

1. Збільшення конкуренції. Відсутність кордонів, вихід на світовий віртуальний ринок робить значно великим як кількість споживачів, так і конкурентів. Як і в традиційному бізнесі, необхідно витримати конкуренцію за запропонованими цінами і асортиментами товарів. Більш того, доступність до великого об'єму контенту на web-сайті компанії робить його вражаючим для конкурентів завдяки можливості максимально витягнути ділову інформацію.

2. Інформаційна переважаність більшості сайтів ускладнюють залучення і утримання потенційних клієнтів. За даними досліджень, користувач повинен протягом перших восьми секунд побачити на сайті щось для себе корисне, інакше він просто піде далі. Тому, якщо ваш сайт повільно вантажиться, і до того ж інформаційно переобтяжений, то велика вірогідність, що відвідувач не стане вашим клієнтом. У вирішенні цієї проблеми швидше можуть допомогти фахівці з реклами і психологи.

3. Продукція, яку споживачі не хочуть придбати за допомогою Мережі. До таких товарів відносяться, наприклад, не стандартизовані продукти харчування, дорогі меблі, взуття, ювелірні вироби і ін. Це категорії товарів, для яких найважливішими споживчими властивостями є смак, аромат, осяжні характеристики, індивідуальність та ін. Крім того, існує категорія покупців, для яких важлива фізична присутність при виборі матеріального товару.

4. Небезпека. Продовжує залишатися великою проблемою як для індивідуальних, так і корпоративних користувачів. Так, 95 % американських користувачів неохоче розкривають номери своїх кредитних карт в Інтернеті, оскільки небезпека крадіжок грошей з рахунку залишається досить високою.

Таким чином, до основних функцій інтернету-маркетингу відносяться: а) відсутність просторової локалізації, можливість здійснювати діяльність поза прив'язкою до конкретної території або локального ринку; б) забезпечення можливості скорочення часу на пошук партнерів, здійснення операцій, розробку нової продукції і т.д.; в) зниження асиметрії інформації (її неповноти і нерівномірності розподілу) і, як наслідок, зниження інформаційних трансакційних витрат; г) зниження трансформаційних витрат за рахунок оптимального вибору структури товарного асортименту, скорочення часу на розробку і впровадження нової продукції, обґрунтованої політики ціноутворення, зменшення числа посередників і витрат на збут і т.д.

#### **Література**

1. Вирин Ф. Ю. Интернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов. – М.: Эксмо, 2010. – 170с.
2. Джефф Забин, Греш Бребах. Прицельный маркетинг. Новые правила привлечения и удержания клиентов. – М.: Эксмо, 2006. – 250с.
4. Серебровский В.И. Вопросы советского авторского права. – М., 1956. – 283 с.

**Чеховська В.О.**

**Науковий керівник – Школяренко О.О.**

#### **«НОВА ЕКОНОМІКА» - ЕКОНОМІКА ЗНАНЬ У СФЕРІ ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРІВ**

Хто володіє інформацією – той володіє світом. Декілька десятиліть тому ця думка Уінстона Черчіля викликала б, у кращому випадку, подив. Але, вже наприкінці ХХ століття споглядається поворот в історії людства не тільки з точки зору бурхливого розвитку технологій, але й принциповою зміною ставлення до інформації як такої. Питома вага інформації в житті людей, ступінь її розповсюдженості та доступності з кожним днем зростає все більше і більше. Та не лише це є помітною відзнакою сучасності. Важливо враховувати те, що нині набутки людського розуму стали об'єктами економічного обігу.

