

поэтому такие негативные явления как неформальные трудовые отношения, скрытая занятость, скрытые формы оплаты труда в большей степени связаны с особенностями поведения работодателей, нежели работников.

## **ПРОБЛЕМЫ ГЛОБАЛЬНОГО ДЕНЕЖНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ**

*Зеленкевич М.Л.. ГИУСТ БГУ, г. Минск*

Перестройка денежной политики в современном мире является одним из проявлений противоречивой роли государства в условиях глобализации. С одной стороны, в период и после финансового кризиса 2008 г. произошло распространение идеологии ужесточения регулирования, усиления позиций государства в национальных экономиках. В этих условиях перестроившееся национальное государство остается главным элементом эффективного управления новых пространственно-временных экономических отношений. Государства являются важными мегауправляющими субъектами усложняющейся полицентрической, многомерной, многовременной и полиформной системы управления, они активно участвуют в создании новых форм многонациональных политических режимов [1]. Таким образом, именно национальные государства становятся субъектами нового глобального уровня экономических отношений. С другой стороны, роль государства в финансовой сфере ослабевает, главной причиной чего является противоречие, которое возникает между существующими национальными системами регулирования экономики и возросшей конкуренцией стран за привлечение иностранных инвестиций. [2]. Кроме того, национальные финансовые институты не могут на равных конкурировать с транснациональными финансовыми институтами. В наибольшей мере эта угроза реальна для стран с формирующейся финансовой системой и низкой капитализацией банков.

В период борьбы с рецессией 2008-2009 г.г. денежные власти в рамках национальных экономик использовали целый арсенал разнообразных инструментов государственного регулирования на денежном и кредитном рынке, в банковской сфере. Кроме того, появилась потребность в координации денежной и финансовой политики, как на уровне различных интеграционных групп, так и на мировом уровне. В первом случае речь идет о европейском регионе, который с 2011 года начал испытывать новые трудности долгового характера, решение которых требует новых подходов в условиях тесной координации денежной политики в Европе.

Наряду с формированием доверия между странами и их регулирующими органами важную роль приобретает пруденциальный надзор, задачами которого являются: 1) укрепление стимулов, благодаря которым участники финансового рынка отдают себе отчет в том, каким факторам риска они подвергаются и 2) создание условий, в которых власти имеют возможность наблюдать за факторами, потенциально угрожающими стабильности системы, с тем, чтобы принимать меры с целью устранения недостатков.

Таким образом, государство с его экономическими регуляторами в глобальной экономической системе должно быть мобильным и адекватно реагировать на любые изменения в мире. Мозговой же центр должно составить международное сообщество. Современное денежное регулирование должно носить всеобщий характер и международную направленность. В сегодняшних условиях, лишь отойдя от уровня национального регулирования и объединив региональный и международный уровни можно говорить о попытке создания стабильного денежного регулятора. И наиболее вероятным представляется именно комбинированный сценарий, при котором глобальное денежное регулирование осуществляется на региональном и международном уровнях.

## **ЕВОЛЮЦІЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА: ВІД МАРКЕТИНГОВОГО ДО СТРАТЕГІЧНОГО ПІДХОДУ**

*Волошина С.В., КЕІ ДВНЗ «КНУ», м. Кривий Ріг*

*Митько В.С., КЕІ ДВНЗ «КНУ», м. Кривий Ріг*

*Косенко СМ., КЕІ ДВНЗ «КНУ», м. Кривий Ріг*

Невизначеність розвитку ринкової ситуації та поглиблення кризових явищ у світовій економіці змушує більш прискіпливо оцінити базові економічні категорії, на яких ґрунтується організаційно-економічний механізм господарювання підприємств. До числа таких категорій відноситься «позиціонування підприємства».

Аналіз наукових праць в досліджуваній предметній області показав наявність чотирьох підходів до розуміння позиціонування, яке використовується як щодо товару підприємства, так і щодо підприємства в цілому (табл. 1).

Історично позиціонування як поняття з'явилося у межах маркетингу як комплекс засобів, за допомогою яких формується уявлення споживача (дійсного або потенційного) про товар або торговельну марку. Згодом категорія трансформувалася до розуміння місця, яке займає продукт на даному ринку, і того, як воно сприймається відповідною групою клієнтів.

Продовженням розвитку маркетингового підходу до позиціонування підприємства є зональний, згідно з яким підприємство повинне утримувати лише певні сегменти ринку, т.зв. стратегічні зони господарювання. З цієї точки зору позиціонування зводиться до обґрунтування вибору таких зон і формування їх портфелю.

Підхід до позиціонування на основі стратегічного управління витратами є логічним розвитком теорії конкурентних переваг М. Портера і розглядає витрати як ключову компетенцію підприємства, реалізація якої забезпечує гнучке керування його позицією на ринку.