

ZBIÓR
RAPORTÓW NAUKOWYCH

Współczesna nauka.
Nowe perspektywy

Bydgoszcz
30.01.2014 - 31.01.2014

Część 2/2

СБОРНИК
НАУЧНЫХ ДОКЛАДОВ

Современная наука.
Новые перспективы

Быдгощ
30.01.2014 - 31.01.2014

Часть 2/2

УДК 330+657+339+ 336.71

ББК 94

Z 40

Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Druk i oprawa: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Adres wydawcy i redakcji: Warszawa, ul. S. Kierbedzia, 4 lok.103

e-mail: info@conferenc.pl

Cena (zl.): bezpłatnie

Zbiór raportów naukowych.

Z 40 Zbiór raportów naukowych. „Współczesna nauka. Nowe perspektywy„.

(30.01.2014 - 31.01.2014) - Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»,
2014. - 80 str.

ISBN: 978-83-64652-02-8 (t.2/2)

Zbiór raportów naukowych. Wykonane na materiałach Międzynarodowej Naukowi-
Praktycznej Konferencji 30.01.2014 - 31.01.2014 roku. Bydgoszcz.

Część 2/2.

УДК 330+657+339+ 336.71

ББК 94

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Powielanie i kopiowanie materiałów bez zgody autora zakazany.

Wszelkie prawa do materiałów konferencji należą do ich autorów.

Pisownia oryginalna jest zachowana.

Wszelkie prawa do materiałów w formie elektronicznej opublikowanych w zbiorach
należą Sp. z o.o. «Diamond trading tour».

Obowiązkowa odniesienia do zbioru.

Warszawa 2014

ISBN: 978-83-64652-02-8 (t.2/2)

"Diamond trading tour" ©

СЕКЦЈА 25. ЕКОНОМІКА. (ЕКОНОМІЧЕСКИЕ НАУКИ)

1. Бруханський Р.Ф.	5
АДАПТАЦІЯ ОБЛІКУ ДО СТРАТЕГІЧНИХ ПОТРЕБ ПІДПРИЄМСТВА	
2. Arnania-Kepuladze T.	9
THORSTEIN VEBLEN AND UNCERTAINTY IN DEFINITION OF INSTITUTIONS	
3. Бочкарева Д.А.	12
ОТСУТСТВИЕ ДОЛЖНОГО ДОГОВОРНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ	
4. Кравченко Т.И.	15
ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗРАБОТКИ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ НА РЫНОК	
5. Труханович Е.К., Севец М.Ю.	18
НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ В ФОРМИРОВАНИИ ИННОВАЦИОННОЙ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	
6. Кац А. В., Дзюбак В. В., Петрук О. Ф.	22
ДІЯЛЬНІСТЬ САМОРЕГУЛІВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	
7. Рахимова Г.М., Алексеев К.Ю.,	27
МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ВАЛЮТНОГО КРИЗИСА	
8. Таршилова Л.С., Пиунова А.В.	31
РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА: КАЗАХСТАНСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ	
9. Тимофеева К. А.	35
ИССЛЕДОВАНИЕ РЕЖИМОВ ФОНДОВООРУЖЕННОСТИ НА ПРИМЕРЕ ТРЕХСЕКТОРНОЙ МОДЕЛИ ЭКОНОМИКИ	
10. Машрапов Н.К.	37
СПОСОБЫ И МЕТОДЫ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ, ВОЗНИКАЮЩИХ В ПРОЦЕССЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА	
11. Безрукова Н.В.	42
БРЕНД ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ КОМПАНІЙ НА СВІТОВОМУ РИНКУ	

12. Асаинов А. Ж.	44
ВТО И ТАМОЖЕННЫЙ САЮЗ	
13. Халгаева Я. В.	47
РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕГУЛИРОВАНИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ	
14. Корнева Н.О.	51
УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ У КОНТЕКСТІ РЕГІОНАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ	
15. Миронов Ю.Б.	54
ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ МЕТОДОЛОГИИ СОСТАВЛЕНИЯ БАН- КОВСКИХ РЕЙТИНГОВ	
16. Гильфанова А.Р.,	57
ПРИМЕНЕНИЕ МОДЕЛИ УИЛСОНА НА ПРИМЕРЕ ЗАО «МЕЛЕУЗОВ- СКИЙ МОЛОЧНОКОНСЕРВНЫЙ КОМБИНАТ».	
17. Natorina A.A., Yerysh L.A.	60
EXPLORATION AND ANALYSIS OF FINANCING STAGES FOR STARTUPS	
18. Даніалі Ф.	62
ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ МАЛИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГРО- МАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ	
19. Даніалі П.	66
КОНКУРЕНТНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ПИВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	
20. Колодійчук А.В.	70
ПРІОРИТЕТИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОСТІ В КОНТЕКСТІ ПОДО- ЛАННЯ НЕДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ	
21. Tetrushvili I.	74
REGULATIONS DEFINING BUSINESS MACRO-ENVIRONMENT IN GEORGIA	



АДАПТАЦІЯ ОБЛІКУ ДО СТРАТЕГІЧНИХ ПОТРЕБ ПІДПРИЄМСТВА

Облік / accounting; інформація / information; менеджмент / management.

Стратегічним напрямом розвитку економіки України XXI століття Уряд і Президент України визнали аграрний бізнес, який, на відміну від промисловості з її тривалою рецесією, демонструє значні темпи росту: за січень-червень 2013 року зростання виробництва у галузі склало 15,4 %. Конкурентоспроможність вітчизняного аграрного сектору засвідчує той факт, що за останні 40 років обсяги експорту зросли в 20 разів. У товарній структурі українського експорту питома вага аграрного продовольства щороку зростає. В 2012 р. вона сягнула рекордної позначки у 24,3 %. В 2013 р. проголошено рекордний експорт зернових – 26-29 млн. т, що дозволить Україні вийти на друге-третє місце за експортом зернових у світі (після США чи Аргентини). Володіючи майже третиною чорноземів світу, Україна за умови зростання продуктивності в аграрному секторі потенційно здатна забезпечити продовольством 600 млн. населення світу. Жодна країна не може забезпечити такий приріст.

Таким чином, пріоритетом менеджменту сучасних аграрних підприємств України стає орієнтація на досягнення стратегічних цілей діяльності. Облікова система підприємств безперечно повинна враховувати ці вимоги сучасності, оскільки облік є головною інформаційною базою менеджменту. Однак, з метою забезпечення стабільного розвитку бізнесу недостатньо обмежуватися лише обліковою інформацією в процесі прийняття рішень, необхідно здійснювати постійний моніторинг переваг і проблем в порівнянні з конкурентами.

Окремі зарубіжні науковці (Дж.Блейк, О.Амат) доводять, що переважно стратегічні рішення характеризуються довгостроковою сутністю, впливають на всі сфери життєдіяльності підприємства і мають зовнішню спрямованість, часто не володіючи внутрішньою складовою. Це твердження поділяють Р.Каплан і Д.Нортон, які вважають, що стратегічні пріоритети обліку були розроблені передусім для підтримки загальної конкурентної стратегії бізнесу за рахунок використання обліково-інформаційної технології для більш досконалого обліку собівартості продуктів [2]. К.Сіммондз і М.Бромвіч розглядають всі облікові параметри стратегії бізнесу в якості моніторингу діяльності підприємства і конкурентів, акцентують увагу на зовнішній орієнтації облікового забезпечення стратегічного менеджменту. На думку К.Друрі, базовими аспектами облікового забезпечення стратегічного менеджменту підприємства доцільно вважати: по-перше, вихід за межі внутрішньої орієнтації традиційного обліку з метою отримання інформації про конкурентів; по-друге, встановлення залежності між стратегією підприємства і застосуванням облікових даних [1, с. 871].

Таким чином, система облікового забезпечення стратегічного управління



Рисунок 1. Динаміка наслідків реагування підприємства (його відсутності) на зміну зовнішнього бізнес-середовища

сільськогосподарського підприємства значною мірою повинна орієнтуватись на пріоритетне використання інформації про зовнішню сферу діяльності, оскільки в сучасних мінливих умовах бізнесу традиційні системи збору та обробки облікової інформації є непристосованими до відстеження кризових тенденцій підприємництва, вони в основному зорієнтовані на стабільні зовнішні умови діяльності. Залежно від виявлених змін зовнішнього бізнес-середовища суб'єкт підприємництва повинен застосовувати адекватні реакції. Несвоечасність або відсутність адаптивних дій безумовно спричинить ряд проблем у діяльності підприємства, збільшить бізнес-ризик і посилять загрозу банкрутства (рис. 1).

В якості дієвого інструменту обліково-інформаційного забезпечення стратегічного менеджменту аграрних підприємств України пропонуємо систему збалансованих показників, оскільки вона використовує традиційні фінансові показники обліку і звітності підприємства та доповнює комплекс фінансових ретроспективних параметрів системою моніторингу перспектив. Пропонований інформаційний масив інтегруватиме облікові та необлікові дані, диференційовані у розрізі ряду елементів, основним з яким вважаємо – фінансова інформація бізнесу. З врахуванням вимог стратегічного управління підприємства, на нашу думку, доцільно застосувати три характеристики фінансової інформації: 1) динаміка виручки від реалізації продукції, послуг; 2) управління витратами; 3) використання активів. Спектр показників фінансової інформації підприємства, необхідних для адекватного супроводу процесу прийняття управлінських рішень стратегічного характеру в межах системи збалансованих показників, наведено у табл. 1.

Для більшості підприємств галузі ефективне поєднання та доповнення тенденцій зростання обсягу виручки від реалізації продукції, зменшення

Таблиця 1

Актуальні показники фінансової інформації бізнесу в розрізі базових напрямів моніторингу

Напрямок моніторингу		Актуальні показники	
1	Динаміка виручки від реалізації продукції	1.1	Обсяг реалізації продукції
		1.2	Динаміка збутових цін і знижок
		1.3	Питома вага ринку збуту
		1.4	Структура реалізованої продукції
		1.5	Моніторинг каналів збуту продукції
2	Управління витратами діяльності	2.1	Структура витрат виробництва
		2.2	Питома вага постійних витрат
		2.3	Питома вага витрат на збут
		2.4	Рентабельність окремих видів продукції
		2.5	Точка беззбитковості
3	Використання активів бізнесу	3.1	Структура активів підприємства
		3.2	Динаміка активів
		3.3	Оборотність активів
		3.4	Виробнича потужність
		3.5	Ціна і віддача капіталу

собівартості виробництва і раціонального використання активів є основною стратегічно збалансованої діяльності. Базовими параметрами успішної адаптації обліку до стратегічних потреб менеджменту аграрних підприємств вважаємо: 1) облікова інформація повинна застосовуватись в якості основної інформаційної бази прийняття і виконання стратегічних рішень; 2) облікова система повинна забезпечити інформацією не лише процес стратегічного планування діяльності, але й поточний моніторинг показників, встановлення причин їх відхилень, пошук альтернатив; 3) для забезпечення максимального ефекту від реалізації стратегічних цілей бізнесу облікову інформацію слід відображати у адекватній формі, яка гарантуватиме відстеження і моніторинг досягнення мети; 4) облікова база стратегічного менеджменту повинна містити не лише фінансові показники діяльності, а й спектр усіх можливих даних, які прямо чи опосередковано можуть впливати на досягнення кінцевої мети; 5) інформаційному масиву доцільно надавати чітко структуровану форму з метою уникнення хаотичного набору певних даних; 6) параметри облікового забезпечення стратегічного менеджменту підприємства повинні уникати «інформаційних прогалів»; 7) облікове забезпечення стратегічного менеджменту підприємства повинно надавати інформацію в оптимальній формі з високим ступенем сприйняття як обліковими, так і необліковими працівниками; 8) моніторинг ретроспектив прийняття управлінських рішень стратегічного характеру і ступеня досягнення поставлених цілей повинен формувати обліково-інформаційну базу для передбачення і попередження можливих загроз; 9) інформаційний супровід стратегічного менеджменту повинен оперувати рядом показників, які забезпечуватимуть відстеження ефективності та ступеню досягнення стратегічних цілей; 10) інформаційний супровід стратегічного менеджменту підприємства повинен бути еластичним до змін внутрішнього і зовнішнього бізнес-середовища; 11) облікова

служба підприємства повинна формувати інформаційні потоки, орієнтуючись безпосередньо на специфіку конкретної ситуації та ступінь її пріоритетності, оскільки більшість стратегічних рішень є неординарними за своєю сутністю.

Література:

1. Друри К. Управленческий и производственный учет: Перевод с англ. / Друри К. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1071 с.
2. Каплан Роберт. Сбалансированная система показателей: от стратегии к действию: перевод с англ. / Р.С.Каплан, Д.П.Нортон. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Олимп-Бизнес, 2010. – 320 с.

THORSTEIN VEBLÉN AND UNCERTAINTY IN DEFINITION OF INSTITUTIONS

Keywords: Veblen, Institutions, Institutionalism, Uncertainty of terminology

During last decades the institutional economics becomes spreading and significant direction of economic science. This is evidenced by rapidly rising number of research works dedicated to the development of institutional economics, or used institutional approach of investigation, or to any extent connected to institutionalism and institutions. As M. Rutherford has mentioned “institutionalism ... became a force to be reckoned” [7, p.1]. The attractiveness of the institutional theory is explained by its relatively advantaged in comparison to traditional orthodox economics school toward investigation of economic phenomena which is based, above all, on the using more realistic assumptions and wide tools of analysis. Despite of common recognition of institutional economics significance, its main concepts – institutions – and investigation sphere still remain to be uncertain.

The given paper aims to follow up to what the founder of institutional economics – Thorstein Veblen – understood under the term “institution”.

Initially the institutional economics was arose and developed as an opposition to classical economic theory. Thorstein Veblen came to an idea of institutions through the criticism of classical economists’ “archaic habit of thought” [1]. Being under influence of zoologist and philosopher C. Lloyd Morgan and therefore being the adherent of Darwinian’s evolutionary theory, Veblen evaluated his contemporary economic sciences as an inconsistent to its time and aspired to modify economics into evolutionary science. According to Veblen, the evolutionary science is a theory of a process. Veblen considered the direct interconnection between evolutionary science, evolutionary economics and institutions, and he “made institutions the objects of selection in socio-economic evolution” [8, p. 420]. He wrote in 1898: “evolutionary economics must be the theory of ... a cumulative sequence of economic institutions stated in terms of the process itself” [1]. Therefore the institutions are presented as an integral and dynamical part of evolutionary economics. For Veblen, economics is evolutionary science which treated genetically into a progress of institutions.

Veblen’s definitions of institutions are not univocal. He saw the connection between institutions and habits and defined institutions as “habits of thought”, which turned out to be fittest in process of a natural selection [2, p. 188]. He argued that “any institution is a product of habit, or perhaps more accurately it is a body of habits of thought bearing on a given line of conduct, which prevails with such generality and uniformity throughout the group as to have become a matter of common sense” [3, p. 92]. Veblen looked on the institutions as on a “special method of life and of human relations”, as a habitual method of human community existence in connection with their material live environment. Veblen considered institutions as externalization of a methods adopted in past, as “habitual methods of carrying on the life of the community in contact with the material environment in which it lives” [2, p.193]. Veblen argued that during the histori-

cal development through institutional changes the habits and the exigencies of life have greatly changed [3, p. 49].

In spite of Veblen's scientific outlooks not always expressed congenerical essence, his attitude toward evolutionary changes remained for him central. Just from position of changeable and development, Veblen considered institutions. He argued that during the historical development all (human) institutions are susceptible of improvement and undergoing changes. The changeableness of institution is the "result in supersession and displacement" [4, p.31]. Veblen represented every institution as a product of habits and customs [3, p. 92]. Herewith, the approach to the institutions from habit positions remained for T.Veblen crucial. He aspired to study the economic phenomenon as a particular of habits and customs, which setting once has inertia and authority. The habits and customs were embodied in the institutions and defined the subsequence economic and social relations and development. In such a way, Veblen represented institutions as a set of circumstances depended and changeable social customs, as embodiment of certain habits of behavior, as a way of thinking and life, passed down from generation to generation.

Not having a decisive perception about concept of institution Veblen considered different types of institutions such as "social institutions", "economic institutions" [1;2], "human institutions" [2;4;5], "governmental institutions" [3] etc. Particular attention was paid by Veblen to governmental institutions. At the beginning of 20th century Thorsten Veblen studied the problem of nature and derivation of governmental institutions. He considered material circumstances which destined the beginnings of governmental institutions, the causes which destined the rate and directions of their development (growth and mutation) and influence the peace, material welfare or the cultural fortunes [3].

According to Veblen, the economic institutions are corresponding to the activities of business and industry. The normalized accounts of the beginnings of barter, money, wages are considered by Veblen as economic institutions [1; 5, p.70, 342]. The ownership is also evaluated by Veblen as institution. Discussing the eventual problem of moving to a "new and more practicable system of industrial production and distribution", T.Veblen concentrated his attention on the possibility of disallowance of absentee ownership and considered the process as "disestablishment of an institution" [4, p.96]. Similarly Veblen has accounted credit and named him as one of the timeworn institutions, "that are due to suffer obsolescence by improvement" [4, p.32]. Such wide definition, of course, "leaves the essential features of institutionalism vague and uncertain" [6, p. 732].

