

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО**  
**ГОСПОДАРСТВА ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

# **ВІСНИК**

**НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ВОДНОГО**  
**ГОСПОДАРСТВА ТА**  
**ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

**Збірник наукових праць**

**В И П У С К 4 (36)**

**Економіка**  
**Частина 2**

**Проблеми, механізми та інвестиційне забезпечення**  
**раціонального природокористування**

**Рівне 2006**

У збірнику опубліковані наукові статті з економічних наук. Призначений для наукових працівників, інженерів, аспірантів та студентів навчальних закладів.

Редакційна колегія

**Гурин В.А.**, д.т.н., професор, ректор НУВГП, відповідальний редактор.  
**Гіроль М.М.**, д.т.н., професор, проректор з наукової роботи НУВГП, заст. відповідального редактора; **Левицька С.О.**, д.е.н., професор кафедри обліку та аудиту НУВГП - відповідальний секретар; **Галушкіна Т.П.**, д.е.н., професор НУВГП; **Гронтковська Г.Е.**, к.е.н., доцент, зав. кафедрою економічної теорії НУВГП; **Гуменюк В.Я.**, д.е.н., професор, зав. кафедрою трудових ресурсів і підприємництва НУВГП; **Зінь Е.А.**, д.е.н., професор, зав. кафедрою регіонального управління НУВГП; **Карлін М.І.**, д.е.н., професор НУВГП; **Кожушко Л.Ф.**, д.т.н., професор, зав. кафедрою менеджменту НУВГП  
**Кушнір Н.Б.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства НУВГП; **Лазаришина І.Д.**, к.е.н., доцент, зав. кафедрою обліку та аудиту НУВГП; **Павлов В.І.**, д.е.н., професор, зав. кафедрою фінансів та економічного природокористування НУВГП; **Хвесик М.А.**, д.е.н., професор НУВГП; **Шевченко Г.С.**, д.е.н., професор НУВГП;

Технічний секретар – Шалупіна Т.Г.

Збірник наукових праць, затверджений Президією ВАК України як фахове видання з економічних наук (Постанова президії ВАК України від 11 квітня 2001 р. № 05-05/4, Бюлетень ВАК України № 3, 2001 р., пер. № 8).

Матеріали збірника розглянуті і рекомендовані до видання на Вченій раді університету 29 вересня 2006 р., протокол №9.

Адреса редколегії: 33028 м. Рівне, вул. Соборна, 11, НУВГП  
© Національний університет водного господарства та природокористування, 2006

## ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА РЕСУРСОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

УДК 339.137

**Акімова Л.М.** начальник відділу промисловості та зв'язку (Головне управління промисловості та розвитку інфраструктури Рівненської облдержадміністрації), **Алтухова С.О.**, асистент кафедри менеджменту (Донбаська державна машинобудівна академія)

### ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПРОДУКЦІЇ МАШИНОБУДІВНОГО ВИРОБНИЦТВА ЗА РАХУНОК МЕХАНІЗМУ ЦІНОУТВОРЕННЯ

У статті розглядається сутність конкурентоздатності промислових підприємств у сучасних умовах, яка мають вплив на механізм конкурентоспроможності з урахуванням особливостей ціноутворення.

The article discusses competitiveness of industrial enterprises in modern conditions with regard to price formation peculiarities.

**Конкурентоспроможність** - це характеристика товару, що відображає його відмінність від товару - конкурента як по ступені відповідності конкретної суспільної потреби, так і по витратах на її задоволення.

Показник, що виражає таку відмінність, визначає конкурентоспроможність аналізованого товару стосовно товару - конкурентів.

Базою оцінки конкурентоспроможності є дослідження потреб покупця, вимог ринку.

При здійсненні покупки товару промислового призначення споживач здійснює процес вибору необхідного йому виробу серед цілого ряду аналогічних, пропонованих на ринку, і здобуває те з них, що найбільшою мірою задовольняє його потреба. При цьому покупець ураховує їхні споживчі властивості, з'ясовує ступінь відповідності власної потреби.

Кожна потреба має властивості і їхні параметри, що характеризують, визначають її сутність, необхідний споживачеві корисний ефект і конкретні умови процесу споживання

Для того, щоб товар був придбаний конкретним покупцем, він повинен відповідати потребам по технічних параметрах і фінансових можливостях споживача (ціна споживання товару), при цьому споживач прагне витратити мінімум коштів для придбання й споживання товару, тобто оптимізувати свої повні витрати.