Так, в зазначений час в індустріально розвинутих країнах відбулася зміна принципу економічного розвитку і почався перехід до суттєво нової економіки – економіки, що ґрунтується на знан-

нях. За таких умов принципово змінюються основні орієнтири економічної діяльності підприємств та інших господарюючих суб'єктів. Найголовнішими завданнями сучасного підприємства стає пошук адекватних методів і способів управління, формування у працівників стратегічного мислення та активне використання в діловій практиці методичного інструментарію стратегічного управління. Особливої актуальності набуває вирішення проблеми визначення перспективних напрямків розвитку підприємства шляхом формування та ефективного використання його стратегічних активів, і перш за все, їх нематеріальної складової – інтелектуального, знанневого капіталу.

Сьогодні знання для компаній є головним джерелом конкуренції, а економіка з індустріальної поступово перетворюється в інтелектуальну, що базується на швидкому накопиченні і ефективному використанні знань. Масове впровадження знань у виробничий процес, який вже неможливий без них та управління знаннями, породжує продукт, створений за допомогою ретельно відібраної та систематизованої інформації, характеристики якого значно відрізняються від масових продуктів індустріального виробництва. У цьому продукті найбільшу цінність має нематеріальна складова, яка свідчить про доступність його володаря до нових знань, інформації, навіть мудрості, що надає йому імідж користувача цінностями, які створені знаннями.

За таких умов освіта як потенційна можливість і знання як головний продукт освіти стають сьогодні визначальними стратегічними чинниками розвитку суспільства. В рамках концепції сталого розвитку знання стає тією основою, яка дозволить реалізувати виживання людства.

На сьогоднішній день вже всі високорозвинуті країни світу визнали пріоритетність розвитку науки і освіти, як гаранта просування в майбутнє, побудови конкурентної економіки, задоволення постійно зростаючих потреб людей. Тому людство поступово виходить на новий рівень розуміння реальності, формуючи «економіку знань».

Економіка знань – це те принципово нове утворення, яке має прийти на зміну економіці винищення і експлуатації природи, економіці сліпого бажання людини отримати максимум прибутку. Її основою є не споживацький мотив людини, а прагнення задовольнити свої потреби таким чином, щоб не завдати шкоди природі, сприяючи при цьому її відтворенню [1].

Відомий економіст минулого Ж.Б. Сей (1767-1832) визначив три основних фактори, які приймають участь у виробництві: земля, капітал, праця. Дж. Б. Кларк (1842-1924) додав до цього переліку четвертий фактор – підприємницькі здібності. У другій половині ХХ ст. в результаті значних трансформацій, що призвели до формувань постіндустріальних суспільств, усе більш відчутним ставала необхідність у використанні такого фактору, як інформація. Причому, іде мова про інформацію всіх видів: науково-технічну, економічну, фінансову, звітну, статистичну і т. ін. Економічні суб'єкти без попереднього ознайомлення із необхідними даними просто не могли приймати необхідні рішення. Жорстка конкуренція на ринку змушувала фірми все більше займатись інноваційною діяльністю. Остання передбачає, насамперед, отримання нових даних у певній галузі і вже на їх основі здійснювати певні технологічні та технічні розробки. В кінцевому випадку виграв той, хто мав більше інформації і вмів правильно її використати [2].

Важливе місце в цьому процесі належить менеджерам стратегічного спрямування, підготовка яких в нашій країні поки що знаходиться на початковій стадії. Вивчення світового досвіду підготовки таких фахівців, активна взаємодія з керівниками провідних вітчизняних підприємств і компаній, досвід розробки і впровадження нових навчальних дисциплін за науковим напрямом «стратегічне управління» дозволяє стверджувати, що назріла потреба у підготовці фахівців, які володіють теоретичним і практичним інструментарієм обґрунтування і прийняття управлінських рішень в сфері забезпечення успішного довгострокового розвитку підприємства за умов мінливого середовища господарювання та схильні до самонавчання протягом усього життя.

Отже, на сьогодні досягнення в галузі освіти й науки визначають динаміку економічного росту, рівень розвитку організацій і галузей народного господарства, а також становище країни у світовому співтоваристві. Все це забезпечує її національну безпеку й рівноправну інтеграцію до світової економіки.

