

Андрій СМАГЛЮК

здобувач освітньо-професійної програми

«Державна служба», ЗУНУ

Науковий керівник – д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу ЗУНУ Григорій МОНАСТИРСЬКИЙ

ТИПОЛОГІЯ ФОРМ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА У СФЕРІ ОСВІТИ

Механізм державно-приватного партнерства (ДПП) забезпечує підвищення ефективності витрачання бюджетних коштів та покращує якість державних послуг. Ефективність механізму у різних видах економічної діяльності підтверджується у реалізації багаточисельних проектів.

Однією із сфер застосування ДПП є освіта, де проекти ДПП можуть відігравати пропульсивну роль, особливо в умовах переходу освітніх установ в статус автономних. Система довгострокових відносин між державою (суб'єктами, що її представляють) та суб'єктами приватного сектору економіки з реалізації проектів у сфері освіти на основі об'єднання ресурсів та розподілу доходів або немайнових вигод, витрат, ризиків вже стали об'єктом наукового дослідження.

Типологія форм ДПП в освіті розроблена недостатньо. Деякі дослідники ДПП в освіті приймають за нього такі види взаємодії освітніх установ та бізнесу: благодійність, соціальну відповідальність бізнесу. Таке розуміння механізму ДПП негативно позначилося на підході до класифікації форм ДПП в сфері освіти. Наприклад, віднесення до форм ДПП ендаумент фондів або фондів цільового капіталу, рейтингів, асоціацій випускників, опікунських внесків, грантів є спірним питанням. Так, фонд цільового капіталу — це частина майна некомерційної організації, сформована за рахунок пожертвувань. Нашою метою є розробка об'єктивнішої типології форм ДПП в освіті. Форма ДПП значною мірою визначається об'єктом партнерства, на який спрямовані дії партнерів. Тому як основний критерій для включення форми ДПП в освіті в ту чи іншу групу (в рамках створюваної типології) можна назвати об'єкт партнерства. Ними можуть бути земельні ділянки, будівлі, споруди, обладнання, інше майно споживчого, соціального, культурного призначення. Продукти інтелектуальної та творчої праці є також об'єктами права власності та можуть бути об'єктом ДПП.

Власність на інтелектуальну продукцію, створена в процесі роботи, повинна прописуватися в контракті, в т.ч. контракті ДПП. Якщо об'єктом договору є інтелектуальна власність, то в контракті обумовлюється, хто і яких умовах її використовує.

У реалізації ДПП в освіті важливим є питання відносин власності (володіння, користування, розпорядження). Це обумовлено неможливістю передати бізнес у постійне розпорядження державної власності щодо законодавчих обмежень. Необхідно враховувати, що майно державного партнера (ДП) може належати центральним, регіональним або муніципальним органам влади та закріплюватися (або не закріплюватися) за освітньою установою (ОУ), тобто належати ОУ. Право надавати послуги в освіті мають некомерційні ОУ. За формою власності ОУ поділяються на державні, комунальні, недержавні. Послуга ОУ включає реалізацію освітньої програми, надання додаткової платної освітньої послуги (навчання за додатковими освітніми програмами, викладання спеціальних курсів та циклів дисциплін, репетиторство). Коли інтересом партнерів є надання освітніх послуг, потрібно враховувати тип навчального закладу (дошкільні, загальноосвітні, установи професійної та післявузівської професійної освіти, установи додаткової освіти, спеціальні (корекційні) для учнів, вихованців з обмеженими можливостями здоров'я). ДП можуть стати державні та муніципальні органи, державні та комунальні ОУ. До приватного партнера (ПП) можна зарахувати широке коло осіб. Зазначимо, що ПП у сфері освіти може бути і недержавною ОУ. Наступна група критеріїв – зобов'язання ПП за контрактом: виконувати роботи з будівництва об'єкта партнерства (будівництво нового об'єкта, реконструкція / модернізація, розширення); діяльність (крім будівельних робіт) з використанням об'єкта партнерства (обслуговування, управління, експлуатація, надання послуг). Названі критерії виявлено з урахуванням практики реалізації проектів ДПП, заснованої на механізмі ДПП в Україні.

