

Регіональну систему маркетингу та моніторингу аграрного сектора регіону можна представити у вигляді трьох підсистем: комплекс регіонального маркетингу та моніторингу; інструменти впливу на ринок; обрані для збуту товарів ринки.

Особливе місце в цій системі займає моніторинг ринкового середовища. Моніторинг ринкового середовища має поєднувати наступні ланки: оцінку попереднього стану середовища (генезис) і оцінку майбутнього стану середовища (прогностика). Джерелами змін ринкового середовища ситуації, об'єктами моніторингу є елементи маркетингового, ринкового, середовища діяльності підприємства. Завданням моніторингу ринкового середовища є виявлення й прогнозування тенденцій розвитку конкурентних ситуацій, з метою розробки й реалізації мер по використанню можливостей, що відкриваються, а також попередженню можливих погроз, що спрямовано на забезпечення конкурентоспроможності підприємств регіону [2, с. 47-48].

Створення системи моніторингу конкурентного середовища дозволяє зробити успішними управлінські рішення щодо моніторингу, які приймаються, що дозволить зробити його справжнім інструментом успішного функціонування підприємства. Звичайно, побудувати таку складну систему маркетингу, яка опираючись на моніторинг конкурентного середовища не тільки регіону, але й країни, охоплювала весь спектр діяльності підприємств аграрного бізнесу – від виробництва сировини до реалізації кінцевого продукту – одному підприємству не під силу. Тому всі аграрні підприємства регіону повинні бути не суперниками по бізнесу, а партнерами в досягненні цілей, намічених кожним окремим підприємством, спираючись при цьому на результати діагностики прогнозування системи регіонального маркетингу та моніторингу. Відділи маркетингу підприємств, спираючись на інформаційну базу регіональної системи моніторингу та маркетингу, а також її рекомендації, мають можливість вчасно розробити план вирішення певних завдань [3, с. 257].

Система маркетингу та моніторингу ринкового середовища повинна не просто вирішувати питання накопичення інформації, головне її завдання – забезпечення осіб аграрних підприємств, які приймають управлінські рішення, такою інформацією, котра допомагала б вибрати найбільш оптимальний варіант вирішення проблем, які постають перед підприємством. Організаційна система регіонального маркетингу та моніторингу, на нашу думку, має оформлятися у вигляді обслуговуючого кооперативу, засновниками й ініціаторами її створення можуть бути асоціації виробників продукції різних напрямків аграрного бізнесу. Взаємини такого кооперативу та можливих клієнтів юридичних осіб повинні здійснюватися на принципах, сформованих в умовах роботи обслуговуючих кооперативів [4, с. 54-58].

Функціонування системи маркетингу та моніторингу в регіоні повинне здійснюватися відповідно до Уставу обслуговуючого кооперативу асоціаціями виробників продукції в аграрному бізнесі, перед якими звітує керівництво даної системи.

Література

1. *Все о рынке и бизнесе : справ. предпринимателя / Богачев В. И., Кравченко К. В., Ткаченко В. Г. и др. – Луганск : Книжк. світ, 2001 – Т. 2. – 2001. – 128 с.*
2. *Логинов Д. А. Особенности формирования аграрного маркетинга в условиях системного преобразования экономики / Д. А. Логинов // Достижения науки и техники АПК. – 2002. – № 12. – С. 47–48.*
3. *Заблудська І. В. Регіональна промислова політика: питання теорії та практики : монографія / І. В. Заблудська. – Луганськ : Вид-во СХУ ім. В. Даля, 2007. – 344 с.*
4. *Глазов М. М. Маркетинг предприятия: анализ и диагностика / М. М. Глазов, И. П. Фирова. – СПб. : Изд-во РГТМУ, 2004. – 235 с.*

