

стави для його використання як активного важеля монетарної політики. У процесі розвитку механізмів резервування відбулося їх розмежування для реалізації довгострокових та тактичних цілей. Встановлення норм обов'язкових резервів є найбільш потужним інструментом, який впливає на всі засади банківської системи. У сучасних ринкових економіках зміна норми обов'язкових резервів вважається занадто потужною, яка перевищує потребу в тонких методах регулювання. У сучасних ринкових економіках сформувалася виразна тенденція до обмеження активного використання резервних вимог.

Проте дедалі більшого поширення отримує механізм резервування коштів, пов'язаний з впливом на надлишкові резерви, які використовуються для активних банківських операцій та для збільшення можливостей кредитно-грошової експансії. Для впливу на розмір надлишкових або вільних резервів використовується широкий спектр регульовального впливу, серед якого: операції на відкритому ринку, операції рефінансування, в тому числі операції РЕПО, ломбардне кредитування та кредитні аукціони. Механізми резервування в банківській системі постійно розвиваються у напрямках, які забезпечують більш швидкий і точний вплив у короткостроковому періоді на надлишкові обсяги банківських резервів і, відповідно, на можливості кредитно-грошової експансії.

Література

1. Антонов Н.Г., Агеев М.А. Денежное обращение, кредит и банки. – М.: АО Финстатпромп, 1995. – С. 240.
2. Гроші та кредит/ За ред. М.І. Савлука. – К.: КНЕУ, 2002. – С. 93.
3. Долан Э. Дж., Кэмпбелл К.Д., Кэмпбелл Р. Дж. Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика. – М.-Л., 1991. – С. 192.
4. Миллер Р.Л., Ван-Хауз Д.Д. Современные деньги и банковское дело. – М.: Инфра-М, 2000. – С. 118.
5. Національний банк і грошово-кредитна політика/ За ред. М. Мороза. – К.: Наука, 1999. – С. 42.
6. Словарь современной экономической теории МакМиллана/ Под ред. Д.У. Пирса. – М.: Инфра-М, 1997. – С. 482.

УДК 631.1.027

*Р.Р. Оленич – НУ "Львівська політехніка";
І.Р. Оленич – Львівська національна академія
ветеринарної медицини ім. С.З. Гжицького*

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ТА АДАПТАЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Охарактеризовано умови макроекономічного середовища. Наведено основні адаптаційні заходи підприємств хімічної промисловості на ринку.

*R.R. Olenych – NU "L'viv's'ka Politekhnika"; I.R. Olenych – Lviv National
Academy of Veterinary Medicine named after S.Z. Gzhytskyj*

Marketing strategy and adaptation politics of chemical industry enterprise

The conditions of macroeconomic environment were characterised. General adaptive measures of chemical industry enterprises at market were given.

При аналізі макроекономічного середовища в останні роки спостерігається інфляція і незначний ріст виробництва. Підприємства використовували різні адаптаційні заходи для пристосування до умов нестабільного макроекономічного середовища. Поява нових українських виробників у процесі розвитку економічних реформ і притік товарів іноземних виробників посилили конкуренцію на внутрішньому ринку країни і зумовили необхідність пропозиції споживачам нових товарів навіть для оборони своїх ринкових позицій. Зрушення споживчих переваг у бік якості відіграло стимулюючу роль, оскільки якість товарів асоціюється з його технологічним вдосконаленням і новизною. Багато підприємств, маючи економічну самостійність, почали шукати можливості експорту на ринки ближнього і дальнього зарубіжжя. Важливою умовою успіху у конкурентній боротьбі на зовнішніх ринках, поряд з ціною і якістю товару, є його новизна. Підприємства, які активно займаються експортом своєї продукції, особливо уважно ставляться до проблем розробки нових товарних модифікацій, в які закладаються незначні зміни, що не вимагають великих коштів на їх реалізацію і часто пов'язані тільки з товарним дизайном.

