

На сьогодні ТНК для більш ефективної своєї діяльності застосовує соціальну стратегію, яка приносить певні результати.

Стратегія соціального бізнесу – один з найбільш важливих на нинішньому етапі розвитку вітчизняної економіки. Кардинальні соціально-економічні перетворення останніх років практично повністю зруйнували що склалися протягом життя декількох поколінь традиції та стереотипи суспільного, колективного та індивідуального поведінки на виробництві. Накопичилося чимало прикладів різкого погіршення фінансово-економічного стану на підприємствах, а то й повного припинення їх функціонування через серйозних соціальних протиріч у колективі. [1].

Як впливає із загального визначення стратегії підприємства, соціальна стратегія - це система стратегічних рішень, які зачіпають складу колективу, зміст та умови роботи його членів. Соціальна стратегія відіграє роль своєрідного фільтра, через який при підготовці пропускаються всі інші рішення, що носять стратегічний характер, і який у залежності від обраного варіанту соціальної стратегії істотно впливає на кінцевий результат прийняття рішень.

Забезпечення розвитку соціальної стратегії та її успішна інтеграція у корпоративну стратегію потребують впровадження адекватних організаційно-економічних заходів, які дозволять максимально використати можливості корпорації для використання наявних трудових ресурсів, розкриття їх потенціалу та створення позитивного мікроклімату, що в підсумку призведе до підвищення продуктивності праці та значного покращання результатів фінансово-господарської діяльності [2].

Таким чином, реалізація плану соціальної стратегії ТНК створює передумови для того, щоб підвищити стабільність персоналу і рівень прихильності працівників промислової організації, обумовлені зростанням задоволеності працею і якістю трудового життя; знизити плинність кадрів і забезпечити зростання продуктивності праці за рахунок активізації внутрішнього соціального потенціалу; в цілому, дозволить керівництву промислових українських підприємств перейти від ситуативного реагування на проблеми, що виникають в роботі з персоналом, зокрема страйки, до системної роботи, шляхом моніторингу стану в роботі з персоналом, прогнозуванні необхідної кількості персоналу, відповідної якості, створення організаційної культури та забезпечення ритмічної та стабільної господарської діяльності в умовах жорстокої конкурентної боротьби.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Стратегії бізнесу: Аналітичний довідник. Айвазян С. А., Балкінд О. Я., Басніна Т. Д. та ін / За ред. Г. Б. Клейнера. – М.: КОНСЕКО, 2005.-с.312.*
2. *Управління персоналом: Л. Балабанова / Л. Балабанова, О. Сардак: [навч. посіб.] – К.:ВД. «Професіонал», 2006. – 358 с.*
3. *Авдокушин Е. Ф. Международные экономические отношения: Учебник. – М.: Юрист, 1999.*

ОКСАНА ДРОЗДОВСЬКА
Науковий керівник:
к.е.н., доцент Уніят А. В.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄС

На сьогоднішній день є актуальною тема проблеми та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України з країнами ЄС, вона полягає в тому, що зовнішня торгівля України виступає одним з важливіших засобів збільшення державного бюджету. Стратегічною метою розвитку економіки України є досягнення гідного місця в

міжнародному поділі праці, а саме у сфері зовнішньої торгівлі. Європейський союз є найсильнішою глобальною економічною організацією, найбільшим і найкращим регіональним ринком світу. Відповідно проблема економічної співпраці України і ЄС набуває все більшої актуальності в контексті ширшого і сприятливішого доступу продукції українських підприємств до ринків ЄС.

Розвиток зовнішньої торгівлі України відзначився рядом проблем, серед яких, у першу чергу, нераціональна структура вітчизняного експорту, в якому домінують сировина та продукція з низьким рівнем переробки. Також ключовими проблемами розвитку зовнішньої торгівлі України пов'язані з диверсифікацією її геополітичних або регіональних пріоритетів, з оптимізацією структури експорту й імпорту.

Аналіз географічної структури зовнішньої торгівлі України, можна стверджувати, що вона носить відносно стабільний характер. Вона має слабку диверсифікацію експорту, тому що модель міжнародної спеціалізації є неефективною. Економіка України є відкритою, на яку припадає 0,07% світового ВВП і 0,3% світового експорту. Україна бере участь у сучасних процесах глобалізації як невід'ємна складова світової економіки і підтримує торговельні відносини із багатьма країнами світу. Домінуючу роль продовжують відігравати Російська Федерація (53% українського імпорту), Німеччина, Польща, Італія й Угорщина.

