

было выявлено сотрудничество части рассмотренных фирм с ведущими ВУЗами страны, которое позволяет еще на стадии обучения внедрять свои учебные программы для подготовки квалифицированных кадров в интересах компании.

Выводы и предложения. Компании, подобные изученным в ходе исследования, обеспечивают большое количество рабочих мест, привлекая квалифицированные кадры, они способны внедрять инновационные модели производства и управления на своих предприятиях, выдвигаясь на позиции не только национальных, но и мировых лидеров в своих относительно узких нишах. Часто успешному развитию в нестабильных условиях способствует

также принадлежность к крупной группе компаний или холдингу.

В настоящее время Россия наравне с остальным миром находится на первом этапе светотехнической революции. Сохранить тенденцию роста и не потерять темп на данном этапе очень важно для развития нашей страны. Хочется надеяться, что государство усилит разработку программ по поддержке среднего бизнеса в России, и будет больше обращать внимание на такие фирмы, которые подобно описанным нами «газелям», способны превратиться в компании мирового класса. Ведь именно они содействуют быстрой модернизации и инновационным процессам в нашей стране.

Список литературы:

1. Симон Герман. Скрытые чемпионы. // М: «Дело» – 2005
2. «Опыт конкуренции в России. Причины успехов и неудач». // «КноРус» – 2007
3. Юданов А.Ю. Носители предпринимательства: фирмы-«газели» в России. // Журнал новой экономической ассоциации. – 2010. – № 5. – С. 91-108.
4. ЭкспертOnline, «Российские компании – газели», <http://expert.ru/dossier/story/fastest-growing-companies-gazelles/>
5. Интервью генерального директора «Philips Световые решения» ЭРИКА РОНДОЛА – «Рынок светотехники переживает революцию», 05.02.2013: http://www.orcci.odessa.ua/allnews/Rinok_svetotehniki_perezhivaet_revolyuciyu
6. Компания ЗАО «Монокристалл» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.monocrystal.com/ru/home>
7. ООО «ТК «Световые Технологии» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ltcompany.com/>

Mitina I.D.

Financial University under the Government of the Russian Federation

FORMING WORLD-CLASS COMPANIES ON THE BASIS OF RUSSIAN MEDIUM BUSINESS

Summary

Fast-growing companies «Gazelle», which managed to become world leaders in their sector, were investigated. In particular promising sector of lighting technology, where there is a revolution in our days – introduction of innovative LEDs, was considered. The activities of the most successful world-class companies in this sphere were described. The prerequisites for their rapid growth were identified.

Keywords: innovations, companies – «Gazelle», world leaders, hidden champions, lighting revolution.

УДК 338.001.36

МЕДИЧНЕ СТРАХУВАННЯ ТА ЙОГО РОЗВИТОК В УКРАЇНІ

Могилова А.Ю., Алізаде Я.Н.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

Розглянуто та вивчено особливості системи медичного страхування в Україні, його розвиток та розвиток системи охорони здоров'я.

Ключевые слова: добровільне медичне страхування, обов'язкове медичне страхування, загальнообов'язкове медичне страхування.

Нині в Україні однією з найактуальніших проблем є належне забезпечення населення якісними медичними послугами та підтримка їх на достатньому для ефективного функціонування рівні. Розвиток системи охорони здоров'я є надзвичайно важливим явищем. Зниження рівня надання медичної допомоги загрожує зростанням соціального напруження та виникнення різноманітних соціальних конфліктів.

Проблематика функціонування страхових процесів у нашій державі все ще суттєво не вирішена. Таке твердження підкріплено наявністю перешкод

подальшого розвитку страхової діяльності в Україні. Відсутність законодавчої бази, яка б свідчила про проведення державою активної структурної політики на ринку страхових послуг, і порівняно невеликий фінансовий потенціал українських страховиків і низький рівень платоспроможності страхувальників, відсутність стимулів податкового характеру для довгострокового страхування життя та низька страхова культура населення стали актуальною проблемою сьогодення, яка потребує негайного вирішення для підвищення ефективності функціонування страхового ринку в Україні.