Важливою рисою адаптаційної політики підприємств в умовах інфляції є відсутність спроб збільшити витрати на дослідження в сфері розробки нових продуктів і вдосконалення довгострокової стратегії. Це пояснюється тим, що у складних економічних умовах підприємства звичайно переслідують короткострокові цілі, які вимагають скорочення витрат, а не їх збільшення. При цьому необхідно активно використовувати такий захід, як скорочення продуктової лінії до декількох найбільш прибуткових товарних найменувань з метою скорочення витрат на основі використання ефекту економії масштабу.

У сфері цінової політики підприємства не намагались максимізувати рентабельність одиниці продукції і надавали перевагу періодичному перегляду цін. У сфері політики стимулювання і розподілу підприємства надавали перевагу підвищенню відповідальності персоналу, що займається збутом готової продукції. Це проявлялось у розширенні самостійності персоналу відділу реалізації, у розвитку розподільчої мережі і у пошуку партнерів для прямих поставок. На деяких підприємствах підвищення відповідальності персоналу супроводжувалось спробами вдосконалення системи економічного стимулювання.

Важливою характерною рисою сучасного українського ринку є посилення диференціації запитів споживачів внаслідок росту потреб, а також доступності різноманітних продуктів, які сприяють їх задоволенню, що поступають з розвинутих ринків західних країн.

Стратегія підприємств багато в чому залежить від стану ринкової кон'юнктури, від динаміки попиту на даний продукт, яка, своєю чергою, знаходиться під впливом макроекономічних чинників, що перебуває життєвий цикл товару. Підприємства першої групи застосовували такі адаптаційні заходи, як виведення на ринок нових продуктів. Цим підприємствам характерна робота на нових ринках, особливо в умовах, коли традиційні ринки перебувають у стані занепаду або руйнуються з різних, в тому числі політичних причин.

Підприємства другої групи використовували такі адаптаційні заходи, як використання конкурентоспроможних цін та цінових знижок на продукцію,

яка повільно реалізується, а також випуск товарів на граничному рівні рентабельності. Такі адаптаційні заходи повністю відповідають стратегії оборони на основі низьких цін.

Підприємства третьої групи використовували такі адаптаційні заходи, як періодичний перегляд ціни в умовах інфляції і стимулювання збуту. Відсутність адаптаційних заходів свідчать про незнання та відсутність готовності до аналізу змін макросередовища.

Підприємства, що використовують стратегії, які зорієнтовані на зовнішнє середовище і споживачів, більш активно і успішно пристосовуються до змін ринкової кон'юнктури. Швидка диференціація споживачів за їх споживчими перевагами і доходами вимагає від товаровиробників більш селективного і диференційованого стратегічного підходу. Присутня проблема ринкової сегментації і розробка комплексу стратегічних заходів для кожного специфічного ринкового сегменту. Високою конкурентоспроможністю відрізняються стратегії концентрованого позиціонування за якістю і ціною, оскільки вони зорієнтовані на врахування різних груп споживачів.

Стає все менш ефективною орієнтація на досягнення короткострокових цілей, яка властива нестабільному середовищу з підвищеним ступенем ризику. Стратегії, що зорієнтовані на досягнення довгострокових цілей зміцнення на ринку і завоювання нових ринкових сегментів, виявляються більш ефективними і конкурентоспроможними.

УДК 314.7

*Доц. В.І. Приймак, д-р екон. наук – Львівський НУ
ім. Івана Франка*

ПРОБЛЕМИ, ПОЗИТИВНІ ТА НЕГАТИВНІ СТОРОНИ ЗОВНІШНЬОЇ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Висвітлено проблеми зовнішніх трудових міграційних процесів населення України, їх позитивні та негативні сторони. Запропоновано заходи, впровадження яких допоможе удосконалити міграційну політику нашої держави, поліпшити становище українських трудових емігрантів за кордоном.

Doc. V.I. Pryimak – Lviv NU named after Ivan Franko

Problems, the positive and negative sides of external labour population shift of Ukraine

It is opened problems of external labour migratory processes of the population of Ukraine, their positive and negative sides. It is offered actions which introduction will help to improve a migratory politics of our state, to improve a condition of the Ukrainian labour migrants abroad.

*Волаємо ми ще раз до всіх, хто може
у цій справі щось сказати або порадити.
Шукайте головні причини еміграції і усу-
вайте їх!*

Іван Франко