Thorstein Veblen recognized that the scope and content of institutional economics is unlimited and tried to develop criteria and norms of institutional economics. For Veblen economic institutions are a "range of conventionalities and methods of life", a "convenient caption" which most consistently expressed economic interest. The economic interest is putted by Veblen in the base of economic institutions. Defining widely the category of economic institutions, Veblen argued that inasmuch as economic interest impacts on the all sides of human life and cultural structure, all institutions (social institutions, human institutions, governmental institutions etc.) could be viewed as economic institutions [1]. Therefore solely an economic interest was interposed by Veblen as "most immediately and consistently finds expression, and which most immediately and with the least limitation are of an economic bearing" [1]. Veblen followed up the connection between institutions existence and business necessities. As far as institutions are changeable, they are susceptible of

improvement and these improvements, according to Veblen, are “for the good of business, more particularly for the profit of big business” [4, p.31].

Veblen considered evolution of institutions as process of substitution, replacement of “old”, “outworn institutions“ by new institutions [3, p. 9, p. 49; 5]

Veblen built own approach toward a human behavior. In differ to classical economic school with its theory of rational choice, Veblen considered human behavior as institutionally-depended, based on the instincts, habits and customs.

Slightly over three decades later after publication of Veblen’s “Why is Economics Not an Evolutionary Science” unduly wide interpretation of institutions allowed Harris to estimate Veblen’s institutionalism as “equivalent to economic determinism” [6, p.725]. Understanding Veblen’s position, Harris took a stand in favor of it. Harris recognized that such widening of institutional economics scope promote to involve “all aspects of group organization and effort” [6, p.725].

About hundred years later G.M. Hodgson mentioned that for Veblen “... explanations of socio-economic evolution must involve individual agents as well as institutions and structures” [7, p.419].

As we see, the term “institution” from its inception had been defined ambiguously. Being under the influence of evolutionary theory and looking on the institutions as on the modification process, Veblen considered among institutions the instincts, habits and customs as well as economic categories which could be changed.

References

1. Veblen Thorstein, 1898, Why is Economics Not an Evolutionary Science, The Quarterly Journal of Economics, Volume 12.
2. Veblen Thorstein, 1899, The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions. New York: The Macmillan Company.
3. Veblen Thorstein, 1917, An Inquiry into the Nature of Peace and the Terms of its Perpetuation. New York: The Macmillan Company.
4. Veblen Thorstein, 2001 [1921], The Engineers and the Price System, Batoche Books, Kitchener, Ontario, Canada.
5. Veblen Thorstein, 1904, The Theory of Business Enterprise, New York: Charles Scribner’s Sons.
6. Harris Abram L., 1932, Types of Institutionalism, The Journal of Political Economy, Vol. 4ss0, No.6 (Dec., 1932),721-749.
7. Rutherford Malcolm, Institutionalism Between the Wars.
8. Hodgson M. Geoffrey, 1998, On the evolution of Thorstein Veblen’s evolutionary economics, Cambridge Journal of Economics, no. 22,415-43.

ОТСУТСТВИЕ ДОЛЖНОГО ДОГОВОРНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Ключевые слова/Keywords: Инновации/innovation, инновационная экономика/economy of innovation, правовое регулирование инновационной экономики/legal regulation economy of innovation, договоры в сфере инновационной экономики/agreements in economy of innovation.

У большинства стран мира основной целью регулирования экономики является долговременный экономический рост. Экономический рост обеспечивается деятельностью всех предприятий в государстве и зависит от степени развития производства и осуществления внедрения новейших технологий, для развития которых необходима инновационная деятельность.

Инновации являются главным средством обеспечения конкурентоспособности предприятий и обеспечения устойчивых экономических показателей. В силу этого управление инновационной деятельностью является составной частью и одним из основных направлений стратегического управления предприятием.

Инновационная экономика – тип экономики, основанной непрерывных инновациях, на технологическом совершенствовании.

Термин «Инновация» с латинского языка переводится как внедрение нового или значительно улучшенного товара или услуги на рынок или внедрение значительно улучшенного процесса производства внутри компании. Получается, что инновации это новые комбинации существующих бизнес-процессов или технологические разработки, используемые на предприятиях или бизнесе [Спасенных М.Ю. Инновационный бизнес: корпоративное управление НИОКР. М.: Дело, 2010. – 148 с.]. Основной целью инновационной деятельности является увеличение экономического эффекта за счет использования интеллектуального потенциала имеющегося у предприятия или заимствованного.

Некоторые ученые (Э. Тоффлер, Д. Белл, Дж. Нейсбитт и др.) предполагают, что для большинства государств в настоящее время именно инновационная экономика обеспечивает мировое экономическое превосходство государства, которое ее осуществляет.

Большинство индустриально развитых стран связывает свои надежды на долгосрочный устойчивый экономический рост с переходом на инновационный путь развития, характеризующийся более широким использованием в промышленности, народном хозяйстве в целом новейших достижений науки и техники – информационных технологий, биотехнологий, новых материалов, ресурсо- и природо-сберегающих технологий. Поэтому повышение инновационной восприимчивости экономики в целом – одна из основных задач современного индустриально развитого государства [Маренков, Н.Л. Инноватика: учеб. пособие / Н.Л. Маренков. – М.: КомКнига, 2005. – 194 с.].

В настоящее время в число стран с инновационной экономикой входят США, Германия, Япония, Австралия, Канада, Швеция, Финляндия, Сингапур, Израиль и другие страны.

Успех инновационной деятельности организации, прежде всего, зависит от способов ее финансовой поддержки, от выбранной формы ее организационной деятельности и правильности выбора договорных форм, обслуживающих ее деятельность.

Инновационной деятельностью является деятельность, направленная на совершенствование технологий и организацию производства, заключающаяся в поисках и реализации инновации в целях расширения ассортимента и повышения качества продукции.

Развитие инновационной экономики в России затруднено неготовностью прежней системы управления инновациями к новым условиям управления. Инновационная политика должна быть направлена на увеличение производства новых видов продукции и технологий.

Согласно программе Министерства экономического развития «Инновационная Россия – 2020» основными целями для экономического роста являются: повышение инновационной активности государства и бизнес сферы и сектора исследований и разработок [Стратегия инновационного развития РФ на период до 2020 года, утверждена распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 года № 2227-р].

Но, несмотря на определенное регулирование инновационной деятельности со стороны государства остаются нерешенными значительное количество очень серьезных проблем, в том числе и в сфере законодательного регулирования.

Основной формой регулирования правоотношений между сторонами в процессе их взаимодействия является договор. Договор регулирует взаимодействие между субъектами инновационной деятельности и формирует коммерческое начало в сфере реализации научной и научно-технической продукции в жизни. Договоры являются предметом регулирования Гражданского законодательства РФ, но настоящий момент в Гражданском кодексе РФ нет упоминания об инновациях, инновационной деятельности.

Поэтому сферу инновационной деятельности регулируют такие договоры как: договора на выполнение научно-исследовательских работ; договора на выполнение опытно-конструкторских работ (правоотношения по поводу разработки образцов новых изделий и конструкторской документации на них); лицензионные договоры, предметом которых являются исключительные права на использование объектов интеллектуальной собственности; договоры о передаче информации, составляющей секреты производства (ноу-хау); договоры коммерческой концессии, связанные с предоставлением права использования в предпринимательской деятельности комплекса исключительных прав; договоры на оказание инжиниринговых и иных услуг, связанных с проектированием и организацией производства новой продукции и другие договоры.

Но отсутствие специализированных, специально разработанных и охватывающих все проблемы инновационной сферы правовое регулирование тормозит развитие и эффективность инновационной деятельности. Необходимость разработки определенного правового регулирования в инновационной сфере необходимо, пре-

жде всего, из-за самой характеристики отношений в данной сфере, которым присуща неопределенность инновационного проекта, творческий подход к объекту регулирования, и как следствие, сложности оценки эффекта инновации.

Так же отсутствует система регулирования взаимодействия всех участников инновационного процесса, требуется наличие различных методов и форм управления.

Развитие инновационной активности один из способов развития и увеличения экономического потенциала РФ. Необходимо создавать благоприятные условия для инновационных предприятий и инвесторов данной сфере, что невозможно без четкого правового регулирования институциональных отношения в данной сфере. На данный момент отсутствует удовлетворенность от выполнения федеральных программ и государственной политики, влияющей на инновационную деятельность. Активность в данной сфере носит достаточно ограниченный характер, цели инновационной политики реализуются на практике либо с запозданием, либо не в полной мере. Это подтверждает необходимость дальнейшего изучения институциональных отношений в инновационной деятельности с целью определения оптимального варианта применения договорных отношений субъектами инновационной деятельности для повышения эффективности данной деятельности.



Кравченко Т.И.

ассистент кафедры «Финансы и банковское дело»,
Донецкий национальный университет

ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗРАБОТКИ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ НА РЫНОК

Ключевые слова: инновационная продукция / innovation products, процесс продвижения инновационной продукции на рынок / process of promotion of innovation products to the market, этапы продвижения / stages of promotion

В современных условиях экономики, требующих интенсификации инновационных процессов, при управлении процессом продвижения инновационной продукции на рынок (далее – ППИПР) особое внимание должно быть уделено адаптации к рыночной ситуации с учетом специфики инновационной продукции и интересов различных субъектов рынка [1]. В связи с этим следует учитывать специфические проблемы, возникающие на различных этапах ППИПР (табл. 1) [2].

Устранению указанных проблем может способствовать разработка действенного организационно-экономического механизма управления ППИПР, реализация

Таблица 1

Характеристика проблем продвижения инновационной продукции на каждом этапе ППИПР

На этапе формирования потенциального рынка инновационной продукции

Отсутствие доверия у потенциальных потребителей к инновационной продукции; несоответствие продвигаемой инновационной продукции ожиданиям потребителей (низкая потребительская ценность инновационной продукции); недостаточный уровень доходов потребителей для приобретения инновационной продукции; ожидание сопутствующей продукции или сервиса; незнание предназначения инновационной продукции и эффекта от ее использования
На этапе планирования ППИПР
Низкая скорость перехода потребителей из категории потенциальных в категорию действительных; учащение предпочтения продукции конкурентов в связи с потерей инновационной продукцией ценовых и неценовых конкурентных преимуществ (сокращение числа потенциальных и действительных потребителей инновационной продукции); отсутствие технологических и сервисных нововведений, позволяющих продлить цикл сбыта инновационной продукции; низкая интенсивность информирования потенциальных потребителей об инновационной продукции; формальные коммуникационные каналы не всегда подходят для продвижения инновационной продукции, в связи с чем возникает необходимость поиска неформальных; несогласованность интересов и действий субъектов в процессе продвижения инновационной продукции на рынок
На этапе формирования бюджета ППИПР
Высокий риск непринятия инновационной продукции рынком предопределяет значительные затраты на ее разработку и продвижение; дефицит собственных финансовых средств предприятий для продвижения инновационной продукции предопределяет низкую скорость и снижает качество процесса продвижения; дороговизна заемных финансовых ресурсов; сложность привлечения инвестиций; сложность интеграционных объединений субъектов в связи с нежеланием партнеров разделить риск неполучения прибыли
На этапе оценки конкурентоспособности инновационной продукции
Противоположность факторов, влияющих на конкурентоспособность инновационной продукции с позиции производителя и потребителя

которого позволяет скоординировать действия субъектов, участвующих в процессе продвижения, с целью повышения конкурентоспособности инновационной продукции и обеспечения доходности инновационных проектов (рис. 1).

Литература:

1. Кравченко Т. И. Процесс продвижения инновационной продукции на рынок: сущность, особенности организации / Т. И. Кравченко // Бизнес Информ. – X. : Видавничий дім «Інжек», 2013. – №6. – С.150-155.
2. Йохимштайлер Э. Увидеть очевидное. Как обнаружить и реализовать стратегию роста компании, основанную на инновационных продуктах [Электронный ресурс] / Э. Йохимштайлер. – Мн. : Гревцов Паблишер. – Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/consumer_advantage.htm



Рисунок 1 – Организационно-экономический механизм управления ППИПР
 Источник: составлено автором

Кац Анастасія Вадимівна,
Дзюбак Валерія Володимирівна
студентки Буковинського державного
фінансово-економічного університету
Петрук Олександр Федорович
викладач, науковий керівник

ДІЯЛЬНІСТЬ САМОРЕГУЛІВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Постановка проблеми. В умовах сучасного світового розвитку актуальним питанням є створення ефективного механізму регулювання і функціонування саморегулівних організацій на фондовому ринку. Саморегулювання дозволяє учасникам ринку самостійно розробляти правила і стандарти діяльності, створювати системи контролю за їх дотриманням та сприяє підвищенню регуляторної діяльності держави, а саме слугує засобом оптимізації державного впливу на розвиток фондового ринку.

Мета даного дослідження. Визначення особливостей становлення та функціонування саморегулівних організацій на фондовому ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження ефективності діяльності саморегулівних організацій на фондовому ринку було проведено та відображено у працях вітчизняних та іноземних вчених, зокрема: С. Міщенко, М. Хьюїт, І. Шатковська, Т. Богомолова, В. Борденюк та інші.

Виклад основного матеріалу. В умовах стабільного розвитку економіки участь держави в регулюванні фінансового ринку доцільно звести до мінімуму, адже саморегулівні організації можуть взяти на себе функції контролю і регулювання на фондовому ринку.

Під терміном саморегулювання розуміють будь-які прояви соціального саморегулювання, які відбуваються у суспільстві як цілісній самокерованій системі, здатній до самоорганізації та саморозвитку [3]. За твердженням Т.П. Богомолова саморегулювання є доповненням державного регулювання соціального життя суспільства і не може претендувати на повне витіснення державного регулювання в окремих сферах [2].

Згідно до «Положення про об'єднання професійних учасників фондового ринку» саморегулівна організація – це неприбуткове об'єднання учасників фондового ринку, що провадять професійну діяльність на фондовому ринку з торгівлі цінними паперами, управління активами інституційних інвесторів, депозитарну діяльність, крім депозитаріїв, утворене відповідно до критеріїв та вимог, установлених Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку[1].

Саморегулівні організації виконують такі основні завдання [7]: встановлення норм та правил поведінки, вимог до професійної кваліфікації фахівців-членів саморегулівних організацій та здійснення контролю за їх дотриманням членами організацій; сприяння здійсненню професійної діяльності членами саморегулівної організації; розробка та здійснення заходів щодо захисту прав членів саморегулівної

Таблиця 1

Аналіз опрацьованих запитань від членів АУФТ за II півріччя 2012р. – I півріччя 2013р.

Місяць	Друге півріччя 2012р.						Перше півріччя 2013р.						Загальна кількість
	07	08	09	10	11	12	01	02	03	04	05	06	
Юридична консультація:	26	29	29	24	18	24	48	28	23	37	13	15	311
у т.ч. з питань податкового обліку	4	1	3	3	3	3	14	6	5	8	3	1	54
у т.ч.з питань пруденційно-го нагляду	-	-	3	1	-	1	-	-	4	7	5	-	21

Створено авторами на основі [4]

Таблиця 2

Ренкінг реєстраторів за I квартал 2013 р.

Місце	Назва компанії	Загальна кількість, шт.
За кількістю емітентів		
1	ПАТ «Акціонерний комерційний промислово-інвестиційний банк»	253
2	ТОВ «Компанія «Базис-реєстр»»	156
3	ПАТ «Укрсоцбанк»	153
За кількістю проведених операцій		
1	ТОВ «Оптіма-Реєстр»	8612
2	ТОВ «Західний реєстр»	488
3	ТОВ «Аналітік-реєстратор»	720
За кількістю відкритих особових рахунків		
1	ТОВ «Парусонд»	1239210
2	ТОВ «Об'єднана Реєстраційна Компанія»	110502
3	ПАТ «Акціонерний комерційний промислово-інвестиційний банк»	98797

Створено авторами на основі [5]

організації; представляють інтереси членів саморегульованих організацій в органах державної влади, судах та інших організаціях; інформує Національну комісію з цінних паперів та фондового ринку про виявлені порушення чинного законодавства з боку своїх членів чи клієнтів.

Таблиця 3

Ренкінг зберігачів за I квартал 2013 року

Місце	Назва компанії	Обсяг
За обсягом депозитарних активів за номінальною вартістю, млн.грн.		
1	ПАТ «Державний експортно-імпортний банк України»	94 274, 75
2	ПАТ «Державний ощадний банк України»	81 920, 55
3	ПАТ «Перший Український Міжнародний Банк»	33 682, 13
За обсягом проведених облікових операцій, млн. грн..		
1	ПАТ «Дельта Банк»	136 751, 92
2	ПАТ «Державний ощадний банк України»	97 871,50
3	ПАТ «УкрСиббанк»	68 955,43
За кількістю рахунків депонентів, шт..		
1	ТОВ «Текст-трейд»	537 340
2	ТОВ «Об'єднана Реєстраційна Компанія»	295 971
3	ПАТ «Акціонерний комерційний промислово-інвестиційний банк»	160 094

Створено авторами на основі [5]

Сьогодні в Україні функціонують всього три саморегулювних організацій на фондовому ринку, а саме: Асоціація «Українські фондові торговці» (АУФТ), Професійна асоціація реєстраторів і депозитаріїв (ПАРД), Українська Асоціація інвестиційного бізнесу (УАІБ).

АУФТ є відкритим об'єднанням професійних учасників фондового ринку, яке засноване 14 грудня 2004 року на засадах рівноправності, вільного волевиявлення та спільності інтересів членів. Станом на 30 червня 2013 року до складу АУФТ входило 704 професійних учасника ринку цінних паперів. За звітний період II півріччя 2012 року — I півріччя 2013 року до членів АУФТ було включено 42 нові компанії, що здійснюють професійну діяльність на фондовому ринку. За той самий період з членів АУФТ було виключено 54 компанії [4].