Оскільки потреби кожного окремого складаються по впливах великого комплексу факторів і носять індивідуальний характер, оцінки того самого товару різними споживачами можуть не збігатися. Відповідно до неоднакових і буде їхня перевага, вибір з маси аналогічних товарів, пропонованих на ринку. Отже, стосовно конкретного споживача конкурентоспроможність даного товару також буде індивідуальною.

Найбільше визнання серед товарів, призначених для задоволення даної суспільної потреби, одержує той, котрий більш повно їй відповідає. Це й виділяє його із загальної товарної маси, забезпечує успіх у конкурентній боротьбі.

Таким чином, конкурентоспроможність товару промислового призначення може бути визначена тільки в результаті порівняння, і тому є відносним показником. Вона являє собою характеристику товару, що відображає його відмінність від товару - конкурента за ступенем задоволення конкурентної суспільної потреби.

Конкурентоспроможність визначається сукупністю властивостей цієї продукції, що входять до складу її якості й важливих для споживача, що визначають витрати споживача по придбанню, споживанню (експлуатації) і утилізації продукції. Загальна схема оцінки конкурентоспроможності представлена на рис.1.

**Оцінка конкурентоспроможності** починається з визначення мети дослідження:

- якщо необхідно визначити положення даного товару в ряді аналогічних, то досить провести їхнє пряме порівняння по найважливіших параметрах;
- якщо метою дослідження є оцінка перспектив збуту товару на конкретному ринку, то в аналізі повинна використатися інформація, що включає відомості про виробу, які вийдуть на ринок у перспективі, а також відомості про зміну діючих у країні стандартів і законодавства, динаміки споживчого попиту [1].

Незалежно від цілей дослідження, основою оцінки конкурентоспроможності є вивчення ринкових умов, що повинне проводитися постійно, як до початку розробки нової продукції, так і в ході її реалізації. Завдання полягає у виділенні тієї групи факторів, які впливають на формування попиту в певному секторі ринку:

- розглядаються зміни у вимогах постійних замовників продукції;
- аналізуються напрямки розвитку аналогічних розробок;
- розглядаються сфери можливого використання продукції;
- аналізується коло постійних покупців.

Вищевикладене має на увазі "комплексне дослідження ринку". Особливе місце у вивченні ринку займає довгострокове прогнозування його розвитку, пов'язане із тривалістю здійснення розробки й виробництва багатьох видів промислової продукції [3].

На основі вивчення ринку й вимог покупців вибирається промислова продукція, за якою буде проводитися аналіз або формулюватися вимоги до майбутнього виробу, а далі визначається номенклатура параметрів, що беруть участь в оцінці.

При аналізі повинні використовуватися ті ж критерії, якими оперує споживач, вибираючи промисловий товар.

По кожній із груп параметрів проводиться порівняння, що показує наскільки ці параметри близькі до відповідного параметра потреби.

**Аналіз конкурентоспроможності** починається з оцінки нормативних параметрів. Якщо хоча б один з них не відповідає рівню, що запропонований діючими нормами й стандартами, то подальша оцінка конкурентоспроможності продукції недоцільна, незалежно від результату порівняння по інших параметрах. У той же час, перевищення норм і стандартів і законодавства не може розглядатися як перевага продукції, оскільки з погляду споживача воно часто є марним і споживчої вартості не збільшує.

Виключення можуть скласти випадки, коли покупець зацікавлений у деякій перевищенні діючих норм і стандартів розраховуючи на жорсткість їх у майбутньому.

Проводиться підрахунок групових показників, які в кількісній формі виражають розходження між аналізованою продукцією й потребою по даній групі параметрів і дозволяє судити про ступінь задоволення потреби по цій групі.

Розраховується інтегральний показник, що використовується для оцінки конкурентоспроможності аналізованої продукції по всіх розглянутих групах параметрів у цілому.

Результати оцінки конкурентоспроможності використовуються для висновку про неї, а також - для вибору шляхів оптимального підвищення конкурентоспроможності продукції для рішення ринкових завдань.