Тетяна ЖЕЛЮК

Тернопільський національний економічний університет

СОЦІАЛЬНІ ВЕКТОРИ АНТИКРИЗОВОЇ ПОЛІТИКИ

Глобальна криза та її прояви в Україні стали якісно новим викликом, з яким стикнулася країна після тривалого періоду економічного зростання та кредитного буму. Цей чинник суттєво

ускладнив вироблення відповідної антикризової політики. Априорі антикризова політика проводиться в умовах надзвичайної глибини та всеосяжності макроекономічної незбалансованості; спрямована не на пом'якшення циклічних коливань, а насамперед на подолання системної кризи, яка охопила всі сторони суспільного життя: економічну, соціальну, політичну, духовну – і яка має різні причини; полягає у формуванні нової системи економічних відносин, а не зводиться до якогось вдалого набору економічних заходів для збалансування тих чи тих економічних показників. Метою такої політики є реалізація системи економічних заходів держави, спрямованих на стримування росту безробіття та інфляції, стимулювання економічного зростання та забезпечення стабільності платіжного балансу країни. Поряд з цим, як показує світова практика, зокрема досвід ЄС, що антикризові заходи ще більше посилюють соціальну напругу. Європейська соціальна модель зазнає істотних труднощів у поєднанні економічного динамізму і соціальної справедливості.

На початок 2012 року потреба українських підприємств у працівниках на заміщення вільних робочих місць і вакантних посад збільшилася в порівнянні з 2011 роком на 4,6 тис. (до 63,9 тис.) Разом з тим, навантаження на 10 робочих місць також зросло з 84 осіб до 85 осіб. Така динаміка показників пояснюється тим, що, разом зі збільшенням попиту на робочу силу, в країні збільшилася і кількість незайнятих громадян [1]. Спостерігаються й інші негативні тенденції на ринку праці: стрімке зростання «тіньової зайнятості» (приблизно 30% [2]), зниження соціально-економічних показників розвитку населення, вимушена трудова міграція, втрата довіри до центрів зайнятості. В цій ситуації актуалізується питання інституалізації механізмів протидії соціальним дисбалансам.

Найболючішим наслідком економічної кризи є стрімке зростання безробіття, що спонукає уряди застосовувати заходи, спрямовані на зменшення кількості звільнень працівників і створення нових робочих місць, особливо для молоді, підтримку безробітних. Такі заходи за висновками Міжнародної організації праці (МОП) є необхідними передумовами для відновлення економіки й стійкого зростання і повинні включати: захист та підтримку рівня зайнятості; соціальний діалог на рівні всіх інституційних секторів; здійснення державних капіталовкладень в сфері суспільної інфраструктури та створення «зелених» робочих місць; розширення кола осіб, на які поширюються програми страхування від безробіття, збільшення розміру допомоги по безробіттю; професійна перепідготовка звільнених працівників; підтримка малих та середніх підприємств; адресна підтримка певних секторів економіки.

Аналіз заходів, які сьогодні застосовують різні країни, свідчить про те, що більшість заходів спрямовані саме на утримання рівня зайнятості, а не на підтримку безробітних. Слід окремо зазначити, що більшість пакетів антикризових заходів вироблялось за участю всіх секторів національної економіки [3]:

1) збільшення виплат з безробіття та розширення термінів їх виплати. Так, Росія підвищила в 1,5 рази розмір допомоги з безробіття, Японія розширила перелік отримувачів виплат по безробіттю, Німеччина пролонгувала терміни виплати допомоги з 12-ти 18-ти місяців, США використовують систему кредитів звільненим особам на сплату медичної страховки. Щодо України, то з 1 січня 2013 року відповідно до нового Законом «Про зайнятість населення» [4], максимальний розмір допомоги з безробіття буде збільшено до чотирьох прожиткових мінімумів;

