

Степанов Євгеній
студент

Стадник Вікторія

к.е.н., старший викладач

ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»
м. Ніжин

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Кожна область України має свою економічну, сільськогосподарську потужність. Цей комплекс організаційних, технічних, технологічних, управлінських процесів обумовлює розвиток області, його конкурентоспроможність та власний ВВП. Тому важливим етапом функціонування даної системи є стратегія, що чітко формується, виходячи із ретельного аналізу ресурсів області.

Дослідженню питань розвитку сільських територій присвятні наукові розробки багатьох вітчизняних науковців, зокрема В. Борщевського, Т. Васильціва, С. Білої, О. Боднар, В. Лагодієнко, Т. Булах, О. Радченко та інших.

Що до Чернігівської області, ресурсний потенціал якої є дуже значним, вона перебуває у стані постійного експортного шляху. Дана область експортує велику частину саме сировини, а не готової продукції, що значно впливає на її ВВП у негативну напрямку.

Тому, щоб підвищити ефективність та економічну привабливість області, було створено “Стратегію сталого розвитку Чернігівської області” на період до 2020 року, що була ухвалена розпорядженням голови обласної державної адміністрації 14 травня 2015 року та була затверджена на п’ятій (позачерговій) сесії обласної ради шостого скликання 28 травня 2015 року.

Стратегія ставить перед собою амбітну мету та важливе завдання - перетворити Чернігівщину в економічно самодостатній, екологічно чистий і туристично-привабливий регіон європейської держави - України – з високо розвинутим промислово-аграрним комплексом, гідним рівнем життя населення, зі щасливими, патріотичними та працьовитими жителями.

Реалізація Стратегії полягатиме у формуванні комплексної системи завдань, які, базуючись на розумінні поточної ситуації та рівня розвитку усієї області, її міст та районів, зможуть забезпечити

досягнення стратегічного бачення та створення регіону сталого розвитку, у якому гармонійно поєднуюватимуться інноваційна промисловість, екологічне сільське господарство, висока якість людського капіталу та безпечне довкілля.

У стратегії використовується комплекс параметрів за якими аналізується область та формуються певні висновки. До них належать: природні ресурси області, демографія, трудові ресурси, інфраструктура, економіка та підприємництво, бюджетний та екологічний профіль області, розвиток громадянського суспільства тощо.

Чернігівська область є одним із перспективних регіонів України, що обумовлене її потужним природно-ресурсним, економічним і науково-технічним потенціалами, особливостями структури господарського комплексу, геополітичним положенням (Рис. 1).



Рис. 1. Чернігівська область в системі регіонів України та країн Східної Європи

Для області, як і для України в цілому, характерним є збільшення кількості міського населення і підвищення ролі міст в житті суспільства, тобто процесу урбанізації.

Станом на 01.01.2015 кількість міського населення склала 678,8 тис. осіб, сільського – 376,9 тис. осіб.

Більше 60 % міського населення зосереджено у 3 найбільших містах – Чернігові, Ніжині, Прилуках, які і виступають основними центрами розселення області.

Також слід відмітити, що хоча область є однією з найбільших за площею, проте найменш заселеною.

Щільність населення є найменшою серед регіонів країни і становить 33 особи на км² (по Україні – 75 осіб на км²). При цьому населення розподіляється не рівномірно – від 12 осіб на км² у Семенівському районі, до 31 особи на км² у Бахмацькому.

Несприятливою обставиною функціонування системи розселення є віддаленість адміністративних районів від регіонального центру. В Україні віддаленими від регіонального центру на відстань понад 100 км є близько 25% усіх адміністративних районів. Чернігівська область відноситься до регіонів, де цей показник значно вище середнього – 12 районів області розміщені на відстані понад 100 км від обласного центру, що свідчить про диспропорцію розселення і певним чином впливає на функціонування адміністративно-територіальної системи.

Систему адміністративно-територіального устрою області станом на 01.01.2015 складали 1511 населених пунктів, у тому числі: міських – 16 (з них 3 – середні та 13 малих міст), сільських – 1466, селищ міського типу – 29. Адміністративно область складалась із 22 районів та 4 міст обласного значення. Діяло 16 міських, 28 селищних, 525 сільських рад.

Райони суттєво відрізняються як за територією (найменша – у Варвинському, Срібнянському, Талалаївському районах – в межах 579-633 км², найбільша – у Козелецькому – 2660 км²), так і за чисельністю населення – від 11,6 тис. осіб у Срібнянському до 52,1 тис. осіб – у Чернігівському районі.

