

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ В УКРАЇНСЬКУ ПРАКТИКУ

*Шульгіна Л.М., д.е.н., професор,
shulm@ukr.net*

*Жалдак Г.П., к.е.н.,
ann17@i.ua*

*Національний технічний університет України «Київський
політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

Процеси євроінтеграції України загалом та імплементації міжнародних стандартів в українську практику зокрема були і залишаються об'єктом дослідження авторитетних науковців. Дослідники вивчали теоретичні та практичні проблеми виникнення і розвитку інтеграційних процесів у Європі. Значна увага була приділена механізмам формування та реалізації державної політики України у сфері європейської інтеграції.

Важливими напрямками досліджень були, зокрема, аналіз динаміки ставлення громадян України до ЄС та вивчення специфіки процесів європейської самоідентифікації населення України. Аналітики наголошували на складності, поступовості і багаторівневості цих процесів, а також на тому, що вони (процеси) зачіпають найважливіші сфери людської життєдіяльності: політичну, економічну, соціальну та культурну. Незважаючи на усі складнощі, результати досліджень вказують на позитивні зміни у настроях громадян щодо європейського вектора розвитку. Помітну роль у покращенні цих настроїв відіграли інститути громадянського суспільства, які донині вже пройшли певні етапи свого розвитку та удосконалили характер взаємовідносин із державою. Однак, ще слід покращувати інформаційно-консультативні, діалогові та партнерські інструменти взаємодії на етапі реалізації стратегії інтеграції України до Європейського Союзу. Поступове наближення законодавства

України у сфері стандартизації до норм ЄС стало однією з доміант входження на внутрішній ринок країн Європи. На підставі наукового аналізу гармонізації законодавства України про судоустрій і статус суддів у відповідність із міжнародними стандартами шляхом їх упровадження у правову систему України. Висвітлено їх значний вплив на функціонування державно-правових інститутів, національну законодавчу базу, сучасну правову доктрину. У наукових публікаціях наголошується, що міжнародні та європейські стандарти на сьогодні є найбільш універсальною системою регулювання, яка відповідає інтересам і запитам щодо якості надання товарів та послуг представників різних країн. Звідси, гармонізація українських стандартів зі стандартами ЄС надає можливість послідовно усунути недоліки і невідповідності української системи стандартизації без порушення цілісності цієї системи.

Одним із видів невідповідності була невідповідність термінологічна, яка на сьогодні вже суттєво нівельована. Зокрема, нова редакція Закону «Про стандартизацію» закладає європейські основи розвитку. Так, для уникнення дублювання, ліквідовано поняття «галузева стандартизація» [1], – такого поняття у європейських стандартах не існує. Натомість введено в оборот термін «гармонізовані стандарти», який використовують у Директивах Нового підходу до стандартизації, щоб юридично визначити технічні специфікації, більше відомі як Європейські стандарти. Згідно з Директивами Нового підходу до стандартизації гармонізовані стандарти мають суто рекомендаційний характер. Гармонізовані (еквівалентні) стандарти можуть містити деякі відмінності: по формі, в пояснювальних примітках, в окремих спеціальних вказівках і т.п. Тому керівництво ISO/IEC запропонувало такі терміни: ідентичні стандарти та уніфіковані стандарти. Ідентичні стандарти – це гармонізовані стандарти, повністю ідентичні за змістом і за формою. Нерідко це точний переклад стандарту

(міжнародного, регіонального), прийнятого в національній системі стандартизації. Ці стандарти можуть відрізнятися лише позначенням (шифром, кодом). Уніфіковані стандарти – це гармонізовані стандарти, які за змістом ідентичні, але відрізняються за формою подання .

У 2014-2019 рр. гармонізації законодавства приділялася суттєва увага, оскільки у її результаті прогнозувалося зменшення кількості перевірок бізнесу, скасування ліцензування та сертифікації більшості видів діяльності. Це впливало з того, що Зона Вільної Торгівлі передбачає не лише відмову від стягнення мит та зняття технічних бар'єрів, але й взаємний доступ до ринків послуг, можливість відкриття філій, створення спільних проектів тощо. Згідно з існуючою на сьогодні законодавчою базою, процес гармонізації може здійснюватися за такими основними напрямками [2]:

– взаємне визнання – є досягнутим, коли правила формування нормативних показників однієї країни визнаються іншою. В основі визнання лежить розроблення спільних систем норм та стандартів, а також розуміння їх сутності не залежно від країни;

– узгодження – проявляється у розробленні єдиної методології процесу стандартизації різних країн. В основі узгодження лежить пояснення найбільш важливих відмінностей між системами норм і стандартів різних країн.

Отже, підсумовуючи усе сказане вище, зазначимо, що гармонізація стандартів займає важливе місце в загальній теорії стандартизації та є невід'ємним елементом інтеграції України до ЄС. Насамперед, гармонізація стандартів (приведення вітчизняних стандартів у відповідність європейським та міжнародним) надає можливість значно покращити ефективність роботи підприємств та їх конкурентоспроможність. На сучасному етапі розвитку національної економіки ПГСУ є надзвичайно необхідними. Про це засвідчує нормативно-правових змін у сфері

стандартизації України, зокрема: створення національного органу стандартизації, який не є органом державної влади; скасування обов'язковості застосування стандартів; відміна відомчих погоджень проектів національних стандартів тощо.

Література:

1. Закон України «Про стандартизацію» [online]. [cit. 2020-03-22]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1315-18>;

2. Agreements on Conformity Assessment and Acceptance of Industrial Goods (АСАА), (Угода АСАА) [online]. [cit. 2020-03-22]. Available at: <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2017/07/11/ukraine-association-agreement/>]

ПРИНЦИПИ ТА ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Аббасзас Р., магістрант,

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Маркетингова діяльність підприємства це, в першу чергу, творча діяльність, яка допомагає вирішувати питання щодо розвитку ринку товарів, послуг та робочої сили. При цьому оцінює потреби споживачів та формує практичні заходи щодо задоволення цих потреб. За допомогою маркетингової діяльності визначається спосіб, за яким підприємство зможе продати свою послугу чи товар кінцевому споживачеві. Об'єктивні умови розвитку ринку, який з часом втрачає деяку хаотичність, та де особлива роль відводиться споживачу відображають зміст маркетингової діяльності. Споживач створює передумови для розподілу ринку між споживачами [1, с. 279]. Він висуває свої вимоги щодо продукту чи послуги, їх характеристик, кількістю, термінами поставки, тощо. Зростаюча конкуренція за споживача змушує торговельні підприємства приділяти велику увагу вивченню потенційних споживачів і вимогам