Підготовка фахівців зі стратегічного менеджменту, які б відповідали вимогам «нової економіки» – економіки знань – ключове завдання сучасної вітчизняної системи вищої економічної

освіти, для вирішення якого, необхідно поряд з класичною теоретичною підготовкою забезпечити використання так званих активних форм пізнання: дискусій з актуальних проблем економіки та управління, ділових та рольових ігор, аналізу практичних ситуацій (кейсів) тощо. Однак не менш важливим (а можливо – найважливішим) у процесі виховування ефективного менеджера є розвинування стратегічного мислення як такого, що забезпечує бачення перспектив розвитку подій у зовнішньому і внутрішньому середовищі підприємства та одночасно налаштовує на креативний підхід до формування неординарних управлінських рішень на основі повного застосування актуальних знань [1].

Для досягнення мети «нової економіки» – економіки знань у сфері підготовки менеджерів на сьогоденному етапі необхідно:

- сформувати нові підходи практичної підготовки фахівців в освіті з урахуванням вимог підприємств і інших інфраструктур ринкової економіки;
- створити єдине поле інформаційної системи і можливість доступу до неї;
- визначити законодавчо доступ до інформаційної системи, тобто чітко віокремлити таємність той або іншої інформації і на якому рівні можна її використовувати ( у відкритому друкуванні, або на рівні внутрішнього дослідження) ;
- створити більш доступною закордонну практичну підготовку фахівців, що дасть можливість підвишити їх рівень підготовки.

#### **Література**

Література:

1. Гузар У. Є. Економіка знань та її перспективи для України / У. Є. Гузар // Регіон. економіка. - 2009. - № 1 (51).- С. 27 - 35.
2. Чухрай Н. І. Вища освіта як чинник побудови в Україні економіки, що спирається на знання / Н. І. Чухрай // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". - № 668: Пробл. економіки та упр. - Л., 2010. - С. 198 – 204.

**Школяренко О.А., Сидоров А.А.**

### **ФИНАНСОВЫЙ КРИЗИС УКРАИНЫ. ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ**

Финансовый кризис все больше и больше сказывается на украинской экономике и банковской системе. Поползли слухи, что некоторые банки испытывают финансовые трудности. У людей началась паника, и они бросились досрочно снимать депозиты. НАЦБАНК попытался успокоить население. Глава НБУ заявил, что они готовы поддержать украинские банки при возникновении у них осложнений в связи с международным финансовым кризисом. Гораздо больше опасности для всей банковской системы представляет само население. В случае возникновения паники и попыток досрочно расторгнуть депозитные договоры любой, даже самый надежный банк может испытать трудности с выплатой средств. Как говорят эксперты, даже 10% вкладчиков, которые одновременно захотят досрочно снять депозиты, могут парализовать работу любого финучреждения. Кроме того, эти же люди потеряют часть прибыли. Кстати, если сейчас украинцы бросятся снимать деньги со счетов, то НАЦБАНК будет вынужден запретить досрочное расторжение депозитов, как это уже было в конце 2004 года. Но уже с 13 октября 2008 года начинает действовать шестимесячный мораторий на досрочное снятие депозитов и расширение кредитования коммерческими банками. По мнению экспертов, юридически данное решение весьма спорное, но экономически – абсолютно верное. НАЦБАНК оправдал ожидания. Экономисты прогнозировали, что НБУ может всерьез ограничить депозитную и кредитную деятельность банков. Причины для таких прогнозов были: за первую половину октября украинцы сняли со своих депозитных счетов около 6,2 млрд. грн. Это составляет около 2,7% всего объема депозитов в украинских банках. И сама ситуация, и механизмы ее разрешения очень напоминают ноябрь-декабрь 2004 г. Напоминаем, что тогда также начинался отток депозитов. Тек же, как и сейчас, тогда больше всех паниковали восточные регионы, особенно Донбасс. Правда, есть и некоторые различия. Во-первых, тогда