Асоціацією в рамках консультаційної роботи було запроваджено систему online консультацій, яка надає можливість надіслати запитання як з питань роботи програмного забезпечення так і з правових питань. Протягом звітного періоду за допомогою сервісу надійшло та було опрацьовано значну кількість запитань від членів АУФТ, а саме 311 запитань щодо юридичної консультації, у тому числі 54 з питань податкового обліку (Див. табл. 1) [4].

ПАРД – це професійне об'єднання на фондовому ринку України, яка заснована 1996 року. Вона представляє інтереси всіх вітчизняних депозитарних установ та торговців цінними паперами. У 2013 році ПАРД вкотре підтвердила статус саморегулювної організації за видом професійної діяльності – депозитарна діяльність, та отримала статус Об'єднання професійних учасників фондового ринку, що прова-

Таблиця 3

Вартість активів Інститутів спільного інвестування за I квартал 2012-2013 років млн. грн.

Фонди	На 31.03.2012	На 31.03.2013	Зміна
Відкриті	210,06	160,26	-49,8
Інтервальні	184,93	150,36	-34,57
Закриті (крім венчурних)	9 664,19	9 888,40	224,21
Венчурні	121 099,63	148 128,71	27029,08
Усі (з венчурними)	131 158,81	158 327,73	27168,92

Створено авторами на основі [6]

Таблиця 4

Вартість активів недержавних пенсійних фондів в управлінні за I квартал 2013 року

Вид НПФ	Активи, млн. грн.	Кількість НПФ, щодо яких подано звітність
Відкриті	503, 62	63
Корпоративні	108, 03	8
Професійні	71, 28	7
Всього	682, 93	78

Створено авторами на основі [6]

дять діяльність з торгівлі цінними паперами. З 2009 року ПАРД запровадила Ренкінги реєстраторів та зберігачів, які асоціація обраховує щоквартально [5].

Ренкінги реєстраторів обраховують за відповідними параметрами (Див. табл. 2) [5]. За кількістю емітентів, з якими було укладено договори на ведення реєстрів власників іменних цінних паперів за I квартал 2013 року перше місце займає ПАТ «Акціонерний комерційний промислово-інвестиційний банк» – 253 штуки, наступне підприємство ТОВ «Компанія «Базис – реєстр»» загальна кількість емітентів становить 156 штук. На третьому місці знаходиться ПАТ «Укрсоцбанк» – 153 шт.

За кількістю проведених операцій перше місце посідає ТОВ «Оптіма-Реєстр», яке провело 8612 операцій за I квартал 2013р. На другому місці ТОВ «Західний реєстр» – 488 операцій і ТОВ «Аналітик-реєстратор» – 720 операцій. Найбільшу кількість відкритих особистих рахунків має ТОВ «Парусонд» – 1239210 штук, далі ТОВ «Об'єднана Реєстраційна Компанія» – 110502 шт. та ПАТ «Акціонерний комерційний промислово-інвестиційний банк» – 98797 шт.

Ренкінги зберігачів обраховують за такими класифікаційними параметрами (Див. табл. 3) [5].

За обсягом депозитарних активів за номінальною вартістю лідером є ПАТ «Державний експортно-імпорتنний банк», що становить 94274,75 млн. грн. За обсягом проведення облікових операцій перше місце займає ПАТ «Дельта Банк», що становлять 136751,92 млн. грн. За кількістю рахунків депонентів найбільшу кількість має ТОВ «Текст – трейд» – 537340 штук.

УАІБ є добровільною недержавною некомерційною організацією, що об'єднує усі компанії з управління активами в Україні та заснована 1995 р. У 2013 році до неї входять компанії з управління активами (346), інститути спільного інвестування (1332) та недержавні пенсійні фонди (78). На 31 жовтня 2013 року загальний обсяг активів складає 181976 млн. грн. [6]. Розглянемо вартість активів Інститутів спільного інвестування, загальна сума активів яких на 31 жовтня 2013 року становить 158327,73 млн. грн. (Див. табл. 3) та недержавних пенсійних фондів, загальна сума яких складає 682,93 млн. грн. (Див. табл. 4) [6]. Решта активів припадає на компанії з управління активами, а саме 22965,34 млн. грн.

Проаналізувавши, можемо сказати, що у 2013 році значно зросли венчурні активи – на 27029,08 млн. грн., при цьому активи відкритих фондів зменшились на 49,8 млн. грн. У загальному обсязі активи Інститутів спільного інвестування зросли на 27168,92.

Ми бачимо, що найбільші активи відкритих недержавних пенсійних фондів, що на 31 жовтня 2013 року склали 503,62 млн. грн. Професійні недержавні пенсійні фонди мають найменші активи – 71,28. Однак активи відповідають кількості недержавних пенсійних фондів, а саме відкритих – 63, корпоративних – 8, професійних – 7.

Висновок. Отже, в Україні функціонують та поступово розвиваються три саморегульованих організації. До АУФТ входить 704 професійних учасника ринку цінних паперів, які здійснюють діяльність на фондовому ринку. ПАРД провадять діяльність з торгівлі цінними паперами та щоквартально публікує ренкінг реєстраторів та зберігачів, що свідчить про повноцінну діяльність цього об'єднання на фондовому ринку. УАІБ об'єднує компанії з управління активами, інститути спільного інвестування та недержавні пенсійні фонди та його активи складають 181976 млн. грн. Тобто, саморегульовані організації здійснюють свою діяльність та розвиваються в Україні, але цього не достатньо для досконалого функціонування у сучасних ринкових відносинах на фондовому ринку.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Про затвердження Положення про об'єднання професійних учасників фондового ринку: від 27 грудня 2012 року № 1925/ Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку, Рішення.
2. Богомолова Т.П. Недержавне саморегулювання організацій як інститут становлення громадського суспільства в сучасній Росії: дисс. – М., 2006. – 154с.
3. Борденюк В.І. Теоретичні аспекти співвідношення категорій саморегулювання, самоврядування та управління // Юридична Україна. – 2004. – №8. – С.18-27.
4. Офіційний сайт Асоціації «Українські Фондові Торговці» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.aust.com.ua>
5. Офіційний сайт Професійної Асоціації Реєстраторів і Депозитаріїв [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.pard.ua/>
6. Офіційний сайт Української Асоціації Інвестиційного Бізнесу [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.uaib.com.ua/>
7. Саморегульовані організації професійних учасників фінансового ринку [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.finansystem.ru>

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ВАЛЮТНОГО КРИЗИСА

Ключевые слова: валютный кризис/currency crisis, энтропия/entropy.

В процессе развития национальных экономик проявляется их неустойчивость, которая ведет к возникновению периодических валютно-финансовых кризисов. Усложнение мирохозяйственных связей, развитие глобализации, периодичность и разрушительность валютно-финансовых кризисов приводит к тому, что им становятся подвержены практически все страны мира.

Валютный кризис – это резкое обострение противоречий в валютной сфере, проявляющееся в резких колебаниях валютных курсов, быстрых и значительных по масштабам перемещениях валютных резервов, девальвациях и ревальвация валют, ухудшение международной валютной ликвидности.

Последнее десятилетие прошлого столетия ознаменовалось серией валютных кризисов в России и Зарубежье. Разрушительные последствия кризисов послужили стимулом к разработке методов, позволяющих прогнозировать потрясения на финансовых рынках. Однако значительное количество разработанных к настоящему времени моделей, описывающих процессы формирования кризисов, имеет ряд недостатков: неточность прогнозирования, недоступность различных показателей, отсутствие универсального подхода. Несовершенство этих моделей ограничивает широкое распространение систем раннего предупреждения валютных кризисов в надзорных органах. В связи с этим особую актуальность приобретают исследования, нацеленные на поиск индикаторов кризисов, которые позволили бы устранить вышеуказанные недостатки.

Простым и адекватным индикатором кризисных явлений на валютном рынке представляется относительное изменение энтропии динамики обменных курсов валют как меры неопределённости этой динамики.

Кризисы на валютных рынках возникают при возрастании неопределённости ситуации, то есть при возрастании энтропии. Поэтому в качестве индикатора возникновения кризиса была выбрана статистика

$$v_t = \left| \frac{\hat{H}_t - \hat{H}_{t-1}}{\hat{H}_{t-1}} \right| \quad (\text{Формула 1})$$

где H_t — оценка энтропии динамики обменного курса S_t , полученная по методу падающих прямоугольников.[1]

Статистика V_t имеет смысл относительного изменения неопределённости ситуации на валютном рынке.

Для прогнозирования кризисной ситуации используется метод падающих прямоугольников на основе данных обменного курса евро. Расчеты производи-

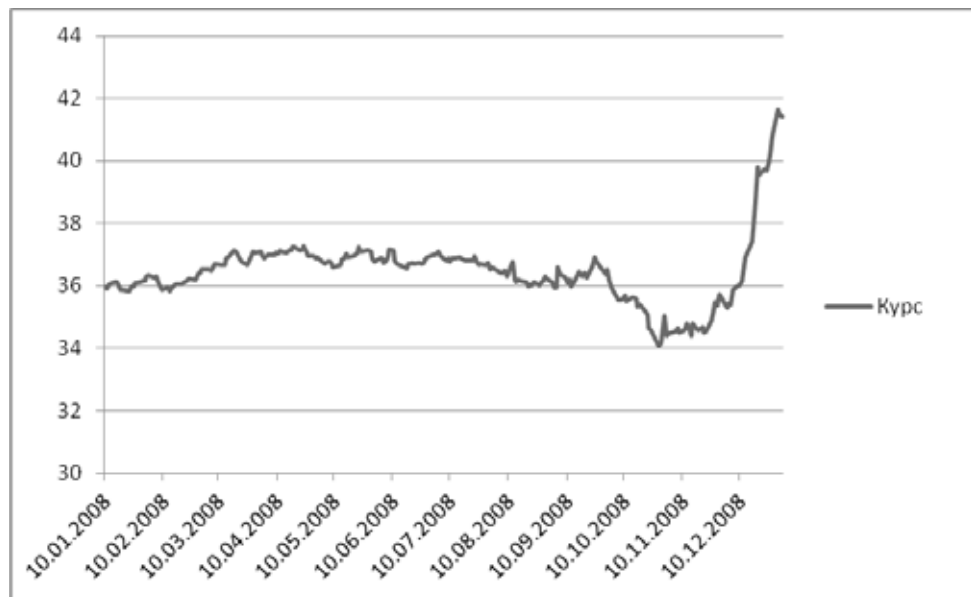


Рис. 1. Курс евро за период 10.01.2008-10.12.2008 год

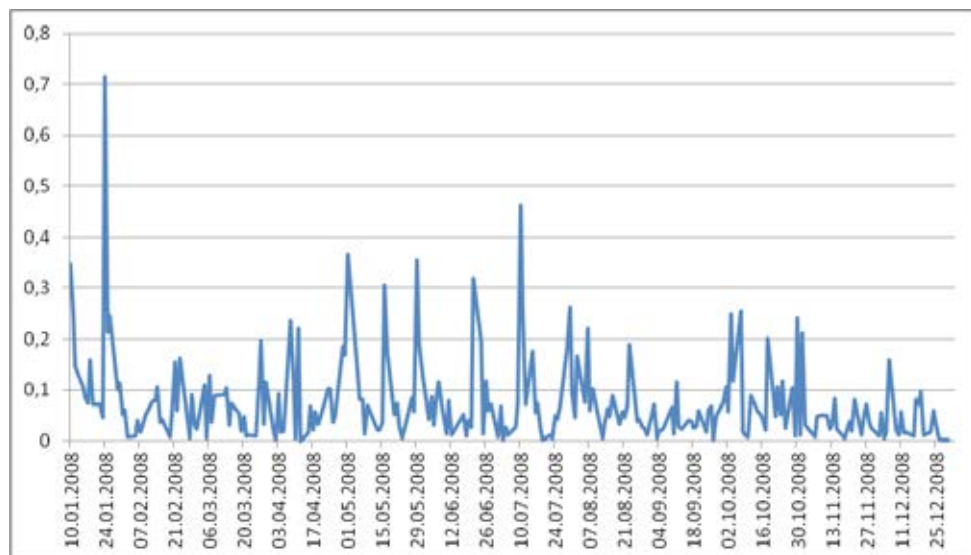


Рис. 2. Показатель статистики V_i за период 10.01.2008-10.12.2008 год

лись по данным обменного курса евро в период 10.01.2008-10.12.2008, 11.01.2012-26.12.2012 года. Данные были взяты с официального сайта Центрального банка РФ.

Рассмотрим график изменения курса евро в период 10.01.2008-10.12.2008:

На данном графике (рис.1) можно наблюдать относительно спокойное изменение курса евро, только в период с октября по декабрь 2008 года сначала курс понизился, а затем ускорился.



Рис. 3. Курс евро за период 11.01.2012-26.12.2012 год

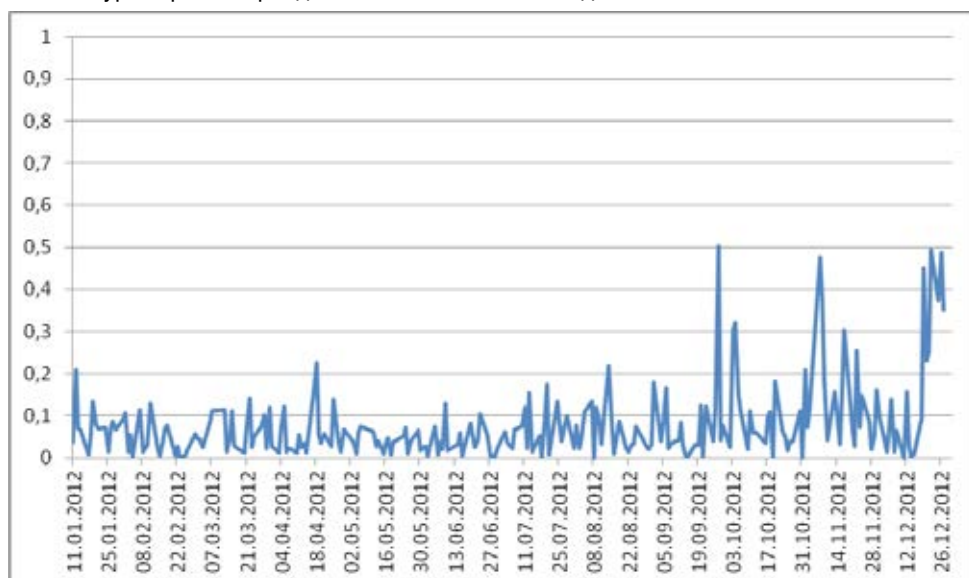


Рис. 4. Показатель статистики V_t за период 11.01.2012-26.12.2012 год

Рассчитаем показатель статистики V_t в данный период по (ф.1):

Изучив график на (рис.2) поведения статистики V_t в 2008 году получили, что около 24.01.2008 года был сигнал о наступлении кризиса в 2008 году, показатель статистики достиг значения 0,715, что является критическим значением. Далее происходит спад показателя и он находится в стационарном положении, но затем снова происходят скачки до 0,4-0,5, что говорит о наступлении валютного кризиса.

Рассмотрим график изменения курса евро в период 11.01.2012-26.12.2012:

Изучив динамику изменения валютного курса евро за 2012 год, можно сказать что в период с 11.01.2012-26.12.2012 курс евро имел незначительные изменения.

Рассчитаем показатель статистики V_t в данный период по (ф.1):

На (рис.4) видно, что показатель статистики V_t за 2012 год не выходил за пределы допустимых значений, а это означает, что в ближайший период времени валютный кризис не ожидается.

В результате проделанной работы был сделан вывод, что исследуя показатели валютных курсов, можно приблизительно спрогнозировать наступление валютных кризисов, что позволяет государству и другим экономическим объектам своевременно принять меры по предотвращению последствий кризиса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Соловьев В.И. Стохастические модели математической экономики и финансовой математики: Учебное пособие/ГУУ.–М., 2001. – 92с.

РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА: КАЗАХСТАНСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Аннотация

Рассмотрены вопросы функционирования государственно-частного партнерства как механизма взаимодействия государства и бизнеса. Проанализирован опыт реализации ГЧП-проектов в ряде стран. Определены проблемы развития и направления совершенствования ГЧП в Казахстане и зарубежных странах.

Ключевые слова/ Keywords: государственно-частное партнерство/ public-private partnership, государство/ state, бизнес/ business, механизмы/ mechanisms, инфраструктура/ infrastructure, законодательство/ legislation.

Получив большое распространение в мире, государственно-частное партнерство зарекомендовало себя как один из возможных и эффективных механизмов по привлечению субъектов частного предпринимательства к реализации общественно значимых проектов. Такое партнерство является относительно новым явлением в мировом хозяйстве, и отражает процессы усложнения и расширения форм взаимоотношения государства и бизнеса.

Использование механизмов государственно-частного партнерства предоставляет множество преимуществ и для государства, и для бизнеса. Для частного сектора открываются новые инвестиционные возможности, источники доходов, возможность участия в крупных проектах. ГЧП предполагает использование ресурсного и интеллектуального потенциала бизнеса в сферах традиционной ответственности государства.

Анализ опыта применения ГЧП в странах с разным уровнем социально-экономического развития показал, что такое партнерство успешно применяется в транспортной (автодороги, железные дороги, аэропорты, порты, трубопроводный транспорт) и социальной инфраструктуре (здравоохранение, образование, туризм), ЖКХ (водоснабжение, энергоснабжение, газоснабжение и т.д.), в других сферах (оборона, объекты военной сферы) [6, с. 2].

