Е.А.КАТКОВ, преподаватель-стажер, НТУ «ХПИ»

КОСВЕННЫЙ МЕТОД ПОДДЕРЖКИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ УКРАИНЫ

В статье рассматриваются методы государственной поддержки промышленности. На основе изучения украинского и международного опыта делается вывод об эффективности использования косвенных методов, таких как принятие нормативных актов, создание условий для развития финансовой инфраструктуры и т.д.

У статті розглядаються методи державної підтримки промисловості. На основі вивчення українського і міжнародного досвіду робиться вивід про ефективність використання непрямих методів, таких як прийняття нормативних актів, створення умов для розвитку фінансової інфраструктури і так далі.

The methods of state support of industry are examined in the article. On the basis of study of Ukrainian and international experience drawn conclusion about efficiency of the use of indirect methods, such as acceptance of normative acts, conditioning for development of financial infrastructure et cetera.

Современное конкурентоспособное государство должно производить продукцию, отвечающую мировым стандартам. Без четко скоординированной, продуманной и сбалансированной промышленной политики нельзя достичь этой цели. Промышленная политика государства – это совокупность действий, предпринимаемых для оказания влияния на деятельность хозяйствующих субъектов, а также на отдельные аспекты этой деятельности. Ее объектом является производитель товаров и услуг. Субъектом промышленной политики является государство, причем не любая политическая власть, а государство современного типа. Промышленная политика – атрибут именно государства современного типа, каковым и должна стать Украина.

Прямые методы промышленной политики связаны с распределением или перераспределением ресурсов для производственной деятельности, осуществляемым непосредственного государством с целью стимулирования или дестимулирования тех или иных направлений деятельности. К числу прямых методов относятся субсидирование отраслей, предприятий или регионов, прямые государственные инвестиции и создание государственных предприятий, субсидирование процентных ставок и т.д.

Косвенные методы, минимизируя перераспределение ресурсов как таковое, изменяют ожидания производителей и, в первую очередь, оценку ими рисков, связанных с теми или иными видами производственной деятельности.

Украинский и международный опыт показывают, что в современной быстро меняющейся постиндустриальной экономической среде традиционные средства прямой финансовой поддержки отдельных отраслей и/или производственных комплексов оказываются неэффективными и расточительными. Основными средствами современной промышленной политики должны быть т.н. косвенные методы, такие как: принятие нормативных актов, регулирующих деятельность отраслей либо промышленности в целом, но не предусматривающих прямой поддержки конкретных отраслей; принятие и реализация законодательных норм, изменяющих риски, связанные с тем или иным видом производственной деятельности (техническое регулирование, замена лицензирования альтернативным страхованием и т.д.); создание условий для развития финансовой инфраструктуры производственной и, в особенности, инновационной деятельности; снятие ограничений на производственную деятельность и снижение ее институциональных издержек; реализация совместных проектов с негосударственными хозяйствующими субъектами; введение в хозяйственный оборот ресурсов, ранее из него исключенных; политика закупок и т.д.

Список литературы: 1. *О.Рудченко* “Оценка процессов преобразования собственности в промышленности Украины” // “Экономика Украины”, №9 2004 **2.** *В.Абрамов* “Предприятия, малый бизнес и рыночная конкуренция” // “Экономика Украины”, №11 1995
3)Рожков С “Предпринимательство сегодня и завтра” // “Коммерсант Украины”, №6 2001

Н.В.КАТКОВА, аспирант, НТУ «ХПИ»

ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ СБЫТА

В условиях рыночной экономики маркетинговые коммуникации становятся важным фактором конкурентной борьбы. В статье рассматривается концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций и ее применение в хозяйственной деятельности.

В умовах ринкової економіки маркетингові комунікації стають важливим чинником конкурентної боротьби. У статті розглядається концепція інтегрованих маркетингових комунікацій і її вживання в господарській діяльності.

In the conditions of market economy marketings communications become the important factor of competitive activity. In the article conception of computer-integrated marketings communications and its application is examined in economic activity.

Резкое усложнение сбыта и обострение конкуренции в последнее время привели к тому, что маркетинг стал фактором конкурентной борьбы, не менее важным, чем достижение превосходства на рынке путём внедрения технических новшеств или снижение себестоимости продукции. Все большие материальные средства и интеллектуальный потенциал вкладываются в развитие маркетинговой и как следствие рекламной деятельности. Фирмы должны осуществлять маркетинговые коммуникации со своими клиентами. При этом в содержании коммуникаций не должно быть ничего случайного, в противном случае, у фирмы уменьшится прибыль из-за больших расходов на осуществление коммуникации и из-за нанесенного ущерба имиджу фирмы.