Таблиця 1

**Географічна структура зовнішньої торгівлі України
товарами за 2012–2014 рр. у тис. дол. США.**

Країни	2012		2013		2014	
	Експорт Імпорт	Сальдо	Експорт Імпорт	Сальдо	Експорт Імпорт	Сальдо
Російська Федерація	17631749,5 27418296,1	744037,1	3688685,7 5419961,3	-1731275,6	9799163,9 12678683,2	2879519,3
Німеччина	1645030,0 6807143,2	-	394226,0 1451612,8	-1057386,8	1590591,5 5360239,7	-3769648,3
Польща	2576195,6 3567096,6	-389302,8	634642,0 634642,0	-202079,4	2645039,7 3067394,4	-422354,7
Італія	872261,6 67399,8	1033787,4	710082,9 407534,3	302548,6	2468289,4 1508556,5	959732,8
Угорщина	1510219,0 1159568,4	14016,3	414380,2 304346,0	110034,2	1510170,4 1463888,3	46282,1

Одним з пріоритетних напрямків зовнішньоекономічної діяльності України є подальший розвиток торговельно-економічного та інвестиційного

Аналіз товарної структури експортно-імпортних зв'язків засвідчує, що в товарній структурі українського експорту в регіон ЄС все більше місце займають мінеральні продукти, недорогочінні метали та вироби з них, продукція агропромислового комплексу, текстиль та текстильні вироби. Порівняння товарної структури зовнішньої торгівлі України і країн ЄС вказує на вузькість асортименту, який відображає структуру обміну ЄС з країнами, що розвиваються. Товарна структура експорту України є вкрай несприятливою. Вона свідчить про нездатність держави подолати структурні диспропорції економіки, сформованої в рамках колишнього СРСР.

**Товарна структура зовнішньої торгівлі України товарами
за 2012–2014 рр. у тис. дол. США.**

Назва товарів	2012		2013		2014	
	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт
Мінеральні продукти	7650416,9	27542301,8	7494933,0	22362099,8	3101915,3	7226374,5
Продукція хімічної промисловості	5058919,5	8586389,7	4327295,8	8435346,6	1466446,9	2924893,5
Текстиль та вироби з текстилю	783839,0	2563720,8	1246778,7	1901960,6	337640,8	739274,8
Дорогоцінні метали	139783,4	493427,8	118413,9	690298,9	3484696,5	189253,6
Недорогоцінні матеріали та вироби	18889845,9	5238913,5	17570747,8	5002923,2	7000030,2	1385490,4
Механічне обладнання, машини та механізми	7026670,7	13178672,5	6975000,3	12470050,3	2581658,2	3484696,5

Сьогодні в нашій державі існують перспективи розвитку зовнішньої торгівлі, на підставі того, що пріоритетами насамперед мають бути активний розвиток експорту, а саме збільшення експортних послуг та розвиток транскордонного співробітництва. На зменшення дефіциту зовнішньої торгівлі країни вплине зміна структури експортно-імпорتنих товарних потоків і відповідно покращення зовнішньоторговельної політики.

Актуальним залишається на сьогодні питання підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Угода про зону вільної торгівлі передбачає скасування митних тарифів, лібералізацію сфери послуг, вільний рух факторів виробництва, послаблення нетарифних бар'єрів, що сприятиме активізації товарних потоків між Україною та країнами ЄС.

Важливою позитивною рисою угоди про зону вільної торгівлі з ЄС є те, що Україна отримає технічну та фінансову допомогу для реалізації реформ, скорочуючи пов'язані з цим витрати національного бюджету.

Співробітництво України з ЄС сприятиме наближенню нашої держави до високих європейських стандартів, підвищенню рівня життя та добробуту населення. Європейська інтеграція для України є шляхом покращення та модернізації економіки, залучення іноземних інвестицій і новітніх технологій, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника, вільний рух в середині інтеграційного об'єднання кваліфікованої робочої сили, товарів, послуг, факторів виробництва, а також це все передбачає вихід на єдиний спільний ринок.

