МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ УЧАСНИКІВ МІЖНАРОДНОГО МОЛОДІЖНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ФОРУМУ

1906 КНЕУ
КИЇВ 2003

ББК 65я431
М 34

Матеріали міжнародного молодіжного економічного форуму. — Київ, 5—10 травня 2003р. — К.: КНЕУ, 2003. — 306 с.

ISBN 966–574–685–5

У збірнику зібрано тези доповідей учасників ММЕФ — студентів, аспірантів, молодих учених та молодих спеціалістів з України, Російської Федерації, Білорусії, Туреччини та Німеччини.

ББК 65я431

Редакційна колегія:

Голова комітету:

Лук'яненко Д. Г. — д-р екон. наук, проф., декан факультету міжнародної економіки і менеджменту Київського національного економічного університету.

Заступники голови:

Ситник В. Ф. — д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри інформаційних систем в економіці Київського національного економічного університету; ***Швиданенко Г. О.*** — канд. екон. наук, проф., завідувач кафедри економіки підприємств Київського національного економічного університету; ***Гребньов М. Г.*** — канд. екон. наук, проф., заступник завідувача кафедри маркетингу Київського національного економічного університету; ***Леонов Д. А.*** — канд. екон. наук, доц., заступник завідувача кафедри фінансів Київського національного економічного університету, директор Українського інституту розвитку фондового ринку.

Відповідальний редактор: ***Петрів В. Р.***, голова Наукового студентського товариства КНЕУ, магістрант.

Члени редколегії:

Аксень Е. М. — канд. фіз.-мат. наук, доц. кафедри прикладної математики та економічної кібернетики Білоруського державного економічного університету; ***Александров І.О.*** — д-р екон. наук, проф. кафедри менеджменту Донецького національного університету; ***Бойчук І. В.*** — канд. екон. наук, доц. кафедри маркетингу, декан факультету міжнародних економічних відносин Львівської комерційної академії; ***Вітлінський В. В.*** — д-р екон. наук, проф. кафедри економіко-математичних методів Київського національного економічного університету; ***Дацків Р. М.*** — заступник директора Недержавного аналітичного центру «Інститут реформ»; ***Дегтярьова Н. В.*** — канд. екон. наук, доц. кафедри фінансів Київського національного економічного університету; ***Дяченко В. П.*** — канд. екон. наук, доц. кафедри міжнародної економіки та маркетингу Тернопільської академії народного господарства; ***Кальченко Т. В.*** — канд. екон. наук, доц. кафедри міжнародного менеджменту Київського національного економічного університету; ***Козак І. А.*** — канд. екон. наук, доц. кафедри інформаційних систем в економіці Київського національного економічного університету; ***Лазарєва С. Ф.*** — канд. екон. наук, доц. кафедри інформаційного менеджменту Київського національного економічного університету; ***Майорова Т. В.*** — канд. екон. наук, доц. кафедри банківських інвестицій Київського національного економічного університету; ***Новаківський І. І.*** — канд. екон. наук, старший викладач кафедри економіки підприємства і менеджменту Національного університету «Львівська політехніка»; ***Ньюран Г. Белет*** — асистент економічного факультету Газі Університету (Туреччина); ***Олексюк О. І.*** — канд. екон. наук, старший викладач кафедри економіки підприємств Київського національного економічного університету; ***Онищенко П. О.*** — начальник управління стратегічного планування Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України; ***Осадець С. С.*** — д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри страхування Київського національного економічного університету; ***Пилипчук В. П.*** — канд. екон. наук, доц. кафедри маркетингу Київського національного економічного університету; ***Путінцев А. В.*** — канд. екон. наук, доц., завідувач кафедри маркетингу, товарознавства та комерційної діяльності Інституту економіки і бізнесу Луганського державного педагогічного університету; ***Радіонова І. О.*** — канд. географ. наук, доц. кафедри економічної і політичної географії економічного факультету Російського університету дружби народів (м. Москва); ***Сендзюк М. А.*** — канд. екон. наук, доц. кафедри інформаційних систем в економіці Київського національного економічного університету; ***Тормоса Ю. Г.*** — канд. екон. наук, доц., заступник завідувача кафедри державного регулювання економіки Київського національного економічного університету; ***Федорченко А. В.*** — канд. екон. наук, старший викладач кафедри маркетингу Київського національного економічного університету; ***Циганкова Т. М.*** — канд. екон. наук, доц., заступник завідувача кафедри міжнародного менеджменту Київського національного економічного університету; ***Шамова І. В.*** — канд. екон. наук, доц. кафедри банківської справи Київського національного економічного університету; ***Шафалюк О. К.*** — канд. екон. наук, старший викладач кафедри маркетингу Київського національного економічного університету; ***Швиданенко О. А.*** — канд. екон. наук, доц., заступник завідувача кафедри міжнародної економіки Київського національного економічного університету; ***Шершньова З. Є.*** — канд. екон. наук, доц. кафедри менеджменту Київського національного економічного університету;

ISBN 966–574–685–5

© КНЕУ, 2003

Наукове видання

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ УЧАСНИКІВ МІЖНАРОДНОГО МОЛОДІЖНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ФОРУМУ

Редактор укр. тексту *О. Цимбалюк*
Редактор англ. тексту *Н. Шамхалова*
Художник обкладинки *О. Стеценко*
Коректор укр. тексту *Л. Сирота*
Верстка *О. Бабич*

Підп. до друку 10.06.2003. Формат 70 × 108 / 16. Папір офсет. №1.
Гарнітура Тип Таймс. Друк офсетний. Ум. друк. арк. 23,80.
Обл.-вид. арк. 37,81. Наклад 150 пр. Зам. № 03-2729.

Київський національний економічний університет
03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, №235 від 07.11.2000)

Тел./факс (044) 458–00–66; 456–64–58
E-mail: publish@kneu.kiev.ua

МІЖНАРОДНИЙ МОЛОДІЖНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ФОРУМ
INTERNATIONAL YOUTH ECONOMIC FORUM

Міністерство освіти і науки України
Ministry of Education and Science of Ukraine

Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України
Ministry for Economy and European Integration of Ukraine

Міністерство закордонних справ України
Ministry for Foreign Affairs of Ukraine

Київська міська державна адміністрація
Kyiv City State Administration

Газі Університет (Туреччина)
Gazi University (Turkey)

Університет м. Констанц (Німеччина)
University of Konstanz (Germany)

Санкт-Петербурзький Державний Університет Економіки та Фінансів
St. Petersburg State University of Economics and Finance (Russia)

Білоруський державний економічний університет (Білорусь)
Byelorussia State Economic University (Byelorussia)
Російський університет дружби народів (Російська Федерація)
Peoples' Friendship University of Russia (Russia)

Київський національний економічний університет (Україна)
Kyiv National Economic University (Ukraine)

Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)
Lviv Polytechnic National University (Ukraine)

Тернопільська академія народного господарства (Україна)
Ternopil Academy of National Economy (Ukraine)

Львівська комерційна академія (Україна)
Lviv Academy of Commerce (Ukraine)

Донецький національний університет (Україна)
Donetsk National University (Ukraine)

Луганський державний педагогічний університет ім. Тараса Шевченка (Україна)
Lugansk State Pedagogical University (Ukraine)

ВГО «Інститут Реформ» (Україна)
NGO «Institute of Reforms» (Ukraine)

Збірник тез доповідей учасників Міжнародного молодіжного економічного форуму

Collection of the materials of International Youth Economic Forum's participants

Київ, 04-10 травня 2003
Kyiv, 04-10 May, 2003

ДЛЯ НОТАТОК

Вельмишановні учасники та гості форуму!

Ректорат Київського національного економічного університету вітає бажання юних талантів займатись науково-дослідною роботою. Беручи участь у різноманітних наукових конференціях, кожен з Вас має можливість виявити свої творчі здібності та вміння у сфері розкриття та дослідження актуальних питань сучасної економіки. Адже реалії сьогодення ставлять нас перед багатьма соціально-економічними проблемами, які потребують негайного розв'язання як на рівні окремих підприємств, організацій, держави, так і в глобальному масштабі.

Проведення цього форуму було б неможливим без науково-методичної, організаційної та фінансової підтримки вузів-співорганізаторів: Національного університету «Львівська політехніка», Тернопільської академії народного господарства, Львівської комерційної академії, Донецького національного університету, Луганського державного педагогічного університету, а також зарубіжних вищих навчальних закладів. Під час підготовки форуму декілька комерційних фірм проявили зацікавленість в його роботі, надали спонсорську допомогу і одночасно підсилили практичний аспект даного заходу.

Сподіваюся, що наукові розробки учасників цього форуму допоможуть глибше розібратись у проблемах сучасної економіки та вкажуть на нові дійові підходи їх розв'язання. Висловлюю своє побажання, щоб і надалі такого роду заходи організувалися за участю молоді різних регіонів України, близького та далекого зарубіжжя. Бажаю Вам щастя, здоров'я і подальших успіхів на науковій ниві.