Однак, факт високої конкурентоспроможності самого виробу промислового підприємства є лише необхідною умовою реалізації цього виробу на ринку в заданих обсягах. Варто також урахувати форми й методи технічного обслуговування, наявність реклами, торгово-політичні відносини між країнами й т.д [2].

**У результаті оцінки конкурентоспроможності продукції** можуть бути прийняті наступні рішення:

- зміна складу, структури застосовуваних матеріалів (сировини, напівфабрикатів), що комплектують виробів або конструкції продукції;

- зміна порядку проектування продукції;

- зміна технології виготовлення продукції, методів випробувань, системи контролю якості виготовлення, зберігання, упакування, транспортування, монтажу;

- зміна цін на продукцію, цін на послуги, по обслуговуванню й ремонту, цін на запасні частини;
- зміна порядку реалізації продукції на ринку;
- зміна структури й розміру інвестицій у розробку, виробництво й збут продукції;
- зміна структури й обсягів коопераційних поставок при виробництві продукції й цін на комплектуючі вироби й складу обраних постачальників;
- зміна системи стимулювання постачальників;
- зміна структури імпорту й видів імпортованої продукції.

Принципи й методи оцінки конкурентоспроможності можуть бути використані для обґрунтування прийнятих рішень при:

- комплексному вивченні ринку й виборі напрямків комерційної діяльності підприємства;
- розробці заходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції;
- оцінці перспектив продажу конкретних виробів і формуванні структури продажів;
- розробці пропозицій по розвитку виробничого потенціалу підприємства;
- контролі якості продукції;
- розробці заходів щодо стимулювання розроблювачів і постачальників.

Перед всіма комерційними й багатьма некомерційними організаціями встає завдання призначення ціни на свої товари й послуги. В умовах ринку ціноутворення є досить складним процесом, піддано впливу багатьох факторів. Але вибір загального напрямку в ціноутворенні, підходів до визначення цін на нові й вироби, що випускають уже, і послуги для збільшення обсягів реалізації, товарообігу, підвищення виробництва й зміцнення ринкових позицій підприємства є однією з головних питань для підприємця.

В умовах ринкової економіки успіх будь-якого підприємства або підприємця багато в чому залежить від того, як правильно вони будуть встановлювати ціни на свої товари й послуги. Але це не так те просто зробити, тому що на ціни впливає комплекс політичних, економічних, психологічних і соціальних факторів.

Сьогодні ціна може визначатися кількістю витрат на виробництво товару, а завтра її рівень може залежати від психології поведінки покупців. Отже, підприємець при встановленні ціни на товар повинен урахувати всі фактори, що впливають на її рівень, і встановити ціну таким чином, щоб дістати прибуток.

Ціна була й залишається найважливішим критерієм прийняття споживчих рішень. Для держав з невисоким рівнем життя, для бідних верств населення, а також стосовно до товарів масового попиту це характерно. Але за останнім часом одержали широкий розвиток інші, нецінові фактори конкуренції. Проте, ціна зберігає свої позиції як головний елемент конкурентної політики й робить дуже великий вплив на ринкове положення й прибуток

підприємства.

**Ціна** - економічне поняття, існування й важливість якого нікому не треба пояснювати й доводити. Висока ціна означає, що річ дорога і її покупка вимагає більших грошових витрат, низька ціна означає дешевину й менше навантаження на кишеню покупця. Вся сукупність цін являють собою не тільки індивідуальну, особисту, але й суспільну, соціальну категорію. Вони регулюють як окремі покупки й продажі товарів споживачам, так і економічні процеси в цілому, включаючи виробництво, розподіл товарів, обмін або споживання благ, надання послуг. Тут уже всі ціни, разом узяті, з урахуванням їх формування й зміни діють як загальний, єдиний, цілісний ціновий механізм.

Ця функція цін і їхній вплив на економіку в масштабах не тільки особистості й родини, але й підприємства, галузі, території, країни набагато менше відомі обивателям.

Будучи широко вживаними, в економіці будь-якого типу (централізованої, ринкової, змішаної), ціни формуються й діють у різних економіках по-різному.

Ціни, безсумнівно, являють собою тонкий, гнучкий інструмент і в той же час досить потужний важіль керування економікою, хоча їхні реальні можливості впливу на економіку взагалі й на рівень життя зокрема набагато менше надій, покладених на ціни й на ціновий механізм людьми.