ЛІТЕРАТУРА

1. Лакруїк А. Б. *Проблеми та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України* // Лакруїк А. Б. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ekonomistoff.ru/problemi-ta-perspektivi-rozvitku-zovnishnoy-torgivli-ukraini/>.

2. Мисик Г. І. *Проблеми ефективної зовнішньоекономічної діяльності України* / Мисик Г. І., Римарева Л. М. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/10_NPE_2011/Economics/2_83625.doc.htm.

3. Михайлишин Л. І. Вектори інтеграції України в ЄС чи СНД Михайлишин Л.І. // Науково-інформаційний вісник: "Економіка", 2013. – № 3. – С. 172-181. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>.

4. Мохната К. А. Перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України: / Мохната К. А. // Матеріали Всеукраїнської студент. інтернет-конференції, 05 травня 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://conf-cv.at.ua/forum/56-578-1>.

МАКСИМ ЖИВКО

НОВА ЕКОНОМІКА ЯК НОВА ПАРАДИГМА РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОТОРГІВЕЛЬНИХ ЗВ'ЯЗКІВ УКРАЇНИ ТА ЄС

Зміна внутрішньої структури національних систем, розвиток нових функціональних зв'язків, зміна якості взаємодії елементів цих систем сприяють виникненню якісно інших інститутів в економіці. Класична система не може впоратися з новими функціональними вимогами, так як під впливом факторів невизначеності та ризику швидкість протікання процесів і якість взаємодії елементів економічних інститутів (зокрема, інформаційної взаємодії) принципово змінюються.

Простий перенесення нових системних зв'язків на старі інститути приведе в таких умовах до спотворення основних постулатів теорії систем і, як наслідок, до істотних порушень стійкості соціально-економічних систем і різкого зниження ефективності їх функціонування. Отже, розвиток нових функціональних зв'язків в економіці неможливо без зміни самого принципу побудови соціально-економічних об'єктів. У цих умовах в даний час набула широкого поширення концепція нової економіки, яка суттєво розширює рамки класичних соціальних і економічних інститутів і дозволяє досліджувати великі відкриті системи з високим рівнем розвитку.

Під впливом наведених вище чинників в науковий обіг увійшов термін «нова економіка». Вважається, що найбільш передові фірми працюють в секторах ринку, які більшою мірою є породженням нової економіки. Разом з тим досі не існує єдиного визначення нової економіки, особливо якщо врахувати проникнення цього терміна з області бізнесу в область соціально-економічних явищ і процесів.

Новою економікою (з точки зору мас-культури, яка, на жаль, проявляється і в наукових статтях) називають всі компанії, пов'язані з Інтернетом і ринком інформаційних технологій (особливо в секторі B2C – business to clients). Дане визначення представляється надмірно поверхневим, бо не враховує ні людський капітал, ні інноваційний характер нової економіки, який робить її справді новою. Саме на ньому ґрунтуються багато економістів, які заявляють, що «нова економіка – це мильна бульбашка» і нічого нового в ній немає.

Ядром нової економіки є інноваційний тип мислення. Інноваційний тип мислення (на думку П. Друкера) – це орієнтація на «творче руйнування», перетворення змін до ключовий фактор успіху: можна стверджувати також, що на розвинених ринках йде посилення конкуренції і перетворення інноваційного процесу не тільки в достатній, але і необхідний елемент успіху. Вартість компаній все більшою мірою визначається нематеріальними активами (ідеї, технології та стратегії об'єднання і використання основних інформаційних ресурсів компанії). Переваги отримують ті компанії, які можуть швидко реагувати на зміни на ринку й адаптуватися до нових умов в реальному часі, навчилися постійно змінювати свою структуру, методи ведення бізнесу, продукцію та послуги [2]. Інтелектуальний капітал став найголовнішим чинником у розвитку нової економіки, бо величезні доходи можна отримати від оригінальних ідей, а також технологій і моделей ведення бізнесу («якщо Ви можете щось помацати, то це, можливо, не так вже і цінно»). Таким чином, можна вважати, що наукомісткі продукти стали визначальним фактором економічного зростання. Дане твердження стосується не тільки до фірм-інноваторам, але і фірмам-імітаторам «формується стійка тенденція наділення товару інтелектуальним іміджем, що також є відмінною рисою товару і ринку в умовах «нової економіки»» [3].