоекономічна безпека регіону включає комплекс взаємопов'язаних елементів, в яких відображається взаємодія регіону із зовнішнім середовищем і реалізуються економічні інтереси регіону в системі територіального і міжнародного поділу праці. Зовнішньоекономічна безпека виступає характеристикою стану міжрегіональних і зовнішньоекономічних зв'язків регіону, при якому регіон отримує максимальний рівень задоволення своїх соціально-економічних потреб, не втрачаючи відносної самостійності господарських структур.

Список використаних джерел:

1. Мировое экономическое положение и перспективы на 2010 год [Электронный ресурс] / Организация объединенных наций; Департамент по экономическим и социальным вопросам. – Режим доступа: <http://www.un.org/en/development/desa/news/policy/wesp-2010.shtml>
2. Кухарская Н.А. Стратегические приоритеты трансформации экономики регионов Украины: тенденции, формы, механизмы: монография / Н.А. Кухарская // Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины. – О.: ИПРЭЭИ НАН Украины, 2010. – 519 с.
3. Третьяк В.В. Внешнеэкономическая безопасность Украины: региональный аспект / В.В. Третьяк // Право і безпека. – 2004. – №3. – С. 193–195.

К.е.п. Федотова Т.А.

Дніпропетровський національний університет імені О. Гончара, Україна

ЯК СВІТОВА ФІНАНСОВА КРИЗА ВПЛИНУЛА НА РИНОК ПРАЦІ УКРАЇНИ

Світова фінансова криза внесла зміни до всіх без виключення сфер життя, але особливо сильно вона торкнулася ринку праці. Нами проаналізовано, які наслідки надала на кадровий ринок неоднозначна ситуація на ринку фінансів.

Насамперед криза торкнулася в основному компаній фінансового сектора, що спричинило скорочення бюджетів банків на підбір персоналу і відмову банків від необмеженого набору нових співробітників. Надалі багато банків провели скорочення персоналу для зниження загальних витрат і перегрупу-