

організації стане тим ідеологічним стержнем, завдяки якому підвищиться продуктивність праці на підприємстві, зросте відданість колективу діяльності компанії, зменшиться рівень браку, порушень трудової дисципліни і т.п. Нами пропонується оцінювати вплив місії організації на конкретні стратегічно важливі для підприємства показники (дохід, прибуток, показники рентабельності, частка ринку тощо) за допомогою кореляційно-регресивної моделі.

Запропоновані напрями оцінювання місії організації дозволять більш якісно підійти до процесу її розробки, а також підвищити рівень значимості даної категорії менеджменту та її впливовість на діяльність організації загалом. Її оцінювання важливе також і для підвищення ефективності функціонування інноваційних структур, оскільки розробка, впровадження та продаж інновацій потребує цілеспрямованості у реалізації загальних функцій менеджменту та підвищення мотивованості найбільш пріоритетних цільових груп.

1. Козьменко С.М., Шпиг Ф.І., Волошко І.В. *Стратегічний менеджмент банку [навчальний посібник]* / С.М.Козьменко, Ф.І.Шпиг, І.В.Волошко – Суми: ВТД “Університетська книга”, 2003. – 734с. 2. Передало Х.С. *Індикатори оцінювання місії організації за структурними елементами* / Х.С. Передало // *Вісник соціально-економічних досліджень / Одеський державний економічний університет; [редкол.: проф. Зверяков М.І., доц. Ковальов А.І., проф. Валуєв Б.І., проф. Редькін О.С. та ін.] – Одеса: ОДЕУ, 2009. – Вип. 36. – С. 152-158.*

**Т.О. Петрушка, Х.М. Паньків**

Національний університет “Львівська політехніка”

## **УРАХУВАННЯ ПАРАМЕТРІВ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ РЕСУРСОЗБЕРІГАЮЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПРАКТИЦІ ДІЯЛЬНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ СТРУКТУР**

© Петрушка Т.О., Паньків Х.М., 2011

Одним з основних напрямів діяльності інноваційних структур повинно бути сприяння широкому впровадженню у практику роботи суб'єктів господарювання ресурсозберігаючих технологій (РТ). Однак, оцінка ефективності та доцільності такого впровадження у кожному конкретному випадку повинна базуватися на ретельних економічних обрахунках, центральне місце серед яких займає техніко-економічне прогнозування параметрів життєвого циклу РТ.

До основних параметрів життєвого циклу РТ відносяться його тривалість та величина чистого грошового потоку (сума прибутку та амортизаційних відрахувань) за роками протягом періоду експлуатації такої технології.

У випадку, якщо ринок продукції, для виробництва якої застосовується РТ, є конкурентним, то процес встановлення рівноваги на ньому буде відбуватися доти, доки ціна одиниці продукції, що виготовляється за новою технологією, не стане рівною питомим приведеним витратам на її виготовлення. Однак, величина питомих приведених витрат суттєво залежить від коефіцієнта нормативної ефективності капітальних вкладень, що закладається у формулу питомих приведених витрат. Проведене дослідження показало, що значення цього коефіцієнта безпосередньо залежить від параметрів життєвого циклу РТ. Зокрема, якщо прогнозний чистий грошовий потік за роками протягом усього періоду експлуатації РТ привести до еквівалентного рівномірного ануїтету, то коефіцієнт нормативної ефективності капітальних вкладень ( $E_H$ ) можна визначити за допомогою такої формули:

$$E_H = E \times \frac{(a \times (1 + E)^T - 1)}{(1 + E)^T - 1}, \quad (1)$$

де  $E$  – ставка дисконту для інвестиційного проекту з впровадження РТ;  $a$  – коефіцієнт переходу до еквівалентного рівномірного ануїтету (відношення чистого грошового потоку у першому році експлуатації РТ до річної величини чистого грошового потоку за еквівалентним рівномірним ануїтетом);  $T$  – кількість років експлуатаційного періоду життєвого циклу РТ.

З формули (1) випливає, зокрема, висновок про те, що коефіцієнт нормативної ефективності капітальних вкладень є завжди більшим за ставку дисконту (так як коефіцієнт переходу до еквівалентного рівномірного ануїтету за будь-яких умов повинен перевищувати одиницю). При цьому відношення значення коефіцієнта нормативної ефективності капітальних вкладень до ставки дисконту є не меншим за розмір коефіцієнта переходу до еквівалентного рівномірного ануїтету для даного виду РТ.

За таких умов послідовність процесу оцінювання економічних наслідків впровадження інноваційними структурами РТ буде передбачати такі основні етапи: формування масиву вхідної інформації, зокрема про поточні значення питомих витрат ресурсів за різними підприємствами галузі; прогнозування параметрів життєвого циклу РТ; встановлення значення коефіцієнта нормативної ефективності капітальних вкладень; визначення величини рівноважної ціни на продукцію, що виробляється за допомогою РТ, та відповідного їй рівноважного обсягу виготовлення даного виду продукції після впровадження РТ; оцінювання можливості часткового або повного витіснення старої технології виробництва продукції новою; встановлення додаткового натурального обсягу виробництва продукції, який доцільно виготовляти за новою технологією, та потрібного для цього обсягу інвестиційних ресурсів.

**Н.І. Подольчак**

Національний університет "Львівська політехніка"

## **МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ СУГЕСТІЇ У РЕКЛАМІ**

© Подольчак Н.І., 2011

Розвиток сучасної наукової думки крокує у напрямку поєднання знань різних наук з метою забезпечення максимальної синергічної ефективності економічних процесів. Одним із таких виявів є використання соціально-психологічних впливів у рекламній діяльності. Соціально-психологічний вплив – це дії одного суб'єкта, що спрямовані викликати потрібну психологічну та поведінкову активність іншого суб'єкта чи групи суб'єктів. Такий вплив провокує певні спогади чи думки, зумовлює появу образів чи переживань, викликаючи конкретні почуття, реакції та дії. Саме можливість вплинути на поведінку інших людей спонукає рекламистів широко вивчати та застосовувати такі технології у рекламі, з метою утворення потреб у конкретному товарі та спонукання споживачів до його придбання. Результативність таких впливів на покупця перш за все залежатиме від вмінь та навиків рекламистів адекватно обирати та застосовувати ці впливи. Основними соціально-психологічними впливами у психології є: сугестія, переконування, примушування, вимагання, санкціонування, вправління, наслідування, психічне зараження та ін.

Розглянемо детальніше сугестію як один із дієвих та широко використовуваних соціально-психологічних впливів. Сугестія як феномен досліджується недавно, зокрема, В.М. Бехтерев [1] був першим соціальним психологом, що приділяв увагу цьому поняттю. Глибші наукові дослідження проводив Г. Лебон, який здійснив спробу систематизувати інформацію про сугестію. На сучасному етапі питанням навіювання займаються багато вітчизняних [2;3;4;5] та іноземних [6;7;8;9] науковців.

Сугестія або навіювання (від лат. *suggestio* – навчати, навіювати, радити) – це засіб впливу у невеликих групах, який являється у цілеспрямованому, неаргументованому емоційно-вольовому