

митної служби України сприятимуть спрощенню проходження митних процедур, досягненню і підтримці балансу між митним контролем та сприянням бізнесу

Сучасний стан інтеграційних процесів показує те, що уряд України намагається застосувати всі необхідні важелі економічної політики, механізми тарифного і нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, валютно-фінансові прийоми для досягнення її стійкого положення на міжнародному ринку.

Висновки. Підводячи підсумки проведеного аналізу зовнішньоекономічних відносин можна виділити основні напрями зовнішньоекономічної політики України у відносинах з країнами ЄС, які сприятимуть розвитку зовнішньоекономічної діяльності та створять сприятливі умови для подальшої співпраці :

1. Виіршення питань, які допоможуть Україні приєднатися до окремих європейських програм інтеграційного характеру.

2. Налагодження безперешкодних експортно-імпортних процесів товарообігу України з країнами-членами ЄС.

3. Формування міжнародної конкурентоспроможної економіки, отримання фінансової підтримки від країн-членів ЄС для успішного проведення ринкових перетворень в економіці країни.

Отже, при розробці експортно-імпортної політики України з країнами ЄС потрібно враховувати конкурентні переваги своєї країни у світовому торгово-економічному співробітництві, об'єктивні зміни в геополітичній ситуації в світі, інтереси окремих країн-партнерів при зовнішньоекономічних зв'язках та міжнародні правові аспекти торгівлі.

Джерела та література:

1. Державний комітет статистики : [Електронний ресурс] : офіційний сайт. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Державна митна служба України : [Електронний ресурс] : офіційний сайт. – Режим доступу : <http://www.customs.gov.ua>.

Кац О.А.

УДК 65.011

ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА АПК

Постановка проблеми. Важливість підтримки національної аграрної галузі обумовлена тим, що підприємства АПК є вагомим експортером, джерелом валютних надходжень, значним джерелом наповнення бюджетів різних рівнів. Підприємства аграрної галузі створюють багато робочих місць не тільки на власних підприємствах, а й на підприємствах супутниках, споживачах, постачальниках, адже продукція підприємств АПК є основою для функціонування інших галузей промисловості. Створення привабливих умов для інвестування в розвиток підприємств галузі сприятиме розвитку не тільки АПК, а й інших. Отже розробка інструментів з підвищення інвестиційної привабливості підприємств АПК в кризові часи є актуальною проблемою, що потребує вирішення.

Аналіз досліджень і публікацій. В сучасній фаховій літературі наводиться сукупність певних традиційних інструментів, що формують інвестиційну привабливість підприємства [1-5]. Деякі роботи присвячені технічним аспектам [3, 4]: виробництво, технології, інші [1, 5] – фокусують уваги суто на фінансових аспектах і результатах діяльності. В роботі із формування інвестиційної привабливості підприємств АПК звичайно варто дотримуватися наявних розробок вчених, проте сучасні ринкові умови і мінливість зовнішнього середовища обумовлюють потребу в пошуку додаткових інструментів з розвитку інвестиційної привабливості підприємства АПК.

Мета статті – наведення результатів з дослідження інструментів розвитку інвестиційної привабливості підприємства АПК.

Основний матеріал досліджень. Інформаційні технології забезпечення інформацією агропромислового підприємства для зміцнення його інвестиційної привабливості базуються і залежать від технічного, програмного, інформаційного, методичного й організаційного забезпечення. Інформаційна технологія – це поєднання процедур, що реалізують функції збору, отримання, накопичення, зберігання, обробки, аналізу й передачі інформації в організаційній структурі з використанням засобів обчислювальної техніки. На вибір того або іншого способу обробки даних впливає дуже велика кількість чинників, що пов'язані як із самим об'єктом управління, так і системою управління. Кількість можливих варіантів побудови технологічного процесу обробки даних виявляється значною.

В Україні існує досвід створення довідників і брошур по ключових галузях або підприємствах регіону, з метою надання потенційним інвесторам інвестиційних можливостей і потенціалу кожної з виділених галузей. Проте не всі підприємства мають можливість потрапити до таких інформаційних матеріалів. Тому, з метою досягнення відомості в інвестиційних колах, підприємства мають самостійно піклуватися про інформаційне забезпечення інвестиційної привабливості.

Реклама, статті, публікації в засобах масової інформації – хороша можливість створити популярність, інвестиційну привабливість підприємства. Реклама, статті, публікації повинні містити інформацію про

успішні інвестиційні проекти, планованих заходах, подіях, що мають відносини до діяльності по залученню інвестицій.

Інформаційні листи і бюлетені – якісно підготовлені інформаційні листи і бюлетені є відмінним засобом для збільшення обізнаності інвесторів про плани, заходах і подіях інвестиційного ринку регіону. Інформаційні листи і бюлетені мають розповсюджуватися, як серед потенційних інвесторів, так і серед певної аудиторії інвесторів, які вже проявили інтерес до інвестування. Довідники і брошури – довідники і брошури для інвесторів містять основну довідкову інформацію, необхідну для бізнесу, представлену в структурованому і простому вигляді.

