

полноцінному функціонуванню національної економіки, забезпечує завоювання стійких позицій в світовій економіці і, як наслідок, вносить вагомий внесок в прискорення процесів глобалізації.

Література:

1. Ісмаїльчук О.П. Модель кривого ланцюжка при незалежності учасників // Науково-технічний розвиток: економіка, технології, управління: Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених. – К.: КПІ, 2007. – С.338-339.

РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РИНКУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Кирилко Н.М.

Київський національний університет технологій та дизайну

Наприкінці ХХ та на початку ХХІ століть у процесі розвитку національної та світової економік відбувається формування в планетарному масштабі комплексу виробничо-збутових структур, розгалуженої інформаційної мережі та глобальної фінансової системи. Глобалізація перетворює світове господарство на єдиний ринок товарів, послуг, капіталів, робочої сили, суб'єкти якого взаємопов'язані єдиною системою фінансово-економічних відносин. Україна має певні конкурентні переваги світогосподарської системи і тому може брати участь у глобальних економічних процесах. На нашу думку стрімкий розвиток інформаційних технологій та науково-технічного потенціалу в цілому по країні потребує взаємозв'язку з організаційно-технічною інфраструктурою ринку (рис.1).

Інфраструктура ринку – це система державних, приватних і громадських інститутів (організацій і установ) і технічних засобів, що обслуговують інтереси суб'єктів ринкових відносин, забезпечують їхню ефективну взаємодію та регулюють рух товарно-грошових потоків.

Євро інтеграційні процеси, які прямують у ЄС дали змогу усунути більшість бар'єрів для вільного припливу товарів, сфери послуг, капіталу і робочої сили через свої кордони. В Європі створено єдиний ринок з високим рівнем економічної свободи. Завдяки однорідності стандартів для продуктів і послуг можливе використання загальноєвропейських маркетингових стратегій, зменшення розбіжностей з реклами і просування, що накладаються країнами, а також усунення більшості тарифів, які впливають на практику ціноутворення [3]. Умовою успішного розвитку економіки є лібералізація економіки, яка оцінюється за індексом економічної свободи (ІЕС) у середині країни і в усьому світі. Чим вище

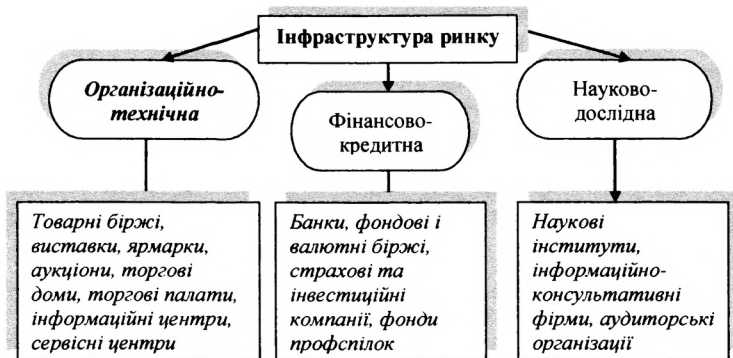


Рис. 1. Інфраструктура ринку

складові індексу економічної свободи, тим сильніші перешкоди в підприємницькій діяльності, а значить і менше економічної свободи в країні. За звітами ІЕС України за останні 11 років ІЕС змінився на 0,76. Індекс економічної свободи у 2006 році дорівнює 3,24 у порівнянні з 1995 роком ІЕС=4 [1]. Позитивними зрушеннями у лібералізації є зниження середньозваженого мита до 4,4% й узгодження тарифних умов, які дали змогу здійснити вступ України до СОТ, зниження податкового тиску. Обсяг світової торгівлі та послуг щорічно збільшується у середньому на 12%. Виготовлені товари і предмети споживання складають 80% світової торгівлі, індустрія послуг близько 20%. Держави і регіони світу беруть неоднакову участь у світовій торгівлі. Потoki світової торгівлі відбивають взаємні залежності між галузями промисловості, країнами і регіонами.

Глобальні ринки (світові ринки) – не тільки існуюча реальність, вони ростуть швидше, ніж порівняні внутрішні ринки країни і впливають на розвиток організаційно-технічної інфраструктури [2]. На світовому ринку виступають три типи компаній: 1) міжнародні (експортні) – організації, що відправляють продукти на різні кордонні ринки зі своїх вітчизняних підприємств; 2) мультинаціональні – фірми, що торгують продуктами або пропонують послуги в різних місцевостях; 3) транснаціональні (глобальні) – компанії, що зосереджуються на виявленні і пошуку глобальних споживачів. Важливим є те що, досить багато існуючих виставкових організацій жорстко конкурують між собою пропонуючи свою продукцію та послуги. Створюючи глобальну конкуренцію, яка розширить масштаб конкуренції для діячів ринку. Використовуючи ліцензії, особливу інформацію або новітні технології частина виставкових підприємств домоглася успіху як в регіонах так і на світовому ринку.

