

нку, підприємства, психології поведінки споживача, сучасного економіко - математичного аналізу реалізації товару на ринку.

Література

1. В.Ф. Анарин. Маркетинговые исследования потребительского рынка. -СПб.: Питер.2004.-269с.
2. М.В. Акулич. Исследование рынков в практике международного бизнеса// Маркетинг в России и за рубежом.- NS-2002.с.94-108.
3. Г.С. Гутман. Управление региональной экономикой. М.: Финансы и статистика.- 2002.-176с.Круш П. В., Кожемяченко О. О.
4. Г.А. Морозова. Управление маркетингом в регионе. - Н.Новгород: 2002.-240с.
5. А.С.Новоселов. Региональные рынки. -М.: инфра-И,1999.-479с.
6. R.L. Acroff. Scientific Method in Marketing. New York, 2001.-P. 271.
7. R.C. Chapmen. Problem Definitions in Marketing Research Studies//Journal of Consumer Marketing.-N5.- 2001.-P.51-59.

Шилепницький П.І.

ХАРАКТЕРИСТИКА КОНЦЕПЦІЇ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ

Документом, який відображає практичне втілення положень законодавства про державно-приватне партнерство в Україні повинен стати розробка Концепції розвитку державно-приватного партнерства в Україні, яка, в свою чергу, була б основою розробки державних програм розвитку ДПП в конкретних галузях та рівнях управління державою

З цією метою визначимо, насамперед, ті вимоги, які будуть ставитися до змісту Концепції.

Практика розробки та реалізації програм розвитку співробітництва між державою та приватним бізнесом в різних країнах світу, як розвинутих, так і тих, що розвиваються, дозволяє виділити наступні моменти, які формуватимуть зміст даного документу:

- політична воля. Вона є фундаментальною для забезпечення реалізації успішної програми розвитку ДПП. Державно-приватні партнерства є якісно новим підходом щодо питань розвитку інфраструктури загального користування та надання пов'язаних послуг в порівнянні з традиційними державними закупівлями. Саме тому уряд потребує розбудови політичної підтримки перед тим, як такі програми започаткувати;

- відповідне регуляторне середовище. Наступним фактором, що визначає успішність реалізації державних програм розвитку ДПП є створення відповідного правового середовища. Пов'язано це, насамперед, з тим, що одним з головних ризиків в реалізації інфраструктурних інвестиційних проектів є т.зв. «ре-

гуляторний» ризик – ймовірність того, що «правила гри» при провадженні бізнесу будуть відрізнятись від тих, що були на момент здійснення інвестицій. Звичайно, що деякі категорії ризиків, які і у випадку традиційних державних закупівель, приватний бізнес повинен брати на себе (наприклад, безпека праці на робочому місці). Однак, такі ризики як зміни в податковому, екологічному, трудовому та іншому, пов'язаному з функціонуванням бізнесу, законодавстві повинні братись на себе тією стороною, яка найкраще з ними буде справлятися, а саме, державою;

- процес та навички. Йдеться про послідовність та чіткість підходу, тобто основні положення повинні бути ясно визначеними та задокументованими. Однак, процедури самі по собі мало важать без людей з відповідними кваліфікацією та навичками, які можуть такі програми реально втілювати в життя. Державно-приватне партнерство вимагає навичок, яких особливо бракує в державних установах нових ринків: досвідченість в підготовці вихідних специфікацій, практика ведення перемовин щодо укладання контракту по залученню приватних фінансів, знання фінансового інструментарію, що застосовується для фінансування дотермінових угод. Завданням тут є внести ці навички в управлінську структуру державного сектору;

- цінність за гроші. Вона утворюється тільки на конкурентному ринку угод ДПП та вимагає створення середовища, яке сприятиме інноваціям та креативності і сприятиме найкращому використанню розподілу витрат протягом життєвого циклу та управлінню ризиками;

- проекти. Уряд, який має намір реалізовувати програму державно-приватного партнерства, повинен не тільки інвестувати політичний капітал, створювати відповідне інвестиційне середовище, розробити відповідну політику та зосереджуватися на вартості за гроші, але також гарантувати, що програма буде успішною через призму кількості реалізованих проектів та їхніх результатів.¹

Ефективна основа розвитку державно-приватного партнерства може допомогти забезпечити достатній рівень залучення приватного сектору. Даний процес передбачає чітке обґрунтування політики державно-приватного партнерства юридичними, регуляторними та інвестиційними засадами. На додаток вимагається потужна інституційна платформа, яка сприятиме сформувати і реалізувати політику, готувати та реалізовувати вихідні показники та керувати і регулювати пов'язані з проектами угоди. Все це має бути поширеним до потенційних інвесторів з найвищих рівнів управління. Є життєво важливим, щоб потенційні інвестори як і державна влада проявила в цьому заінтересованість.

Особливого значення набуває проблема розробки політики державно-приватного партнерства для країн, де інституційна основа здійснення цього процесу, особливо комплексних проектів, є слабкою: неналежного рівня законодавство, відсутність інституцій розвитку ДПП, відсутність центрального спеці-

¹ Public private partnerships : the worldwide revolution in infrastructure provision and project finance / by Darrin Grimsey, Mervyn K. Lewis.

алізованого органу управління державно-приватним партнерством тощо.

Оскільки критерій вимірювання ефективності в держави та приватного бізнесу будуть різними (досягнення соціальної ефективності та отримання прибутку відповідно), в них існують і різні очікування і від політики ДПП. Зокрема, з погляду приватного учасника, політика державно-приватного партнерства повинна містити наступні елементи:

- обґрунтування державної політики щодо застосування ДПП;
- рекомендаційні вказівки, які державний сектор використовуватиме для відбору, підготовки та реалізації проектів державно-приватного партнерства певним узгодженим способом;
- визначення органу, який затверджуватиме, що затверджуватиме та коли затверджуватиме впродовж процесу відбору, підготовки та постачання;
- процес вирішення суперечок;
- механізм моніторингу контракту після підписання.

Таким чином, Концепція розвитку державно-приватного партнерства в Україні повинна стати дієвим механізмом реалізації політики держави в розвитку інфраструктури загального користування і надання відповідних послуг.

Школяренко О.О.

СИСТЕМА ІНФОРМАТИЗАЦІЇ - ОСНОВА РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Нестабільна ринкова ситуації, яка склалася в Україні, призвела до ситуації в якій вітчизняні підприємства не можуть в повній мірі використовувати потенціал маркетингових досліджень. Одна з основних проблем це відсутність достатньо розвитої інформаційної системи. Саме тому особливої актуальності набуває проблема формування та реалізація системи інформатизації.

Метою дослідження є розробка теоретичних основ щодо удосконалення процесу здійснення маркетингових досліджень на підприємствах, підвищення рівня їх ефективності.

Згідно з оцінкою розвитку ринку маркетингових досліджень в Україні УАМ у 2010 році обсяг ринку маркетингових досліджень становив близько 169,0 млн.грн., що означає зростання обсягів на 35,0% без урахування чинників інфляції. Обсяги українського ринку маркетингових досліджень ще невеликі.

Покращити ситуацію можливо за рахунок створення достатньо розвинутої інформатизованої системи. Особливо ця проблема набуває значення для регіонів. Загальний зміст поняття «інформатизації» представляє собою сукупність взаємопов'язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих процесів, які направлені на задоволення потреб суспільства.

Сьогодні відбувається природна сегментація ринку за компаніями. Інтернаціоналізація української економіки у цілому призводить до того, що найбільши-