Поряд з необхідністю організації інформаційного забезпечення інвесторів інформацією, існує низка проблем в цієї сфері. Відсутній необхідний набір презентаційних і інформаційних матеріалів в галузевому розрізі для надання потенційним інвесторам. Інформація, що надається в каталогах і довідниках, не відповідає вимогам, прийнятим в міжнародному інвестиційному співтоваристві, і вимагає професійної експертизи. В більшості регіонів увага і зусилля, надані на залучення інвесторів не відповідає сучасним вимогам міжнародного рівня. Лише деякі регіони, здійснюють активний інвестиційний маркетинг регіону.

Багато підприємств за останній час стали використовувати переваги Інтернет-технологій, проте підготовлені регіонами Інтернет-ресурси не надають вичерпної інформації про інвестиційні можливості і умови підприємств реципієнтів. Більш того, серйозною проблемою є відсутність англомовної інформації у вказаних ресурсах, що знижує інформаційну відвертість підприємств для потенційних іноземних інвесторів.

Як показує практика, за останні декілька років, в області поліпшення інвестиційного клімату, потенціалу і можливостей в Україні відбулися істотні позитивні зміни. З'явилася багато інвестиційних інструментів регіонального рівня, сприяючих залученню інвестицій в економіку. З кожним роком ефективність цих інструментів росте, що обумовлене поступовою зміною відносин до інвесторів. Використовування сучасного інструментарію сприяє переходу від "пасивного" очікування до "активного" вибудовування довгострокових, взаємовигідних і головне прозорих відносин з інвесторами. Особливості використання певних інструментів розвитку інвестиційної привабливості підприємства за фокус-групами й цілями впливу на них наведено в табл. 1.

Таблиця 1. Інструменти розвитку інвестиційної привабливості підприємства

Фокус група	Вид інструменту	Ціль впливу
Споживачі	PR заходи, програми лояльності, взаємодія із суспільними організаціями, споживачами, торгова марка	Позиціонування підприємства і продукції, ознайомлення з асортиментом і ціною, наявністю додаткових послуг, програм тощо
Партнери	Рекламна продукція і сувеніри, оформлення ділової документації, корпоративна поведінка, торгова марка, PR	Висвітлення надійності в діяльності, кількості споживачів, обсягах роботи
Постачальники	Взаємодія зі ЗМІ, торгова марка, корпоративна архітектура, корпоративна поведінка	Визначити умови співпраці, позиціонування характеру та специфіки підприємства тощо
Конкуренти	Взаємодія зі ЗМІ, торгова марка, корпоративна архітектура, PR	Констатація якості продукції, сучасних технологій, програм і умов співпраці
Державні установи	Оформлення ділової документації, торгова марка, корпоративна архітектура, корпоративна поведінка	Демонстрація безпечної роботи, гарантії якості, соціальна діяльність, законність

Найбільш значним і впливовим інструментом формування інвестиційного іміджу й інвестиційної привабливості підприємства є управління взаємостосунками з клієнтами і паблік рилейшнз. Паблік рилейшнз – це систематична діяльність фахівців підприємства з управління системою інформаційно-аналітичних і процедурно-технологічних дій, сукупністю комунікативних процесів підприємства для гармонізації відносин і співробітництва підприємства із контактними аудиторіями з метою досягнення взаєморозуміння і підтримки.

Більшість керівників аграрних підприємств розуміють, що, продаючи визначений асортимент стандартної продукції, розширити бізнес і привернути інвестиції дуже важко. Тому, при роботі з інвесторами, потрібне створення умов і певних послуг, сервісу під індивідуальні вимоги інвесторів, створення нових нематеріальних переваг, сприяючих підвищенню інвестиційної привабливості.

Розвитком інвестиційної привабливості потрібно займатися свідомо та цілеспрямовано. Інвестиційну привабливість підприємства доцільно постійно і свідомо формувати і підтримувати. За такої мети її розвиток залежить від розробленої PR-діяльності підприємства. Суб'єктами PR-діяльності є особи або спеціалізовані підрозділи, які займаються організацією і проведенням PR-діяльності. Таких суб'єктів багато і всі вони відрізняються по багатьох параметрах, і перш за все по місцю і ролі в самому процесі PR-діяльності. На цій підставі фахівці виділяють дві групи суб'єктів PR – базисні і технологічні. До базисних суб'єктів PR відносять ті суб'єкти, які: є основою початку PR-діяльності; задають початкові параметри PR-діяльності; постають замовниками цієї діяльності.

Мета PR-діяльності підприємства – створення умов для збільшення прибутку підприємства, залучення інвестора, формування інвестиційної привабливості і іміджу підприємства. До цих умов відносяться пошана, довіра і розуміння дій підприємства серед її цільових аудиторій. Впливати на них можливо, управляючи інформаційними потоками підприємства. Завдання PR: формування позитивного

інвестиційного іміджу підприємства; вибудовування взаємостосунків з партнерами, інвесторами; інформування цільових аудиторій про важливі події підприємства; просування товарів і послуг; моніторинг відношення до підприємства з боку інвестора.

