

досліджуваних систем, виявляти ключові проблеми їх розвитку, порівнювати альтернативні рішення на всіх рівнях програмних проробок.

Отже, вирішення поставлених перед квазіінтеграційними структурами проблем вбачається можливим, застосовуючи програмно–цільовий підхід в плануванні, що дозволить не тільки формулювати цілі структури, а й забезпечити способи їх досягнення через реалізацію цільових програм. Актуальність застосування програмно–цільового підходу в плануванні квазіструктур визначається в дієвому способі вирішення гострих проблем, які вимагають зосередження ресурсів, цільової орієнтації використовуваних засобів, концентрації зусиль і узгодженості дій. Сенс застосування програмно–цільового підходу в максимумі досягнутого при мінімумі витрат (інтелектуальних, матеріальних, фінансових, кадрових тощо).

Література:

1. Румянцев К.Н. Новейшие проявления интеграционных процессов / К.Н. Румянцев // Наука. Образование. Инновации. Вып. 7. Кластеризация предприятий : состояние и перспективы. – 2008. – С. 52–71.
2. Лопатников Л. И. Экономико–математический словарь : словарь современной экономической науки / Л. И. Лопатников. – 5–е изд. пер. и доп. – М. : Дело – 2003. – 520 с.
3. Дробенко Г. О. Стратегічне планування розвитку територіальних громад / Г. О. Дробенко, Р. Л. Брусак, Ю. А. Свірський. – Вид. 2–ге – Львів : Вид–во "СПОЛОМ", 2001. – 118 с.
4. Антошкіна Л.І. Методологія економічних досліджень: підручник / Л.І. Антошкіна, Д.М. Стеченко. – К.: Знання, 2015. – 311 с. – с. 284.
5. Краткий экономический словарь / Под ред. Ю. А. Белика, Е. Ф. Борисова, Г. Я. Кипермана – М.: Политиздат, 1987 г., 399 стр. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ekoslovar.ru/471.html>

ВИПУСК СОЦІАЛЬНО–ЗНАЧУЩИХ ТОВАРІВ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ

Л.І. Чернишова, к.е.н., доцент

В.О. Звонарьова, студентка

Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса

Соціально–економічні перебудови, які відбуваються сьогодні в Україні, зниження соціальних гарантій для значної маси населення призвели до виникнення низки соціально–економічних протиріч. Нажаль, в країні спостерігається падіння життєвого рівня населення, майнове розшарування суспільства, загострення соціальної напруженості, що несе серйозну загрозу соціально–економічному розвитку та підсилює необхідність використання принципово нових підходів у сфері суспільного життя. Державний вплив на ціни і соціальну політику є актуальним вектором в українській економіці. Потрібні результативні, конкретні заходи для вирішення, як сучасних проблем, так і завдань на перспективу.

Питаннями розробки соціальної політики, її економічної і правової бази, соціального захисту, а також регулювання соціальної сфери переймалися такі науковці, як В. Антонюк, С. Бандура, Н. Борецька, М. Волгіна, В. Гейць, О. Грішнова, С. Калініна, В. Куценко, Л. Лісогор, В. Мандибура, О. Мартякової, В. Новіков, Л. Шаульська та інші. Разом з тим дана тема потребує подальшого дослідження.

Мета – дослідити проблеми і перспективи випуску соціально–значущих товарів в Україні.

Питання щодо продуктів харчування, окремих видів продуктів перероблення нафти, товарів та послуг, які реалізуються за регульованими цінами і тарифами, являють собою соціально значущі товари та послуги [1].

О.І. Трохимець пропонує розглядати соціально значущі товари та послуги як соціально–орієнтовані товари та послуги, які виробляються та реалізуються в інтересах суспільства – споживачів, для задоволення потреб першої необхідності широких верств населення [2].

Аналізуючи нормативно–правові акти, які регулюють або містять перелік цих товарів та послуг, можна зробити висновок, що соціально значущі товари і послуги – це товари, за якими проводиться постійний моніторинг цін і тарифів на споживчому ринку регіонів.

Статус соціальних товарів означає, що уряд має право обмежувати на них націнку, встановлювати нормативи рентабельності і вимагати декларування зміни ціни. Передбачається, що формується цей список урядом один раз на рік.