В Україні Указом Президента «Про проведення експерименту щодо впровадження обов'язкового соціального медичного страхування в м. Києві і Київській області» Х^о 1223/2000 від 14 листопада 2000 р. передбачено здійснення відповідного експерименту, який може стати основою загального обов'язкового медичного страхування в державі. Тут планується впровадження страхової медицини, яка ґрунтується на принципі обмеження доступу приватних страхових компаній до формування страхового фонду (принаймні на початковому етапі), що формується на рівні видатків підприємців і підпорядковується державі (у Києві – муніципальній владі) [4, с. 34].

Тому потрібно спочатку впровадити державне загальнообов'язкове медичне страхування, яке забезпечуватиме фінансування певного гарантованого рівня соціально-медичних потреб кожному громадянину. Згодом, враховуючи економічні можливості держави, «її політику щодо охорони здоров'я, можна говорити про впровадження приватного медичного страхування. В Україні поки що в умовах безоплатної медицини медичне страхування залишається видом державного соціального страхування. Але потреби покращення рівня охорони здоров'я об'єктивно диктують пошук позабюджетних джерел фінансування лікування громадян, забезпечення їх ліками, сучасним діагностичним обладнанням тощо [9, с. 85].

Обов'язкове медичне страхування поки що знаходиться на рівні проектів, а добровільне медичне страхування активно розвивається. Більше 50 страхових компаній уже отримали ліцензію на цей вид страхування.

Послуги, які надають страхові компанії з медичного страхування, можна поділити на 4 основні категорії:

- 1) програма «Поліклініка»;
- 2) програма «Стационар»;
- 3) «Невідкладна і швидка допомога»;
- 4) «Стоматологія».

Деякі компанії пропонують й інші види послуг: медичне обслуговування на дім, безоплатна видача полісів зі страхування медичних витрат при поїздках за кордон, пільгове страхування для членів сім'ї, спеціальні програми для дітей і вагітних жінок.

Багато страхових програм, які відрізняються як за кількістю наданих послуг, так і за цілями чи їх комбінацією, дають можливість вибрати поліс, виходячи із наявних потреб і фінансових можливостей. Крім цього, майже кожна компанія пропонує знижки (інколи в розмірі до 25%) при страхуванні колективів, а також для своїх клієнтів, з якими вона працює за інших видів страхування або для постійних клієнтів за медичного страхування.

Добровільною формою охоплені й ті види страхування, згідно з якими відповідальність страхової компанії настає у разі звернення страхувальника до лікувально-профілактичної установи за одержанням медичної допомоги або послуг відповідно до умов договору страхування. Виплата має вигляд компенсації вартості необхідного лікування.

Поява добровільної форми медичного страхування зумовлена тим, що обсяг послуг й умови надання медичної допомоги за програмою обов'язкового медичного страхування обмежені.

Програми добровільного медичного страхування передбачають заходи, які розширюють можливості й поліпшують умови надання профілактичної, лікувально-діагностичної та реабілітаційної допомоги населенню. До цієї роботи через систему добровільного медичного страхування вдається залучати найкваліфікованіші медичні кадри, підвищуючи якість медичних послуг.

Об'єктом добровільного медичного страхування є майнові інтереси страхувальника або застрахованого, які пов'язані з витратами на одержання медичної допомоги. Добровільне медичне страхування базується на залученні вільних коштів підприємств, організацій і населення до сфери охорони здоров'я.

Суб'єктами добровільного медичного страхування є:

- страхувальники – окремі дієздатні громадяни, підприємства, що представляють інтереси громадян, а також благодійні організації та фонди;
- страховики – страхові компанії, що мають ліцензії на здійснення цього виду страхування;
- медичні установи, що надають допомогу на засоби медичного страхування і також мають ліцензію на здійснення лікувально-профілактичної діяльності.