З повагою,
ректор Київського національного
економічного університету,
Академік Академії педагогічних наук України *А. Ф. Павленко*

GERHARD FOTH
University of Konstanz, Germany
4-th year student

**THE EXTENCION OF THE EUROPEAN UNION —
A THREAT TO WESTERN EUROPE'S LABOR MARKETS?**

Countries of CEE will join the EU in the next | provides experience to evaluate these restric-

years. In the fear of huge migration flows to Western Europe, state leaders of Germany, France and other nations called for restrictions on the freedom of movement for these new members. We will see that the joining of Portugal, Spain and Greece

tions. By comparing data on these countries with data on Poland, and by reviewing parts of the vast literature on migration, we will show that the restrictions that will be implemented are not justified by the reality

Introduction

Since the Treaty of Maastricht of 1992, the European Union (EU) became more or less one huge unified economy with more than 300 million inhabitants. Although important freedoms like freedom of movement were already implemented earlier the Treaties of Rome between 1961 and 1968, the Maastricht Treaty introduced new freedoms, concerning free transfer of capital, trading of goods and services etc. Being a great economic advantage for the members, other European countries also wanted to join the EU. Over the last few years, the EU negotiated with most countries in Central and Eastern Europe (CEE) on their joining of the EU. In the upcoming 10 to 20 years 12 countries of CEE will, as a result of these negotiations, join the EU, thus increasing the EU by more than 28 % in population and making it the by far largest united economy in the world.

One of the most controversial topics in the negotiations was the part of the Maastricht treaty regulating the freedom of movement of workers. Especially the German government, having problems with high unemployment rates on their own labour market, called for strict regulations, which in fact would forbid the people of the new member states to move to another EU country. Finally, after several months of difficult diplomacy, the candidates agreed on regulations, restricting the access to Western European labor markets for 7 years after the joining. These tough restrictions on the advantages that the new members would enjoy led to serious conflicts. In most candidate countries, where there is still a referendum to be hold over the joining of the EU, these populistic statements supported those opposed to the EU joining unexpectedly strongly. In this paper, We want to examine if the fears of a mass integration from (perhaps «poorer») CEE countries have a real background or if the topic is just used to gain domestic political support by the masses who are easily manipulated when they fear for their jobs.

Methods

In fact, the EU already has experience with other countries joining the club: Ireland, Spain, Denmark and Austria, just to name a few, joined the EU over the last 30 years. There, valuable experiences have been made, also with the joining of significantly poorer countries. By examining these earlier experiences we want to find out if the call for a freedom of movement limitation is justified. A review of the published literature on migration can help us too to identify features that make a country predetermined for a negative migration saldo; comparing these features with the countries in CEE will give us a better idea what to expect in terms of migration. One of the countries that probably will join the EU as the first is Poland, therefore we will pick it as reference point. A priori knowledge suggests that Spain (joined the EU in 1986), Greece (joined in 1981) and Portugal (joined in 1986) are definitely the most appropriate countries to be compared to Poland in 2003.

As pointed out in most of the literature on migration, we suggest here that the main reasons for migration from one country to another are economic ones. Thus, we expect migration to happen when the conditions in the home country are so much worse that the expectations for a better life are good enough to weigh out the risks and hardships of migration. Besides economic reasons, political, social or a combination of these factors can lead to migration too. As indicators for the economic condition, we primarily look at the per capita GDP, being widely accepted as an appropriate measure for the «riches» of a country.

Concerning the GDP, we only look at the per capita GDP relative to a richer country, Germany, because it makes only little sense to compare the presented nominal figures and because a

deflation of these figures is hardly possible with the available data.

Examination of the data

In Tables 1 to 3, we present the data used for this comparison. We will mainly use the per capita income (pci). Figures about the population and the area size should just give a better impression about the relative size of the compared countries. Comparing the pci of these countries on the eve of their joining of the EU we can see that Portugal had about 22 % of the pci of Germany (West), while Greece and Spain with 39 % and 46 % respectively still had less than half of the pci of Germany. For Poland, our candidate from CEE, this figure would be 36 % in the year 2000. Taking into consideration that Poland's economic growth rate is roughly 4 times as high as the growth rates of the Western European economies, we get a projected figure for 2004 that lies somewhere between 40 and 45 %, which is still significantly below half of the pci of Germany. But when we compare these several poor countries we see that Poland is not, as pointed out in the media, a «Third World Country» in Europe. Actually, Poland's pci in 2004 will be more than 2/3 of the pci of Portugal in 2004, although Portugal has been enjoying considerable subsidies and other economic help from the EU for more than 15 years now.

We get a similar impression when we compare Poland to Greece. Although Greece can still be seen as «richer» than Portugal, it is not that far away from Poland. Poland will probably have a greater pci when joining the EU than Greece in 1980. And in 2004, although Greece has been in the EU for more than 20 years now, its pci is only little higher than Portugal's.

The figures tell us that Poland is relatively similar to Spain: The population is almost exactly the same and the pci will be almost the same too in two years. But even this seems to be only a picture for the moment: For the last decade, Poland has had a steady economic growth of around 5 % which is expected to go on while most of the Western European economies had problems with recessions.

However, as we have seen that the conditions in Greece and Portugal on the eve of their joining the EU were even worse than today in Poland. So we can be relatively sure that there won't be any more migration from Poland than there was from Portugal or Greece. Hence the next task is to examine the migration flows from Portugal, Greece and Spain to «richer» countries in the EU after their joining. It is difficult to find data for this: Most countries do not have a statistic that could tell us where emigrants are going to. And just adding up the data provided by the nations where the people are going to seems to be an impossible task for data that is more than 20 years old. As we lack exact data we should look at the literature published on this topic. The surprising result of this is, that most books completely deny a noticeable effect of the implementation of the freedom of movement of labor in the Treaties of Rome. Other authors focus on the movement within different countries (for example from Southern Italy to Northern Italy) suggesting that the migration from country to country within the EU does not produce any important migration flows anymore. Migration from South to the North came to a halt in the early seventies after the first oil price shock and never revived after that to the numbers of the time before.

Examination of available data can only be one of several methods to do research on a topic. Other helpful hints could be found by checking on social indicators like religion, traditions and things like that. Examination of such things (which is done in the longer version of this paper) strongly support our findings.

Conclusion

After having examined the available data on migration in the EU after the joining of „poorer» countries and after having compared these countries to Poland, we cannot find any strong hints that there will be the threat of millions of unemployed pouring on to Western European labor markets. Moreover, we can expect Poland to maintain its actual high economic growth rate as a consequence of the economic advantages after joining the EU. As the pci will increase there will be even less incentives to leave the country. The populistic calls for tough restrictions on the countries of CEE have been an unnecessary obstacle on the way to a harmonic joining of the EU of these countries. They are probably not justified and we can suspect that they were just made to gain easily domestic political support.

Nevertheless, this paper has several serious shortcomings: It is definitely not enough just to take the per capita income as the one and only indicator of economic wellbeing in a country. More data and other economic indicators should be considered as well. The focus on Poland hides the fact that there are obviously important differences among the CEE-countries. Poland is probably one of the countries with a relatively bright perspective of the future. The most important shortcoming is the fact that this paper only considers the facts up to the point of joining the EU. It does not deal in any way with the consequences. 20 years ago, the EU was able to put a lot more money in the developing of poorer countries joining the Union. The sums paid in these times are definitely not affordable anymore. So joining the EU may now implicate a longer period of painful adjustments.

TABLES

Table 1: COMPARISON BETWEEN GERMANY (WEST) AND GREECE IN THE YEAR 1980

Indicator	Germany (West)	Greece	Quotient
per capita income (in $)	7290	2880	39 %
area	248,000 sq. Km	132,560 sq. Km	53 %
inhabitants	62 million	9,25 million	15 %

Table 2: COMPARISON BETWEEN GERMANY (WEST), PORTUGAL, AND SPAIN IN THE YEAR 1985

Indicator	Germany (West)	Portigal	Quotient	Spain	Quotient
per capita income (in $)	10,688	2,370	22 %	4920	46 %
area	248,000 sq. Km	94,276 sq. Km	38 %	507,606 sq. Km	205 %
inhabitants	61,6 million	10,04 million	16 %	38,3 million	62 %

OKAY GÜNEŞ
Gazi University
Post Graduate, Economics, 1st year

A DESIGN FOR COMPUTER-AIDED TEACHING TOOL IN MACRO-ECONOMICS

Developments in computers and related technologies have affected and revolutionized production methods and processes both in the industrial and service sectors. Education has been one of the sub-sectors that is radically affected by these revolutionary changes. Computer — aided teaching tools have been developed in many subjects for various levels ranging from the elementary school to the university level.

The project proposed here aims at producing a useful *computer-programmed learning-tool for undergraduates studying macro-economics*. For treatment in this proposal, we selected «the core model of Neoclassical-Keynesian Synthesis» which is taught at all introductory and intermediate level macro-economic courses. As elaborated in the context of two examples, the said «basic core model» looks simple enough at first sight, but the eleven equations and the 19 parameters of even this rather simple model create a framework and possible interactions that are anything but simple. Starting from an initial equilibrium position, when even one function is shifted, a whole series of interactions occur within the system shifting some functions but not others; and these shifts should sometimes be regarded as occurring simultaneously and sometimes in a particular lagged order. Furthermore the size of the shifts depend on the values of a dozen or more parameters involved. So therefore, *just* following the effects *of the same initial shift* gives virtually hundreds of different results depending on how (and if) one changes any one(or any group) of the parameters involved. Explaining *all* this to students and drawing 4 quadrant graphs involving multiple shifts for all these myriad cases is quite confusing. If, however, the student can see the shifts occurring «live» on the monitor and if, with a click of the mouse, he/she can *first repeat the same shift for a given set of parameters* until the dynamics involved becomes clear *and then if he/she can change first one relevant parameter and then another* and thus see the set of shifts initiated by the same initial «kick» yielding results of different magnitudes for some of the variables that define the resulting new comparative-static equilibrium, he/she will grasp the underlying logic of the dynamics *and* the mathematics involved behind the graphical exposition. *(For an example please see Annex provided)*

The idea is providing computer-assisted teaching aids in economics. This we could call CAT-Tool (Computer-Aided Teaching Tool) or alternatively CALT (Computer Aiding Learning Tool). To start with and as a first example, we selected a basic macro-economic model taught in all macro-economics and intermediate macro-economics

courses — namely the core neoclassical-Keynesian synthesis.