На постсоветском пространстве сама возможность партнерских отношений между государством и бизнесом до начала текущего столетия казалась маловероятной. В советское время государство, при руководящей роли партии, исполняло роль строгого, но рачительного опекуна, заботящегося об ускорении роста, перестройки экономики и т.п., с развитием же либеральных реформ наметилась противоположная тенденция – освобождение экономики от прямого государственного вмешательства, доминировавшего в экономической стратегии, из-за слабости механизмов экономического регулирования в условиях спада во второй половине 90-х годов. Вследствие этого взаимовыгодное партнерство между государством и бизнесом было признано

необходимым элементом государственной политики только в начале 2000-х гг., когда в экономической жизни страны стал насущным переход от экономики, основанной на эксплуатации сырьевых отраслей, к экономике знаний и развитию высоких технологий. В результате первостепенное значение приобрели вопросы, касающиеся четкого законодательного сопровождения развитию партнерства и определения самого понятия государственно-частного партнерства. Вопросы приобрели особую остроту при появлении признаков мирового финансового кризиса.

Страны СНГ находятся на разных стадиях внедрения института ГЧП. В Российской Федерации разработан Модельный Закон «Об участии субъекта Российской Федерации, муниципального образования в проектах государственно-частного партнерства» [3], на основе которого субъектами Российской Федерации в настоящее время принято порядка 47 собственных законов. В июле 2013 года Глава Республики Казахстан подписал Закон «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по внедрению новых форм государственно-частного партнерства и расширения сфер их применения», направленный на создание условий для дальнейшего развития государственно-частного партнерства и реализации инвестиционных проектов в области науки, высоких технологий, социальном секторе и жилищно-коммунальном хозяйстве. До принятия этого закона развитие ГЧП осуществлялось на основе Закона Республики Казахстан «О концессиях». В октябре 2010 года вступил в силу Закон Украины «О государственно-частном партнёрстве» – закон, отразивший точку зрения украинского государства по поводу принципов, форм и условий взаимодействия бизнеса и государства [2]. В Белоруссии специальный закон о ГЧП отсутствует. В конце 2013 года в Совет Министров Беларуси внесен проект закона о государственно-частном партнерстве. В России, Казахстане и Украине созданы специализированные структуры, занимающиеся вопросами, связанными с установлением ГЧП. В России – это «Центр развития ГЧП», Казахстане – «Казахстанский центр государственно-частного партнерства», Украине – «Украинский центр содействия развитию публично-частного партнерства». В начале 2014 года Министерство экономики Беларуси приступило к созданию Национального центра государственно-частного партнерства (ГЧП), который будет координировать работу по внедрению ГЧП на уровне министерств, региональных органов управления и организаций по привлечению инвестиций. Во всех этих странах ГЧП предполагает, что не государство подключается к проектам бизнеса, а, наоборот, государство приглашает бизнес принять участие в реализации общественно значимых проектов. Наряду с этим, разрыв между этими странами в темпах развития государственно-частного партнерства постепенно увеличивается. В Республике Казахстан, Украине и в Российской Федерации механизмы ГЧП усложняются, растет число инвестиционных проектов, реализуемых на основе партнерских соглашений государства и бизнеса. А Белоруссии процесс внедрения ГЧП находится на начальной стадии.

Среди наиболее часто используемых механизмов для осуществления проектов ГЧП в России можно выделить соглашения, арендные отношения, договор управления, особые экономические зоны, концессии, совместные предприятия [4, с. 14]. В отличие от РФ, в Казахстане на сегодняшний день применяется только одна форма государственно-частного партнерства – концессии [1, с. 9], но данная форма создана для масштабных проектов. В июле 2013 года президент Республики Казахстан подпи-

сал закон «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по внедрению новых форм государственно-частного партнерства и расширения сфер их применения». Поправками предлагается внедрение новых моделей и видов ГЧП, таких как строительство, эксплуатация и передача проекта; смешанные контракты; использование объекта концессии, находящегося в частной собственности для предоставления общественных услуг. Самой распространенной формой сотрудничества между государственным и частным секторами в Украине является концессия. Кроме того, на сегодняшний день реализуются проекты с применением других форм ГЧП: договоры аренды и о долевом участии. В Российской Федерации, в Республике Казахстан, в Украине и Белоруссии власть при помощи ГЧП надеется привлечь частные инвестиции в первую очередь в инфраструктуру и ЖКХ, то есть в отрасли, которые испытывают огромную потребность в модернизации ввиду своей изношенности.

Взаимодействие государства и бизнеса в этих странах строится так, чтобы правительство в более полном объеме выполняло возложенные на него функции, в том числе и социальные. Если в Республике Казахстан и в Белоруссии в роли главного партнера выступает только государство, то в Российской Федерации это может быть один из регионов, отдельная госкомпания. Кроме того в России более широкий перечень объектов, на которые может распространяться ГЧП.

Государственно-частное партнерство инициирует привлечение финансовых и управленческих ресурсов частного сектора в решение проблем, связанных с зонами своей ответственной деятельности, реализацией крупномасштабных по времени и капитальным вложениям проектов в сфере здравоохранения, образования, развития инфраструктуры [1, с. 16]. При этом отношения партнерства базируются на положениях, регулируемых не только в рамках гражданского права, но включают также нормы социальной ответственности и доверия. Вместе с тем, материализация целей партнерства обеспечивается посредством механизмов договорного права, конкретных инвестиционных проектов.

Принципы оценки эффективности государственно-частного партнерства включают: обязательность оценки и наличия стандартов, соответствие комплексу исходных требований к характеристикам проекта (приемлемость, реализуемость, наличие конкурентной среды, устойчивость результатов и др.), альтернативность и гибкость в выборе и корректировках форм взаимодействий и механизмов реализации, обоснованное разделение рисков, планомерное повышение требований к качеству результатов проекта [5, с. 24].

В числе проблем, которые требуют решения, можно назвать: накопление и систематизация опыта партнерских проектов; развитие конкурентной среды на рынке партнерских проектов; формирование системы стандартов и регламентов процедур взаимодействий; создание и актуализация баз данных параметров, включаемых в расчеты; модификация программно-технических средств и обучение пользователей из государственных структур методологическим основам оценки эффективности партнерства и технологии обоснования решений [7, с. 23].

Как показал имеющийся опыт, основными проблемами, с которыми сталкиваются участники ГЧП, возникают на стадии планирования проектов и заключаются в следующем:

– длительные процедуры (от появления идеи до начала реализации проекта ГЧП может пройти несколько лет);

– высокие требования, предъявляемые для получения отдельных видов господдержки;

– наличие небольшого опыта у государственных органов в планировании проектов концессии;

– непроработанность механизмов обеспечения коммерческой привлекательности социальных проектов, которые не генерируют доход за счет потребителей услуг.

В настоящее время страны СНГ переживают этап становления института ГЧП, что позволяет правительствам своевременно учесть приграничную специфику реализации инвестиционных проектов на принципах ГПЧ и вывести его на наднациональный уровень. В этой связи ГЧП можно рассматривать как юридически оформленное на определенный срок взаимовыгодное сотрудничество органов (организаций) публичной власти и субъектов предпринимательской деятельности в отношении объектов, находящихся в сфере непосредственного государственного интереса и контроля, а также публичных услуг, осуществляемых государством. Данное сотрудничество предполагает объединение ресурсов и распределение рисков между партнерами, осуществляемое в целях наиболее эффективной реализации проектов, имеющих важное государственное и общественное значение.

Литература

1. Программа по развитию государственно-частного партнерства в Республике Казахстан на 2011 – 2015 годы от 29 июня 2011 года № 731 / Правительство Республики Казахстан. – офиц. док. – Астана, 2011. – 33 с.
2. Закон Украины «О государственно-частном партнёрстве» №2404-VI от 1.07.2010 г. (редакция 02.12.2012) / Верховная Рада Украины. – офиц. док. – К. : Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2010. – N 40. – ст.524.
3. Модельный закон «Об участии субъекта Российской Федерации, муниципального образования в проектах государственно-частного партнерства», разработанный Экспертным советом по законодательству о государственно-частном партнерстве Комитета по экономической политике и предпринимательству Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации. // <http://www.ppp-lawrussia.ru/fzd/mod-zak.htm>.
4. Воротников А. Организация управления проектами государственно-частного партнерства / А. Воротников // Государственная служба. – 2010. – № 3. – С. 12-15.
5. Максимов А. А. Формы государственно-частного партнерства в современных российских условиях / А.А. Максимов // Политика и общество. – 2011. – № 1. – С. 22-26.
6. Паздников М. Государственно-частное партнерство: суть и понятие [Электронный ресурс] // <http://politmanagement.ru>.
7. Снельсон П. Государственно-частные партнерства в странах с переходной экономикой [Электронный ресурс] // <http://www.ebrd.com>.



Безрукова Н.В.

доцент, к.е.н.,

Полтавський національний технічний університет

ім. Ю. Кондратюка

БРЕНД ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ КОМПАНІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Ключові слова: бренд/brand, глобалізація/globalization, зовнішній ринок/
foreign market.

Глобалізація товарних ринків, зміна векторів і загострення міжнародної конкуренції, гармонізація ключових регулятивних механізмів світової торгової системи, суперечливі процеси соціально-культурного розвитку, що формують нові моделі поведінки споживачів на цільових закордонних ринках, об'єктивно обумовлюють необхідність удосконалення технологій міжнародної маркетингової діяльності, зокрема формування та розвитку брендів. Проблематика створення та просування брендів на світовому ринку вимагає, з одного боку, наукового вирішення теоретичних питань брендинга в глобальному середовищі, а з другого – розвитку адекватного сучасним особливостям міжнародного бізнесу інструментарію посилення конкурентних позицій та створення потенціалу довгострокового успіху на світовому ринку суб'єктів міжнародної економічної діяльності.

Бренди є найціннішим активом компанії. Сильні бренди можуть створити і підтримати конкурентну перевагу, сприяти зростанню доходу; скоротити потреби в інвестиціях при виході на нові ринки; створити диференціювання, яке дозволяє компаніям зменшити ризик бізнесу тощо.

Бренд – це невід'ємний компонент нематеріальних активів компанії, які формують значну частину її ринкової вартості, та одночасно являє собою важливе джерело інформації для покупців. Бренд – складний інститут, теоретичне осмислення якого дозволить, з однієї сторони, оцінити рівень цивілізованості економіки, а з іншої – виявити проблеми, що пов'язані з необхідністю вдосконалення політики

держави у галузі використання антимонопольного законодавства. Ефективність сучасної економіки певною мірою визначається можливістю своєчасно отримувати повну та достовірну інформацію про наявність товару та його властивості. Бренди є одним з головних засобів формування та надання такої інформації.

Сьогодні, в умовах глобальної економічної кризи, основною проблемою більшості компаній є те, що їх продукція не знаходить на ринку відповідного попиту, що неминуче призводить до певних втрат. І один з основних шляхів вирішення даної проблеми є створення і розвиток брендів, які можуть привабити покупців, надати їм гарантію якості товару, та створити певний емоційний зв'язок між фірмою та споживачами.

Бренд не є юридичним інструментом, оскільки являє собою набір відчуттів споживачів по відношенню до товару. Бренд – це послідовний набір функціональних та емоційних обіцянок цільовому споживачу, які являються унікальними, мають велике значення для покупця та задовольняються через комплекс маркетингу (тобто продукт, ціна, комунікаційна політика, розповсюдження). Бренди створюються як інструмент впливу на психо-емоційну сферу людини, на її підсвідомість з метою підвищення ефективності збуту продукції. Кваліфікований бренд-менеджер вміє в прямому значенні «грати» на почуттях потенційних клієнтів, зачіпаючи глибинні приховані бажання. Тому маркетинг ХХІ ст. є переважно психологічним маркетингом, що впливає, в першу чергу, на емоційні потреби споживачів, яким стає все важче орієнтуватися у великій кількості конкуруючих товарів та послуг, що пропонуються виробниками різних країн.

На даний час, коли на світовому ринку пропозиція перевищує попит, і поняття інновації стало майже ілюзією, важко створити щось нове, щоб привернути увагу вибагливого покупця. Слід відмітити і той факт, що вплив реклами сьогодні постійно зменшується, іноді неякісна рекламна кампанія може навіть принести збитки компанії. І покупці достатньо легко переключаються з одного продукту на інший. Можна навіть спостерігати наступну тенденцію – чим більше організацій конкурують на ринку, тим менше споживачі розрізняють їх, і як наслідок цього – вимушена концентрація, злиття, що безперечно призводить до зміни бренд-стратегії.

Тому для того, що запобігти подібних ситуацій, необхідно компанії сконцентруватися на певний джерелах конкурентних переваг, а саме:

Надання привілеїв споживачам за допомогою концепції цінності бренду, корпоративного іміджу. Тобто необхідно чітко розуміти, що люди купують, як правило, не товар сам по собі, а вигоди, які він їм надає.

Концентрація зусиль фірми на витратах, що приносять додаткову вартість, взаємозв'язки зі споживачами.

Збільшення ефективності ланок постачання: мережеве управління, швидкість реагування, низьковитратні постачальники.

Бренд – це невід'ємна частина ринкової економіки. Завдяки рекламній активності фірм, бренди сприяють розповсюдженню інформації про якість товарів, що виробляються, зменшуючи «дистанцію» між продавцем та покупцем. У зв'язку з цим проблеми створення брендів виходять зараз на перший план і особливо актуальні для країн, ринкові економіки яких тільки починають формуватися, та компаній, які виходять на світовий ринок, де відбувається конкуренція не товарів, а брендів за місце у свідомості споживачів.

РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕГУЛИРОВАНИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Высокая значимость международной торговли для развития мирового хозяйства обусловила создание мировым сообществом специальных международных регулирующих организаций, усилия которых направлены на выработку правил, принципов, процедур осуществления международных торговых сделок и контроля за их исполнением государствами – членами этих организаций. Особую роль в регулировании международной торговли выполняют многосторонние соглашения, действующие в рамках: ВТО (Всемирная торговая организация).

Торговая политика России, как и любого другого государства, имеет своими целями обеспечение не дискриминации национальных производителей товаров и услуг на рынках других стран и их защиту посредством торгово-политических мер как на внутреннем рынке страны, так и на внешнем рынке. Именно поэтому, членство в ВТО позволяет избавиться торгово-экономической отстраненности от признанных стандартов ведения бизнеса и торговли, дает возможность активизировать экономическую деятельность компаний на внешних рынках, что в свою очередь, будет содействовать росту политического влияния России в этих странах. После 17 лет попыток вступить во Всемирную торговую организацию Россия стала полноправным 156-м членом ВТО 22 августа 2012 года. Такая длительность переговорного процесса имеет свое объяснение. Россия – шестая по размерам экономика мира (по паритету покупательной способности), восьмой по значению рынок планеты. Интерес к такому рынку, входящих в категорию рынков развивающихся, имеющих потенциал роста, объективно испытывают многие корпорации и фирмы стран ВТО. Правительства этих стран, учитывая интересы национальных производителей, стремились в ходе переговоров добиться наиболее благоприятных условий их доступа на внутренний рынок России, максимального снижения имеющихся торговых барьеров. Российская делегация, со своей стороны, добивалась сохранения такого уровня тарифной и нетарифной защиты отечественных производителей товаров и услуг, который был бы оптимален для развития каждой отрасли и подотрасли производства. Вступление в ВТО – это переход экономики России на новый, качественно высший уровень функционирования экономической системы. Поэтому, на сегодняшний день, очень актуальным становится вопрос о влиянии членства в ВТО на российскую экономику.

Конкретными целями присоединения России к ВТО можно считать следующие:

- 1) получение лучших по сравнению с существующими и недискриминационных условий для доступа российской продукции на иностранные рынки;
- 2) доступ к международному механизму разрешения торговых споров;

3) создание более благоприятного климата для иностранных инвестиций в результате приведения законодательной системы в соответствие с нормами ВТО;

4) расширение возможностей для российских инвесторов в странах – членах ВТО, в частности в банковской сфере;

5) создание условий для повышения качества и конкурентоспособности отечественной продукции в результате увеличения потока иностранных товаров, услуг и инвестиций на российский рынок;

6) участие в выработке правил международной торговли с учетом своих национальных интересов;

7) улучшение имиджа России в мире как полноправного участника международной торговли.

Вступив в ВТО, Россия приняла на себя ряд обязательств. Среди них – постепенное снижение ставок импортных и экспортных пошлин на все товары. Исключение – нефть и природный газ. Ставки вывозных пошлин в отношении нефти и нефтепродуктов будут рассчитываться по особой формуле, аналогичной применяемой в настоящее время. На природный газ ставка экспортной пошлины останется на прежнем уровне – 30%. Сохранятся также тарифные квоты на ввоз мяса. Предусмотрено сокращение объема внутренней поддержки сельского хозяйства (9млрд. руб. до 2013г., постепенное снижение к 2018 г. до 4,4 млрд. руб.). Россия открывает иностранным компаниям доступ на внутренний рынок услуг. По ряду секторов (реклама, исследования рынка, консультационные услуги в сфере управления и др.) ограничения для зарубежных организаций сведены к минимуму. Может применяться лишь недискриминационное внутреннее регулирование (например, лицензирование, аттестация, аккредитация).

Преимущества:

Пакет соглашений ВТО является фактически единым универсальным многосторонним торговым договором. Первое из полученных Россией от присоединения к этому договору преимуществ – правовая защита российских экспортеров, гарантируемая нормами и правилами ВТО. Это относится к обеспечению на рынках стран-членов ВТО режима наибольшего благоприятствования и национального режима в отношении отечественных экспортеров, защите российских товаров от дискриминационных внутренних налогов и таможенных сборов, свободе транзита, недискриминационному применению всей гаммы технических, санитарных и фитосанитарных мер, гарантиям против произвольного использования других торгово-политических средств, включая квотирование, антидемпинговые и компенсационные меры.