Страхові фонди добровільного медичного страхування утворюються за рахунок:

- добровільних страхових внесків підприємств та організацій;
- добровільних страхових внесків різних груп населення;
- добровільних внесків окремих громадян.

Добровільне медичне страхування проводиться в межах створених страховою медичною компанією правил і може бути індивідуальним або колективним [12, с. 455].

При індивідуальному страхуванні страхувальниками, як правило, виступають окремі громадяни, які уклали договір із страховиком про страхування себе або третьої особи (дітей, батьків, родичів) за рахунок власних грошових засобів.

При колективному страхуванні страхувальником, зазвичай, є підприємство, організація, установа, яка укладає договір із страховиком про страхування своїх працівників або інших фізичних осіб (членів сімей працівників, пенсіонерів тощо) за рахунок їхніх грошових засобів.

Страхові організації укладають угоди з профілактично-лікувальними закладами про надання ними допомоги застрахованим за певну плату, яку зобов'язується гарантувати страховик.

За строками укладання договору добровільне медичне страхування може бути коротко- або довгостроковим.

Страховий поліс з добровільного медичного страхування зумовлює обсяг надання медичних послуг, можливість вибору умов отримання медичної допомоги тощо. Програми добровільного медичного страхування розширюють можливості та поліпшують умови надання профілактичної, лікувально-діагностичної та реабілітаційної допомоги.

Договір з добровільного медичного страхування може передбачати:

- ширше право вибору застрахованим пацієнтом медичних установ, лікарів для обслуговування;
- поліпшення умов отримання застрахованого в стаціонарах, санаторіях, профілакторіях;
- надання спортивно-оздоровчих послуг та інших засобів профілактики;
- продовження тривалості після лікарняного патронажу та догляду за пацієнтом у домашніх умовах;
- діагностику, лікування та реабілітацію з використанням методів нетрадиційної медицини;
- розвиток системи сімейного лікаря;
- страхування виплат з тимчасової непрацездатності, вагітності, пологів та материнства на пільгових умовах за строками і розмірами грошових виплат;
- участь у цільовому фінансуванні технічного переозброєння й нового будівництва лікувально-про-

філактичних установ, підприємств з виробництва медичного устаткування, ліків з правом першочергового отримання послуг або продукції цих підприємств та організацій. Договір добровільного медичного страхування укладається на підставі заяви страхувальника. Факт укладання договору добровільного медичного страхування засвідчується страховим полісом. Як договір, так і поліс добровільного медичного страхування можуть мати типову форму, рекомендовану для використання страховикам.

Договір добровільного медичного страхування включає в себе такі умови: найменування страхувальника, кількість застрахованих осіб, об'єкт страхування, обсяг страхової відповідальності, страхову суму, строк дії договору страхування, порядок виплати страхового забезпечення, тарифні ставки. У договорі страхування визначається також розмір страхових внесків і порядок їх сплати, умови й строки вступу договору в силу, а також його припинення, порядок визначення і виплати страхового забезпечення, можливість і порядок зміни початкових умов договору страхування, права та обов'язки сторін, інші умови.

Добровільна форма медичного страхування дає змогу громадянам, які виїждять за кордон, укласти договори страхування на випадок захворювання, тілесних пошкоджень унаслідок нещасного випадку, а також смерті під час перебування за кордоном. Договір страхування може передбачати відповідальність страховика при потребі медичного транспортування хворого до найближчої або спеціалізованої лікарні; транспортування в країну проживання з медичним супроводом; репатріацію тіла застрахованого; дострокове повернення; екстрену стоматологічну допомогу; юридичну допомогу та ін.

Правила страхування громадян, які виїждять за кордон, не передбачають відшкодування витрат у разі лікування хронічних захворювань, стоматологічного протезування.

При укладанні договору страхування страхові компанії звичайно встановлюють максимальний розмір страхової суми, яка може бути виплачена застрахованому у разі настання страхового випадку, і встановлюють розмір франшизи.