Регіоналізація є саме об'єктивним процесом, підґрунтям економічного успіху організаційно-технічної інфраструктури ринку. В умовах обмеження ресурсної бази розвитку суспільства орієнтація на урахування регіональних

передумов розвитку виробництва, все більше стосується організаційно-технічних інфраструктурних галузей в тому числі і виставкової. Регіоналізація не протидіє глобальним процесам розвитку, а доповнює їх, сприяє зростанню економічного ефекту від господарської діяльності виставкового підприємства з урахуванням з одного боку – конкретно-територіальних, а з іншого – глобальних світових передумов господарювання. В процесі проведеного дослідження постають питання чому одні компанії і галузі домагаються успіху на глобальному ринку, тоді як інші зазнають невдачі. Тільки вміння використовувати правильну стратегію розвитку в першу чергу призведе до успіху і отримання конкурентної переваги на внутрішньому, а в подальшому і на світовому (глобальному) ринку. Це підтверджує професор Майкл Портер з Гарвардської школи бізнесу, який визначив основні чотири елементи «ромба» конкурентної переваги: 1) умови виробничого сектору; 2) умови попиту, 3) суміжні і допоміжні галузі, 4) стратегія і структура, компанії, конкуренція в галузі. Згідно побудованої нової моделі ми отримуємо взаємозв'язок «ромба» М. Портера і організаційно-технічної інфраструктури (рис.2).

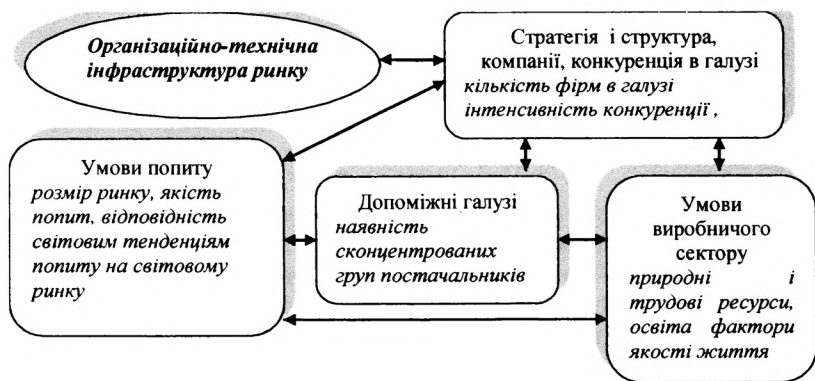


Рис. 2 Взаємозв'язок організаційно-технічної інфраструктури і конкурентної переваги країни

Використовуючи відповідні елементи на практиці на нашу думку, можна покращити загальний розвиток організаційно-технічної інфраструктури ринку України та за її межами:

- здатність держави перетворювати організаційно-технічну інфраструктуру в конкурентну перевагу;
- збільшення кількості споживачів на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- прискорення інноваційних процесів;

- інтенсивність конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- складання глобальних стратегічних альянсів;
- подальше збільшення глобальних фірм та експортних компаній.

Існує необхідність зробити певні кроки у модернізацію організаційно-технічної інфраструктури ринку нашої країни на рівні світових стандартів, що дасть можливість швидко розвиватися виставковій індустрії як на внутрішньому, так і на глобальному (світовому) ринку в цілому.

Література:

1. Гончаров Ю.В. Світ. Європа. Україна. Трансформація економіки та інтеграція. – К.: Знання України, 2007.
2. Каїра З.С. Розміщення продуктивних сил: теорія та практика: Навч. посібник. - Донецьк: Альфа-прес, 2006.–320с.
3. Клиновий Д.В. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка України: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 728 с.
4. Жаліло Я.А., Базиліук Я.Б. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації. - К.: НІСД, 2005. - 388 с.

ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Ковалевська В.В.

ПДПУ ім. В.Г.Короленка

Розвиток новітніх технологій та підвищення ролі інформації у сучасному світі призвели до того, що все більше людей щодня користуються послугами мережі Інтернет. У такій ситуації зростає значення так званої Інтернет-реклами, тобто здійснення рекламних послуг через Інтернет.

Як свідчать дані досліджень науковців Всеукраїнської рекламної коаліції (ВРК), на ринку рекламної діяльності у перспективі до 2010 року обсяги Інтернет-реклами планується збільшити вдвічі. Слід підкреслити, що не тільки останні публікації у пресі, а й конкретні дії поширювачів реклами свідчать про їх наміри значно розширити Інтернет-мережу, в тому числі її банерну частину. Так, планується удосконалити Українську банерну мережу (УБМ) та зробити її мережею, яка б займалася комерційними розміщеннями реклами, стала б нейтральним агентом, прозорою структурою мережі, при якій банери на конкретному ресурсі можна купити через УБМ, через сам ресурс, через веб-біржу або на руках [1]. Проте, швидкі темпи розвитку і поширення мережі Інтернет та вагомі зрушення на вітчизняному ринку рекламних послуг не забезпечили належного рівня використання Інтернет-реклами суб'єктами регіональних ринків. Нерозуміння перспектив та