Для створення типології ДПП в освіті з урахуванням виявлених критеріїв доцільно використовувати метод виялових матриць як метод класифікації, що використовується в семіотики, теорії класифікацій. Так матриця «Характеристики предмета партнерства» дозволяє рекомендувати, враховуючи чинне українське законодавство, такі форми ДПП в освіті:

1. Концесійна угода щодо об'єктів освіти. ПП за свій рахунок зобов'язується

створити та (або) реконструювати визначене цією угодою нерухоме майно, право власності на яке належить або належатиме державі, здійснювати діяльність з використанням (експлуатацією) об'єкта угоди. Держава зобов'язується надати ПП на строк, встановлений цією угодою, права володіння та користування об'єктом концесійної угоди для здійснення зазначеної (освітньої) діяльності.

2. Договір життєвого циклу освіти. ПП за свій рахунок та з використанням власних матеріалів зводить об'єкт та експлуатує його протягом усього розрахункового терміну експлуатації (життєвого циклу), здійснюючи управління, ремонт, догляд, обслуговування. ДП з моменту початку експлуатації об'єкта здійснює платежі за проектом за рахунок бюджету відповідного рівня. Так, оплата ДП за проектом може включати послуги ПП з надання об'єкта в користування (надання адміністративної будівлі для розміщення ОУ) або освітні послуги, що надаються за допомогою такого об'єкта (навчання в школі, вузі).

3. Змішані договори ДПП в освіті. Ця форма об'єднує різні види договорів: договір, що включає виконання робіт та відносини власності; договір оренди; договір довірчого управління майном; договір виконання сервісних послуг; договір на надання освітніх послуг. До цього типу можна відносити зобов'язання НП щодо надання освітніх послуг населенню, наприклад, договір про франчайзинг (освітній франчайзинг).

Кожна з існуючих форм ДПП при її реалізації в освітній сфері України має переваги та недоліки. Однією з найперспективніших форм ДПП у сфері освіти, на нашу думку, є договір життєвого циклу. Ця форма має істотні переваги. Саме умови застосування контракту життєвого циклу передбачають, що виконавець отримує кошти тільки з моменту введення об'єкта в експлуатацію, наприклад, коли в ОУ починається реальний навчальний процес або дитячий садок починає надавати послуги з дошкільного виховання дітей. У стандартні умови контракту життєвого циклу можливо також внести умови «заморожування» платежів від ДП у випадках, коли об'єкт не може використовуватися за призначенням, та накладення штрафів на ПП за низькі споживчі якості об'єкта. Використовуючи умови штрафних санкцій у контракті життєвого циклу, можна проводити планові заходи щодо утримання об'єкта з мінімальними втратами для користувачів. Наприклад, ремонт освітньої установи проходитиме у період, коли навчальний процес не ведеться через загрозу штрафу для ПП за відсутність доступу до об'єкта.

В умовах економічної нестабільності та неможливості масштабних бюджетних інвестицій контракт життєвого циклу та інші форми ДПП можуть стати ефективною схемою розвитку інфраструктури у сфері освіти.

Список використаних джерел:

1. Бобровська О.Ю. Корпоративне управління в місцевому самоврядуванні: монографія. Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2008. 284 с.
2. Мельник А.Ф., Підгаєць С.В. Державно-приватне партнерство в системі інститутів національної економіки: механізми розвитку: монографія. Тернопіль: ТНЕУ, 2017. – 279 с.
3. Монастирський Г., Волосюк М. Інституційні дисбаланси моделі управління розвитком території. *Вісник економіки*. 2021. Вип. 4. С. 23–37.

Богдан СОВИК

здобувач освітньо-професійної програми

«Менеджмент закладів охорони здоров'я», ЗУНУ

Науковий керівник – к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу ЗУНУ Олена ДУДКІНА

АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ЗАКЛАДУ

Характерною особливістю соціально-економічних відносин, що склалися на сьогодні в Україні, є динамічність зовнішнього середовища, жорсткий конкурентний тиск, швидкі темпи інноваційного розвитку, зростання вимог споживачів. Ці обставини змушують підприємства сфери фармації по-новому вирішувати проблеми, які виникли в умовах нових викликів для України. Виходячи з цього, спостерігається підвищення ролі та значення маркетингу як засобу досягнення мети в процесі обліку, аналізу, планування та контролю функціонування підприємства. Стратегічним завданням підприємства стає найбільш повне використання маркетингового потенціалу, що можливо через створення відповідних маркетингових структур, шляхом більш ефективного використання наявних ресурсів та виявлення резервів.

Проте слід наголосити, що маркетинг у фармацевтичній галузі значно відрізняється від загально визначених понять та класичної концепції маркетингу. «Маркетинг фармацевтичних підприємств має свої особливості, які обумовлені особливостями товару (фармацевтична продукція), учасників ринку (виробники,