Висновки. У результаті дослідження економічної сутності медичного страхування та передумов його виникнення виявлено, що об'єктивна потреба у ньому обумовлена існуванням множини ризиків, при настанні яких може бути завдана шкода майновим інтересам громадян, через втрату здоров'я та працездатності внаслідок хвороби. Страховий захист здоров'я громадян від таких ризиків забезпечується як через систему загальнодержавного обов'язкового соціального страхування, так і за допомогою страхування, яке здійснюється страховими компаніями на комерційних засадах. Економічна необхідність медичного страхування зумовлена потребами фінансування медицини як галузі соціальних послуг. Значення медичного страхування в системі соціального захисту громадян полягає в забезпеченні та відновленні здоров'я та працездатності членів суспільства. Воно доповнює гарантії, надані в рамках державного забезпечення, до максимально можливих у сучасних умовах стандартів. Проведене дослідження свідчить, що організація системи охорони здоров'я в Україні частково базується на принципах, сформованих ще за радянської доби, а, тому важко піддається впливу нових економічних реалій щодо надання медичних послуг.

Список літератури:

1. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про страхування» Х» 44 від 4 жовтня 2001 р. // Урядовий кур'єр. – 2001. – 7 листопада.
2. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12.07.2001 р. // Україна-бізнес. – 2001. – V» 35.
3. Концепція розвитку страхового ринку України до 2010 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку страхового ринку України до 2010 року» // <http://forinsurer.com/public/05/03/02/1710>
4. Базилевич В. Д., Базилевич К. С. Страхова справа. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Товариство «Знання»; КОО, 2003. – 250 с.
5. Базилевич В.Д. Страховий ринок України. – К.: Т-во «Знання»; КОО, 1998. – 374 с.
6. Горбач Л.М. Страхова справа: Навч. посіб. – 2-ге вид., вип. – К.: Кондор, 2003. – 252 с.
7. Заруба О.Д. Страхова справа: Підручник. – К.: Т-во «Знання»; КОО, 1998. – 321 с.
8. Реверчук С. К., Вовчак О. Д., Кубів С. І. та ін. Інституційна інвестологія: Навч. посіб. / За заг. ред. д-ра скоп, наук, проф. С. К. Реверчука. – К.: Аті-ка, 2004. – 208 с.
9. Семенов А. В., Чернов А. Ю. Медицинское страхование. – М.: АО«Фин-статинформ», 1993. – 128 с.
10. Социальное и личное страхование (опыт страхового рынка ФРГ). – М.: Анкил, 1996. – 128 с.
11. Страхування: Підручник / За ред. В. Д. Базилевича. – К.: Знання, 2008. – 1019 с.
12. Страхування: Підручник / Кер. авт. кол. і наук. ред. С. С. Осадець. – К.: КНЕУ, 2002. – 526 с.

Могилова А.Ю., Ализде Я.Н.

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара

МЕДИЦИНСКОЕ СТРАХОВАНИЕ И ЕГО РАЗВИТИЕ В УКРАИНЕ

Аннотация

Рассмотрены и изучены особенности системы медицинского страхования в Украине, его развитие и развитие системы здравоохранения.

Ключевые слова: добровольное медицинское страхование, обязательное медицинское страхование, общеобязательное медицинское страхование.

Mohilova A.Yu., Alizade Ya.N.

Dnipropetrovsk National University named by Oles Honchar

HEALTH INSURANCE AND ITS DEVELOPMENT IN UKRAINE

Summary

Review and study of the characteristics of the health insurance system in Ukraine and its development, the development of the health system.

Keywords: voluntary health insurance, mandatory health insurance, mandatory health insurance.

УДК 65.012.12:339.9.012.24

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ

Науменко С.М., Гапша К.О.

Донецький державний університет управління

Досліджено особливості здійснення і роль маркетингових досліджень у зовнішньоекономічній діяльності підприємств. Визначено організаційно-економічний механізм і складові маркетингових досліджень. Проведено аналіз основних проблеми, що виникають у процесі організації і проведення досліджень зовнішнього ринку, наведено шляхи їх вирішення. **Ключові слова:** маркетингові дослідження, організаційно-економічний механізм, зовнішньоекономічна діяльність, зовнішній ринок, інструменти маркетингового дослідження.