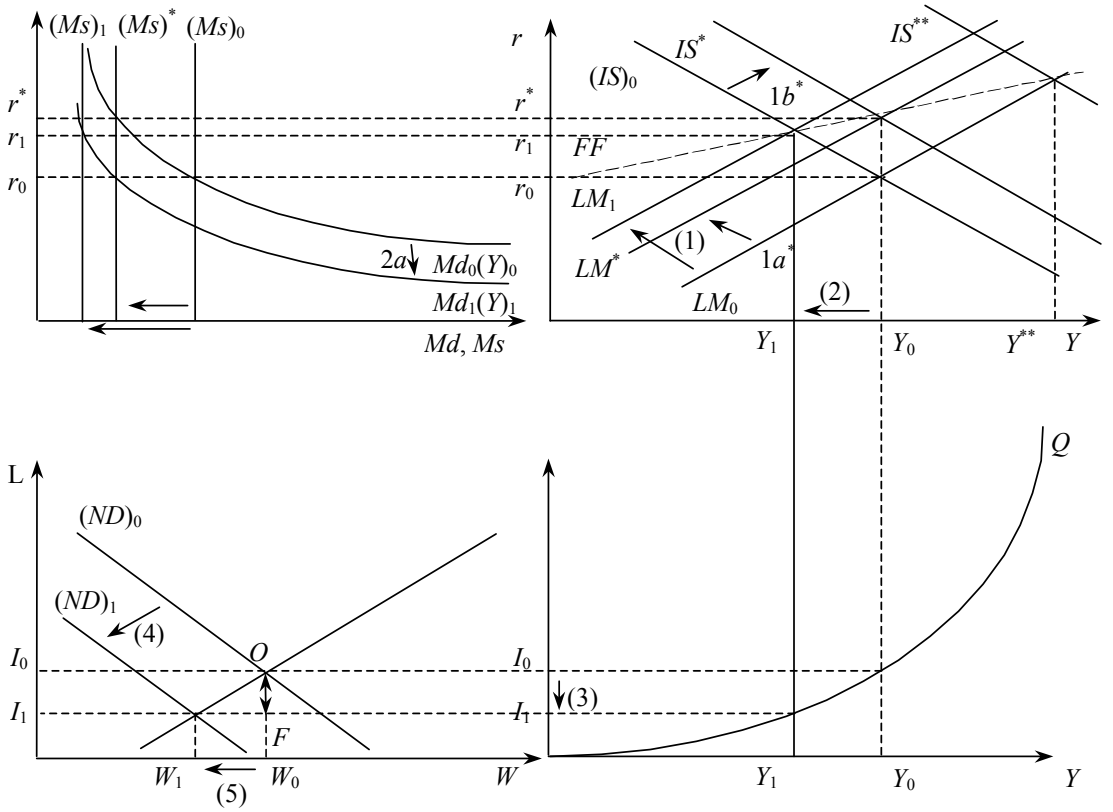
The programs will include a menu from which *the student may choose an initial «kick» to the system;* and for each such case, the student will also be able to click for «*The Parameters Menu*» from which menu he/she may choose parameters and alter their values so as to see what difference they will make. This will help the student grasp the logic and the mathematics involved in the model: exactly how the system is kicked out of equilibrium and through what sort of dynamics and interrelations it may reach new equilibria.

Therefore, we believe that, what we propose here is an invaluable tool for teaching this fundamental part of macro-economics. We only cover a most basic program for the basic core ISLM model in this project. IS-LM curves plus a neoclassical production function plus a neoclassical labor-market. The graphs depicting the derivation of the IS and LM curves maybe added to this basic graphical depiction. An FF curve depicting the locus of points (Y_i, r_i) where the current account is at balance may also be added to include foreign economic relations. The model can be further expended to include 2 countries and the foreign trade and capital flows between them, so that a simple model of international trade may be added as a module to the basic macro-model mentioned above.

The model can even be designed in an interactive fashion so that it may function as a «pedagogically-useful game» as well as a teaching tool. If this can be professionally programmed, such an interactive model would enable student/participants to «role-play» as decision givers in the «households», «the private sector» and «the public sector» in «*n*» separate countries and so create--albeit a rather simple--simulation of a globalized economy consisting of *n* countries. In this case there would be a menu for defining a set of alternative initial conditions and defining a whole set of «initial-parameters» such as the global income distribution between the n countries, the income distribution among the households of each of the n countries, the share of the private sector in each country and etc., which do not appear in the simple-model in our exposition. However, the programming of such an interactive set-up is much more difficult and beyond our financial means at this point and so for the purposes of this exposition and project proposal, we shall limit ourselves to the most basic model of the «Neoclassical-Keynesian Synthesis».

The equation set that defines the said model is as follows:

ANNEX



The Goods-Market Equations from which the IS curve is derived:

$$C = c_1 + c^2 Y$$
$$I = a + bY + dr$$
$$G = G_0$$
$$Y = C + I + G$$

The Money Market Equations from which the LM Curve derives:

$$M_d = L = I_1 + I_2 Y + I_3 r$$
$$Ms = M_0$$
$$Ms = Md$$

The Neoclassical Production Function:

$$Y = AK^{\alpha} L^{\beta}$$

The Neoclassical Labor Market :

$Nd = n_1 + n2w$ (The n_1 parameter implicitly includes expectations of the business Community that call for a shift of this function)

$$Ns = m_1 + m_2 w$$
$$Ns = Nd$$

The Foreign Exchange Income and Expenditures Function FF :

$$F_{in} = f_1 + f_2 r$$
$$F_{ex} = z_1 + z_2 Y$$
$$F_{in} = F_{ex}$$

Assuming that the goods and money markets are at an initial equilibrium at {Y0, r0} but that there is a balance of payments deficit as depicted by an FF curve passing above the said point. One obvious policy to achieve over-all equilibrium is to resort to tight monetary-policies, by a shift of the Ms schedule from (Ms)0 to (Ms)1. The above is the 4-Quadrant graph depicting the set of ensuing consecutive function shifts.

ЮРІЙ АНТОНЮК
Київський національний економічний університет

YURIY ANTONYUK
Kyiv National Economic University

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УКРАИНЫ

TOPICAL PROBLEMS OF UKRAINE'S INFORMATION SECURITY

Мировые процессы глобализации, внедрение новых информационных технологий, формирование информационного общества усиливают важность такой составной национальной безопасности, как информационная безопасность.

The processes of globalization, implementation of new information technologies and formation of an information society have imparted additional importance to information security, which is an element of national security.

Негативные тенденции развития информационного пространства Украины, неэффективность государственной информационной политики, кризисное состояние экономики государства создают предпосылки к эскалации угроз его информационной безопасности.

По некоторым признакам, уровень информационной безопасности в Украине приближается к критической границе, после которой — утрата демократических принципов и механизма деятельности государства, возврат к авторитаризму, изоляции на международной арене.

Сегодня именно причины политического характера провоцируют эскалацию основных угроз информационной безопасности, ставят под

Negative tendencies in the development of Ukraine's information space, ineffectiveness of state information policy and the crisis in the national economy have created preconditions for the escalation of threats to Ukraine's information security.

In general, the level of information security in Ukraine is coming close to a critical limit bordering on the loss of democratic principles and fundamentals of the state, return to authoritarian rule and Ukraine's isolation on the international scene.

Today, it is political factors that provoke escalation of major threats to information security and call into question the exercise of the human

сомнение реализацию прав украинских граждан на свободу слова. Прежде всего, это внедрение политической цензуры, давление на СМИ, недостаточная открытость органов государственной власти для публичного контроля, превращение СМИ в средства массовой пропаганды.

Тяжелое налоговое давление на СМИ, высокие цены на материалы (в частности, бумагу), монополизация отдельных видов информационных услуг, ограниченность рекламного рынка и инвестиций, низкая платежеспособность населения приводят к неприбыльности большей части СМИ, особенно общественно-политического направления. Это не дает возможности реализовать информационные проекты как инвестиционные, которые способны приносить прибыль.

Появление новых информационных продуктов в стране практически всегда четко ориентировано на выполнение задач политического характера в интересах учредителей, государственных кураторов или финансовых групп, которые ориентируются на существующую власть. Поэтому практически все телерадиоканалы и большинство печатных СМИ распределены между влиятельными финансово-политическими кругами.

Лучшие отечественные специалисты покидают политическую журналистику, переходят в другую, например, развлекательную сферу. Возрастает количество анонимных публикаций — используя псевдоним, журналисты (а также рядовые граждане и государственные служащие) пытаются донести общественности информацию о самых острых вопросах и одновременно избежать возможного давления.

Низкий уровень жизни граждан Украины ограничивает их доступ к информации. Украинские ученые не имеют финансовых возможностей доступу к Интернет-ресурсам. Ограничение доступа широких слоев населения к информации приводит к «внутреннему» сужению информационного пространства Украины, сдерживает развитие интеллектуального потенциала общества.

В информационном пространстве Украины существуют факторы (иногда деструктивного) влияния на общественное сознание и психику граждан, что создает возможность манипуляции сознанием человека и может иметь негативные общественные последствия. Результатом воздействия этих факторов может стать разрушение моральных ценностей, духовного здоровья человека и общества.

right to the freedom of speech. The most significant of these include the imposition of political censorship, pressure on mass media, insufficient openness of the authorities for public control, transformation of means of mass information into means of mass propaganda.