Стратегічні та операційні цілі передбачені даним планом:

1. Розвиток людського потенціалу (комплексний розвиток територіальних громад; захист і збереження територій; створення умов до формування здорового населення та підтримка сімейних цінностей; забезпечення умов для отримання якісної освіти; розвиток культурного і духовного середовища, забезпечення патріотичного виховання населення).

2. Підвищення конкурентоспроможності області (підвищення рівня інвестиційної привабливості та інноваційної спроможності та забезпечення стійкого; стимулювання розвитку малого і середнього підприємництва; розвиток туризму).

3. Розвиток сільських територій (розвиток високопродуктивного агропромислового комплексу; підвищення стандартів життя та рівня зайнятості в сільській місцевості).

Виходячи із заданих цілей можна зробити висновок, що подальша реалізація даних аспектів є можливою лише за наявності чіткої і скоординованої співпраці, кооперації та суворої субординації у виконанні операцій та відповідальності за наслідки прийнятих рішень, що можуть призвести до певних сценаріїв розвитку області - песимістичний сценарій (регіон рухається по інерції, суспільно-економічний стан країни не сприяє розвитку), оптимістичний сценарій (область активно використовує можливості в умовах швидкого суспільно-економічного розвитку країни), реалістичний сценарій (реалізуються заходи, спрямовані на розвиток області, хоча суспільно-економічний стан країни не сприяє такому розвитку)).

Список використаних джерел:

1. Булах Т. М. Соціальний розвиток як чинник подолання депресивності села / Т. М. Булах // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – № 3. – С. 225-228.

2. Лагодієнко В. Вплив соціально-економічного розвитку села на рівень життя сільського населення регіону / В. Лагодієнко, О. Боднар // Економіст. – 2012. – № 2. – С. 50–51.

3. Радченко О. Д. Формування державної політики бюджетної підтримки сільських територій / О. Д. Радченко // Економічні науки (Серія — Облік і фінанси. – Випуск 9 (33). – Ч. 3. – 2012. – С. 17–26.

4. Регіони України у післякризовий період: ризики та перспективи розвитку: аналіт. доп. / за ред. С. О. Білої. – К. : НІСД, 2011. – 104 с.

5. Стратегічні пріоритети та механізми інноваційного розвитку сільських територій західного регіону України : [моно-графія] / За ред. д. е. н. В. В. Борщевського, д. е. н. Т. Г. Васильціва. – Львів : Аверс, 2014. – 176 с.

6. Холодницька А. В. Пріоритетні напрями функціонування АПК та соціально-економічної інфраструктури в контексті сталого розвитку сільських територій Чернігівської області Розвиток

національної економіки: теорія і практика / А. В. Холодницька, І. І. Кичко // матер. міжнар. наук.- практ. конф., 3-4 квітня 2015 року, м. Івано-Франківськ.– Тернопіль : Крок, 2015. - С. 287-289.

7. Чернігівська обласна державна адміністрація [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://cg.gov.ua/index.php?id=163372&tp=0>.

Стороженко Алла
студентка

Бережняк Анна
асистент кафедри бухгалтерського обліку,
аналізу та аудиту
ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»
м.Ніжин

ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В умовах розвитку сучасного ринку і стану економіки в Україні усе більшого значення набуває створення і підтримка реального позитивного іміджу підприємств, що дозволяє забезпечити стійкі конкурентні переваги і як наслідок – поліпшити фінансовий результат від виробничо-господарської діяльності. Такий імідж привертає увагу споживачів, дозволяє освоювати нові ринки збуту і нарощувати кадровий потенціал підприємства, підвищує інвестиційну привабливість підприємства, як суб'єкта ринку.

Імідж підприємства – це сформоване представлення цільовій аудиторії інформації про діяльність та успіхи підприємства, яка постійно та динамічно впливає на взаємини підприємства з його потенційними та фактичними покупцями, на його конкурентоспроможність, фінансові результати та контакти з іншими державними або приватними підприємствами, установами та організаціями [1].

Значущість іміджу сьогодні явно збільшується із-за все більш зростаючого впливу комунікативних потоків на життя людини. В умовах ринкових відносин головним і визначальним фактором економічного благополуччя організації стає ринок, а точніше споживач продукції та послуг. Зовнішні умови функціонування організації дуже мінливі. У кінцевому результаті, все різноманіття зовнішніх впливів знаходить своє концентроване вираження в позиції