У **ціновому механізмі** варто розрізнити й виділяти дві взаємодіючі частини. Це, з одного боку, самі ціни, їхні види, структура, величина, динаміка зміни й, з іншого боку - ціноутворення як спосіб, правила встановлення, формування нових цін і зміни діючих. Ціноутворення виступає активною руховою частиною всього цінового механізму. Воно, властиво, і визначає величину ціни. Ціни й ціноутворення становлять у своїй єдності ціновий механізм.

Доцільно розділяти два підходи до формування цін: ринковий і виробничий (витратний). При першому підході визначальним фактором ціноутворення є кон'юнктура ринку, попит та пропозиція товару. При другому - в основу встановлення ціни товару кладуть виробничі витрати, насамперед трудові, пов'язані зі створенням, випуском товару.

У рамках ринкового підходу прийнятно наступне визначення: «Ціна - це форма вираження цінності благ, що проявляється в процесі їхнього обміну». У такому формулюванні виділяються два основних акценти. По-перше, підкреслюється безпосередній зв'язок ціни товару із цінністю, корисністю, який він володіє як об'єкт споживання. По-друге, відповідно до такого трактування ціна товару проявляється як економічна сутність тільки в умовах його обміну на гроші або інший товар. Так що поза ринком, без купівлі-продажу про ціну говорити не доводиться, ціну здатний установити тільки ринок.

Інші позиції відносно суті ціни властиві виробничому підходу, що

опирається на зв'язок цін з факторами - виробництва в цілому й з головним фактором - працею. Для такого підходу типове наступне формулювання: «Ціна є грошове вираження вартості товару». У таких визначенні центр ваги перенесений на поняття «вартість». Відповідно до трудової теорії вартості, що бере початок у працях Адама Смита й Давида Рикардо й розвитий потім Карлом Марксом, вартість визначається витратами праці на виробництво товару, тобто має трудову природу [4].

Практичний зв'язок між вартістю й ціною був прокладений за допомогою застосування витратного принципу, у рамках якого величина ціни визначається за допомогою зміни сумарних витрат всіх факторів на виробництво одиниці товару в грошовому вираженні, іменованих витратами виробництва, тобто ціна дорівнює середнім витратам. Додаток до витрат певної величини прибутку приводить до встановлення шуканої ціни.

Доводиться відзначити, що «вартісний» підхід до ціни в його трудовому трактуванні має природну обмеженість внаслідок застосовності тільки до продуктів праці. На підставі цього підходу не представляється можливим устанавлювати ціни предметів, речей, що не є результатами людської праці, скажемо, землі, природних багатств. У рамках виробничого підходу вважається, що вони не мають трудову, мінову вартість і, отже, ціною. Щодо цього ринковий підхід більше універсальний і конструктивний.

Ще один спосіб проникнення в суть цін складається у вивченні їхніх функцій, що характеризують роль, що ціни грають в економіці. При цьому треба мати на увазі, що функції цін і способи їхньої реалізації розрізняються залежно від природи того економічного середовища, у якій діють, використовуються ціни. Насамперед, мається на увазі розходження дії цінового механізму в економіці централізовано-державного й ринкового типу [5].

Первинною функцією ціни варто вважати вимірвальну. Завдяки ціні вдається виміряти, визначити вартість товару, інакше кажучи, визначити, яке кількість грошей покупець повинен заплатити, а продавець одержати за проданий товар. Ціни дають можливість грошам як платіжним коштам знайти кількісну визначеність в акті купівлі-продажу. Знаючи ціну вагової, об'ємної, штучної одиниці товару й множачи її на кількість проданих продавцем і одиниць, що здобувають покупцем, ми встановлюємо величину грошового платежу за товари й послуги.

**З перерахованих функцій цін** впливає можливість їхнього використання як інструмент регулювання економічних процесів. Так, у ринковій економіці ціни - це основний інструмент зрівноважування попиту та пропозиції, що погоджує грошовий запит виробника або продавця товарів на їхню оплату з відповідною реакцією споживача, покупця. При цьому характерно, що сама регулююча ціна народжується в процесі регулювання і є в цьому змісті регульованою.