Heavy tax pressure on the mass media, high paper prices, monopolies on some kinds of information services, limited of advertising marker, limited investments, and limited purchasing power of the population make the majority of mass media, especially socio-political editions, unprofitable. As a result, information projects cannot be implemented as commercial and profit-making enterprises.

The appearance of new information products in the country is practically always oriented toward the attainment of political goals in the interests of their founders, state «patrons» or financial groups supporting the establishment. That's why all television channels and the overwhelming majority of large circulation printed media have been divided among influential finance/political elite.

The best domestic specialists are leaving political journalism and going into other lines of work, such as entertainment. The number of anonymous publications is rising: working under pen-name journalists (as well as civil servants and ordinary citizens) attempt to make information on the most acute issues public and simultaneously avoid possible reprisals.

The low standard of living of Ukraine's citizens limits their access to information. Ukrainian scholars do not have the financial ability to access Internet resources. Limitation of public access to information brings about the «internal» shrinkage of Ukraine's information space and hinders the intellectual progress of society.

In Ukraine's information space, there are many agents of negative (sometimes destructive) influence on public consciousness and human mind, which enables manipulation of human consciousness and can bring about negative social consequences. This may result in the ruination of moral values of society and mental health of the people.

State power bodies' transparency remains limited and insufficient. This violates the right of citizens and legal entities to obtain information, makes feedback between the authorities and public impossible, and points to the ineffectiveness of the state information policy.

The legal basis regulating the use of up-to-date information technologies and identifying new kinds of crimes committed with their use is inadequate. The principles of national legisla-

Органы государственной власти остаются недостаточно открытыми для публичного контроля, что нарушает права граждан и юридических лиц на получение информации, не позволяет создавать обратные связи между властью и общественностью, что становится свидетельством неэффективной государственной информационной политики.

Несовершенна и правовая база, которая регламентирует использование новых информационных технологий и определяет новые виды нарушений, совершенных с их помощью. Принципы национального законодательства в информационной сфере не согласованы с нормами международного права.

Реальную угрозу информационной безопасности Украины представляет компьютерная преступность — вследствие слабой защищенности информации с ограниченным доступом и высокого уровня зависимости компьютерных сетей от иностранных производителей программного обеспечения.

Высокий уровень присутствия иностранных СМИ в информационном пространстве Украины, при условии низкой конкурентоспособности отечественных масс-медиа, допускает возможность формирования общественного мнения в интересах других государств, а также осуществления информационной экспансии против Украины.

Учитывая ведущие тенденции современного мирового развития, можно утверждать, что государства, которые не имеют соответствующих предпосылок для интеграции в мировое информационное пространство, рискуют оказаться на обочине мировой цивилизации. Такая перспектива угрожает новым делением стран мира по признаку уровня развития информационной сферы.

tion in the information sector do not comply with the norms of international laws.

Computer crime poses the real threat to Ukraine's information security, because of the poor protection of restricted information and the high level of computer network dependence on foreign software manufactures.

The high level of foreign mass media presence in Ukraine's information space, combined with the low competitiveness of the domestic mass media, creates possibilities for the formation of public opinion in the interests of foreign countries and for information expansion against Ukraine.

Given baseline tendencies in the world progress, it can be stated that countries without proper preconditions for integration into the world information space may well fall out of the world «civilisational» process. Such a prospect is fraught with a new division of countries of the world depending on the level of the information sector development.

В. О. АНУФРИЕВ
Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов

V. ANUFRIEV
St. Petersburg State University of Economics and Finance

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ КРЕДИТНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

PRICING FEATURES ON THE CREDITING SERVICES MARKET

В предоставленных тезисах нами была рассмотрена проблема ценообразования на современном рынке кредитов в Санкт-Петербурге. Данный анализ построен на

In this thesis we have invoked the problem of pricing on the actual credit market in St-Petersburg, This analysis is based on the term of the cost of credit service and

базе понятия себестоимости кредитной услуги и включает в себя основные её элементы. В определённой мере, он должен дополнять доминирующую в настоящее время концепцию ценообразования на кредитные ресурсы через взаимодействие спроса, предложения и макроэкономической конъюнктуры на них.
Данный анализ позволяет произвести более тщательную оценку и изучение кредитного рынка, являясь теоретическим обоснованием ценовой политики коммерческих банков на данном рынке.

includes basic elements of cost. Thus, it can become a supplementary part of the dominating conception of pricing for credit resources by interaction of supply, demand and macroeconomic conjuncture on it.
This analysis permits a better research of credit market and competition on it, being a theoretical basis of pricing policy of commercial banks on this market.

К концу девяностых годов в финансировании реального сектора экономики банковской системой Российской Федерации окончательно сложились рыночные отношения, подразумевающие под собой рыночное ценообразование на предлагаемые банками кредитные ресурсы. В результате произошедших изменений становится целесообразным изучение проблемы формирования рыночной цены на кредитные ресурсы как элемента теории стоимости заёмных средств на денежном рынке.

Данный вопрос наиболее логично рассматривать с позиции возможности абсолютной сегментации и ценовой дискриминации на кредитном рынке, в результате которой банк может устанавливать индивидуальную цену за услугу для каждого клиента. В принципе, цена кредитного предложения складывается из следующих составляющих:

1. Базовая процентная часть, состоящая из процентной себестоимости кредита для банка, то есть стоимости привлекаемых банком для последующего размещения в виде кредитов средств. По нашему мнению, на практике она представляет собой среднюю взвешенную стоимость привлекаемых банком денежных средств и, в свою очередь, зависит от конкурентной позиции банка на депозитном рынке и рынке долговых ценных бумаг.

2. Рисково-компенсационная (страховая) часть состоит из процентной надбавки к базовой процентной части и предназначена для компенсации для банка кредитного риска выдаваемого кредита. Частично или полностью ей может соответствовать создаваемый банком резерв под выдаваемый кредит. В условиях нормально функционирующего банка рисково-компенсационная часть прямо пропорциональна группе риска заёмщика.

3. Доходная процентная часть представляет собой разницу между рыночной процентной ставкой и суммой базовой процентной и рисково-компенсационной частей.

4. Доходная непроцентная часть представляет собой сумму всех комиссий получаемых банк-

At the end of the nineties in the financing of the real sector of the economy by the Russian banking system market relations are finally developed, so the pricing for the crediting resources proposed by banks became proper for the market economy. So on, the studying of origins of the market price for credit resources as an element of the theory of the cost of the loan on the money market became important.

This question has to be viewed from the position of the absolute segmentation and price discrimination on the credit market, as the result of these banks can set and individual price for the service for every client.

So, the price of the credit service is composed of the next shares:

1. The basic interest-bearing share, which is composed of the interest cost price of the credit for the bank, in other words, the cost of the debt capital for the bank aimed as the placements of funds in credits. In our opinion, in practice it becomes an average suspended cost of the dept capital for the bank and, so on, depends of the competitive position of the bank on the deposit and securities markets.

2. Risk compensation (insurance) part is composed of interest margin on the basic interest-bearing rate and is intended for the compensation of the credit risk of the crediting. Partly or fully it can correspond with the created by bank obligatory reserve for the credit operation. In the conditions of a stable economy its proportionate to the group of solvency of the borrower.

3. Lucrative interest-bearing share is the difference between the market interest rate and the some of the basic interest-bearing and risk compensation shares.

4. Lucrative not interest-bearing share is an aggregate amount of all commissions received by bank as a result of credit operations like commission for crediting, for the accompaniment of credit (in the ICB), account management commission («Russian standard» bank) and others types of commissions, present in different banks. Despite the interest character of these commissions, which

ком в результате кредитных операций. К ним относятся комиссия за выдачу кредита и комиссия за сопровождение кредита (ОАО «ПСБ»), комиссия за ведение кредитного счёта (Банк «Русский стандарт») и другие виды комиссий, применяемых различными банками. Несмотря на то, что эти комиссии зачастую носят процентный характер, они, меняя в большей степени реальную цену кредита, не включаются в предлагаемые банками на кредитном рынке процентные ставки.

Сумма доходных процентной и непроцентной частей представляет собой доходную часть цены кредита, которая является наиболее варьирующей в условиях конкуренции на рынке кредитных предложений. Следует отметить, что доходная часть цены кредита состоит, в свою очередь, из чистого дохода коммерческого банка от кредитной операции и операционно-аналитических расходов банка на проведение кредитования.

Кроме того, стоит учесть, что одновременно с предоставлением кредитных услуг банком и его аффинированными структурами предоставляется ряд услуг, которые для потребителя кредитной услуги также включаются в её стоимость. Это предлагаемые банком расчётные услуги, связанные с предоставлением кредита, услуги оценочных компаний по оценке стоимости залогового имущества, страховых компаний по его страхованию.

Фактором, влияющим на реальную стоимость кредита для потребителя, является также и порядок погашения процентов по нему. Так, в целях предложения более привлекательных для заёмщика процентных ставок, банки обычно предлагают ему кредиты с ежемесячным погашением процентов (ОАО «ПСБ», 000 МКБ «МосКомПриватБанк»), тогда как по большей части привлечённых средств проценты начисляются по истечению их срока.

Другой особенностью кредитного рынка является обратно пропорциональная зависимость между ценой кредитной услуги и её качеством. Данная особенность характерна исключительно для кредитного рынка. Это объясняется более высоким риском низкокачественных кредитов, который приводит к почти неограниченному росту рисково-компенсационной части цены кредитного предложения. На увеличение рисково-компенсационной части цены кредитного предложения влияет также ускорение и упрощение процедуры выдачи кредита, что, тем не менее, может быть рассмотрено как улучшение качества кредитного предложения для потребителя при его удорожании.