Второе преимущество членства в ВТО состоит в том, что оно позволяет Российской Федерации использовать механизм разрешения споров и конфликтных ситуаций, эффективно действующий в ГАТТ/ВТО уже длительное время. Россия сейчас имеет право, если к тому есть основания, ставить вопросы о пересмотре 72 ограничительных мер, применяемых различными странами против отечественных товаров, общий ущерб от которых Минэкономразвития России оценивает примерно в 2 млрд долл. в год.

Еще один выигрыш от участия в ВТО заключается в том, что оно открыло перед нашей страной возможность участвовать в переговорах по развитию правовых основ международной торговли, чего ранее она была лишена. Сейчас такие перегово-

ры ведутся в рамках Дохийского раунда развития и, очевидно, будут продолжаться в будущем. Неучастие в этих переговорах поставило бы Россию в фактическую изоляцию от развития мировой торговой системы и лишило бы ее возможности отстаивать и защищать свои национальные экономические интересы так, как это делают члены ВТО.

Присоединившись к ВТО, Россия получает ряд реальных дополнительных возможностей обеспечивать защиту своих торгово-политических интересов.

Одно, из полученных Россией преимущество связано с самим характером ВТО. Ее участники образуют так называемую международную торговую систему, базой которой является во многом унифицированное правовое пространство. Присоединившись к ВТО, Россия получает легитимный выход на это правовое пространство и международно-правовую защиту, гарантируемую нормами ВТО. Это относится к фиксации в отношении РФ режима наибольшего благоприятствования и национального режима, защиты российских товаров от дискриминационных внутренних налогов и таможенных сборов, свободы транзита, гарантиям против произвольного использования других торгово-политических средств. Такая международно-правовая защита в конечном итоге будет содействовать развитию отечественной внешней торговли и продвижению российских интересов за рубежом. Другое преимущество членства в ВТО состоит в том, что оно позволит России использовать механизм разрешения споров и конфликтных ситуаций, эффективно действующий уже длительное время. Еще один несомненный выигрыш заключается в том, что вступив в ВТО, Россия будет полноправно участвовать в новых переговорах по развитию правовых основ международной торговли, в ходе которых, исходя из собственных национальных интересов, сможет оказывать реальное влияние на выработку будущих многосторонних соглашений, регулирующих мировую торговлю и сопряженные с ней сферы международного экономического взаимодействия.

Таким образом, присоединение к ВТО дает России дополнительные возможности для противодействия дискриминации отечественных производителей на внешних рынках.

Оптимизация

Задача оптимизации членства в ВТО сводится к тому, чтобы встроить национальную экономику в мировую для получения максимальных выгод при минимальных социальных издержках. Решение этой задачи возможно, но требует, помимо глубокого знания документов ВТО, обновления производственных мощностей и развития международной специализации отечественного хозяйства на основе использования существующих и новых конкурентных преимуществ, применения всех разрешенных и полуразрешенных возможностей эффективной поддержки отечественных предпринимателей и средств защиты интересов населения. Не случайно стать членами ВТО стремятся все страны, и никто не покидает ее, несмотря на предельно простую технологию выхода.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что вступление России в ВТО не грозит разрушительным и деструктивным влиянием на экономику в целом, хотя в ряде отраслей можно ожидать возникновения трудностей. Впереди у государства и бизнеса период адаптации к деятельности в рамках норм и правил ВТО. Но переходный период дается присоединившимся странам как раз для того, чтобы государственный

аппарат и предприниматели смогли научиться работать в соответствии с принципами открытой и справедливой торговли. Только четкая стратегия экономического развития страны позволит ощутить в полной мере преимущества полноправного членства в данной организации за счет использования широкого спектра инструментов внешнеторговой политики, предусмотренного правовой системой ВТО.

Список использованной литературы

1. Абдуллин Р. Профиль России в мировой экономике в свете ее обязательств по вступлению в ВТО // Общество и экономика. – 2012. – № 5. – С.65-77.
2. Барсукова С.Ю. Присоединение России к ВТО: неизбежные потери и возможные приобретения для агробизнеса // Вопросы статистики. – 2013. – № 3. – С.76-81.
3. Дюмулен И.И. Всемирная торговая организация. Экономика, политика, право. М.: ВАВТ, 2012. 358 с.
4. Ершов М. Условия финансово-кредитной конкурентоспособности России после вступления в ВТО // Экономист. – 2013. – № 5. – С.18-26.
5. Красавина Л.Н. Проблемы обновления концептуальных основ регулирования внешнеэкономических рисков России в условиях интеграции в мировую экономику и членства в ВТО // Деньги и кредит. – 2013. – № 9. – С.10-16.
6. Медведков М.Ю. О присоединении России к Всемирной торговой организации // Деньги и кредит. – 2012. – № 2. – С.3-6.
7. Медведков М.Ю. Россия в рамках ВТО некоторые актуальные вопросы // Деньги и кредит. – 2013. – № 8. – С.3-4.
8. Оболенский В. Россия в ВТО: обязательства, возможности, риски // Мировая экономика и междунар. отношения. – 2012. – № 6. – С.59-69.
9. Оболенский В.П. Присоединение к ВТО: катастрофические прогнозы не оправдываются.//Российский внешнеэкономический вестник.- 2013. -№1. – С. 5-9.
10. Сабельников Л.В. Возможности оптимизации членства России в ВТО // Российский внешнеэкономический вестник. -2013. -№2. -С.3-12.
11. Чернова Г.В. Влияние вступления РФ в ВТО на российскую экономику через ее страховой сектор // Страховое дело. – 2013. – № 1. – С.20-24.

УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ У КОНТЕКСТІ РЕГІОНАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

У статті розглянуто наукові підходи до удосконалення фінансово-кредитної політики у контексті регіональних трансформацій.

Ключові слова: фінансово-кредитна політика, зовнішньоекономічна політика, міжнародні кредитно-фінансові організації.

Keywords: financial and credit policy, foreign policy, international monetary and financial organizations..

Характер та обсяги взаємодії України з міжнародними суб'єктами фінансово-кредитної політики, які є кредиторами України, зумовлюються різноплановими факторами. Головними з них виступають умови розвитку реального сектору – адже саме вони зумовлюють об'єктивні рамки позичально-боргових відносин на міжнародному рівні; значну роль стосовно тих або інших конкретних акцій відіграє внутрішня логіка механізму прийняття рішень у сфері грошово-кредитної політики.

Зважаючи на різні фактори, нині не дивує зростання ступеня національної залежності від надходжень коштів з-за кордону. З цією залежністю слід очікувати й посилення контролю з боку суб'єктів-джерел зовнішнього кредитування над процесами здійснення структурної реформи та удосконалення фінансово-кредитної політики в Україні. Зокрема міжнародними кредитно-фінансовими організаціями розробляються власні стратегії взаємодії з країнами світу. Ці стратегії можуть мати різні хронологічні орієнтири, але типовим для них є надання пріоритетності до програмних розробок середньострокової дії.

Особливим аспектом боргової політики України є регіональне співробітництво, яке здійснюється інколи не спеціалізованими кредитно-фінансовими інститутами, а загальноекономічними організаціями та органами регулювання дво- та багатостороннього співробітництва. Однією з подібних установ є Національне агентство України з питань розвитку та європейської інтеграції (засновано Указом Президента України № 357/98 від 23 квітня 1998). В колі компетенції агентства крім тих питань, які органічно впливають з його функціонального призначення (міжвідомча координація з питань міжгалузевого економічного та соціального співробітництва України з ЄС тощо), знаходяться й цілі активної взаємодії з кредитно-фінансовими установами Євросоюзу, зокрема сприяння залученню кредитів, грантів, іноземних інвестицій.

Слід підкреслити що, особливо складні проблеми постають не на рівні розподілу повноважень між спеціалізованими державними інститутами, а при налагодженні взаємодії цих інститутів з міжнародними, кредитно-фінансовими організаціями та відповідними вповноваженими зарубіжними структурами. Особливу напругу в міжнародних контактах з приводу зовнішніх запозичень викликає

той факт, що можливість виконання Україною зовнішніх боргових зобов'язань на сьогодні є необхідність отримання нових кредитних ресурсів, а також одержання позитивних рішень кредиторів з питань реструктуризації наявного боргу.

Резюмуючи викладене, треба відзначити, що, на жаль, найбільш використовувана модель залучення та використання кредитно-фінансових коштів, що надходять до України з-за кордону, визначається урядовою стратегією максимального збільшення обсягів фінансових надходжень від зарубіжних джерел і міжнародних кредитно-фінансових організацій. Не дивно, що вже через кілька років після початку подібної політики в Україні виникли ознаки того, що створюється фінансова піраміда, коли здатність держави до обслуговування раніше зроблених кредитів потрапила в залежність від можливості оперативного залучення нових. При цьому незалучення таких нових кредитів або навіть ненадання чергового траншу в рамках вже оголошених кредитних ліній може від тепер стати приводом до серйозних фінансових потрясінь та навіть національного дефолту. Це потребує серйозного діалогу із кредиторами, метою якого повинний стати такий перегляд боргових зобов'язань держави, який привів би до приведення платежів у відповідність з реальними можливостями держави здійснювати їх, не загрожуючи довгостроковим інтересам її соціально-економічного розвитку. Реально це могло б означати довгострокову реструктуризацію боргу при зменшенні обсягів виплат з його обслуговування.

Крім того, зазначимо, що важливими складовими політики зі забезпечення кращих передумов розв'язання боргової кризи в Україні, а також аспектами монетарної стратегії є комплекс заходів, спрямованих на покращання умов співробітництва з приватними кредиторами, міжнародними фінансовими організаціями, оптимізація митно-тарифної політики, гарантування економічної безпеки держави.

Зважаючи на сьогоднішні українські умови, державна політика повинна переслідувати такі загальні цілі та відповідати наступним принципам:

- недоторканність національного суверенітету;
- свобода підприємництва у зовнішньоекономічній сфері при регулятивній ролі держави;
- безумовне дотримання законів суб'єктами зовнішньоекономічної підприємницької діяльності та їх рівність перед законом;
- верховенство закону в регулюванні зовнішньоекономічної діяльності;
- захист інтересів національного товаровиробника як на території України, так і за її межами;
- еквівалентність міжнародного товарообміну, неприпустимість нечесної конкуренції та демпінгу при вивезенні та ввозі товарів та послуг.

При цьому обов'язковими «технічними» вимогами проведення державою зовнішньоекономічної політики мають бути:

- створення як мінімум дзеркальних умов у торговельних відносинах України із іншими державами, які вдаються до необґрунтованих обмежень щодо імпорту товарів з території України, з метою попередження або припинення дискримінації українських виробників з боку окремих іноземних урядів. Як свідчить світова практика, рівень митно-тарифного захисту для того щоб бути ефективним, має бути поміркованим — не більше 10—15% і в усякому разі (крім випадків відвертої дискримінації з боку іноземних держав) не повинен перевищувати 30%, оскільки надмірні митно-тарифні

ставки та нетарифний протекціонізм можуть спричинити погіршення конкурентних умов у країні та застосування відповідних міжнародних санкцій;

– розробка нової редакції Єдиного митного тарифу України, який має детально визначити принципи диференційованого підходу щодо митно-тарифного регулювання імпорту в залежності від того, чи виробляється товар вітчизняними виробниками на «недостатньому, достатньому чи надлишковому рівні», механізм застосування специфічних та комбінованих ставок мита на товари так званого «некритичного імпорту», систему митно-тарифного захисту сільськогосподарського виробництва в державі, зокрема шляхом застосування сезонного мита;

– розробка графіків поступового зниження рівнів митного обкладання імпорту з доведенням їх протягом 5—7 років до рівнів, визначених домовленостями в рамках ГАТТ/СОТ;

– розробка інших елементів нормативно-правової бази регулювання митно-тарифної політики, які, зокрема, передбачають перехід до запровадження уніфікованих ставок акцизного збору та скасування положень чинного порядку обчислення акцизу і ПДВ (згідно з такими нормативами передбачається сплата «податків з податків»), тобто перехід до нарахування податків безпосередньо на вартість товару без податків, а акцизу — на фізичну одиницю виміру кількості товару, оскільки невідрегульованість відповідних операцій або їх неналежне регулювання спричиняє погіршення конкурентних умов на вітчизняному ринку та, відповідно до цього — погіршення рівня економічної безпеки як окремих виробників, так і, більш опосередковано, держави в цілому;

– наслідування в митно-тарифній політиці критеріїв конструктивного балансу між вимогами ГАТТ/СОТ, яка є зацікавленою в зниженні ставок мита (для України майже вдвічі — з 6,3% до 3,9%) та усуненні нетарифних обмежень з пріоритетами розвитку вітчизняної промисловості;

– більш активна робота з проведення консультацій та переговорів з метою розширення спектра пільг для України як для держави з транзитивною економікою, переслідуючи мету забезпечення для України міжнародно-торговельних умов з ряду позицій не менш сприятливих, ніж для країн, що розвиваються;

– домовленість із міжнародними кредитно-фінансовими інститутами про товарне погашення заборгованості (хоча при цьому слід визнати, що таку модель набагато важче застосовувати з країнами Заходу, ніж, припустимо, з країнами близького зарубіжжя, передусім Росією та Туркменістаном);

– розробка графіків поступового зниження рівнів митного обкладання імпорту з доведенням їх протягом кількох років до рівнів, визначених домовленостями в рамках ГАТТ/СОТ;

– подолання бартеризації зовнішньої торгівлі, через яку Україна втрачає значні обсяги фінансових коштів;

– забезпечення належного рівня надходжень до державного бюджету і тим самим — наповнення реальними результатами для досягнення ефективної стратегії уряду щодо стабілізації макроекономіки.



Миронов Ю.Б.

старший преподаватель кафедры менеджмента
Львовской коммерческой академии

ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ МЕТОДОЛОГИИ СОСТАВЛЕНИЯ БАНКОВСКИХ РЕЙТИНГОВ

Ключевые слова / Keywords: банковская деятельность / banking, банковские рейтинги / bank ratings, принципы / principles.

Банковская деятельность сопровождается возможностью различных потерь вследствие операционных, рыночных, макроэкономических и других рисков как для самих банков, так и для их клиентов, инвесторов, поэтому потенциальные пользователи банковских услуг требуют систематизированной, полной и достоверной информации, чтобы выбрать действительно надежный банк. Весомым критерием при принятии управленческого решения о надежности банковского учреждения является банковский рейтинг. Независимо от методологических подходов, методика присвоения рейтинга в банковской деятельности должна основываться на таких методологических принципах: прозрачность, доступность, единство подхода ко всем объектам оценки, гибкость. Соблюдение указанных методологических подходов будет способствовать повышению прозрачности рынка банковских услуг, росту его эффективности [1, с.73].

Разные пользователи рейтинговой информации, в зависимости от своих целей, могут иметь свои специфические требования к методологическим принципам построения банковских рейтингов. Например, инвестор или вкладчик банка с краткосрочным инвестиционным горизонтом будет требовать, чтобы методология рейтингования была оперативной, то есть, чтобы рейтинги отражали текущее финансовое состояние и выставлялись как можно чаще, например, один раз в квартал, что позволит такому инвестору оперативно перемещать свои средства в более надежных финансовых учреждениях, избегая рисков потери средств. Долгосрочный инвестор будет требовать, чтобы методология рейтингования банков базировалась на

принципе стабильности, это значит, что банковские рейтинги не должны изменяться под воздействием краткосрочной конъюнктуры рынка, пересмотр рейтингов должен происходить только через четыре года, как это принято в международной практике. Долгосрочный инвестор потребует отражения в банковских рейтингах долгосрочных перспектив банка. Таким образом, методология составления банковских рейтингов будет зависеть от того, какие нюансы желают видеть пользователи в рейтинговой информации. Вторую группу требований пользователей к содержанию и качеству рейтинговой информации можно назвать специфической, поскольку конкретный перечень таких требований к методологии составления банковских рейтингов зависит от специфики целей пользователей. Для примера рассмотрим возможный перечень специфических требований к рейтинговой информации:

1) Представление рейтингов в виде иерархии. Такой подход, с математической точки зрения, позволяет вводить в структуру рейтинга приоритеты, которые в числовой форме отражают приоритетность всех составляющих рейтинга на всех уровнях иерархии. Приоритеты могут варьироваться в зависимости от субъективно-го отношения и приоритетности того или иного вида риска;

2) Принцип репрезентативности. Большинство рейтингов структурируются в виде доминантной иерархии, на нижних уровнях которой стоят оценки объекта рейтингования по отдельным критериям. Именно выбор этих критериев в первую очередь обуславливает ценность рейтинга из-за его адекватность реальности. С теоретической точки зрения выбор критериев должен согласовываться с положениями базовых финансовых теорий, а с практической – согласовываться с практическими наблюдениями;

3) Принцип комплексности. Рейтинговая система должна позволять учитывать различные аспекты в различных объектов рейтингования. Например, при составлении рейтинга надежности депозитов нужно учитывать то, что одно финансовое учреждение может иметь финансовую поддержку материнской структуры, а другое – нет;

4) Принцип адекватности агрегирования составляющих рейтинга. Основной математической проблемой при построении рейтинговых конструкций является проблема корректного агрегирования значений показателей по отдельным составляющим в совокупный рейтинг. Основными аспектами при этом выступают: учет или неучет синергетического эффект, потеря информации при ее «сжатии» до агрегированного рейтинга; взаимозависимость составляющих рейтинга, что может приводить к неоднократному учету одного и того же фактора влияния, влияние субъективных факторов на процедуры агрегирования. Аспект, связанный с синергетическим эффектом, проявляет себя в том, что определенный набор значений отдельных показателей может в реальности порождать более высокий рейтинг, чем линейная сумма показателей. Аспект, связанный с потерей части информации при ее «сжатии», проявляет себя в том, что с математической точки зрения мы переходим в пространство меньшей размерности. Взаимозависимость составляющих рейтинга заключается в том, что значения одних показателей, включенных в рейтинг, могут существенно зависеть от других. Таким образом, один и тот же показатель из-за влияния на другие может учитываться несколько раз. Например, корреляция между общими активами банков и совокупной величиной кредитов юридическим

лицам может достигать 80%. Одним из эффективных математических способов оперирования в подобных ситуациях является метод главных компонент. Сущность его заключается в переходе к новым составляющим рейтинга, которые являются некоррелированными;

5) Принцип соответствия между рейтингом и степенью финансового риска. Принципиальным отличием использования рейтингов для оценки финансового риска от других целей является плотная привязка к вероятности банкротства;

6) Принцип верифицируемости рейтинга заключается в возможности потенциальной проверки адекватности рейтингов объектов рейтингования до значений мер риска. То есть должны существовать эффективные процедуры, на основе которых мы можем проверять это соответствие во времени. Это требование является приоритетным для портфельных инвесторов, которые осуществляют финансовые инвестиции в большое количество различных активов, соответственно они согласно закону больших чисел могут точно рассчитать рискованность своих операций и сопоставить эти показатели с рейтингами [2, с.231-235];

7) Принцип оперативности рейтинга. Он заключается в том, что рейтинги должны регулярно обновляться с изменением состояний объектов рейтинговой оценки;

8) Принцип стабильности рейтинга, который заключается в том, что рейтинг должен отражать долгосрочную перспективу объекта рейтинговой оценки и не зависеть от временных конъюнктурных колебаний в экономике .