Лаврухина Н.В. Оценка конкурентоспособности промышленной продукции. – Калуга: МГТУ, 1997. – 38 с. 3. Феоктистова Е. М., Красюк И. Н. Маркетинг: теория и практика. – М: Высшая школа, 1993. 4. «Экономическая теория» под ред. Н.И.Базылева; Мн., 2001г. 5. «Цены и ценообразование» Т.А.Слепнева, Е.В.Яркин. М., 2001г.

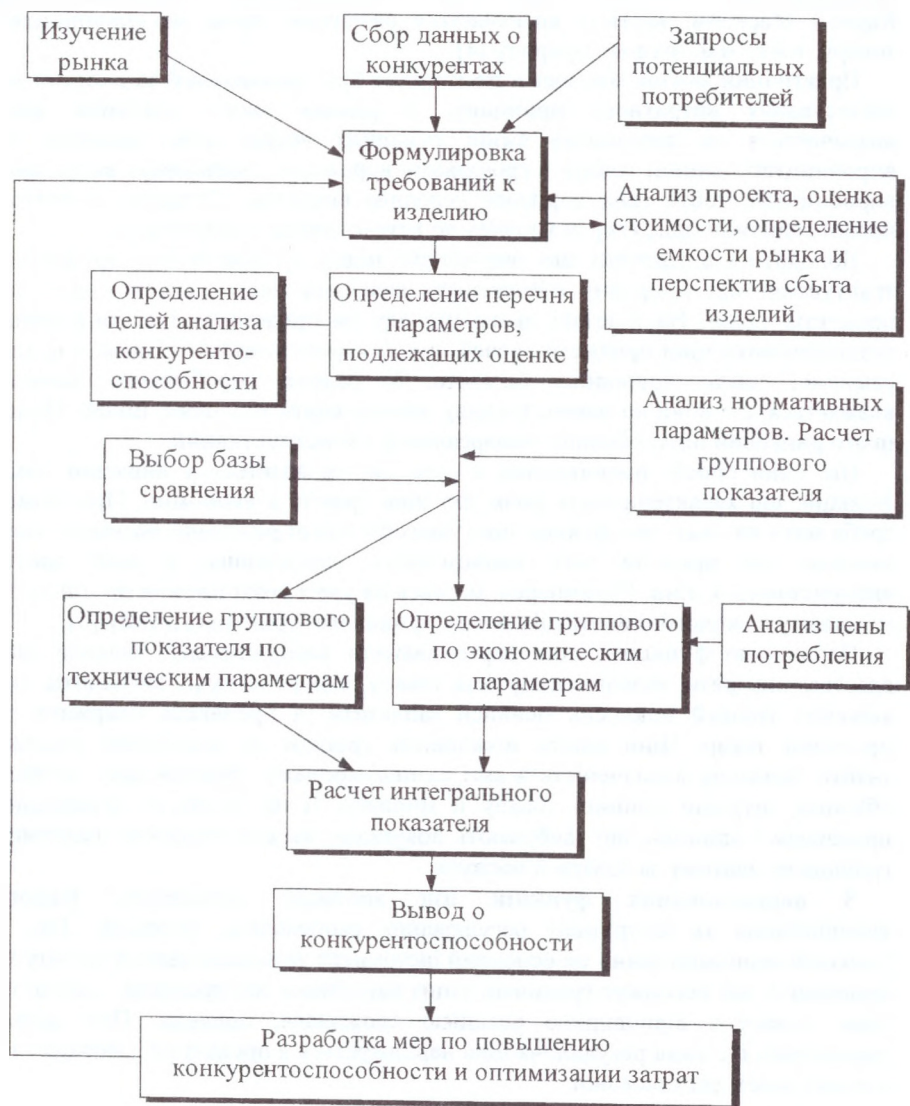


Рис 1. Схема обеспечения конкурентоспроможности

## ЗМІСТ

### ПРОБЛЕМИ І МЕХАНІЗМИ РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ТА ОХОРОНИ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ

Артющенко О.В.	Система басейнового управління водними ресурсами як складова організаційно-економічного механізму водокористування .....	3
Галушкіна Т.П., Гордійчук Є.Г. Костецька К.О.	Загальноєвропейські вектори розвитку в галузі охорони довкілля та природокористування в Україні .....	10
Гарнага О.М.	Основні напрями регулювання охорони земель сільськогосподарського призначення в Україні. 16	
Гордійчук А.С., Стахів О.А.	Економіко-екологічні проблеми сучасного аграрного виробництва .....	23
Гус В.М., Артющенко О.В.	Актуальні питання інноваційно-інвестиційного розвитку водогосподарського комплексу .....	31
Жемба А.Й., Ващишин О.О.	Інноваційний тип розвитку країни в умовах економічної глобалізації .....	38
Збагерська Н.В.	Методичні підходи до визначення макроекономічної оцінки природних ресурсів .....	44
Ковальова Т.С.	Шляхи підвищення еколого-економічної ефективності виробництва рису в Україні (на прикладі придунайських рисових зрошувальних систем) .....	52
Ковшун Н.Е., Кушнір С.О.	Теоретико-методологічні аспекти впровадження екологічного управління .....	63
Ковшун О.В.	Стратегія створення багатосільового екологічного комплексу в локальній соціально-економічній системі .....	69

Костриченко В.М., Красовська Ю.В.	Механізм використання елементів активної цінової стратегії для мінімізації еколого – економічних ризиків в аграрному використанні осушених земель .....	76
Лаврик У.В.	Оцінка якісного стану земельних ресурсів .....	83
Левун О.І.	Напрями формування стратегії розвитку водогосподарсько-меліоративного комплексу в системі АПК .....	95
Митрофанова О.М.	Тенденції розвитку водогосподарського комплексу країн СНД .....	102
Міндюк В.В.	Біопаливо як фактор енергозбереження: вітчизняний та зарубіжний досвід .....	109
Петрук В.А.	Економіко-екологічна оцінка сучасного стану та стратегічного потенціалу сільського господарства..	117
Петрук І.Р.	Економіко-екологічна оцінка капіталовкладень у протипаводковий захист і природоохоронні заходи	125
Ревко Т.В.	Використання ціноутворення для збереження природних ресурсів .....	131
Рижова К.І.	Екологічна безпека водних ресурсів України в контексті міждержавних відносин .....	138
Степанюк Н. А.	Агропромисловий комплекс України і світова організація торгівлі .....	145
Федчак О.М.	Екологічний аудит в Україні .....	151
Хвесик М.А.	Рентні відносини в системі природокористування: теорія і практика .....	162
Чередніченко Ю.Г.	Роль водних ресурсів в економічному просторі України .....	176
Чопик О.М.	Основи екологобезпечного землекористування на землях лісостепової зони Рівненської області в умовах реформування земельних відносин .....	182

Шебуна В.Д.	Екологічно чиста атомна енергетика: деякі аспекти розвитку .....	188
Якимчук А.Ю.	Оцінка ефективності системи управління природно-заповідним фондом України .....	195

### ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА РЕСУРСОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

<del>Акімова Л.М., Алтухова С.О.</del>	<del>Підвищення конкурентоздатності продукції машинобудівного виробництва за рахунок механізму ціноутворення .....</del>	<del>204</del>
Акімова Л. М., <del>Иванова Е. В.</del>	Інструменти комплексного підходу к управленію брэндом .....	211
Асаул А.Н.	Развитие рынка жилья (на примере Санкт-Петербурга) .....	218
Борейко В.І.	Краще із світового досвіду на службу економіці України .....	226
Білоус І.О.	Мотивація як фактор розвитку підприємництва на регіональному рівні .....	232
Веремеєнко Т.С.	Методичні підходи до енергетичної та економічної оцінки ефективності виробництва зерна озимої пшениці .....	238
Гринчуцький В. І., Кузнецов І.О.	Тенденції розвитку банківської системи України та їх вплив на ризики .....	244
Євдокименко В.К.	Лізинг в системі раціонального використання і відтворення ресурсного потенціалу України .....	251
Загоровська І.З.	Обґрунтування необхідності проведення макроекономічної оцінки водогосподарського комплексу регіону .....	260