В результате мы получаем, что в условиях абсолютной ценовой дискриминации на кредитном рынке наименее чувствительной к

are increasing the real cost of the credit for customer, the commissions are not included in proposed by banks on the market interest rates.

The sum of lucrative interest-bearing and not interest-bearing shares is a lucrative share of the cost of the credit which is the most varying in the conditions of competition on the credit services market. The lucrative share of the credit cost is composed of the net income of the commercial bank of the credit operation, operational and analytic charges of crediting.

Besides, it is important that with the credit services by bank and its affiliated structures other financial services, which are included in the cost of the credit, are granted for the customer. These accounting, valuation of mortgages and insurance services are connected with the granted credits.

Factor which also has an important influence on the real price of the credit for the customer is the order of paying off interests for the credit. For making the interest rates more attractive for borrowers, banks normally supply credits with monthly offset of interests (ICB, MosComPrivatbank), while the interests on the interest cost for the main part of debt capital are charged on the lapse.

Other feature of credit market is an inverse negative relationship between the price of credit service and its quality. It's proper only for the credit market and is explained by a high risk of low quality credits, which results in almost unlimited growth of the risk compensation share of credit cost. The increase of this share is also influenced by the speeding up and simplification of the granting of credits, what, however, can be viewed as an improvement of crediting service for borrower with its rising in price.

So, we can result in the fact, that in the conditions of an absolute price discrimination on the credit market the less sensible in the competitive position of the bank on one or another of its segments is the risk compensation share of the market credit cost, because it's directly connected with the solvency of debtor, its decrease can be connected only with better solvency of borrower. In the conditions of high level banking competition, the consulting activity of the financial recovery is possible and defensible, because allows to increase the lucrative share due to decrease of the risk competition share, make a credit resolve if before it was impossible.

The decrease of the basic interest-bearing share is connected firstly with competitive position of the bank on other markets of banking services, like stable rests on accounts, possibility of attraction of low interest deposits (Bank of Savings), emission of high liquidity debt securities

конкурентной позиции банка на том или ином его сегменте является рисково-компенсационная часть цены кредита, так как она зависит напрямую от рискованности того или иного заёмщика, снижение её может быть связано только напрямую с улучшением платёжеспособности заёмщика. В принципе, в условиях высокого уровня банковской конкуренции, ведение банками консалтинговой деятельности по финансовому оздоровлению деятельности клиентов возможно и оправдано, так как позволяет за счёт снижения рисково-компенсационной части повысить доходную, или вообще дать возможность банку принять решение о кредитовании данного клиента, если ранее это было невозможно.

Как уже было отмечено, сокращение базовой процентной части связано прежде всего с конкурентными позициями банка на прочих рынках банковских услуг. Так, её удешевлению способствуют: наличие стабильных остатков на расчётных, текущих и карточных счетах клиентов (привлечение крупных ликвидных корпоративных клиентов, обслуживание зарплатных проектов, привлечение V.I.P. — клиентов на карточное обслуживание), возможность привлечения срочных депозитов под низкую процентную ставку (работа над имиджем банка, ориентация на розничную банковскую деятельность — Сбербанк ЖФ, МДМ — Санкт-Петербург), возможность выпуска высоколиквидных долговых ценных бумаг (Сбербанк РФ, ОАО «ПСБ», КМБ — банк).

Сокращение доходной части может быть выражено как в сокращении чистого дохода банка от кредитных операций, так и от снижения расходов на кредитное обслуживание заёмщика. Данный метод обычно используется крупными банками для привлечения на кредитование V.I.P.-клиентов (ОАО «ПСБ»), освобождает V.I.P.-клиентов от выплаты комиссий за выдачу и сопровождение кредитов, устанавливает льготные процентные ставки) и средними, и мелкими банками, для которых базой снижения процентной маржи являются более низкие управленческие расходы и, в ряде случаев, меньший уровень направленности на максимизацию прибыли.

(Bank of Savings, KMB-bank).

Decrease of lucrative share can also be viewed as decrease of the net income of the bank from credit operations or as the diminution of costs of credit services of borrower. Frequently, this method is used by large banks for attracting VIP-clients and small and medium banks, which decrease their management costs and planned profits.

ІННА АХНОВСЬКА
Донецький національний університет
Кафедра економіки підприємства,
ІІІ рік навчання

INNA AHNOVSKA
Donetsk National University
Faculty of economy of the enterprise,
III year

ЕТАПИ РОЗВИТКУ БАРТЕРНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

STAGES OF DEVELOPMENT OF BARTER RELATIONS IN UKRAINE

У цій статті проаналізовано основні етапи розвитку бартерних відносин в Україні. Про-

On the basis of analysis of main indicators and factors of non-payments and barter expansion, it is

блема відсутності обігових коштів та поширення бартерних угод сьогодні стає однією з найактуальніших. Взаємозалежність бартеру та заборгованості перед бюджетом стає головною проблемою у дослідженні бартеру в економіці України

shown that the non-payments reflect systemic changes in the Ukrainian economy connected with changes in financial turnover functioning. The problem of absence of current assets and increase of the barter contracts is one of the most urgent at present time. The interdependence of barter and liabilities is getting to be a main theme consideration of barter in economy of Ukraine

В економічній літературі бартер часто розглядається як причина розвалу економіки. Однак, бартер не обов'язково витісняє торгівлю за кошти. Він може доповнювати і навіть розширювати її. «Усунення» бартеру не привело б автоматично до певного збільшення платіжних засобів в обороті. Слід зазначити, що бартер має свої позитивні особливості, як ось, наприклад, можливість продовжувати господарську діяльність при відсутності оборотних коштів.

У історії України можна виділити такі етапи розвитку бартерних відносин:

1. Якщо до середини 80-х років у СРСР існував «бартер централізованого планування», де головною причиною збереження бартеру була неефективна система розподілу планової продукції, то 1991—1992 роки можна назвати періодом «бартеру загального товарного дефіциту». Даний етап супроводжувався гострим дефіцитом практично всіх товарно-матеріальних цінностей.

2. Етап 1993—1997 років — період «бартеру фінансового дефіциту підприємств» характеризувався адаптацією підприємств до нових умов; обсяги бартеру збільшувалися через відсутність оборотних коштів у вітчизняних підприємств.

3. 1998 — дійсний час — етап «посередницького бартеру». Пошук шляхів збуту профільної продукції в умовах неплатоспроможності традиційних споживачів змусив виробників або самостійно, або при участі споживача формувати бартерний ланцюжок чи звертатися до професійних посередників. Останнім часом їхня кількість, а також вплив на економіку різко зросли. Власне кажучи, виник новий інститут торгово-промислових посередників.

Спочатку склалися дві групи таких посередників. Належні до першої групи, на відміну від промислових товаровиробників, мали значний робочий капітал, можливість скуповувати від свого імені промислові товари. Підприємства наступного переділу були змушені погоджуватися на пропозиції посередників про постачання проміжних товарів з оплатою готовою продукцією. Це викликалося двома причинами: по-перше, відсутністю у підприємств грошей для самостійного придбання потрібних продукованих матеріалів на вільному ринку; по-друге, монополі-

In literature barter is frequently considered as the reason or disorder of economy. However, barter not necessarily supersedes trade for money resources. It can supplement and even expand it. Elimination of barter would not result automatically in comparable increase of payment means in a revolution. Barter has the positive sides as for example, an opportunity to conduct economic activities with absence of turnaround means.

In the history of Ukraine it is possible to allocate the following stages of development of barter relations:

1. If up to the middle of the 80th years in the USSR there was a so-called «barter of centralized planning» where the main reason of preservation of barter was inefficient system of distribution of scheduled production, 1991—1992 can be named the period of «barter of the common commodity deficiency». The given stage was accompanied by sharp deficiency practically of all values.

2. The stage 1993—1997, the period of «barter of financial deficiency of enterprises» was characterized by adaptation of enterprises to new conditions; volumes of barter were increased because of absence of turnaround means at enterprises.

3. 1998 — present time — a stage of «intermediary barter». Search or ways selling of profile production under conditions of insolvency of traditional consumers has forced manufacturers ther independently, or with participation of the consumer to form barter «chain» or to address to professional intermediaries. Recently their number, and also influence on economy have sharply increased. In essence, there was a new institute of commercial and industrial intermediaries.

There were two groups of such intermediaries. Those belonging to the first group unlike industrial commodity producers had significant working capital, an opportunity to buy up on its own behalf the industrial goods. The enterprises of the following level were compelled to agree on offers of intermediaries on delivery of intermediate goods being for these enterprises initial, with payment for ready production. It was caused by two reasons: first, absence at the enterprises of money for independent purchase of

зацією ринку через ринкову експансію тих же посередників. Таким чином, підприємство виявлялося немов затиснутим у лещатах: з одного боку, воно залежало від посередника в придбанні продукова матеріалів, з іншого боку — зазнавало труднощів у реалізації, отож у підсумку було змушене звертатися до того ж посередника. Так із незалежних товаровиробників підприємства стали перетворюватися у послуговиробників.

Друга група посередників включала невеликі організації, що не володіли спочатку значним власним капіталом, але мали широкі зв'язки і комунікативні можливості. Ці посередники концентруються навколо великого підприємства (рідше — групи підприємств, що виробляють однорідну продукцію), розробляють і здійснюють бартерні комбінації щодо реалізації продукції великого підприємства. В даний час у ході консолідації друга група посередників зливається з першою, щоб утворити навколо виробничих підприємств добре структуроване і монополізоване середовище, що перешкоджає розвитку вільного конкурентного ринку.