Цілями зв'язків з громадськістю є: створення клімату довіри, встановлення взаєморозуміння і доброзичливості між організаціями, гармонізацію відносин між підприємством і інвесторами, громадськістю, створення позитивного інвестиційного іміджу.

Висновки. Сукупність розглянутого інструментарію із розвитку і підтримки інвестиційної привабливості підприємства вимагає заходів із планування і організації підтримки реалізації інвестиційних проектів. Організаційна підтримка інвестиційних проектів і привабливості підприємства має відбуватися постійно і комплексно на всіх етапах розвитку діяльності аграрного підприємства.

Джерела і література:

1. Аксенов А. П. Нематериальные активы. Структура, оценка, управление / А. П. Аксенов. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 192 с.
2. Бренд-менеджмент : сб. науч. работ / науч. ред. О. В. Каминская и др. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 192 с.
3. Компании, у которых есть чему поучиться : кн. 4 / под ред. Е. Андреевой. – К. : Книжкове вид-во О. Капусти. – 2008. – 266 с.
4. Крейнина М. Н. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности акционерных обществ в промышленности / М. Н. Крейнина. – М. : Дело и сервис, 1994. – 321 с.
5. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия на основе его экономического потенциала / Л. М. Путьгина, М. Ю. Ванчугов // Собственность и рынок. – 2005. – № 6. – С. 21-23.

Кемалов А.А.

УДК-338.24+330

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИМИ ПРОЦЕСАМИ

Постановка проблеми в загальному вигляді. Загострення конкуренції національних економік на світовому ринку під впливом глобалізаційних процесів актуалізувало проблему ефективності системи управління економікою. Виник ряд пріоритетних напрямків модернізації існуючої економіки. Серед них - відновлення застосовуваних технологій, сталі і достатні енергозабезпечення, підтримка стабільної конкурентоспроможності, захист національних інтересів і безпеки держави. З огляду на сформований рівень технологічного розвитку та енергозалежності України від зовнішніх джерел, найважливішим фактором системної конкурентоспроможності виступає ефективність використання паливно-енергетичних ресурсів (ПЕР).

Непринятно висока енергоємність вітчизняного виробництва є одним з основних критеріїв, що характеризують слабку конкурентоспроможну позицію України порівняно до інших країн. Це чітко проявляється, наприклад, при порівняльній статистичній оцінці макроекономічного ефекту споживання енергоресурсів. За даними Міжнародного енергетичного агентства, в 2004 році обсяг витрат первинних енергоресурсів в Україні становив більше 210 млн. т у.п., що в 3,5 рази перевищувало аналогічний показник у Польщі. Однак ефективність національних енерговитрат двох країн є надзвичайно різною: ВВП на душу населення, оцінена за паритетом купівельної спроможності (ПКС), за підсумками 2004 року в Україні становив 6,3 тис. доларів США, а в Польщі - 12,6 тис. доларів США. Тобто Україна витрачає в 3,5 рази більше первинних енергоресурсів, ніж Польща, виробляючи при цьому в 2 рази менший обсяг ВВП у розрахунку на душу населення.

Склася суперечлива ситуація. З одного боку, необхідно забезпечити економічне зростання, а отже, і збільшити обсяги споживаних ресурсів, у тому числі енергетичних. З іншого - скоротити споживання енергетичних ресурсів, особливо вуглеводневих енергоносіїв. Ліміт останніх безмежний, а збиток навколишньому середовищу набув загрозливих розмірів. Вирішення проблеми можливе лише шляхом впровадження інноваційних енергозберігаючих технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Технічний бік проблем енергозбереження досить широко освітлено в спеціальній науково-технічній літературі. Ряд авторів присвятили свої праці перспективним напрямкам розвитку енергетики в Україні. Серед них Білорус О., Бутко Н., Геєць В., Данилишин Б., Данько М., Забельська М., Кузнецов А., Курбатов В., Рекітар Я., Саламов А., Семиноженко В., Якубовський Н. та інші. Багато авторів констатують факти незадовільного виконання державних програм скорочення енергоспоживання в країні, бачать головну причину таких результатів у слабкому фінансуванні енергозберігаючих проектів з Державного бюджету. Це так. Але пояснювати причини невиконання завдань по енергозбереженню тільки дефіцитом фінансових ресурсів - означає, на нашу думку, спрощення проблеми.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Складність здійснення процесу енергозбереження в національному господарстві пояснюється насамперед системним характером самого процесу. Це багатофакторний процес, у якому тісно переплітаються інтереси держави, регіонів, галузей колективів і окремих громадян. Істотно впливають зовнішні, міждержавні організації та інститути. Навіть