родичів – 8 осіб, або 66,7% опитаних у групі. Представники цієї групи найбільш довіряють останньому каналу при формуванні уявлення про надійність депозитів – 10 осіб, або 83,3% опитаних у групі. Така ж кількість опитаних серед рекламних засобів віддає пріоритет рекламі на телебаченні. Високу прихильність до Інтернету як рекламному каналу демонструють представники усіх груп - від 50% (у групі з низьким рівнем доходів) до 66,7% (у групі з високим рівнем доходу).

За родом професійної діяльності найбільша частка респондентів, які мають рахунки в банках, приходиться на такі групи: підприємці (38 осіб, 45,8% опитаних), пенсіонери і домогосподарки – відповідно 8 і 10 осіб (по 40% опитаних), службовці (50 осіб, 23,8% опитаних). Не мають рахунків у банку учні, низькою є питома вага осіб, що мають рахунки у банках, серед таких груп: безробітні (14,8%), робітники (17,4%), студенти (17,5%).

Для більшості респондентів із високими доходами депозитний вклад розглядається як джерело схоронності грошових коштів (55,6%), а також можливість примноження засобів (66,7%). Натомість для учнів (100%), робітників (40,0%), службовців (36,7%) – це можливість накопичити кошти для значущої покупки або відпочинку. 70,2% опитаних студентів виступають за доцільність використання банками реклами на телебаченні, 74,3% службовців 75,9% підприємців визначають репутацію банку ключовим чинником вибору банку, 72% домогосподарок вважають за необхідним використання фінансовими установами реклами для просування депозитних і кредитних програм.

Результати отриманого дослідження, на наш погляд, здатні оптимізувати рекламні витрати банківських установ при просуванні своїх депозитних програм.

УДК 339.564

О.О. Тищенко, канд. екон. наук, доц.*(ХДУХТ, Харків)*
Д.О. Яковлев, магістрант *(ХДУХТ, Харків)*

ЕКПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

В умовах глобалізації та поглиблення міжнародних економічних відносин, важливу роль у забезпеченні сталого розвитку національної економіки відіграє експортний потенціал національних підприємств.

Сьогодні євроінтеграційний напрямок є стратегічним курсом України, з цієї точки зору, саме експортний потенціал виступає основою для розробки стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок. Тобто, фактори, які впливають на його розвиток, безпосередньо впливають та визначають процедуру формування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок. За своєю сутністю, експортний потенціал підприємства - це сукупні можливості підприємства, які є в наявності та спроможні бути мобілізовані для вирішення низки задач, що постають перед підприємством, з метою його сталого розвитку на міжнародному ринку за допомогою споживчих цінностей та з урахуванням впливу екзогенних (зовнішніх) факторів.

Дослідження експортного потенціалу промислового підприємства та визначення напрямків його розвитку дозволяє надати об'єктивну оцінку впливу структури та обсягів експорту на сукупний економічний потенціал, оцінити його динаміку, вектори та шляхи підвищення ефективності діяльності промислового підприємства на зовнішніх ринках. Розвиток експортного потенціалу підприємств сприяє зростанню іноземних валютних надходжень, а його складові мають вагоме значення для економічної безпеки країни. Базисом експортного потенціалу є ресурсо-сировинна база та стан економіки на сучасному етапі. Елементами експортного потенціалу підприємства виступають: внутрішній потенціал (кадровий потенціал, управлінський потенціал, фінанси та ін.); потенціал цільового зарубіжного ринку та умови виходу на нього, тобто локальний потенціал цільового ринку; зовнішні фактори (торговельний режим на цільових ринках). Крім того, фахівці наголошують, що розвиток експортного потенціалу потребує дотримання низки взаємопов’язаних між собою складових, а саме: інноваційність продукції та захищеність прав інтелектуальної власності; необхідність проведення моніторингу потенційних споживачів; побудова мережі сервісного та гарантійного обслуговування; постійність та адекватність позиціонування продукції на ринку; передбачення шляхів захисту підприємства від зміни ринкової кон’юнктури; забезпечення економічної ефективності та інвестиційної привабливості підприємства.

Залежно від ступеня контролю, виділяють такі фактори впливу на експортний потенціал підприємства, як: ендогенні (пов’язані з діяльністю підприємства, його зовнішньоекономічною маркетинговою стратегією та менеджментом) та екзогенні (стан політико-правового, географічного, природно-кліматичного середовища експортного ринку).

З метою ефективного розвитку експортного потенціалу підприємств актуальним є впровадження низки макроекономічних заходів щодо формування інфраструктури його розвитку. Елементами

такої інфраструктури виступають: фінансові інституції, орієнтовані на інвестиційну діяльність та кредитування експорту, налагодження співпраці із зарубіжними та міжнародними банками для залучення ресурсів; лізингові компанії або науково-дослідні інститути, що покликані забезпечувати доступ до нових технологій; страхові компанії, які спроможні мінімізувати втрати від ризиків; інформаційно-аналітичні центри, які здійснюють моніторинг зовнішніх ринків; асоціації експортерів, які спроможні вирішувати проблеми експортерів та лобіювати інтереси на міжнародному рівні. Враховуючи вагомий вплив іноземного капіталу на розвиток експортоорієнтованих галузей національної економіки та його динаміку, вкрай важливим є створення державою сприятливого економічного клімату для діяльності виробників-експортерів, що сприятиме інтенсивному розвитку експортного потенціалу. Разом з тим, забезпечення очікуваних параметрів експортного потенціалу вимагає дотримання керівниками підприємств низки принципів на ендогенному рівні через раціональність прийняття і реалізації управлінських рішень щодо укладання і виконання експортних контрактів, оновлення виробничого обладнання, оптимізації логістичних систем. тощо.

Особливо актуальним є стимулювання розвитку експортного потенціалу національних підприємств в умовах євроінтеграції, тобто розробка саме такої експортної стратегії діяльності підприємства, метою якої є з розширення міжнародного співробітництва в європейському економічному просторі. В цьому аспекті доцільно акцентувати увагу на переорієнтації експорту з сировинного на технологічний, що сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності національної економіки.

УДК 331.101.3:640.432

О.П. Ткаченко, канд. екон. наук, доц. *(ХДУХТ, Харків)*
О.Д. Тімченко, асп. *(ХДУХТ, Харків)*

ЕФЕКТИВНІСТЬ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Для визначення ефективності системи мотивації праці підприємства ресторанного бізнесу було досліджено внутрішню мотивацію персоналу, потреби персоналу та чинники, що впливають на мотивацію. Проведене дослідження має певну особливість, яка полягає в тому, що його основою є експертне опитування всіх категорій персоналу закладу ресторанного