

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Сумський державний університет (Україна)

Вища школа економіко-гуманітарна (Республіка Польща)

Академія техніко-гуманітарна (Республіка Польща)

IBM Canada, м. Торонто (Канада)

Державна установа "Інститут економіки природокористування та сталого розвитку

Національної академії наук України", м. Київ (Україна)

Парламент Ізраїлю, м. Єрусалим (Держава Ізраїль)

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут» (Україна)

Одеський національний політехнічний університет (Україна)

Технічний університет –Варна (Республіка Болгарія)

Університет “Проф. д-р Асен Златаров”, м. Бургас (Республіка Болгарія)

Університет Торонто (Канада)

УО «Вітебський державний технологічний університет» (Республіка Білорусь)

Економічні проблеми сталого розвитку

Экономические проблемы устойчивого развития

Economical Problems of Sustainable Development



Матеріали

Міжнародної науково-практичної конференції

імені проф. Балацького О. Ф.

(Суми, 11–12 травня 2016 р.)

У двох томах

Том 2

Суми

Сумський державний університет

2016

споживачів ми пропонуємо такий метод поліпшення маркетингової політики як “Season-pass”. Подібний механізм є інноваційним саме для українського ринку, адже за кордоном це дуже популярна система продажу білетів.

Season-pass або сезонний абонемент - це квиток, який дозволяє його власнику зберегти кошти за рахунок використання дискримінаційної політики з боку спілки організаторів заходів, надає певні привілеї та бонуси.

В Україні це поняття зустрічається дуже рідко. На прикладі літнього фестивального руху в Україні ми пропонуємо застосувати систему season-pass для збільшення кількості відвідувачів та популяризації руху.

У спорті, наприклад, футболі, абонемент дає доступ до всіх матчів регулярного сезону на домашньому стадіоні без додаткових зборів. Квиток, як правило, пропонує знижену ціну, яка менша ніж ціна на всі домашні матчі окремо. У деяких видах спорту, власники абонементів, як правило, мають можливість купити квитки на ігри плей-офф раніше, ніж інші шанувальники. Наприклад, перші квитки на “Супербол” (фінальна гра сезону в американському футболі) отримують саме власники сезонних абонементів.

Формат сезонного абонементу також використовується на базі багатьох музичних майданчиків (у тому числі опері, балеті) і театрах. Абонемент зазвичай пропонує знижену ціну за купівлю квитка на кожний виступ (як правило, пропонується постійним відвідувачам та спонсорам).

Іншими прикладами місць, які часто пропонують абонементи є парки розваг та відпочинку, спортивні об'єкти (гірськолижні курорти).

Для успішного функціонування запропонованого методу також пропонується створити інтерактивну карту всіх фестивалів в Україні. Це допоможе організаторам згрупувати та розширити аудиторію своїх споживачів, надавши їм повну інформацію про всі існуючі заходи. Користувач такої онлайн бази зможе замовити собі квитки на декілька фестивалів та зберегти свої кошти.

Реалізація вищевказаних ініціатив забезпечить збільшення прихильників продукції, що в свою чергу збільшить обсяги продажів квитків, а також і прибуток підприємства загалом. Дана ініціатива варта для розгляду ресурсами, які займаються спеціалізованим продажем квитків. Звичайно, для впровадження такої системи необхідно створення певного меморандуму між організаторами різноманітних музичних фестивалів по всій Україні. Але варто розуміти, що в сучасних умовах, при такому різноманітті заходів, рівень конкуренції надзвичайно високий і не всі підуть на подібний крок.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

ст. викл. **Голишева Є.О.**, ст. викл. **Грищенко О.Ф.**
Сумський державний університет (Україна)

Невід'ємною складовою сучасних бізнес процесів є торгівля за допомогою біржових операцій. Закордонна біржова торгівля формувалася

впродовж кількох століть, що призвело до створення потужного базису певних правил, принципів та традицій. Міжнародні біржові установи здійснюють потужний вплив на світові економічні процеси.

Після двох десятиліть незалежності українські біржові установи знаходяться на етапі становлення та розвитку. При цьому вони намагаються пройти тривалий шлях закордонних бірж за більш стислий період часу. Пришвидшені темпи та певна специфіка розвитку української економіки призводить до виникнення проблем в процесі адаптації міжнародного досвіду до вітчизняних реалій. Розглянемо деякі з них:

– брак кваліфікованих спеціалістів та відсутність в Україні до певного часу отримати профільну освіту. Тільки в останні роки в українських вишах почали відкриватися програми підготовки фахівців з біржової діяльності та торгівлі. Слід зазначити, що до цього часу бажаючі могли отримати коштовну освіту за кордоном або пройти курси тренінгів, що давали тільки поверхневе уявлення про особливості біржових процесів. Часто установи, що надають такі послуги, працюють за принципом фінансових пірамід;

– недосконала законодавча база. Основними нормативно-правовими актами, що регулюють біржову діяльність в Україні, є Закони України «Про товарну біржу» та «Про цінні папери та фондовий ринок». На жаль, їхня фрагментарність та неузгодженість з іншими законодавчими документами, що регулюють господарську діяльність вітчизняних економічних суб'єктів, заважає зближуватися українським біржам до міжнародної біржової спільноти;

– низький рівень біржової етики та бізнес-культури. Світова біржова торгівля характеризується високим рівнем регламентації діяльності, має певні правила субординації та навіть свою специфічну мову. Міжнародні біржі здійснюють свою діяльність за принципами публічності та відкритості, презентують свої результати у вільному доступі для широкого загалу. Проте українські підприємства взагалі та суб'єкти біржових установ зокрема відрізняються низьким рівнем дотримання правил та етичних норм ведення бізнесу, є досить закритими та відають перевагу кулуарному способу здійснення господарської діяльності.

Також проблемою розвитку вітчизняної біржової торгівлі є застарілість технологій та примітивність електронних засобів торгів. Цьому питанню будуть присвячені подальші праці авторів.

ЗАСТОСУВАННЯ SWOT-АНАЛІЗУ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ «СУМСЬКИЙ ЗАВОД «НАСОСЕНЕРГОМАШ»

студентка гр. АМ.м-51 **Жук А.В.**

Сумський державний університет (Україна)

У сучасних умовах господарювання перед підприємствами, що функціонують на ринку постає проблема ефективної діяльності в