Стан соціально значущого ринку продуктів є так званим індикатором, що дозволяє визначити національний добробут, стабільність і ефективність економічних процесів у країні. Соціально значущий ринок – це відкрита, складно структурована система, що забезпечує соціально–справедливий розвиток суспільства за рахунок виробництва та реалізації якісних товарів та послуг соціального значення. Відповідно до українського законодавства, ринок соціально значущих товарів і послуг, наякому проводиться постійний моніторинг цін і тарифів, складається з трьох компонентів, кожен із яких містить свої складники:

1) продукти харчування: борошно пшеничне вищого сорту, хліб із борошна пшеничного вищого сорту, хліб із борошна пшеничного I сорту, хліб житньо-пшеничний, макаронні вироби (вермішель із борошна пшеничного вищого сорту), крупи гречані, рис, яловичина I категорії, свинина, сало, птиця, ковбаса варена I сорту, молоко жирністю 2,5 відсотка, сметана жирністю 20 відсотків, сир м'який, масло, яйця курячі, цукор-пісок, олія соняшникова, картопля, сіль;

2) окремі види продуктів перероблення нафти. дизельне паливо, бензин марки А-95, газскраплений (пропан-бутан), що реалізується через мережу автозаправних станцій;

3) товари та послуги, які реалізуються зарегульованими цінами і тарифами: електрична енергія, газ скраплений, що відпускається населенню для побутових потреб, тверде паливо, що відпускається населенню для побутових потреб, послуги міського пасажирського транспорту, житлово-комунальні послуги з тепло-, водопостачання, водовідведення, користування житлом (квартирна плата) та утримання житла [1].

Зростання цін на основні соціально-значущі продукти обумовлює необхідність ефективного захисту населення і створення прозорих умов ціноутворення на продовольство. Вільні ціни не враховують колективні економічні і соціальні інтереси, що породжує негативні наслідки для суспільства в цілому.

Підприємства, які обрали соціально-орієнтовану стратегію розвитку мають виробляти і реалізовувати товари і послуги в інтересах суспільства, для задоволення потреб першої необхідності широких верств населення. У зв'язку з цим актуальності набуває проблема, яким чином підприємство повинне реагувати на претензії і враховувати їх у своїй господарській діяльності, орієнтованої на отримання прибутку.

Серед ключових проблем в галузі випуску соціально-значущих товарів можна виділити наступні:

1) недосконалість правової бази щодо регулювання ринку соціально значущих товарів та послуг в Україні. Соціально значущі товари та послуги підлягають державному контролю відповідно до Закону України «Про ціни і ціноутворення», постанов Кабінету Міністрів України, інших нормативно-правових актів з питань ціноутворення та контролю за цінами, які регламентують питання організації та проведення моніторингу вільних і державних регульованих цін і тарифів на товари і послуги у сфері їх реалізації суб'єктами господарювання та їх структурними підрозділами. З 1 жовтня 2016 р в Україні розпочав свою дію пілотний проект у сфері регулювання цін на продукти, який передбачав тимчасове скасування надмірного адміністративного регулювання цін на харчові продукти, зокрема і на проекти соціального значення. Відповідно до нього, з 1 жовтня по 1 січня 2017 року на Державну службу статистики, міські державні адміністрації було покладено обов'язок забезпечити моніторинг цін на деякі товари та послуги, у тому числі соціально-значущі. На цей період українські фермери, виробники продуктів харчування, а також торгові мережі звільнилися від обов'язкової декларації зміни цін і примусового встановлення націнки. Проте зростання цін у виробництві харчових продуктів продовжувало зростати, що пояснювали із підвищенням собівартості виробництва, скороченням поголів'я худоби та зростанням цін на цю продукцію на світових ринках.

2) встановлення рівноваги на ринку потребує тісного взаємозв'язку всіх елементів саморегулювання, а саме споживачів-виробників, і державного регулювання економічних процесів.

3) відсутність дієвих механізмів державної підтримки підприємств, які займаються виробництвом та реалізацією соціально значущих продуктів;

4) відсутність єдиної схеми ведення бізнесу та єдиних правил формування цін на соціально значущі продукти;

5) недосконалість системи моніторингу і контролю з боку відповідних державних органів. Це має зобов'язати всіх без винятку виробників соціально значущих продуктів дотримуватися вимог податкового законодавства, офіційної зайнятості найманих працівників, вимог законодавства у сфері безпеки та якості харчових продуктів, проведення належного лабораторного контролю та маркування продукції. Головним завданням органів ціноутворення і органів державної влади, відповідальних за ціноутворення має бути прогнозування і попередження цінових криз;

6) нестача належного лабораторного контролю соціально значущих продуктів.

Перспективи розвитку ринку соціально значущих продуктів пов'язані з відміною державних регульованих цін, створенням постійно діючої системи моніторингу і контролю з боку відповідних державних органів за підприємствами, які займаються виробництвом та реалізацією соціально значущих продуктів, закріпленням на законодавчому рівні єдиної схеми ведення бізнесу та єдиних правил формування цін на соціально значущі продукти, створенням рівних умов конкуренції на ринку, що вимагає поєднання зусиль як підприємницьких структур, так і органів державної влади, що забезпечить створення реальних передумов для технологічного переозброєння підприємств, розширення асортименту продукції, врахування потреб різних категорій споживачів, досягнення максимально ефективного виробництва за рахунок зниження матеріаломісткості та енергоємності продукції, впровадження новітніх технологій, що відповідають економічним, соціальним та екологічним вимогам.