Таким образом, специфические требования пользователей рейтинговой информации определяют конкретный перечень методологических принципов построения банковских рейтингов в зависимости от потребностей пользователей рейтинговой информации.

Литература

1. Боярко И.М. Методологические особенности оценки кредитных рейтингов в банковской деятельности / И.М. Боярко, Л.Л. Гриценко, Л.А. Могилина // Вестник Украинской академии банковского дела. – 2010. – №1. – С.68-73.
2. Яблоков А.И. Рейтинговое моделирование банковских рисков / А.И. Яблоков // Сборник научных трудов МНУЦ ИТиС. – 2009. – Вып.14. – С.229-245.

ПРИМЕНЕНИЕ МОДЕЛИ УИЛСОНА НА ПРИМЕРЕ ЗАО «МЕЛЕУЗОВСКИЙ МОЛОЧНОКОНСЕРВНЫЙ КОМБИНАТ».

Запасы различного рода играют важнейшую роль при функционировании любой экономической системы и возникают практически во всех звеньях народного хозяйства.

Ни одно производственное предприятие не может существовать без материально-производственных запасов. От их объема и уровня в значительной мере зависят результаты коммерческой деятельности предприятия.

Управление запасами направлено на повышение рентабельности и скорости обращения вложенного капитала.

Задача управления запасами возникает, когда необходимо создать запас материальных ресурсов или предметов потребления с целью удовлетворения спроса на заданном интервале времени (конечном или бесконечном). Для обеспечения непрерывного и эффективного функционирования практически любой организации необходимо создание запасов. В любой задаче управления запасами требуется определять количество заказываемой продукции и сроки размещения заказа.

Цель данного исследования – применение модели Уилсона на примере ЗАО «Мелеузовский молочноконсервный комбинат».

ЗАО «Мелеузовский молочноконсервный комбинат» – крупнейшее предприятие по производству и переработке молока и молочной продукции, яркий представитель молочной отрасли. Вид деятельности комбината - производство сухих молочных продуктов, цельномолочной продукции, масла животного.

Управление качеством, построенное на принципах ХАССП, признается во всем мире как оптимальная и эффективная форма контроля качества и безопасности продуктов питания.

Ассортимент вырабатываемой продукции включает более 30 наименований.

На сегодняшний день комбинат перерабатывает более 80 тысяч тонн молока и занимает лидирующие позиции по производству сухих молочных продуктов в России.

Ежедневно комбинат, занимающийся производством молочной продукции, выпускает и отправляет в санаторий на каждого человека по 200 г. кефира. В течение смены длительностью 24 дня в санатории отдыхают 83 человека. Кефир пакуется в пакеты по 0,5 л (6 руб./шт) и 1 л (10 руб./шт) и доставляется транспортом санатория в течение 2 часов. Срок годности кефира ограничен 5 днями. Его хранение в холодильниках санатория обходится в среднем в 12 коп. за 1 л. в сутки. Стоимость оформления и доставки заказа составляет 54 руб. Необходимо организовать поставку кефира в санаторий в течение одной санаторной смены, учитывая в затратах на УЗ цену покупки кефира.

Решение задачи:

Входные параметры модели Уилсона

- 1) v – интенсивность (скорость) потребления запаса, [ед. тов. / ед. t];
- 2) s – затраты на хранение запаса, [руб./ед.тов.* ед. t];
- 3) K – затраты на осуществление заказа, включающие оформление и доставку заказа, [руб.];

4) t_d – время доставки заказа, [ед.t].

Выходные параметры модели Уилсона

- 1) Q – размер заказа, [ед. тов.];
- 2) L – общие затраты на управление запасами в единицу времени, [руб./ед.t];
- 3) t – период поставки, т.е. время между подачами заказа или между поставками, [ед.t];

4) h_0 – точка заказа, т.е. размер запаса на складе, при котором надо подавать заказ на доставку очередной партии, [ед. тов.].

Формулы модели Уилсона

$$Q_w = \sqrt{\frac{2Kv}{S}}$$

где Q_w – оптимальный размер заказа в модели Уилсона;

$$L = K * \frac{v}{Q} + S * \frac{Q}{2}$$

$$\tau = \frac{Q}{v};$$

$$h_0 = vt_d$$

Уравнение общих затрат для ситуации, когда учитываются затраты на покупку товара, имеет вид

руб./ед.[t],

$$L = K * \frac{v}{Q} + S * \frac{Q}{2} + cv,$$

где c – цена товара [руб./ед. тов.]; cv – затраты на покупку товара в единицу времени [руб./ед.t]. В случае постоянной цены товара ее учет не меняет оптимального решения Q_w .

Потребление кефира в день:

$$200\text{гр} * 83\text{ч} = 16600\text{гр} = 16,6\text{л. в день}$$

Рассчитаем v – интенсивность потребления запаса

$$16,6\text{ л.} * 24\text{ дня} = 398,4\text{л.} \approx 398,5\text{ за смену}$$

1. Оптимальный размер:

$$Q_w = \sqrt{\frac{2Kv}{S}} = \sqrt{\frac{2 * 54 * 398,5}{0,12 * 24}} = \sqrt{\frac{43038}{2,88}} = \sqrt{14943,75} = 122,24 \approx 122,5$$

Поскольку число пакетов должно быть целым, то будем заказывать по 122,5 л.

2. Подачу каждого нового заказа должна производиться через

$$\tau = \frac{Q}{v} = \frac{122,5}{398,5} = 0,3 \text{ т.е каждый } 7,2 \approx 8 \text{ дней}$$

Но срок годности кефира ограничен 5 днями, тогда предположим, что τ – через каждые 5 дней, то $\tau = 0,2$ (5/24) Поскольку известно, что в данном случае смена равна 24 дня.

Тогда $Q = \tau * v = 0.2 * 398.5 = 79.9 \approx 70$

3. Затраты на смену (учитывая цены):

$$L = K * \frac{v}{Q} + S * \frac{Q}{2} + cv$$

Кефир на молокозаводе пакуется в пакеты по 0,5 л (6 руб./шт) и 1 л (10 руб./шт) по 0,5 л. (6 руб./шт)

$$L = 54 * \frac{398,5}{70} + 2,88 * \frac{70}{2} + 12 * 398,5 = 307,41 + 100,8 + 478,2 = 5190,21$$

по 1 л (10 руб./шт)

$$L = 54 * \frac{399}{70} + 2,88 * \frac{70}{2} + 10 * 399 = 307,8 + 100,8 + 3990 = 4398,6$$

4. Заказ следует подавать при уровне запаса, равном

$$h_0 = vt_D = \frac{398,5}{24} * 0.08 \text{ дн} = 1,32 \text{ шт.}$$

Таким образом, было определено, что потребление кефира в день составляет 16,6 л. Интенсивность потребления – 398,5 за смену. Заказ будет производиться через 8 дней по 122,5 л. Затраты за смену составляют 5190,21 по 0,5 л. (6 руб./шт) и 4398,6 по 1 л (10 руб./шт). Заказ следует подавать при уровне запаса, равном 1,32 шт.

Список использованной литературы:

1. Алесинская Т.В. Учебное пособие по решению задач по курсу экономико-математические методы и модели. Таганрог 2002г.- 132с.
2. Афанасьев М.Ю., Суворов Б.П. Исследование операций в экономике: модели, задачи, решения: Учеб. пособие. – М.:ИНФРА – М, 2003.- 444с.
3. Н.Ш.Кремер, Б.А. Путко., Исследование операций в экономике: Учебн. пособие для вузов./; Под ред. проф. Н.Ш.Кремера. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 407 с.

EXPLORATION AND ANALYSIS OF FINANCING STAGES FOR STARTUPS

Keywords: startup, financing, stage, ramp-up phases, pre-launch phase, bridge financing, burgeoning, crowdfunding.

Software startups are more popular than ever and growing in numbers. They operate under conditions of extreme uncertainty and face plenty of challenges, underlined by their high failure rate. Hence, these are necessary conditions for establishing start-up businesses.

This work follows a theoretical analysis to describe the stages of financing for startups and examined the concept of crowdfunding, which is relatively a new trend in alternative financing for them.

A startup presents a higher risk investment than a mature business. The mature business has assets for collateral and a known cash flow that allows investors and lenders to assess business risk. By its nature, the risk profile of a startup is much more difficult to assess. The importance of focusing on early stage and expansion stage financing and the various phases within each stage is to understand the unique business and financing characteristics at each of phases.

The seed phase, also known as the pre-commercialization stage, is the proof-of-concept stage in which a business idea is tested for its viability. At this stage, the basic research may have been completed, but the commercial capabilities are not yet proven. Generally, a formal business entity has not been formed because the decision of whether to move forward with creating a business has not been decided.

The pre-launch phase occurs after the decision has been made to move forward with the creation of a business. In this phase, the foundation for the business is created. This phase usually requires substantially more funding than the seed state. Depending on circumstances, angel investors may be interested in providing funding at this stage. The first step in this phase is to create a legal entity for the business. The legal entities will define the boundaries of how the business will operate. Then the business founders may search for and acquire land and facilities in which to operate the business. Along with this is the acquisition of equipment and other assets needed for business operations.

During the startup phase, also known as the launch phase, production is initiated and sales occur. It is characterized by hiring employees and establishing the products in the marketplace. Financing for the startup phase involves bridge financing from the time the pre-launch phase is funded until operations commence, sufficient working capital for the smooth operation of the business, funding of any losses during the startup phase and contingency funds in case of an unexpected interruption in the startup process. Funding for the pre-launch stage and the start-up phase may occur at the same time.

First-stage financing, also known as the ramp-up phase, is the final phase in early stage financing. It is characterized by ramping up production and sales. Ramping up the business by increasing sales is an indication of success because the company's business model is being validated. Business volume may be approaching break-even and profitability is within sight. If the company achieves profitability in the startup phase or shows clear signs of being able to achieve profitability in the ramp-up phase, venture capitalists may be interested in financing this phase.

This financing follows first-stage financing and provides working capital for the initial expansion of a business that is producing and shipping product and has growing accounts receivable and inventories. Although the company has made progress, there are instances in which it may not yet be profitable. This is provided for major expansion of a company that has an increasing sales volume and is profitable.

Bridge financing involves filling a time gap between when expenditure is made and returns are generated. It is usually provided by commercial banks. As startups move through the early and expansion stage of their lifecycle and approach the late stage of the startup phase, the degree of risk decreases for investors and so does the potential for return going forward. A burgeoning new source of financing for startups in the seed stage phase is just beginning to emerge and is known as crowdfunding.

Although crowdfunding, (known as crowdsourcing), has served the financial needs of charitable causes, bands, authors, and non-profit initiatives for some time. Crowdfunding is basically pitching a business idea to the general public and asking for donations to help bring your idea into reality. An entrepreneur can bypass the venture capitalists and angel investors and get directly in contact with the regular internet users asking for small amounts of capital from many of them.

So, this work has attempted to explain stages of financing for startups and examined the concept of crowdfunding, which is relatively a new trend in alternative financing for them.

Literature:

1. Don Hofstrand Financing Stages for Start-up Businesses. – Available at: <http://www.extension.iastate.edu/agdm/wholefarm/pdf/c5-91.pdf>.
2. Robert T. Goldberg An Introduction to Startup Financing and a New Approach to Attracting Capital Resources. – Available at: http://www.startupfactory.co/pdf/SUF_capital_fin.pdf.
3. Karish Manchanda, Pushkala Muralidharan Crowdfunding: a new paradigm in start-up. – Available at: <http://www.theibfr.com/INTERNET/HI102813631-PROC.pdf>.

ЭФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ МАЛИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ

Ключові слова/Keywords: сервісний сектор/service sector, мале підприємство/small business, вдосконалення механізму управління/improve management mechanism.

Досліджено стан сфери громадського харчування і його особливості. Розкрито питання ефективного функціонування сфери громадського харчування, вдосконалення механізму управління, використання сучасних форм і методів управління. Проаналізовано специфіка, проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва сектора громадського харчування на сучасному етапі господарювання.

Розвиток сучасного суспільства характеризується глибокими динамічними змінами системного характеру. Змінюються державні, політичні та економічні форми, впроваджуються нові соціальні та виробничі технології. Всі ці процеси істотно підвищують значимість управління в складно організованих соціальних системах і в сучасному виробництві [3,с.12].

Малий бізнес пом'якшує наслідки структурних змін в економіці, швидко адаптується до мінливих вимог ринку, вносить істотний внесок у регіональний розвиток, має здатність до генерації та використання технічних і організаційних нововведень. Органічно пов'язаний з великим бізнесом він є основою сталого розвитку країни та підвищення конкурентоспроможності її економіки. Особлива роль малому бізнесу відводиться у розвитку сфери послуг, яка виступає свого роду індикатором оцінки рівня розвитку економіки будь-якої країни.

Сфера громадського харчування відрізняється від інших секторів економіки виконанням трьох, нерозривно пов'язаних функцій – виробництво продукції, її реалізація та організація споживання. Крім того, сьогодні, громадське харчування, як окремий сегмент ринкової економіки в рівній мірі вирішує як економічні, так і соціальні завдання. Умови функціонування громадського харчування визначають особливості формування моделі управління даним сегментом ринкової економіки регіону [1,с.111].

Початок ринкових реформ змінив форму власності більшості підприємств громадського харчування, і перспективи їх розвитку потребують узгоджених відносин з регіональними органами управління. На даному етапі відбулося перерозподіл прав і обов'язків регіональних адміністрацій та трансформував їх вертикальні взаємовідносини, з одного боку, з федеральними органами влади, з іншого – з підприємницькими структурами. Разом з тим, потреба в державному регулюванні структури мережі, кадрового забезпечення, контролю за якістю продукції і послуг залишається. У цих умовах реальним інструментом об'єднання інтересів регіональних органів управління і підприємств громадського харчування може стати новий механізм управління їх діяльністю [2,с.26].

Вирішення соціально-економічних завдань, що стоять перед громадським харчуванням вимагає різних заходів впливу регіональних органів управління з метою підтримки балансу між усіма елементами системи управління регіоном і забезпечення умов розвитку підприємств.

Сфера громадського харчування як найбільш динамічно розвивається складова частина сервісного сектору відіграє все зростаючу роль в житті сучасного суспільства і кожної людини. Це забезпечується, насамперед, зміною технологій переробки продуктів харчування, розвитком комунікацій, засобів доставки продукції та сировини, інтенсифікацією багатьох виробничих процесів. Громадське харчування є однією з найважливіших соціально-економічних складових рівня розвитку суспільства. В системі громадського харчування ринкові відносини отримали найбільший розвиток і сприяють формуванню ефективного механізму задоволення потреб населення в послугах з організації громадського харчування [4, с.126].

В даний час місія підприємств громадського харчування полягає в задоволенні персоналізованих потреб населення не тільки в послугах з організації харчування, але і по організації дозвілля та відпочинку населення. З'являється таке поняття як кейтерінг доставка в офіс, на підприємство готових страв і розгортання слабкий їдальні або буфету; підігрів страв і прибирання посуду здійснюється обслуговуючим виїзним персоналом [6, с.106].

Сучасний ринок громадського харчування можна розглядати як систему економічних відносин виробництва, купівлі-продажу продукції, товарів і послуг з організації споживання, в рамках якої формуються попит, пропозиція і ціна. Фактично в даний час підприємства галузі і утворюють ринок громадського харчування, який є складовою частиною сфери громадського харчування та споживчого ринку в цілому, але характер його формування та характеристика основних категорій (попиту, пропозиції і ціни) мають свої відмінні риси, що обумовлено виконанням трьох взаємопов'язаних функцій: виробництвом, реалізацією та організацією споживання.

