

мунально-побутових на інших споживачів електроенергією. Особливо го значення для вирішення проблеми ресурсозбереження має покращення стану комунальних мереж, фінансування їх утримання, вирішення проблеми більш економічно обгрунтованого ціноутворення та інше.

Подальший розвиток системи ЖКГ неможливий без комплексного проведення адміністративної, бюджетної, податкової, інвестиційної та тарифної реформ. Актуальним залишається розробка ефективного механізму зарахування заборгованості державного бюджету з пільг, субсидій, різниці у тарифах у рахунок заборгованості місцевих бюджетів за енергоносії та вирішення питання адресної дотації окремим категоріям громадян, які мають пільги, відповідно до чинного законодавства, з оплати за надані житлово-комунальні послуги та послуги міського електротранспорту.

Необхідним є звільнення підприємств ЖКГ від оплати податку на додану вартість, що дасть можливість значно зменшити тарифи на житлово-комунальні послуги. В Податковому кодексі необхідно передбачити механізм економічного стимулювання енергозберігаючих заходів та інноваційних технологій через пільгове оподаткування, часткову компенсацію кредитних ставок комерційних банків та фінансування цих програм. Для бюджетних організацій необхідно впроваджувати системи обліку та статистичної звітності показників спожитої електроенергії з урахуванням факторів, що значно впливають на обсяги споживання.

Складна соціально-економічна ситуація в Україні в умовах економічної кризи особливо негативно позначилась на розвитку житлово-комунального господарства. В країні все ще на налагоджена належна система обліку та управління процесами споживання енергії та теплоносії. Комунальне господарство безсумнівно виступає індикатором сталого розвитку, у свою чергу ресурсозбереження і зниження собівартості продукції – це критеріальна основа стану всієї комунальної інфраструктури.

ФОРМУВАННЯ ДІЛОВОГО ІМІДЖУ МІСТА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Овечкіна М.А.

Науковий керівник – Решетило В.П., д-р екон. наук, професор

В умовах наростання відкритості в розвитку світової економіки окремі міста і регіони перетворюються на активних суб'єктів економічних відносин. Інтегруючись в європейську та світову економіку,

вони вимушені все більше конкурувати між собою в боротьбі за інвестиції та кваліфіковану робочу силу, покриття наростаючих потреб населення щодо якості життя, ринки збуту для товарів регіону тощо. Все це висуває на перший план завдання пошуку ефективних інструментів управління розвитком територій і окремих міст. Одним з таких інструментів і виступає діловий імідж міста, хоча саме цій проблемі досить часто і не надається достатньої уваги.

Високий діловий імідж міста та місцевих органів влади дозволяє розширювати участь регіону в реалізації міжнародних, загальнодержавних та регіональних програм, залучати в місто державні та інші зовнішні замовлення, стимулювати купівлю та використання власних ресурсів за межами міста для його вигоди та в його інтересах.

Діловий імідж міста може бути позитивний, слабкий, негативний, або суперечливий. Формування ділового іміджу міста перш за все пов'язано з таким стратегічним напрямом, як створення і поширення його глибоко позитивного образу. Основними напрямами формування позитивного образу території або міста є комунікаційні заходи інформаційного і пропагандистського характеру, що демонструють відкритість міста до контактів, дозволяють існуючим і потенційним партнерам краще взнати його, переконатися в суттєвості його переваг. Позитивний імідж міста як сукупність емоційних і раціональних уявлень, що випливають із співставлення всіх його характеристик, власного досвіду потенційних партнерів, а також чуток, котрі впливають на створення певного образу – це його важлива конкурентна перевага. На жаль, місцеві органи влади роботи, направленої на формування позитивного іміджу міста, не приділяють достатньої уваги.

Об'єктивна складова формування позитивного іміджу міста повинна базуватися на сукупності конкурентних переваг, котрі зумовлюються особливостями галузевої спеціалізації міста або регіону, наявністю експортного потенціалу, географічним розміщенням, розвитком транспортної інфраструктури, інтелектуальним та інноваційним потенціалом, розвитком соціальної сфери, станом виробничого потенціалу тощо.

Суб'єктивна його компонента формується під впливом наступних факторів: оцінка території вітчизняними і закордонними політиками, підприємцями, туристами на основі власних спостережень і досвіду; дії регіональних і місцевих органів влади, котрі демонструють певні політичні здібності і амбіції, характеристика регіону засобами масової інформації. Формування уявлень про конкурентні переваги міста, збільшення комунікаційної активності місцевих органів влади, наро-

стання індексу згадування в пресі та на центральних каналах телебачення – все дуже важливі фактори формування позитивного іміджу міста.

Слід зауважити, що при створенні позитивного іміджу міста необхідна певна цільова програма і побудована на ній компанія, направлена на основні факти, що акцентують увагу на перевагах, існуючих чи потенційних можливостях міста в цілому, а не окремих сегментів його ринку. Потрібно якомога ширше повідомляти про можливості міста (регіону) як місця для проживання, відпочинку та ведення бізнесу. З цієї точки зору першим кроком повинно стати його активне рекламування, участь в різних форумах, виставках і конференціях, а також проведення аналогічних заходів в місті.

Вирішення цієї задачі не можливе і без відповідних фахівців, котрі володіють знаннями та навиками в галузі регіонального маркетингу і вміють формувати зв'язки із засобами масової інформації.

Таким чином, позитивний імідж міста слід розглядати як певний «товар», котрий добре себе зарекомендував, миттєво упізнається, і викликає у потенційного «споживача» відчуття довіри. Формування позитивного іміджу міста повинно стати органічною частиною стратегії його розвитку.

Сучасна постіндустріальна економіка – це перш за все міська економіка, оскільки більша частина населення живе у містах. Для досягнення успіху місто повинно бути відкритим, інтегрованим, інноваційним, гармонічно розвиненим, стійким та безпечним. Імпульсом розвитку сучасного міста виступають інтелектуальні ресурси, які здатні створювати інновації. Тому на перший план виступає конкуренція міст за високоінтелектуальну людину. Пріоритетом розвитку стає створення креативного простору для самореалізації і розвитку творчого потенціалу індивідуальності, професіонального розвитку, збереження здоров'я та зростання народжуваності.

Особлива роль належить стимулюванню та підтримці інвестицій, координації інвестиційних програм, направлених на збільшення активів міста, технологічний розвиток, збільшення ролі комунікаційних технологій, розвиток системи транспорту, освіти та культури.

АКТИВІЗАЦІЯ УЧАСТІ УКРАЇНИ В СВІТОВИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ

Шинкаренко К.В.

Науковий керівник – Решетило В.П., д-р екон. наук, професор

Розвиток інтеграційних процесів є найважливішою характеристикою сучасного світового господарства. Економічна інтеграція допома-