Посередники мають у своєму розпорядженні сьогодні монопольні можливості ціноутворення, оскільки, використовуючи виробничі потужності досить великих підприємств за схемою толінгу, самі не несуть витрат, пов'язаних з амортизацією минулої і живої праці. Крім того, для дуже «рухливих» посередників відхід у тінь — значно простіше завдання, ніж для великих і середніх промислових підприємств. Завдяки цьому вони можуть те, що не в змозі зробити самі підприємства-виробники: за рахунок зниження цін легко реалізовувати кінцеву продукцію.

Таким чином, можливі два способи виникнення і розвитку бартеру. В одному випадку він виникає вимушено, як засіб реалізації угод, що без бартеру просто не були б здійснені. У цьому разі бартер немов заповнює собою порожній простір. В іншому варіанті бартерна угода за бажанням одного чи обох учасників замінює собою грошову, і в такому разі скорочує поле нормальних угод типу «товар — гроші».

Бартер середини 90-х років, на відміну від бартеру початку десятиріччя, виник як засіб реалізації економічних взаємодій в умовах неплатоспроможності підприємств, відтіснивши собою порожнечу, тобто звузивши безліч принципово реальних, але не реалізованих угод. Вплив бартеру даного виду на макроекономічні процеси можна вважати позитивним, тому що він став одним із засобів підтримки економічної

initial materials in the free market; second, monopolization of the market in view of market expansion by the same intermediaries. Thus, the enterprise appeared to be viced: on the one hand, it depended on the intermediary in purchase of initial materials, on the other — experienced difficulties with realization and as a result was compelled to turn to the intermediary.

The second group of intermediaries includes small organizations which originally did not possess significant own capital, but had wide connections and communicative opportunities. These intermediaries concentrate around a large enterprise (less often — group of enterprises making identical production), develop and carry out multirunning barter combinations on realization of its production. Now during consolidation the second group of intermediaries merges with the first, forming around industrial enterprises well structured monopolized environment interfering with the development of free competitive market.

Intermediaries have today exclusive opportunities of pricing, using industrial capacities of rather large enterprises, they do not carry the expenses connected with amortization of the past and alive labor. Besides for rather «mobile» in the organizational sense intermediaries avoidance of taxation is much more simple problem, than for large and average industrial enterprises. Due to this they manage to do what enterprises — manufacturers are not capable to do: due to reduction of prices it is easy to realize production.

Thus, two ways of occurrence and development of barter are possible. In one case it arises compelled, as means of realization of bargains which without barter simply would not be carried out. In this case barter as though fills itself in empty space. In the other variant the barter bargain at the request of one or both participants replaces with itself monetary, and in this case barter reduces a field of normal bargains such as « the goods — money «. Barter of middle of 90th years, as against barter of the beginning of decade, has arisen as means of realization of economic interactions in conditions of insolvency of the enterprises, having pushed aside

itself emptiness, i.e. narrow set essentially sold, but not realized bargains. Influence of barter of the given kind on macroeconomic processes can be counted positive. It began one of means of maintenance of economic activity of the industry as a whole. In due time barter has played a saving role for economic mutual relation between the countries of the former USSR, having provided an opportunity of barter in

діяльності промисловості в цілому.

Свого часу бартер зіграв рятівну роль для економічних взаємин між країнами колишнього СРСР, забезпечивши можливість товарообміну в умовах взаємної валютної недовіри. У період розвалу господарських зв'язків бартер уможливив створення навколо підприємств своєрідного товаропровідного середовища. Таким чином, роль бартеру в перехідні періоди, очевидно, була незамінною. Разом з тим із засобу виживання бартер перетворюється в гальмо подальшого розвитку.

Проблема відсутності обігових коштів та поширення бартерних угод сьогодні стає однією з найактуальніших. Але бартеризацію економіки неможливо подолати без загального поліпшення стану платіжної системи країни. Заборона бартерних відносин в економіці нічого позитивного не дасть, а лише сприятиме ще більшій тінізації національної економіки.

На наш погляд, для поліпшення платіжної дисципліни необхідний комплекс наступних заходів:

- оподаткування підприємств пов'язати з їх амортизаційною політикою, що практикується в розвинутих країнах. Доцільно диференціювати ставки ПДВ за ознакою виробничого і споживчого застосування й характером продукції із зменшенням їх для виробництва;
- запровадити механізм реального банкрутства неплатоспроможних підприємств, передбачити для державних підприємств, які мають від'ємне сальдо дебіторської та кредиторської заборгованості, примусове спрямування частки прибутку на їх погашення до досягнення позитивного сальдо;
- забезпечити розвиток ринку комерційних цінних паперів і поширення форм розрахунків;
- розробити та запровадити механізм погашення боргів підприємств за рахунок продажу майна;
- при укладанні значних контрактів практикувати попереднє вивчення платоспроможності й надійності партнерів.

Це, звичайно, неповний перелік напрямів економічних заходів держави, що сприятимуть подоланню бартеризації в економіці. Для досягнення належного ефекту потрібна реалізація всього комплексу економічних та правових заходів, які повинні застосовуватися паралельно й одночасно.

ВІКТОРІЯ БАБАЄВСЬКА
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля
Асистент кафедри міжнародної економіки фінансово-економічного факультету

conditions of mutual currency mistrust. During disorder of economic connections barter has allowed to create around of the enterprises original товаропроводящую environment, intermediate between market and integration. Thus, the role of barter in transition periods, apparently, was irreplaceable. At the same time from means of a survival it turns to a brake of the further development.

In our opinion, for improvement of payment discipline a necessary complex of the following actions:

- the taxation of the enterprises to connect with their amortisation policy who practises the advanced countries. It is expedient to differentiate rates of the tax behind an attribute of industrial and consumer application and character of production with their reduction for manufacture;
- to enter the mechanism of real bankruptcy of the insolvent enterprises to provide for the state enterprises which have negative balance debitor and creditor debts, a compulsory direction of a part of the profit on their repayment to achievement of positive balance;
- to provide development of the market of commercial securities and distribution of forms of calculations;
- to develop and enter the mechanism of repayment of duties of the enterprises due to sale of property;

It certainly, the incomplete list of directions of economic measures of the state which will assist overcoming barter in economy. Realization of all complex of economic and legal actions which should be applied in parallel and simultaneously is necessary for achievement of appropriate effect.

VICTORIA BABAEVSKA
East-Ukrainian National University named after Vladimir Dahl
Assistant of the department of the International Economics, Financial-economic faculty

МЕХАНІЗМ УЗГОДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ І НАДНАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА

THE MECHANISM OF THE COORDINATION OF NATIONAL AND SUPRANATIONAL ECONOMIC INTERESTS UNDER CONDITIONS OF WORLD ECONOMY GLOBALIZATION

У роботі висвітлюється проблема узгодження національних і наднаціональних економічних інтересів. Виділені та охарактеризовані основні тенденції взаємодії економічних інтересів держави й світового господарства — від розвитку до гальмування. Обґрунтована необхідність узгодження та координування інтересів української економіки з інтересами світового господарства, особливо в європейському напрямі.

In the theses the problem of the coordination of national and supranational economic interests is discovered. The basic tendencies of interaction of economic interests of the state and economic interests of world economy — to development and to hindering — are selected and characterized. The necessity of the coordination of interests of the Ukrainian economy with interests of world economy, especially in the European direction, is reasonable

Сьогодні світове господарство формується внаслідок постійного поглиблення міждержавних економічних відносин і є однією з найбільш складних і органічних систем сучасності, утіленням єдності людства. Світова економіка виходить на новий виток свого розвитку, коли система міжнародних економічних відносин розглядається як універсальний зв'язок між національними господарствами. За таких умов розвиток сучасної економіки потребує формування нової системи відносин і ставить перед суспільством проблему створення єдиного механізму регулювання на глобальному рівні — насамперед, механізму узгодження інтересів окремих держав та інтересів світового господарства. При цьому акцент робиться не на реалізації інтересів окремих держав, а на реалізації наднаціональних інтересів (економічних інтересів світового господарства).

На національні економіки як на структурні одиниці світового господарства впливає низка прямих (рівень розвитку економіки країни, місце країни в процесі міжнародного поділу праці і т. д.) і непрямих факторів (соціальні, релігійні, політичні і т. д.). Цей вплив може сприяти подальшому зближенню господарського життя окремих країн, тобто зумовлювати доцентрові тенденції у світовому господарстві. Разом з тим можливі також зворотні тенденції, за яких національні економічні інтереси превалюють над інтересами світового господарства, і відбувається відокремлення економіки тієї або іншої країни.

Таким чином, варто розглядати єдину ієрархічну систему «національні інтереси — інтереси світового господарства (наднаціональні інтереси)», де визначальним елементом залишаються

Today world economy is formed in order to a constant dimple of the interstate economic relations and is one of most composite and organic systems of modernity, embodiment of unity of mankind. World economy comes to a new stage of its development, when the system of the international economic relations is considered as universal connection between national economies.

Under such circumstances development of modern economy requires formation of new system of the relations and puts before a society a problem of making of uniform controlling instrument at a global level — first of all, mechanism of the coordination of interests of the separate states and interests of the world economy. Thus the accent is done not on realization of interests of the states, but on realization of supranational interests (economic interests of the world economy).

A number of direct factors (level of national economy development, place of country in the process of the international division of labor etc.) and indirect factors (social, religious, political etc.) influence on national economies as on structural units of the world economy. This influence can assist the further rapprochement of economic life of separate countries that is to cause the centripetal tendency in world economy. Simultaneously the return tendency is possible, when the national economic interests prevail above interests of world economy, and there is an isolation of economy of this or that country.