В результаті виконання трьох взаємопов'язаних функцій громадське харчування одночасно надає населенню послугу як у матеріальній (кулінарна продукція), так і в нематеріальній (організація харчування) формі, яка і є об'єктом попиту. При цьому головну роль відіграє цінність послуги для споживача. Товар або послуга мають цінність тільки тоді, коли задовольняють потребу покупця. Цінність є суб'єктивною величиною, її існування залежить від сприйняття і специфічних потреб покупця [7, с.53].

Одне із завдань бізнес-планування полягає в перетворенні маркетингової стратегії і прогнозів попиту, пов'язаних з довгостроковим плануванням, в загальні вимоги до обсягу діяльності. Ці вимоги згодом служать основою для короткострокового розподілу (або розукрупнення) загального обсягу діяльності на індивідуальне обслуговування.

Змінюється зміст функцій, що виконуються підприємствами громадського харчування. Поряд з виробничою, торговою функціями і функцією організації харчування необхідно виділити таку функцію громадського харчування як «організація дозвілля та соціальних заходів населення», так як ефективність, конкурентоспроможність підприємств безпосередньо залежить від виконання цієї функції [8, с.352].

Індустрія послуг громадського харчування, як правило, є сферою, де якість обслуговування невіддільне від якості постачальника послуг. Висока контактність

означає, що продаж послуг відбуваються в процесі зустрічі покупця і постачальника послуг. Постачальник послуги привносить в результат обслуговування якусь матеріальність, що виражається у створенні купівельного досвіду, заснованого на тому, що покупець бачить виконавця послуги, який веде себе впевнено, професійно дає поради під час обслуговування і прислухається до зауважень і вимогам покупця, використовує сучасне обладнання та інструменти. Всі дані елементи є видимими для покупця при покупці невидимою послуги і тому створюють враження впевненості в тому, що послуга буде виконана і покупець буде задоволений. Таким чином, виконавець послуги стає як би частиною результату обслуговування, частиною самої послуги. Якість послуги зв'язується з якістю постачальника. І отже, виникає проблема створення якісного виконавця [9, с.120].

У Київському регіоні підприємства на ринку громадського харчування працюють в умовах досить щільного конкурентного оточення. Інтенсивне зростання обсягів виробництва продукції, відкриття нових точок, збільшення обороту бізнесу призводять не завжди до пропорційного збільшення операційного прибутку та підвищення рентабельності компанії. Дана обставина пов'язана з наступними причинами:

- Збільшення потенційних точок фінансового контролю, зниження прозорості та керованості бізнесу;
- Збільшення кількості персоналу, що має не завжди належний рівень професійної підготовки;
- Зростання зловживань на місцях;
- Зниження коефіцієнта оборотності грошових коштів;
- Недотримання технології переробки продуктів харчування, зниження стабільності якості продукції;
- Збільшення накладних витрат, пов'язаних з різким збільшенням обсягів виробництва на старих (не розрахована на подібний об'єм) виробничих площах;
- Вилучення грошових коштів з обороту для відкриття нових точок збуту, поява касових розривів у діяльності виробничих підприємств [2, с.26].
- Так підприємства, розташовані у великих містах, так і регіональні компанії стикаються з одними і тими ж проблемами, що впливають на конкурентоспроможність їх продукції та послуги. До них відносяться:
 - Низький рівень санітарно-гігієнічних умов на виробництві;
 - Відсутність системи входного контролю якості сировини;
 - Брак виробничих площ;
 - Відсутність ефективного механізму управління матеріальною собівартістю продукції (за рахунок управління технологіями переробки);
 - Відсутність вільних коштів в обороті компанії;
 - Відсутність ефективних механізмів стимулювання персоналу (з перевагою нематеріальних систем мотивації);
 - Низький рівень кваліфікації виробничого і управлінського персоналу;
 - Відсутність ефективного використання можливостей систем автоматизації бізнесу;
- Практика «заморожування» грошових коштів внаслідок неправильного розрахунку закупівлі продукції.

Проведена регіональною владою політика щодо поліпшення інвестиційного клімату поступово сформує достатньо сприятливі умови, для розвитку інноваційного підприємництва. До числа основних напрямків діяльності влади з формування інвестиційного клімату можна віднести: вдосконалення регіонального інвестиційного законодавства; надання інвесторам пільг різного характеру; забезпечення інвестиційної відкритості та привабливості регіону; формування інвестиційної інфраструктури.

Методи, якими регіональні влади можуть впливати на хід економічного розвитку, можна поділити на три складові: формування сприятливих умов для розвитку ділової активності; регулювання ділової активності в регіоні; забезпечення державно-приватного партнерства [4,с.63].

До першого методу відносять розвиток ринкової інфраструктури, наявність землі та відповідних прав на неї для розвитку нових видів бізнесу, розвинені транспорт, зв'язок. При використанні другого методу адміністрація створює умови для формування спонукальних мотивів у підприємців до діяльності (тут використовуються податкові пільги, субсидії, гарантії). Третій метод, досить складний у виконанні, але дуже перспективний.

Особливе місце в управлінській системі розвитку та підтримки бізнесу належить спеціальним фінансовим інститутам і механізмам фінансової підтримки підприємництва. Ефективним способом досягнення стійкості малих підприємств на фінансовому ринку є інститути консультаційних та інформаційних послуг у сфері кредитної та інвестиційної діяльності, оскільки всередині окремої організації ці питання не можуть бути вирішені на належному рівні через відсутність кваліфікованого персоналу.

Список використаних джерел:

1. Ваганов К., Кириченко О. Стратегія розвитку малого та середнього бізнесу в Україні // Актуальні проблеми економіки.– 2008.– №1. – С. 103-118.
2. Калашников А.Ю. Кафе, бари, ресторани: організація, практика і техніка обслуговування. – К.: Проспект, 2005. – С. 19-32.
3. Кучер Л.С., Шкуратова Л.М., Організація обслуговування громадського харчування: Підручник. – К.: Ділова література, 2002. – С. 12-17.
4. Марцин В.С. Економіка торгівлі: Підручник. — 2-ге вид., випр. і доп. — К.: Знання, 2008. —603 с.
5. Нікуленкова, Т.Т. Проектування підприємств громадського харчування / Т.Т. Нікуленкова, Г.М. Ястіна. – К.: Колос, 2007. 247 с.
6. Перелигіна Л Б Сучасний погляд на підприємництво Препринт-СПб. Вид-во ГОУ ВПО «ЛОІЕФ», 2005
7. Робертсон Р. Глобалізація: часопростір і гомогенність-гетерогенність / Роланд Робертсон // Глобальні модерності / за ред.. М. Фезерстоуна, С. Леша, Р. Робертсона ; пер. з англ. Т. Цимбала. – К. : Ніка-Центр, 2008. – С.48–72. – (Серія «Зміна парадигми»; вип. 12).
8. Сватулюк О.Р. Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. Випуск 15. – Львів: ЛКА, 2004. – С.351-356
9. Федонін О. С., Репіна І. М., Олексюк О. І.Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2003. – С.116-136.

КОНКУРЕНТНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ПИВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Ключові слова/ Keywords: розвиток/development, підприємства/ enterprise, переробна галузь/ processing industry, конкурентні переваги/competitive advantages, ринок пива в Україні/the beer market in Ukraine.

Для України, як для аграрно-промислової держави важливе значення має розвиток пивоварної галузі, в якій спостерігаються багатовекторні інтеграційні процеси та зростання конкурентної боротьби. Все це зумовлює необхідність розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства як на внутрішньому так і на зовнішньому ринку.

А також необхідно зазначити, що діяльність підприємств є недостатньо ефективною, тому для країни в цілому досить актуальним є пошук шляхів розвитку суб'єктів господарювання, як економічної бази держави. Особливо це стосується формування організаційної структури підприємства. Вона повинна спрямовуватися на забезпечення ефективної діяльності підприємства, на здійснення та запровадження нових, а також зміну старих підходів до управління організацією.

Дослідженням проблеми галузі пивоваріння в Україні і світі та їх конкурентними можливостями займалися вчені-економісти зокрема: В.Г. Андрійчук, В.І. Бойко, В.Н. Гончарова, Л.В. Гринів, Г.М. Дроздова, В.М. Мазур, М.В. Місюк, І.П. Мойсеєнко, П.Т. Шпичак та ін. Проблеми, пов'язані з формуванням організаційної структури, а також її удосконаленням, як засобу покращення розглядали такі науковці, як Баранов В.В, Донцова О.О, Непорожній Ю.О., Онищук Р.С., Рузмайкіна І.В. та інші.

Аналізуючи ринок пива в Україні, слід зауважити, що на сьогодні на ринку пива України діє більше 50 підприємств, але лідерство між собою розділяють чотири пивоварних холдинги, що займають 95,3% загального обсягу виробництва пива: Sun Inbev («САН Інтербрю Україна», Десна-Чернігів, Рогань-Харків, Янтар-Миколаїв), «Оболонь», Baltic Beverages Holding (Славутич-Запоріжжя, Арсенал –Київ, Львівська броварня), SABMiller («Сармат», Донецький пивоварний завод). Також на ринку працюють пивоварні заводи меншого масштабу, що виробляють близько 0,4 млн. дал пива в рік: АТЗТ «Родомишль», «Пивзавод на Подолі», «Запорізький пивзавод No1», «Бердичівський пивзавод», «Микулинецький пивзавод «Бровар», об'єднання «Хмельпиво», «Уманьпиво», Лисичанський пивзавод, «Ніжинський пивзавод», Одеський завод «Гамбринус», Ровенський пивзавод та ін [4,с.6].

Як показують результати досліджень в конкурентну боротьбу також активно втрутилися середні й малі пивзаводи, які в останні роки перебували в досить нестабільному положенні через відсутність засобів для успішного конкурування з великими броварниками. Зараз вони шукають споживачів на нових сегментах ринку. Це відбувається за рахунок виведення на ринок оригінальних, не властивих

для ринку, сортів пива – наприклад, не фільтрованого, крижаного, безалкогольного, фруктового, «живого» пива.

Ринок «живого» пива в Україні сильно диференційований по виробниках (більше 70 брендів) і невеликих по частці (менш 1%), з погляду маркетингових зусиль підприємств по побудові й просуванні бренду, мало витратний канал збуту продукції. Але він більшою мірою перспективний для тих підприємств, у яких не вистачає ресурсів для побудови бренду для виходу в мережний роздріб [10, с.222].

Враховуючи олігополістичний тип ринку, відносно подальшого розвитку структури ринку пива слід припустити можливість витіснення з нього середніх за потужністю компаній. У цьому прибутковому бізнесі в перспективі залишається декілька великих гравців. Однак це не виключає існування паралельно з ними невеликих заводів, що практично не впливають на структуру ринку, але вносять різноманітність в асортимент пива на регіональному рівні.

Проводячи політику стримування зростання цін на продукцію в умовах жорсткої конкурентної боротьби підприємства також змінювали також структуру виробництва пива в різних видах тари. За останні роки значно збільшилось використання РЕТ пляшок та кегів, а використання скляних пляшок зменшується.

Пивна галузь має значний експортний потенціал. Експортується близько 10% виробленого в Україні пива. Проте залежність пивоварної галузі від імпоротної сировини, розмірів митних зборів веде до зменшення обсягів експорту.

Обсяг імпорту пива в Україні незначний і складає близько 1% ринку в натуральному та близько 2% у вартісному виразі. Причому більше половини ринку імпортного пива України належить Росії, а самим великим імпортером є «Балтика». Частка цієї компанії становить 68% від загального обсягу імпорту пива. Інші 32% приблизно рівномірно розділяються між Бельгією, Чехією, Великобританією, Німеччиною, Іспанією. Впродовж останніх років зберігається чітка тенденція до зростання імпорту пива [1, с.53].

Розвиток пивоварної галузі в Україні є досить перспективним. Проте існують певні проблеми на українському ринку пива, але їх легко подолати шляхом покращення ефективності державного регулювання. Розвитку пивоварної галузі та посиленню конкуренції на ринку пивоваріння України сприяло б подальше збільшення обсягів виробництва високоякісного солоду.

Для цього потрібно реконструювати та модернізувати існуючі солодовні та ввести в дію нові, що потребує значних капіталовкладень. Окрім технічної модернізації солодового виробництва важливою є проблема налагодження власної сировинної бази, а саме: розробки та реалізації довгострокових програм вирощування високоякісного пивоварного ячменю. До проблем галузі пивоваріння можна віднести також й проблему нестійкості та недосконалості українського законодавства, яка негативно впливає на розвиток всіх напрямків цієї галузі. І, як наслідок, з'являється великий тіньовий ринок з виробництва та реалізації різноманітних фальсифікатів, що зменшує надходження до бюджету [3, с.80].

Середнесприятливих тенденцій вітчизняного ринку варто виділити зниження темпів зростання ринку через низьку платоспроможність як торгових посередників, так і кінцевих споживачів, сезонність попиту, високий рівень валютного ризику, збільшення акцизного збору, загрозу несприятливої зміни законодавства тощо. На

сьогоднішній день український внутрішній ринок пива знаходиться все ще в стадії розвитку, а мережі реалізації практично всіх великих та середніх виробників – у стадії розбудови.

Ефективність управлінських рішень багато в чому залежить від оптимальної організаційної структури, її ієрархії, рівня централізації і децентралізації. Тому формування організаційної структури – це важливий аспект діяльності підприємства. Вона потребує створення апарату управління, який має максимально відповідати стратегічним планам, забезпечувати ефективну взаємодію із зовнішнім середовищем і сприяти досягненню поставлених цілей [7,с.224].

Харчова промисловість є однією з галузей української промисловості, що розвиваються найбільш швидкими темпами. І тому необхідно враховувати часті, а подекуди й різкі зміни на підприємствах галузі. Особливо в пивоварній галузі, так як пиво – це продукт сезонного споживання.

На організаційну структуру управління підприємством здійснюють вплив зміни як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Останнім часом ринок пива України характеризується бурхливим розвитком, і, як наслідок, великою конкуренцією.

На сьогоднішній пивна галузь складається із 4 великих компаній: ПАТ «Оболонь» (87283 тис. дал), ПАТ «ПБК «Славутич» (80730,7 тис. дал), ПАТ «Сан ІнБев Україна» (104756,5 тис. дал), ПрАТ «Саб Міллер-Брендз Україна» (16357,1 тис. дал.). Інші 15 872,7 тис. дал. продукції (5,2%) випускають самостійні пивоварні підприємства, до числа яких належить ПАТ «Фірма «Полтавпиво». Обсяг виробництва даного підприємства за 2011 рік становить 1092,2 тис. дал пива [6, с.12].

До найбільш важливих конкурентних переваг підприємств, а можна віднести якість продукції, термін реалізації та кількість торгових марок. Слабкими сторонами підприємств є невелика потужність заводу, мала частка ринку, а також дещо за висока середня ціна на продукцію. Щоб втриматися на ринку і підвищити рівень конкурентоспроможності, підприємству необхідно покращити ці показники [9,с.133].

Дана стратегія передбачає виконання певних цілей, серед яких: створення стійкої платформи для розвитку бренду в довгостроковій перспективі, оптимізація торгового портфелю, виведення бренду на лідируючі позиції в фокус-регіонах. Оскільки намічені цілі досить важко досягти, якщо у відділі працюватиме лише маркетолог і фахівець із розширення ринків збуту. Тим більше, що маркетолог охоплює більший спектр функцій, тоді як фахівець із розширення ринків збуту спеціалізується лише на збуту продукції.

Отже, перед українськими виробниками пива стоїть ряд завдань, вирішення яких дозволить ефективно функціонувати їм на пивоварному ринку. Запозичення іноземних технологій та певних елементів маркетингової політики виведе українську галузь пивоваріння на новий рівень, відкриє нові ринки збуту та розширить коло споживачів.

Список використаних джерел:

1. Білоног Т.В. Аналіз пивоварної галузі України та її роль у забезпеченні сталого розвитку економіки / Т.В Білоног // Економіка та управління національним господарством – 2012. – No 6. –С. 51-54.

2. Донцова О.О. Оцінка ефективності та удосконалення організаційної структури підприємства за умов розвитку конкурентного середовища / О.О. Донцова, В.В. Баранов // Тези доповідей студентів і магістрантів на XLV науковій конференції 19 травня 2011 року. – Кіровоград:КНТУ, 2011.– 1079 с.
3. Ємцев В.І. Конкурентоспроможність підприємств та проблеми її розвитку у пивоварній промисловості / В.І. Ємцев // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності – 2011. – Випуск 2. – С. 78-83.
4. Ємцев В.І. Сучасний стан та проблеми ринку пива України / В.І. Ємцев // Галузеві проблеми, події, заходи. – 2011. – № 5. –С. 4-7.
5. Муляр Т.С. Ефективність управління діяльністю підприємств галузі хмелярства / Т.С. Муляр // Агросвіт. – 2010. – № 23. – С. 33-37.
6. Мурилович С. А. Деловой журнал / С. А. Мурилович // Виробники пива – 2012. – №13 – С. 12.
7. Непорожній Ю.О. Проектування організаційних структур управління підприємствами харчової промисловості / Ю.О. Непорожній // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво.–2006. – № 5.– С.221-225.
8. Онищук Р.С. Поняття організаційної структури управління суб'єкта підприємницької діяльності, як невід'ємного явища в процесі формування, діяльності і розвитку будь-якої організації (підприємства): [Електронний ресурс]. – Режим доступу:www.intkonf.org
9. Рузмайкіна І.В. Можливості розвитку організаційної структури управління підприємством – пріоритетні варіанти побудови / І.В. Рузмайкіна, О.М. Гай // Формування ринкових відносин в Україні. –2010.– №7/8(№7).– С.133-138.
10. Шостак В.М. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / В.М. Шостак, О.В. Зернюк // Науково-практичний журнал «Економіка Криму». – Сімферополь:ТНУ ім. В.І. Вернадського. – 2012. – №1(38)– С.221-225

ПРІОРИТЕТИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОСТІ В КОНТЕКСТІ ПОДОЛАННЯ НЕДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

У статті автором запропоновано підходи до удосконалення управління інноваційним розвитком промисловості України в умовах недосконалої конкуренції на мікро- та макrorівнях.