Заячківська О.В.	Методологічні принципи бухгалтерського обліку доходів і видатків бюджетних установ .....	268
Кадебська Е.В.	Формування та становлення системи оподаткування нерухомості в Україні .....	277
Каленіченко Ю.Б., Башук Т.О.	Ресурсно-бюджетний потенціал .....	283
Качан Є. П., Хом'як О. П.	Ключові напрями підвищення рівня інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання у сфері водопостачання та водовідведення .....	289
Клепач Н.М.	Міжнародний досвід інфраструктурного обслуговування ринку цінних паперів (РЦП) .....	298
Климчук С.В.	Научні парадигми фінансової ретструктуризації .....	311
Корж М.В., Акимов О.О.	Особенности формирования маркетинговой системы на современном машиностроительном предприятии .....	318
Кравців В.С.	Стратегія раціонального використання природно-ресурсного потенціалу в регіоні: екологічні пріоритети .....	325
Лесняк О.Ю.	Управління еколого-економічною безпекою підприємства .....	331
Ляхович Л. А.	Формування системи оцінки ефективності інвестиційної діяльності промислового підприємства..	336
Майструк О.С.	Фінансово-кредитний механізм забезпечення раціонального аграрного природокористування .....	342
Макогоник І.Р.	Логістичні аспекти вдосконалення роботи промислового підприємства .....	350
Мельник Л.М., Мельник Л.В.	Роль місцевих бюджетів у забезпеченні структурної перебудови господарства регіону .....	355

Навольська Н.В., Бобрівець С.В.	Підвищення рівня конкурентоспроможності хлібопекарських підприємств ..... 361
Немкович О. Б.	Стан кредитування підприємств АПК Рівненської області на умовах часткової компенсації відсоткової ставки ..... 365
Олієвська М.Г.	Соціальне партнерство як гарант відтворення робочої сили ..... 373
Павліха Н.В.	Соціальні, економічні та екологічні підйоми формування та сталого розвитку просторових систем... 379
Павлов В. І., Тарасюк С. Р.	Формування фінансової політики сталого просторового розвитку міста ..... 389
Паславська В.В.	Кореляційно-регресивний аналіз ефективності використання основних виробничих фондів молокопереробних підприємств Тернопільської області 397
Подлевський А.А.	Співробітництво підприємств в контексті раціонального використання ресурсів ..... 402
Римар М.В. Ільницька – Гикавчук Г. Я.	Оподаткування в системі фінансового забезпечення розвитку лісового господарства в умовах євроінтеграції ..... 408
Римар М.В., Пилипенко С.М.	Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті євроінтеграції ..... 413
Свердлюк І. В.	До питання реформування ЖКГ ..... 421
Смоленський І.М., Степанюк Г.С.	Інвестиційне забезпечення раціонального природокористування екологічно-небезпечних виробництв в умовах трансформаційної економіки ..... 429
Скороход І.С.	Особливості фінансування промислових підприємств в сфері використання вторинних ресурсів ..... 435

Скрипчук П.М., Рибак В.В., Коваль Ю.О.	Екологічний аудит інвестування земельних ресурсів ..... 442
Фесіна Ю.Г.	Державне регулювання ринку сільськогосподарських земель: проблеми та перспективи вдосконалення ..... 449
Харів П. С., Колесніков А. П.	Удосконалення організації НДДКР на підприємстві ..... 457
Харічков С.К., Крутякова В.І., Рассадникова С.І.	Дієвість та доміанти політики сталого природокористування у регіоні (на прикладі Одещини) ..... 467
Шило Ж. С., Поліщук О. Ю.	Аспекти функціонування вітчизняного ринку праці ..... 480
Шостак Л. В., Орлова О. В.	Роль галузі зв'язку в інформатизації суспільства ... 490
Мішенін Є. В., Косодій Р. П.	Проблеми та механізми забезпечення соціально відповідального ресурсокористування ..... 496

Наукове видання

**ВІСНИК**

**Національного університету водного  
господарства та природокористування**

**Збірник наукових праць**

**Економіка**

**Частина 2**

**Проблеми, механізми та інвестиційне забезпечення  
раціонального природокористування**

**Випуск 4 (36)**

*Комп'ютерна верстка*

*Галина Сімчук*

Підписано до друку 29.09.2006 р. Формат 60×84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>  
Папір друкарський № 1. Гарнітура Times. Друк трафаретний.  
Ум.-друк. арк.29,6. Обл.-вид. арк. 31,1.  
Тираж 150 прим. Зам. № 464.

*Редакційно-видавничий центр  
Національного університету  
водного господарства та природокористування  
33028, Рівне, вул.Соборна,11.*