Thus, it is necessary to consider uniform hierarchical system «national interests — interests of world economy (supranational interests)», where a defining element there is national interests. Each country aspires to use advantages of

національні інтереси. Кожна країна прагне використовувати переваги міжнародного поділу праці, насамперед, задля забезпечення власних національних інтересів. Разом з тим національна економічна політика будь-якої держави має бути орієнтована на особливості функціонування системи «національні інтереси — інтереси світового господарства». Розглядаючи економічні відносини такої системи, варто виділити дві протилежні тенденції — до розвитку і до гальмування. Тенденція до розвитку визначається досягненнями науково-технічного прогресу, тенденція до гальмування — протилежністю специфічних економічних і політичних інтересів, зумовлених розходженнями в ступені розвитку ринків товарів, праці, капіталу й інформації, поділу праці всередині тієї або іншої країни. Однак унаслідок необхідності розв'язання глобальних, наднаціональних проблем цивілізації усе більшого значення набуває саме тенденція до розвитку економічних відносин на наднаціональному рівні.

Формування системи взаємозалежних інтересів держав буде ефективним за умови врахування інтересів інших країн у процесі власного економічного розвитку і за реалізації національних економічних інтересів, що розширює вибір варіантів їх здійснення і способів їх об'єднання з інтересами інших країн. Одним зі способів об'єднання інтересів окремих країн є створення інтеграційних об'єднань держав.

Інтеграційні об'єднання країн діють на основі комплексу загальних економічних інтересів. Життєдіяльність цих об'єднань забезпечують культурні, географічні, природні фактори, спільність наукових інтересів тощо. Економічний і екологічний аспекти сучасного етапу розвитку науки і техніки поширюють сферу загальних інтересів. Організаційно-економічні фактори, міждержавна уніфікація суспільних потреб сприяють появі умов для спільних дій.

Розвиток економічної інтеграції в Європі став основним напрямом процесу глобалізації сучасного світового господарства. Європейський Союз сьогодні — наймогутніше інтеграційне об'єднання у світі і здобуває усе більший вплив на міжнародній арені.

Основні напрями розвитку європейської інтеграції орієнтовані на стимулювання глибоких якісних зрушень у міжнародному поділі праці, сприяння лібералізації світової економіки, посилення міжрегіональної господарської взаємозалежності, пошук додаткових можливостей для досягнення глобальної економічної рівноваги. Розвиток процесів економічної інтеграції підштовхує держави до усе більшої координації їхньої

an international division of labor, first of all, for maintenance of own national interests. And the national economic policy of any state can be focused on the features of functioning of the system «national interests — interests of world economy». Considering the economic relations of such system, it is necessary to allocate two opposite tendencies — to development and to hindering. The tendency to development is defined by achievement of scientific and technical progress, tendency to hindering is defined by the contrast of particular economic and political interests stipulated by divergences in a degree of development of the markets of the goods, labor, capital and information, in the degree of a division of labor in this or that country. However in order to necessity of the solution of the global, supranational problems of a civilization the significance of the tendency to development of the economic relations is increasing at international level.

Formation of system of the state interdependent interests will be effective under condition of the account of other countries interests in the process of the own economic development and at realization of national economic interests, that expands a choice of variants of their accomplishment and methods of their association with interests of other countries. One of the methods of separate countries interests association is the creating of the integration units of the states. Today integration units of the countries act on the basis of a complex of general economic interests. The live-ability of these units is provided with the cultural, geographical, natural factors, generality of scientific interests of different countries. The economic and ecological aspects at a modern stage of an advancement of science and engineering expand the sphere of the common interests. The organizational-economic factors, interstate unification of public needs assist appearance of conditions for general activities.

The development of economic integration in Europe is the basic direction of the globalization process in the modern world economy. Today the European Union is the most powerful integration unit in the world and gains the increasing influence on international arena.

The basic directions of development of the European integration guided on stimulation of the qualitative progresses in international division of labor, on assistance of liberalization of world economy, on amplifications of interregional economic interdependence, on the search of additional possibilities for achievement of global economic equilibrium.

The development of economic integration processes pushes the states to the increasing co-

політики у сфері правового регулювання інформаційного простору, екології, боротьби з тероризмом (особливо в аспекті останніх подій), наркобізнесом і злочинністю. Така координація в рамках ЄС, не послаблюючи зовнішньополітичну роль сучасної держави, потребує посилення саме тієї грані інституту державної влади, котра зв'язана з міжнародним співробітництвом і розвитком.

Європейський Союз — організація, що досягла високого рівня політичної інтеграції, уніфікації законодавства, економічного співробітництва, соціальної безпеки і культурного розвитку. Більшість країн Східної Європи розглядають участь у процесі європейської інтеграції як основний стратегічний напрям своєї зовнішньої політики в цілому, так і зовнішньоекономічної діяльності зокрема. У 1994 році між Європейським Союзом і Україною була підписана «Угода про партнерство і співробітництво», де основним напрямом співробітництва визначається економічна інтеграція і розвиток торговельних відносин між Україною і Європейським Союзом.

Трансформаційні процеси, що відбуваються сьогодні в Україні, об'єктивно потребують узгодження національної економічної політики, процесу ринкових перетворень з міжнародною системою економічних координат. При розв'язанні цієї проблеми необхідно розглядати закономірності двоїстого характеру: внутрішні і зовнішні. Безумовно, основу глобальної економіки як системи складають міжнародне й обмежене рамками окремих держав національне виробництво матеріальних і духовних благ, їх розподіл, обмін і споживання. Кожна з цих фаз світового відтворювального процесу як у глобальному масштабі, так і в рамках окремих держав впливає на функціонування усієї світової господарської системи.

Віднесення України до однієї з підсистем світової економіки здійснюється відповідно до розміру її економічного потенціалу, що залежить не тільки від рівня розвитку, але і від масштабу продуктивних сил, чисельності населення, розміру території, наявності природних ресурсів. На основі різних критеріїв Україну відносять до країн перехідного періоду. Тому сьогодні вона визначає своє місце у світових інтеграційних процесах і формує стратегічні тенденції власного розвитку, за якими має реалізовувати не тільки загальні інтереси світової економічної системи, але і свої національні економічні інтереси. Насамперед, це стосується перебудови структури економіки, стандартів продуктивності та якості, конкурентноздатності товарів і послуг, науково-технічного, інфраструктурного й інституціо-

ordination of their policy in the field of legal regulation of the information spacious, ecology, struggle with terrorism (in particular in aspect of recent events) and criminality. Such coordination within the framework of the EU, not attenuating external-political role of the modern state, requires the amplification of that party of state authority institute that connects with international cooperation and development.

The European Union is the organization, which has achieved a high level of political integration, unification of the legislation, economic complementation, social safety and cultural development. The majority of countries of East Europe consider participation in the European integration process as the basic strategic direction of the external policy as a whole, and foreign trade activity in particular. In 1994 between the European Union and Ukraine «The Agreement of Partnership and Cooperation» was signed, in which the basic direction of cooperation defines as economic integration and development of the trade relations between Ukraine and European Union.

Transforming processes, which occur today in Ukraine, objectively require the coordination of national economic policy, process of market transformations with international system of economic coordinates. For the solution of this problem it is necessary to consider legitimacies of dual character: internal and external. Unconditionally, the basis of global economy as a system is constituted by international and national production of the material and spiritual goods, their distribution, exchange and consumption, restricted frameworks of the separate states. Each of these phases of world reproduced process as on a global scale, and within the framework of the separate states influences on functioning of world economic system.

References of Ukraine up to one of subsystems of world economy is realized according to the size of its economic potential, which depends not only on a level of development, but also of productive forces scale, population, size of territory, availability of natural resources. On the basis of different criteria Ukraine is referred to countries with economy of a transforming period.

Today Ukraine defines its place in world integration processes and forms such strategic tendencies of own development, in order to which it can realize not only general interests of world economic system, but also national economic interests. First of all, it concerns reorganization of economy's structure, standards of productivity and quality, competitiveness of the goods and services, scientific and technical, infrastructure and institutional maintenance of

нального забезпечення ринкових реформ.

Таким чином, процес глобалізації за сучасних умов розвитку світової економіки визначається поширенням взаємозалежності та взаємодії національних господарств і необхідністю координації їх економічних інтересів з інтересами світової економічної системи.

market reforms.

Thus, the globalization process under modern conditions of world economy development is defined by expansion of interdependence and interaction of national economies and by the necessity of coordination of their economic interests with the interests of world economic system.

ЖУЛДЫЗ БАКЫТЖАНОВА
Российская экономическая школа
Студентка второго курса

ZHULDYZ BAKYTZHANOVA
New Economic School (Russia)
The second year student

СУЩЕСТВУЕТ ЛИ АСИММЕТРИЯ В РЕАКЦИИ ЦЕН НА ТОПЛИВО ПРИ ИЗМЕНЕНИИ ЦЕНЫ НА НЕФТЬ? ПРИМЕР РОССИИ

IS THERE AN ASYMMETRY IN RESPONSE OF FUEL PRICES TO OIL PRICE CHANGES? RUSSIAN EVIDENCE

Эмпирические исследования (Bacon, 1991; Peltzman, 2000) показывают, что цены на выходе реагируют быстрее на рост цен на факторы производства, чем на падение. Цель данной работы состоит в том, чтобы выявить, наблюдается ли на российском рынке асимметрия в реакции цен на топливо, на изменения цен на нефть. В исследовании использованы месячные данные по ценам на нефть и нефтепродукты за период с января 1994 по январь 2003 гг. Основная (эконометрическая) часть работы выполнена в программе Eviews.