Ключові слова: інноваційний розвиток, управління, промисловість, недосконала конкуренція, ресурси, пріоритети, організаційна структура.

Keywords: innovative development, management, industry, imperfect competition, resources, priorities, organizational structure.

О.М. Кондрашов зазначає, що проведений ще 2003 року аналіз чинного законодавчого та нормативно-правового забезпечення переходу промисловості України на інноваційну модель розвитку показав, що близько сімдесяти документів мають ті чи інші недоліки і не вирішують проблеми комплексно [1, с. 65]. В Україні на законодавчому рівні прийнято цілу низку нормативно-правових документів, які регулюють дану сферу – Закони України “Про інноваційну діяльність в Україні”, “Про пріоритети інноваційної діяльності в Україні”, “Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки”, “Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій”, “Про наукові парки”, Державну цільову програму “Створення в Україні інноваційної інфраструктури” на 2009-2013 роки, Загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукомістких технологій, Державну програму розвитку техніки та технологій надвисоких частот на 2005-2009 роки, Концепцію Державної цільової науково-технічної програми розроблення і створення сенсорних наукомістких продуктів на 2008-2012 роки, Концепцію Державної цільової науково-технічної програми “Нанотехнології та наноматеріали” на 2010-2014 роки тощо. Прийняті акти не позбавлені багатьох суттєвих недоліків, таких як фрагментарність державної інноваційної політики, її певна несистемність, дублювання функцій багатьох органів і неврахування чинника недосконалої конкуренції, що є визначальним для української промисловості.

На основі аналізу проблем інноваційного розвитку промисловості України автором розроблені і сформовані наступні напрями удосконалення управління інноваційним розвитком промисловості в умовах недосконалої конкуренції:

у сфері управління створенням інновацій та їх комерціалізації. На макrorівні: впровадження систем маркетингового менеджменту на промислових підприємствах; розвиток спеціальних торговельно-посередницьких мереж, орієнтованих на збут промислової інноваційної продукції шляхом не лише їхнього розширення, але й підвищення рівня якості обслуговування; створення баз даних

спеціалізованої науково-технічної інформації на промислових підприємствах, що підвищує можливості промислових підприємств власними силами удосконалювати свою інноваційну продукцію; з урахуванням потенційного попиту налагодження кооперації між науково-дослідними інститутами, університетами та інноваційно активними промисловими підприємствами з приводу запуску у виробництво інноваційних розробок вітчизняних вчених; налагодження міжнародної економічної діяльності промислових підприємств шляхом включення їх у зарубіжні виробничі ланцюги продукування інноваційної продукції; ввести ефективні системи мотивування працівників на промислових підприємствах за прояви науково-технічної творчості, підвищення кваліфікації. На макрорівні: проведення державою політики міжгалузевого збалансування з одного боку наявних перспективних інноваційних технологій, а з іншого боку виробництв їх прикладання шляхом оптимізації системи зв'язків "наука-виробництво"; удосконалення правового захисту вітчизняних об'єктів інтелектуальної власності, більш детальна перевірка їх патентоспроможності і зменшення бюрократичності у процесі набуття суб'єктами таких прав; налагодження системи державних замовлень на перспективні наукові дослідження із залученням державних підприємств; перетворення інститутів НАН України, НДІ, ряду технічних університетів у генеруючу силу інноваційного розвитку промисловості України, повноцінну ланку промислового виробництва шляхом їхньої широкої взаємодії з інноваційно активними промисловими підприємствами; створення державою умов для стимулювання імпорту інноваційних технологій для впровадження їх у промислову сферу; підвищення рівня оплати праці науковців-інноваторів; модернізація промисловості як місця прикладання інновацій; широке залучення до участі в інноваційно-інвестиційних проектах приватного підприємництва, насамперед це стосується не так малоого і середнього бізнесу, як великого фінансово потужного бізнесу.

у сфері управління ресурсним забезпеченням інноваційного розвитку промисловості (збереження якості і кількості ресурсів, оптимального їх використання). На мікрорівні: забезпечення створення систем розвитку персоналу на промислових підприємствах (такі системи повинні включати навчання, стажування, підвищення кваліфікації, атестації); впровадження на промислових підприємствах зарубіжного досвіду з утворення і функціонування систем ресурсозберігаючого оперативного-тактичного менеджменту; розвиток новітніх організаційно-діяльнісних структур у промисловості. На макрорівні: міжгалузево збалансування інноваційного розвитку промисловості для оптимального комбінування факторів виробництва; підвищення якості вищої технічної освіти для підготовки вузькопрофільних спеціалістів-інженерів для пріоритетних галузей промисловості; зупинення "відпливу умів" через підвищення матеріального винагородження за інтелектуальну працю і підвищення її суспільного визнання; розвиток новітніх організаційно-просторових структур у промисловості; створення привабливих умов для притоку зарубіжних науковців насамперед у пріоритетних галузях; введення в дію технологій енергозбереження і оптимального ресурсовикористання; створення державного спеціального інноваційного фонду; активне залучення банківської системи до інноваційно-інвестиційних проектів через диференційовану систему пільг і преференцій; підвищення екологічних норм та поліпшення державного

контролю за їх дотриманням як запоруки збереження якості ресурсного потенціалу інноваційного розвитку промисловості.

у сфері вибору пріоритетів інноваційного розвитку промисловості. На мікрорівні: виділення пріоритетних напрямків інноваційної діяльності на кожному промисловому підприємстві; оптимізація ресурсного забезпечення відповідно до обраних напрямків; здійснення можливих злиттів і поглинань промислових підприємств з огляду на потреб недосконалої конкуренції, а з огляду досягнення синергійного економічного ефекту в тому числі і у сфері інноваційної діяльності. На макрорівні: вивчення зарубіжних ринків для аналізу попиту та виявлення потенціалу українських галузей промисловості та подолання умов недосконалої конкуренції; виділення найбільш конкурентоспроможних галузей та підприємств як пріоритетів для спрямування в ці галузі ресурсів інноваційного розвитку.

у сфері удосконалення організаційної структури управління інноваційним розвитком промисловості в умовах недосконалої конкуренції. На мікрорівні: вивчення і впровадження зарубіжного досвіду удосконалення організації діяльності інноваційних підрозділів на великих промислових підприємствах; створення на середніх промислових підприємствах інноваційних підрозділів; виділення працівників, які займатимуться координацією інноваційної діяльності на малих інноваційно активних промислових підприємствах. На макрорівні: створення окремого державного органу по боротьбі з корупцією та господарською злочинністю; створення на базі інноваційних центрів у регіонах, регіональних центрів трансферу інновацій регіональних центрів інноваційного розвитку; створення координаційних рад у регіонах та на державному рівні із залученням наукових кіл, представників бізнесу для обговорення шляхів удосконалення організаційної структури управління різних рівнів ієрархії; створення у складі профільних міністерств і відомств, діяльність яких має відношення до ресурсного забезпечення інноваційної діяльності, відповідних підрозділів.

у сфері трансферу інновацій. Як на мікрорівні, так і на макрорівні: формування попиту на вітчизняні інноваційні розробки; покращення технічного стану інфраструктури трансферу інновацій; підвищення рівня значущості українських розробок.

у сфері подолання недосконалої конкуренції у промисловості. На мікрорівні: забезпечення прозорого і цільового використання фінансових ресурсів на промислових підприємствах; зрозуміла персоналу промислових підприємств система їх матеріального винагородження. На макрорівні: забезпечення більш тісної координації зусиль між органами влади різних ієрархічних рівнів з метою подолання проявів недосконалої конкуренції; запровадження громадського контролю за діяльністю окремих органів державної влади по боротьбі з недосконалою конкуренцією.

В Україні в останні роки велика увага приділяється сфері удосконалення організаційної структури управління інноваційним розвитком промисловості. Проте найважливішою на даному етапі повинні стати сфери управління створенням інновацій та їх комерціалізації управління ресурсним забезпеченням інноваційного розвитку промисловості, а в межах даних сфер, враховуючи специфіку української економіки, чільне місце повинно належати врахуванню чинника недосконалої конкуренції та адекватному регулюванню з боку держави.

Література

1. Перспективні напрямки й можливі соціально-економічні наслідки диверсифікації інноваційного розвитку промисловості: монографія / О.І. Маслак. – Кременчук: Вид. ПП Щербатих О.В., 2010. – 168 с.
2. Шляхи інноваційного розвитку України / Д.В. Табачник (керівник авторського колективу), В.Г. Кремень, А.М. Гуржій, М.Ф. Гончаренко, В.О. Гусев, О.А. Мазур. – К.: “Людопринт”, 2004. – 544 с.

REGULATIONS DEFINING BUSINESS MACRO-ENVIRONMENT IN GEORGIA

The most important thing in the formation of business macro-environment consists in defining of regulations forming and guiding this environment, that is to say defining “the rules of the game”.

The range of interrelations between the power and business structures is wide and different enough. They are carried out within the framework, which may be defined as “an arena of interaction” between the economic and power structures. It implies the economic, institutional, organizational-legal and social space, wherein the business interactions with the central administration and municipal bodies are carried out.

From this point of view the legal norms regulating the organizational-legal, ownership, fiscal, labor and other relations are very important. The organizational-legal constituent of interrelations includes involving the business structures in the development process for the legislation framework. In particular, this may imply:

All business activities;

Regulation of private-ownership relations, tax assessment of production capital and revenues, foreign economic activity and mechanism of pricing.

Licensing of particular economic activities.

It is essential that according to the article 30 of the constitution of Georgia: “Labor shall be free. The state shall be bound to promote the development of free entrepreneurial activity and competition”. In addition, it is very important to business sector to ensure the constitutional prohibition on the imposition of any new state tax (except for excise) that is possible only by referendum (article 94).

Prior to the beginning of 2004, Georgia formed the modern institutional base of market economy. As from this period, the reforms implemented by government were often expressed in abolition of regulatory mechanisms for the State.

Along with abolition of other more or less important regulations, the Georgian state refused to introduce the labor market and competition-restricting measures, as well as food safety regulations regulations, abolition or restriction of which considerably worsened the economic environment. The view that all this served to the attraction of investments and influenced positively on the indicators of various ratings, in really caused numerous problems for economic development.

The process of registering as a business entity in Georgia is the necessary procedure for starting a business (entrepreneurial activities). Business registration in Georgia is associated with the simple procedures that takes only one day. In order to register a business, it is necessary to define the form of a business entity, which is different with its content, liabilities and responsibilities:

- registering of a business entity is compulsory and is carried out by the legal entity of public law – National Agency of Public Registry;
- existence of a business entity is determined by extract from register of

Table 1

Number of registered enterprises by organizational-legal status and ownership type (since 2008)

	2008	2009	2010	2011	2012
By organizational-legal status, in all	374440	412856	459077	511177	553692
Joint Liability Companies	2705	2726	2739	2744	2749
Limited partnerships	178	183	187	188	188
Limited liability companies	70646	78358	89604	103543	118531
Joint stock companies	2159	2179	2202	2251	2286
Cooperatives	2474	2483	2498	2521	2540
Branches of foreign enterprises	110	131	157	194	288
Individual entrepreneur	296177	326796	361690	399736	427110
By ownership type					
Non-state	372160	410565	456763	508814	551327
Private domestic person	368174	406307	451242	501044	539470
Private foreign person	1871	2014	2956	4764	8773
Private mixed	2115	2244	2565	3006	3084
State	2280	2291	2314	2363	2365

Source: www.geostat.ge

entrepreneurs and non-production (non-commercial) legal entities, which is available on the Agency's web-page;

- extract from public register, as any other electronically document available on the web-page of National Agency of Public Registry, has a legal force notwithstanding the fact that it does not contain seal and signature of the authorized person.

According to the current Tax Code, special beneficial tax regimes extend to the persons having micro and macro-business status, are no subject to income tax, and small business receives favorable tax treatment.

Georgian legislation defines small and medium businesses. It is noticeable that tax legislation in Georgia considers the business scale status in a different way; in particular, in 2011 a number of changes were made to tax legislation, which defined some special taxation regimes for different categories of taxpayers – the micro- and small business statuses of natural persons. It can be said that all this was a kind of incentive and stimulant measure for the entities having or applying for this status.

The mentioned regimes are considered as an alternative to income taxation. The micro-business status can be granted to natural persons, who does not use the labor of hired people and carry out economic activities independently, from which the total incomes to be received by them during the calendar year are no higher than GEL30000. In addition, they are not allowed to carry out different types of business activities, the list of which is determined by the Government of Georgia at the agreement with the Financial-Budgetary Committee of Parliament of Georgia.

As to small business, this status may be granted to entrepreneur natural persons, whose revenues obtained from economic activities during the calendar year are no higher than GEL100000. In addition, they are not allowed to carry out different types of business activities, the list of which is determined by the Government of Georgia. The same rule defines those types of revenues, which are no subject to a special taxation regime.

Over the last decade, the tax rates in Georgia has been considerably reduced (see the table 2)

Obtaining a license or permit for acting business in Georgia is necessary for carrying out those activities, which are regulated by the state and characterized by increased risk for human life or health, comprise specific national and public interests or are associated with the use of public resources.

There are the following types of licenses:

1. License for activities – the type of license, which is required for carrying out activities subject to licensing in compliance with legislation in force; license for activities is issued after the applicant has met requirements defined by legislation, and is associated with the entity; the demise or any other holdover of license for activities is prohibited.

2. User permit – the type of license, which is required for the use of public resources (e.g., minerals, forest resources, underground resources, etc.); the user permit is issued by auction rules and is associated with the entity; the holder of user permit is authorized to divide user permit and/or to transfer it in full or in part to another person, including by right of succession.

- general license – the right, when person is allowed to carry out such-like activities on the basis of a single general license, and is no liable for receiving individual licenses for each type of activities;
- special license – the right, when person is allowed to carry out some type of a particular licensing activity, such that not to obtain license for regulation of a wider range of activities.

Georgia pursues one of the most liberal trade policy in the world that implies simplified trade regime and customs procedures, low import tariffs and the minimum tariff regulation.

Georgia has one of the most liberal and competitive trade regime in the world. The import tariff rates are 0%, 5% and 12%.

In compliance with Georgian legislation in force, export or re-export from Georgia is exempt from customs duties; export is not subject to VAT.

In compliance with the country's legislation, there is no envisaged in external trade any kind of non-tariff restrictions (licensing, quoting, prohibitions, etc.) except in cases when it is necessary for health, safety and environment protection.

In 2013, the European Union and Georgia completed negotiations on Association Agreement (AA), including the Deep and Comprehensive Free Trade Agreement (DCFTA), and in the month of November of the same year the Agreement was initialed at the Vilnius Eastern Partnership summit.

It can be said that initialing of Association Agreement is of historical significance, since entering the largest and richest market in the world such as European Union's market, represents a high-power impulse for the development of Georgian business sector and export. The Deep and Comprehensive Free Trade Agreement envisages the trade in goods, including abolition or reducing of customs duties. In addition, it gives opportunities for accessibility to service market and improving the investment environment. The Agreement is aimed at maximal liberalization of trade, approximation of the regulatory policy in a number of spheres to European Union standards. The phasing out of current customs duties and regulatory barriers will allow: widening the range and improving quality of products and

Table 2

Tax Rates Applicable in Georgia

	Tax type	Rate
1	Income tax	20%
2	Profit tax	15%
3	Value added tax (VAT)	- is taxed by 18% – by rule of reverse taxation 18% the full costs of operation – at temporary import of goods – 0.54% of tariff costs
4	Excise tax	Excise goods are taxed by different excise rates
5	Import tax	Imported goods are taxed by import tax rates at 0%, 5% and 12%
6	Property tax	- no more than 1% of taxed property costs; – for families having income up to GEL 100 thousand – no less than 0,05% and no more than 0,2%; – for families having income GEL 100 thousand or higher – no less than 0,8% and no more than 1%.

services, enlivening competition and export, improving business environment, attracting investors, and at the same time – increasing the level of social, environment and consumer protection.

According to forensic studies, the Deep and Comprehensive Free Trade Agreement will considerably increase Georgia's export to European Union. In the long run, Georgia's gross domestic product (GDP) could grow by 4,2%, that is by €292 mln., if Deep and Comprehensive Free Trade Agreement is implemented and its results are reached in full measure.

Thus and so, over the last few years, the development state of the country's business environment has become a kind of the question under discussion, there is a certain difference of opinion on the the development state of business environment, although the positives are appeared unambiguously that will further improve economic and social situation in the country.

References:

1. The Constitution of Georgia
2. The Law of Georgia on National Agency of Public Registry, article 3.
3. Tax Code of Georgia
4. K. Gabelashvili – “The Wester Vector of International Trade: Analysis and Forecasts. Journal “Economics profile”, N13, 2013.
5. T. Shengelia – Business Administration, Tb., “Akhali Sakartvelo” publishers, 2008.
6. N. Khaduri – Studies of the results caused by real abolishment of market regulatory mechanisms. Economic Problems Research Center. Tbilisi, 2009.