Постановка проблеми. Підприємства, які входять на світовий ринок, зустрічають сьоржодні жорстоку конкурентну боротьбу. Щоб вижити в цій боротьбі і досягти успіху, необхідно використовувати можливості маркетингу, особливо це стосується якості проведених маркетингових досліджень. Маркетингові дослідження являють собою систематичний збір, обробку та аналіз даних про явища і процеси з різних напрямків маркетингової діяльності. Без збору достовірної інформації і подальшого її аналізу маркетинг не зможе повною мірою виконати своє призначення – задовольнити потреби покупців. Метою маркетингових досліджень є створення інформаційно-аналітичної бази для прийняття маркетингових рішень і зниження рівня невизначеності.

Саме на основі маркетингу проводиться більшість комерційних операцій на світовому ринку. Спеціальними дослідженнями встановлено, що більше 75% комерційних невдач відбувається через помилки в маркетинговій діяльності. Тому майбутнім фахівцям-менеджерам ЗЕД необхідно уважно і творчо поставитися до вивчення теорії і практики маркетингу, досвіду західних і вітчизняних фірм в цій галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню питань вдосконалення процедур організації і здійснення маркетингових досліджень при проведенні експортно-імпорتنих операцій, а також використання їх результатів присвячено значну кількість робіт вітчизняних і зарубіжних економістів, що визначає дану проблему в числі пріоритетних. Серед дослідників, що займаються вивченням означеного кола питань особливо слід відмітити С. Васильченко, А. Васюренко, Н. Версаль, А. Буренін, С. Голубовський, Ф. Котлер, В. Пілюшенко, М. Портер, А. Привалова та інші.

Пропоновані в літературі структурні схеми процесів маркетингових досліджень засновані на тому, що основу їх проведення становить певний набір діяльностей, зазвичай наводиться ланцюжок для процесу прийняття рішення в найбільш загальному вигляді, безвідносно його змісту стосовно до системи

маркетингових досліджень, а також не доводиться до чітких методичних розробок. Для деяких цільових постановок маркетингових досліджень розроблені економіко-математичні моделі, які не завжди доступні й ефективні з практичної точки зору.

Виділення не вирішених раніше частин проблеми. Незважаючи на численні наукові розробки провідних вчених теоретиків і практиків, досі недостатньо дослідженим залишається організаційно-економічний механізм маркетингових досліджень мікрорівня (рівня підприємств). Так в дослідженнях, З. Рамазанової [1], організаційно-економічний механізм зводиться до організації інформаційного забезпечення і впливу маркетингових досліджень на формування маркетингових стратегій, окрім цього, вказані дослідження стосуються суто сфери послуг.

Мета статті. Визначити механізм і складові організаційно-економічного механізму маркетингових досліджень підприємств-суб'єктів ЗЕД.

Виклад основного матеріалу. Мета будь-якого ринкового дослідження складається в оцінці існуючої ринкової ситуації (кон'юнктури) і розробці прогнозу розвитку ринку. Програма такої комплексної діагностики залежить від особливостей товару, характеру діяльності підприємства, масштабів виробництва експортної продукції, а також у визначенні умов, при яких забезпечується найбільш повне задоволення попиту населення в товарах даного виду і створюються передумови для ефективного збуту виробленої продукції. Головна мета маркетингових досліджень – зменшення невизначеності і ризику при прийнятті комерційних рішень.

Маркетингове дослідження, що проводиться на іноземних ринках, відрізняється від того, що проводиться на внутрішньому ринку: складністю отримання первинної інформації; нестачею або відсутністю вторинної інформації; значними витратами на проведення польових досліджень; необхідністю координації досліджень на ринках різних країн. Такі дослідження, як правило, складаються з двох великих блоків [2]: дослідження ринків; дослідження потенційних можливостей підприємства, все це