Література:

1. Замрига А. Сучасний стан та економіко-правові перспективи розвитку ринку соціально-значущих продуктів України / А. Замрига // підприємництво, господарство і право. – 2017. – №6. – С. 59–63.

2. Трохимець О.І. Теоретичні підходи до визначення поняття соціально-орієнтованих товарів та послуг

/О.І. Трохимець // Науковий журнал «Молодий вчений». – № 1(28). – Ч. 1. – 2016 р. – 187 с.

3. Про реалізацію пілотного проекту щодо тимчасового обмеження застосування постанови Кабінету Міністрів України від 25 грудня 1996 р. № 1548 та постанови Кабінету Міністрів України від 17 жовтня 2007 р. № 1222 / Постанова Кабінету Міністрів України від 22.09.2016 № 656 // Відомості Верховної Ради України. – 2016. – № 656.

СПЕЦІФІКА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ В БУДІВЕЛЬНІЙ ГАЛУЗІ

С.С. Свірідова, к.е.н., доцент

К.С. Одут, студентка

Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса

Будівельна галузь України є достатньо специфічною галуззю, у зв'язку з цим на сучасному етапі розвитку будівельних підприємств особливу увагу слід приділити оновленню технічного потенціалу та формуванню й розвитку інноваційного потенціалу для забезпечення стійкого розвитку та стабільності національної економіки.

Інновація – використання результатів наукових досліджень і розробок, які спрямовані вдосконалити процес виробничої діяльності, економічних, правових та соціальних відносин в області науки, культури, освіти та інших сфер діяльності суспільства. Цей термін може мати різні значення і вибір їх залежить від конкретних цілей вимірювання чи аналізу [1].

Методологія системного описання інновацій в умовах ринкової економіки базується на міжнародних стандартах, рекомендації по яких були прийняті в Осло у 1992 р. та отримали назву " Керівництво Осло". Вони розроблені стосовно тільки до технологічних інновацій і охоплюють нові продукти та процеси, а також їх значні технологічні зміни. Інновація рахується як здійснена, якщо вона упроваджена на ринку чи у виробничому процесі. Розділяють два типи технологічних інновацій: продуктові та процесні.

Найважливішою ознакою інновації в умовах ринкового господарства виступає новизна її споживчих якостей. Технічна новизна відіграє роль другорядну [1].

Усі існуючі визначення можна віднести до п'яти основних підходів визначення інновації:

1) об'єктивному (у вітчизняній літературі у якості визначеного терміна часто виступає слово "нововведення");

2) процесному,

3) об'єктивно – утилітарному;

4) процесно – утилітарному;

5) процесно – фінансовому.

Суть об'єктивного підходу міститься у тому, що у якості інновації виступає об'єкт – результат НТП: нова техніка, технологія. Відрізняють: базисні інновації, які реалізують великі винаходи і стають основою формування нових поколінь і напрямків техніки, які поліпшують інновації, звично реалізують дрібні та середні винаходи і які мають перевагу на фазах, розповсюдження і стабільного розвитку науково-технічного циклу, псевдо інновація (модернізація), що направляються на часткове поліпшення застарілих поколінь техніки і технологій.

У рамках процесно-фінансового підходу під "інновацією" розуміється процес інвестицій у інновації, вкладання коштів в розробку нової техніки, технології, наукові дослідження. У всіх приведених визначеннях термін інновація трактується застосовано до конкретної формальної ситуації. У цих підходах не розкривається економічна суть інновації, нема чітких критеріїв визначення інновації з позицій її економічних результатів. Виникає ситуація, коли будь яка новина, у тому числі менш прогресивна, не ефективно нововведення можливо трактувати, як інновацію.

Комплексний характер інновацій, їхня багатосторонність і розмаїтість областей і способів використання вимагають розробки їхньої класифікації. Класифікація інновацій представлена у табл.1 [2].

Інновації, що розрізняються по етапах НТП, дуже своєрідні:

– технічні з'являються звичайно у виробництві продуктів з новими чи поліпшеними властивостями;

– технологічні виникають при застосуванні поліпшених, більш зроблених способів виготовлення продукції;

– організаційно-управлінські зв'язані насамперед із процесами оптимальної організації виробництва, транспорту, збуту і постачання;

– інформаційні вирішують задачі організації раціональних інформаційних потоків у сфері науково-технічної й інноваційної діяльності, підвищення вірогідності й оперативності одержання інформації;

– соціальні спрямовані на поліпшення умов праці, рішення проблем охорони здоров'я, утворення, культури.