2) укладення домовленостей з найбільшими роботодавцями, компенсації роботодавцям, запровадження виплат з часткового безробіття. Уряди Австрії, Данії, Франції, Німеччини, Угорщини, Італії та Іспанії заохочують компанії скорочувати тривалість робочого тижня, а не звільнювати працівників, шляхом запровадження доплат до заробітної плати працівників, яких переведено на скорочений графік роботи. В Японії запроваджується виплата компенсації працівникам, які перебувають у вимушених відпустках. В Україні в кінці 2008 року було підписано меморандуми порозуміння з компаніями різних секторів, в яких зокрема було передбачено зобов'язання роботодавців утримуватись від звільнень, однак через відсутність механізму контролю за його виконанням результати його є невітнішими;

3) збільшення витрат на підвищення кваліфікації. В Німеччині розширено дію спеціальної програми з перекваліфікації літніх людей та некваліфікованих осіб, яка тепер охоплює практично

все населення країни. У Великобританії використовуються гарантії щодо тримісячного оплачуваного за рахунок держави стажування випускників в компаніях за профілем їх освіти. Уряди Франції та Росії оголосили про створення нових програм підвищення кваліфікації та збільшення відповідних видатків. В Україні передбачено можливості щодо фінансування Державним центром зайнятості видатків, пов'язаних із професійною підготовкою, перепідготовкою або підвищенням кваліфікації працівників, щодо яких є загроза вивільнення;

4) безкоштовна консультативна допомога (Росія, більшість країн ЄС, Великобританія). В Україні щорічно на реалізацію ефективної соціально-економічної політики з питань зайнятості населення з державної скарбниці витрачається до 6 млрд. грн., однак безробіття впродовж останніх 5 років невпинно зростає.

Тому врахування світового досвіду у боротьбі з соціальними дисбалансами безперечно повинно сприяти створенню ефективного механізму сприяння повній, продуктивній і вільній зайнятості населення у процесі реалізації соціально-економічної політики держави, забезпечення конституційних прав громадян на працю та соціальний захист від безробіття.

Література

1. *Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.*
2. *Офіційний веб-сайт Державної служби зайнятості України. Режим доступу: www.dcz.gov.ua.*
3. *Антикризова політика в світі та Україні: порівняльна оцінка заходів та економічних ефектів/Аналітична доповідь. – К.: Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ier.com.ua/.../2009_19_..*
4. *Про зайнятість населення [текст] : Закон України від 5 липня 2012 року № 5067-VI. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>.*

Оксана ЖУК

Львівський національний університет імені Івана Франка

РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК ЕЛЕМЕНТ НАЦІОНАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ

Невід'ємною важливою характеристикою конкурентоспроможності національної економіки є рівень розвитку її людського потенціалу. Людський потенціал є стратегічним ресурсом, який вимагає ефективних механізмів розвитку і управління для забезпечення високої результативності його використання у майбутньому.

Концепція розвитку людського потенціалу набула поширення у глобальному масштабі наприкінці 20 ст. Вона виходить з того, що неможливо звести суспільний прогрес до зростання грошового доходу чи примноження матеріального багатства і ґрунтується на принципі: економіка існує для розвитку людей, а не навпаки [1, с.339; 2, с.11].

Поняття „людський потенціал” побутує в українській економічній літературі з 1994 р., його предтечею був термін „трудовий потенціал”. За визначенням д.е.н. О.В. Стефанишин, людський потенціал суспільства – це інтегральний показник граничної кількості і якості праці, якою володіє суспільство при певному рівні розвитку науки і технології, інформації, знань, співробітництва і довіри [2, с.33].

Серед вчених немає одностайності щодо визначення компонентної структури людського потенціалу, проте у загальному вигляді ця структура дуже наближена до показників, за якими розраховують Індекс розвитку людського потенціалу (ІРЛП). Цей інтегральний показник характеризує такі аспекти людського існування, як тривалість життя, освіченість і рівень добробуту.

Значення індексу розвитку людського потенціалу України за підсумками 2011 року складало 0,729, відповідно наша держава перебуває у високій категорії людського розвитку. За період з 1990-го до 2011 року значення ІРЛП України зросло з 0,707 до 0,729 або на 3%. Хоч український