

продвижение товаров; усиление влияния защитников окружающей среды; рост роли государственного регулирования; влияние глобализации и интеграционных процессов.

В то же время можно выделить следующие характерные изменения, происходящие в самом маркетинговом менеджменте в современных условиях:

– переход полномочий от менеджеров штаб-квартир к менеджерам отделений (во многих организациях маркетинг, как отделенная функция, исчез из организационных схем; персонал отдела маркетинга выполняет, в основном, прикладные задачи (управление продукцией, сегментом рынка и т.п.);

– переход от специализированного подхода к стратегическому (не только выполнение специализированных маркетинговых задач, но и всестороннее развитие продукта, полное управление распределением);

– переход от узкого охватывания к широкому (маркетинг становится делом не только одного маркетингового отдела, а всех работников компании).

Следовательно, основными проблемами маркетинговых менеджеров в сфере ВЭД являются: формирование культуры маркетинга; усовершенствование продуктов или повышение качества услуг; ценовая конкуренция с соперниками; разработка новых товаров; сотрудничество с потребителями; мониторинг конкуренции; деятельность на новых сегментах; усовершенствование взаимосвязи маркетинговых и других функций предприятия; повышение отдачи от затрат на маркетинг; улучшение выразительности торговой марки и имиджа фирмы; развитие каналов распределения; повышение эффективности рекламы и продвижения; приспособление к правилам государственного регулирования.

Таким образом, результаты успешной деятельности предприятия на международном рынке в значительной мере зависят от умения удачно определить цели и выбрать оптимальную стратегию их достижения путем координации и распределения имеющихся ресурсов. Составной частью этого процесса является маркетинг-менеджмент ВЭД предприятия.

СТАН ТА ДОЦІЛЬНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВОГО ПІДХОДУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПРИКОРДОННИХ ТЕРИТОРІЙ

*Гасюк Р.В., аспірант
Львівський національний університет імені Івана Франка*

Пріоритетним базисом сучасного етапу розвитку підприємництва в Україні є вироблення конструктивних напрямів і механізмів як у нарощуванні його потенціалу, так і формування системних засад реалізації.

Потреба у дієвій парадигмі формування ринкових відносин у підприємницькому просторі спонукає до суттєвих трансформацій і в системі управління підприємницьким потенціалом на різних рівнях.

Об'єктивно, що формування соціально орієнтованої ринкової економіки можливе передусім за активного залучення у даний процес і прикордонних підприємницьких структур, посилення їхньої ролі та розширення функцій.

Так, ефективна транскордонна політика здатна забезпечити раціональне використання наявного природно-ресурсного, виробничого, трудового, інвестиційно-інноваційного потенціалів; врахувати географічні, історичні та соціальні особливості кожної прикордонної території задля комплексного соціально-економічного розвитку як окремого регіону, так і держави загалом [1].

Зазначимо, важливим аспектом в управлінні підприємницьким потенціалом прикордонних територій є використання програмно-цільового підходу, що в кінцевому підсумку сприятиме розкриттю можливостей його зростання, формуватиме цільові орієнтири у вирішенні складних економічних і соціальних питань окремої прикордонної території. Не зважаючи на те, що в Україні вперше було сформовано концепційні засади стратегіології регіонального розвитку (це базові завдання, які стоятимуть перед регіоном, його органами управління на середньо- та довготермінову перспективу, і шляхи їхнього досягнення, виходячи з потреб його мешканців та з орієнтованістю на нарощування свого місця в економіці держави [1-2]), реалізація даних положень залишається більше в теоретичній площині, оскільки не формуються, та й не задіюються базові елементи програмно-цільового управління у контексті програмного отримання належної фінансової віддачі від транскордонної взаємодії підприємницьких потенціалів.

Аналіз стану транскордонного підприємництва, зокрема, Львівської області та Підкарпатського воєводства (Польща) свідчить за зростаючу потребу у розробці та реалізації динамічної державної політики, яка б йшла на користь їхнім фінансово-економічним системам, а з цим і жителям прикордонних територій. Практика показує, що в Україні досить добре прописане законодавче поле щодо транскордонної взаємодії, але властиво самі організаційно-економічні механізми даної взаємодії потребують подальшого удосконалення та, якщо використовувати за аналогією інструментарій ближчих сусідів, то їх необхідно адаптувати до українських реалій. Зокрема, дані механізми у західному регіоні України ефективно не спрацьовують за наступних проблемних чинників: недостатність використання сучасних організаційних форм взаємодії підприємництва (кластери, спільні підприємства, вільні економічні зони, спільні інфраструктурні об'єкти); складність перетину кордону Україна – Європейський Союз, яка зумовлюється ще недостатнім рівнем розвитку прикордонної інфраструктури (автомобільні шляхи, залізничні колії, контрольно-пропускні пункти тощо) як у кількісному, так і в якісному значенні; відсутність «спільних продуктів».

Базовою проблемою залишається й наявна тенденція на подальшу варіативну асиметричність соціально-економічного розвитку (зайнятості, життєвого рівня населення, економіки, соціальних послуг, інфраструктури тощо) територій західних областей та суміжних прикордонних територій

сусідніх держав, які є членами європейської унії, обумовлюючи односторонні міграційні потоки. Зокрема, статистичні порівняння даних територій додатково доводять, що майже за майже за всіма показниками реалізації підприємницького потенціалу польська сторона перевищує українські позиції у 2-5 разів. Особливе місце в цьому порівнянні посідає кількість зареєстрованих виробничих підприємств різного профілю, яких є на порядок більше у порівняльній адміністративно-територіальній одиниці Польщі. Об'єктивно, що за такою чисельністю виробничих підприємницьких структур, тягнуться: робочі місця, дохідна частина бюджету домогосподарств, вищий рівень заробітної плати та, загалом, фінансові поступлення до місцевих бюджетів. Не слід нехтувати й тим, що паралельно формується сучасний новаційно-інфраструктурний простір системи бізнесу (до нього відносять: індустріальні й технологічні парки, бізнес-інкубатори), який дозволяє ефективно перетворювати новації в реальні конкурентоспроможні продукти продажу з високою доданою вартістю.

Принциповою перепорою, на думку автора, до підвищення рівня реалізації підприємницького потенціалу українських учасників прикордонних територій Львівщини (Жовківський, Мостиський, Старосамбірський, Турківський, Яворівський райони) у програмах міжнародної технічної допомоги є потреба у співфінансуванні проектів із місцевих бюджетів (не менше 10% його загальної вартості). Виходячи з того, що в області виконується майже 50 проектів у контексті транскордонної взаємодії на суму понад 70 млн євро (де половина суми фінансові ресурси українських учасників) то ці питання доцільно вирішувати лише в рамках застосування програмно-цільового підходу, який є ефективним в управлінні підприємницьким потенціалом прикордонних територій.

Література:

1. Карпінський Б.А. Збалансованість фінансової системи: методологія, оцінка, порівняння: монографія / Б.А. Карпінський. – Львів: Логос, 2005. – 496 с.
2. Карпинский Б.А. Стратегиология развития экономической системы государства: основы, финансовые вызовы, диспропорции // Финансовое управление развитием экономических систем : монография / О.О. Ардасова, Д.А. Демин, Б.А. Карпинский и др.; под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: СИБПРИНТ, 2012. – С. 269-289.

ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

*Гринюк Н.А., к.е.н., доцент
Київський національний торговельно-економічний університет*

Головна мета розвитку зовнішньоекономічної діяльності споживчої кооперації України полягає, насамперед, у підвищенні організаційно-