

же забезпечення бюджетування фінансових результатів, залежно від індивідуальних особливостей суб'єкта господарювання та його потреб, є сукупність різноманітних фінансово-математичних методів та способів кількісної та якісної оцінки ключових параметрів формування прибутку суб'єкта господарювання.

Кулак Наталія Валеріївна

Київський коледж економіки та менеджменту Міжгалузевої академії управління (Україна)

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

В основі факторного аналізу, специфіки управління інформаційними потоками у сфері надання електронних державних послуг лежать економічні передумови в умовах запозичення системою державного управління інноваційного менеджменту з сфери підприємництва, коли в основі ефективності електронних державних послуг лежать принципи доступності та економічної ефективності.

Надання електронної послуги включає наявність абсолютно конкретного, абсолютно «індивідуалізованого» або «персоніфікованого» її замовника або одержувача як в особі населення, так і в особі підприємницьких структур та їх асоціацій. Так, якщо масове товарне виробництво орієнтується на деякого «усередненого» споживача, то в даному випадку масове виробництво замінюється виробництвом конкретних абсолютно «персоніфікованих електронних послуг» з усією

Процес надання електронних державних послуг повинен включати якісно новий рівень інтеграції структур органів державного управління, зайнятих їх наданням. Цей якісно новий рівень може бути досягнутий тільки за рахунок трансформації організаційно-економічної та організаційно-управлінської побудови традиційних організаційних структур відповідно до їх місця і ролі в процесі надання електронних державних послуг на базі сучасних інформаційних технологій [2, с. 202].

При цьому рівень доступності цих послуг повинен відповідати умовам «тут і зараз», в одному місці і максимально оперативно. Тільки такий підхід до трансформації усієї системи органів державного управління, що надають електронні державні послуги, може мотивувати формування, так званих, «безшовних» організацій, де

упродовж усього процесу створення і надання цієї послуги забезпечується максимально вільна циркуляція інформаційних ресурсів.

Таким чином, техніко-технологічний розвиток глобальної економіки значною мірою обумовлює зміну організаційних та управлінських форм і методів не лише на рівні економічних суб'єктів, але і на рівні держави, що і стало найважливішою передумовою формування інноваційних технологій у сфері надання електронних державних послуг.

При цьому організаційно-економічним механізмом формування цих інноваційних технологій у сфері державного управління стає механізм запозичення державою як самих передових технологій, так і методів ефективного менеджменту, посилення ринкової орієнтації державних установ, що виражається в наданні високоєфективних, високо доступних електронних державних послуг населенню і бізнесу.

Необхідно відмітити, що характеристику проблем розвитку і використання інформаційних технологій у сфері надання електронних державних послуг в Україні, враховуючи комплексний характер процесів інформатизації, доцільно розглядати, передусім, по відношенню до критеріальних чинників розвитку і широкомасштабного використання інформаційних технологій у сфері надання електронних державних послуг, які існують в державі [1].

До цих чинників ми відносимо економічну та інвестиційну привабливість регіонів, рівень розвитку людського потенціалу, наявність необхідних інститутів державного управління сфери інформаційно-комунікаційних технологій.

З іншого боку, до чинників супутнього характеру ми відносимо чинники, що сприяють безпосередньо розвитку самих інформаційних технологій, що включають рівень інформатизації органів державного управління, рівень розвитку і використання інформаційних технологій в освіті, охороні здоров'я та культурі.

Завдяки зусиллям органів державної влади України, спрямованим на прискорення темпів соціально-економічного розвитку, а також традиційно розвиненій системи освіти сформувалися досить сприятливі умови для впровадження і розвитку системи надання електронних державних послуг. В той же час окремі чинники здійснюють різний вплив на цей процес.

Однією з основних умов успішної реалізації державної політики у сфері розвитку інформаційного суспільства є забезпечення

навчання, виховання, професійної підготовки людини для роботи в інформаційному суспільстві.

Основними засадами розвитку інформаційного суспільства та Національною доктриною розвитку освіти визначено пріоритетні заходи, що спрямовані на реалізацію державної політики у зазначеній сфері, здійснення яких, зокрема, забезпечить удосконалення навчально-виховного процесу, доступність та ефективність освіти, підготовку молодого покоління до життєдіяльності в інформаційному суспільстві, створить умови для приведення рівня і якості освітнього потенціалу у відповідність з вимогами кадрового забезпечення інноваційного розвитку України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Пожуєв В.І. Осмислення місця і ролі інформації у сучасному суспільстві / В.І. Пожуєв // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2010. – Вип. 42. – С. 4-14.
2. Руденко Н.Г. Перспектива впровадження та ефективного функціонування електронного уряду в Україні / Н.Г. Руденко // Європейські перспективи. – 2013. – № 4. – С. 202-205.

Кулик Анастасія Сергіївна

Київський національний лінгвістичний університет (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ТЮТЮНОВІЙ ГАЛУЗІ

Ринок тютюну в Україні є одним з найбільш конкурентних та динамічних серед національних ринків тютюнової продукції. На ньому представлено близько 100 бренд-сімей і понад 350 найменувань сигарет, тому не дивно, що тютюнова галузь знаходиться під пильним наглядом держави. Незважаючи на серйозні законодавчі обмеження щодо реклами та збуту тютюнової продукції, компанії швидко змінюють свою організаційну структуру та методи управління маркетинговою діяльністю для більш гнучкого реагування на зміни попиту, який внаслідок таких обмежень має тенденцію до зниження.

Набуття чинності Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо заборони реклами, спонсорства та стимулювання продажу тютюнових виробів» змусило тютюнові компанії переглянути свою маркетингову політику, стратегію, реорганізувати маркетингову службу, адаптуючи її до нових ринкових умов. До прийняття цього закону основним напрямом діяльності маркетингового відділу в більшості компаній, зокрема компанії ЛПІ було просування брендів, сегментація, позиціонування,