Empirical studies (Bacon, 1991; Peltzman, 2000) show that output prices tend to respond faster to input increases than to decreases. The purpose of this work is to reveal whether there is an asymmetry in fuel prices reaction on fluctuations of oil prices in Russia. The historical retail and wholesale prices on different types of fuel and crude oil for the period from January, 1994 to January, 2003 are used. The main (econometrical) part of the work has been carried out with EViews.

Одним из самых крупных источников налоговых и валютных поступлений в бюджет России является нефтяная промышленность, которая играет роль локомотива экономического роста. Данная работа обсуждает поведение цен на нефть и нефтепродукты. Именно, она исследует, действительно ли имеется асимметричная реакция цен на положительные и отрицательные шоки.

Большое число работ исследует поведение цен на нефтепродукты. Некоторые работы рассматривали скорость реакции цен на бензин при изменении издержек или при изменении цен на нефть. В частности, была обнаружена асимметричная скорость реакции розничных цен на бензин в Великобритании на изменение издержек (Robert W. Bacon, 1991). Позднее Северин Боренштайн и др. обнаружили, что розничные цены на бензин быстрее реагируют на рост цен на нефть, чем на падение (Severin Borenstein et al, 1992). Сэм Пэлцмен обобщил свидетельства, касающиеся реакции цен и показал,

One of the most valuable sources of tax and hard currency inflow into the Russian budget is the oil industry, which by now has been playing the role of economic growth locomotive. It is interesting to see what is the role of fluctuations in internal oil prices on oil product prices.

This work discusses the oil product price behavior. Namely, it investigates whether there is an asymmetric adjustment of prices to positive and negative shocks or not. A lot of scientific works investigate the oil product pricing. There were some works which consider the speed of adjustment of gasoline prices to cost changes or to changes in crude oil prices. In particular, in Britain there has been revealed that there is an asymmetric velocity reaction of gasoline retail prices on changes in costs (Bacon, 1991). Later Severin Borenstein and others found out that retail gasoline prices respond more quickly to increases in crude oil prices than to decreases (Borenstein et al, 1997). Sam Peltzman generalizes the evidence on how prices respond to cost changes and proved that prices go up faster than

что цены растут быстрее, чем падают (Sam Peltzman, 2000). Такая тенденция обнаружена на самых разных рынках. Однако, он указывает, что экономическая теория не предполагает какой-либо тенденции к тому, чтобы цены реагировали быстрее на положительные изменения цен факторов производства чем на отрицательные.

Данная работа исследует рынки нефтепродуктов, включая рынки бензина, дизельного топлива и мазута, чтобы понять, имеется ли асимметрия в реакции цен на эти виды топлива на изменения цен на сырую нефть. Такая асимметрия была выявлена.

На цену бензина могут влиять самые разные факторы, такие как цены на нефть, другие нефтепродукты, индексы цен производителей и потребителей (PPI, CPI), обменный курс, транспортные издержки, сезонность, налоги и т. д. Поскольку бензин производится из нефти, очевидно, что цена на нефть является главным фактором, влияющим на цену бензина.

Модель, описывающая поведение цен, выглядит следующим образом:

$$\Delta \text{ petrol} = \beta_1\ \Delta \text{ oil} + \beta_2\ (\Delta \text{ oil} > 0) \times \Delta \text{ oil} + \beta_3\ \Delta \text{ diesel} + \beta_4\ \Delta \text{ heatoil} + \beta_5\ \Delta \text{ CPI} + \beta_6\ \Delta \text{ PPI} + \sum_{i=7}^{18} \beta_i\ @ \text{ seas(i–6), где}$$

Δ Petrol, Δ Oil, Δ Diesel и Δ heating означают процентное изменение цен;

- Δ CPI = (CPI/100) – 1;
- Δ PPI = (PPI/100) – 1;
- Δ transport = (transport/100) – 1;
- Seas (01—12) — месяцы.Поскольку спрос на топливо зависит от времени года, константа была заменена на переменные, описывающие сезонность. В работе использованы месячные данные Госкомстата по ценам на нефть, бензин, дизельное топливо, мазут, индексы цен производителей и потребителей, индекс тарифов на грузовые перевозки за период с января 1994 года по январь 2003 г.

Результаты регрессии выявили асимметричную реакцию цен на бензин в ответ на положительные и отрицательные изменения цены на нефть. Кроме того, было обнаружено значительное влияние цен на дизельное топливо CPI и времени года. Тем не менее, эти результаты не могут быть признаны удовлетворительными, поскольку дальнейший анализ данных (проведенный с помощью теста Чоу) показал, что следует по отдельности рассматривать различные промежутки времени. Поэтому оказалось необходимо провести две отдельные регрессии для двух периодов: доkго down (Peltsman, 2000). This tendency is found for the large variety of markets. However, he points out that economic theory does not suggest any tendency for prices to respond faster to positive change in input prices than to negative ones.

This paper examines fuel markets involving gasoline, heating oil and diesel to see if there is an asymmetry in reaction of these types of fuel prices on changes in crude oil prices. The asymmetry has been revealed.

The change in gasoline prices may be resulted from a lot of factors such as the movement of oil prices, the change of prices of joint products, producer price and consumer price indexes (PPI, CPI), the exchange rate, transportation costs, seasonality, the change in taxation and so on. So long as the gasoline is produced from the oil, it is obvious that the oil price is the main factor, which affects gasoline price.

The whole model is as follows:

$$\Delta \text{ petrol} = \beta_1\ \Delta \text{ oil} + \beta_2\ (\Delta \text{ oil} > 0) \times \Delta \text{ oil} + \beta_3\ \Delta \text{ diesel} + \beta_4\ \Delta \text{ heatoil} + \beta_5\ \Delta \text{ CPI} + \beta_6\ \Delta \text{ PPI} + \sum_{i=7}^{18} \beta_i\ @ \text{ seas (i–6), where}$$

- Δ Petrol, Δ Oil, Δ Diesel and Δ heating oil are percentage changes in prices;
- Δ CPI = (CPI/100) – 1;
- Δ PPI = (PPI/100) – 1;
- Δ Transport = (transport/100) – 1;
- Seas (01—12) — monthsIt is commonly known that demand for fuel depend on seasons. Therefore seasonal prevalence factor is included instead of constant. The data from the Goskomstat on average manufacturers' prices of energy resources and oil product, PPI, CPI, prices of transportation services for the period from January, 1994 to January, 2003 have been used.

Empirical results reveal an asymmetric adjustment of gasoline prices to positive and negative changes in oil prices. Besides, it has been found out that there is an influence of diesel prices, CPI and seasonality.

Nevertheless, these results are not satisfactory because further analysis of data (Chow test) has shown that it is important to consider different periods. Therefore two separate regressions corresponding to periods before and after the crisis of 1998 need to be examined.

The results of these two regressions show the existence of the asymmetry too. Moreover, this phenomenon is strongly marked in the second period even though the conclusions concerning significance of the rest variables are not unambiguous.

ризисного и послекризисного.

Результаты этих двух регрессий попрежнему подтверждают наличие асимметричной реакции цен, причем это явление сильнее выражено во втором периоде, хотя выводы о значимости остальных переменных неоднозначны.

ВІКТОРІЯ БОБКО
Тернопільська академія народного господарства
Магістратура, Центр європейських та міжнародних студій, міжнародні фінанси

VIKTORIYA BOVKO
Ternopil Academy of National Economy
magistracy, Center of European and International Studies, international finance

ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВОТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ В УКРАЇНІ

INFORMATION SOCIETY AND THREE WAYS OF ITS FORMATION IN UKRAINE

У статті автор звертає увагу на проблеми формування інформаційного суспільства в трьох аспектах: соціальному, політичному та економічному. Соціальний аспект покликаний забезпечувати і зберігати демократичні засади в діяльності всіх його членів. Діяльність соціальної та економічної сфери повинні бути доповненні та підкріпленні добре розробленою правовою базою. А загальний розвиток нового суспільства забезпечується в основному економічним сектором.

In this article the author has reviewed the information society formation problems in three main aspects: social, political and economic. Social aspect provides and preserves democratic principles of the members of the society. The activity of the social and economic spheres should be added and supported by legal base. And the economic sector promote general development of the new society.

Інформаційне суспільство можна визначити як суспільство, в якому кожен має можливість вчасно й оперативно одержувати за допомогою глобальних інформаційних мереж повну й достовірну інформацію будь-якого виду і призначення з будь-якої держави, перебуваючи при цьому практично в будь-якій точці географічного простору. Його характерні ознаки — трансформація діяльності засобів масової інформації (ЗМІ) за формами створення і поширення інформації, відсутність географічних і геополітичних кордонів держав у рамках інформаційних мереж, узгодження та зміна законодавств країн.

Дослідники виділяють два блоки основних проблем — проблеми інформацій-ної економіки і проблеми інформаційного суспільства[1].

Концепції інформаційної економіки сконцентровані на можливому впливі нових інформаційних і комунікаційних технологій (НІКТ) на продуктивність різних секторів

Information society can be defined as a society in which every person has a possibility quickly and in time get the full and truthful information of different types and purposes, and from different countries by means of global information nets, being in any point of geographical area. Its specific features are transformation of mass-media activity by forms of creation and information dissemination, the absence of the geographical, geopolitical and geoeconomic state borders inside the information nets, formation of the new geofinancial systems, accordance and changes in law system of the country.

The researchers distinguish the problems into two main blocks — problems of information economy and problems of information society[1]. Concepts of the information economy are concentrated on the possible influence of new information and communication technology (NICT) on productivity of different economic sectors. Concepts of information society con-

[1] *Вартанова Е.* Информационное общество в стратегии Европейского Союза // http://internews.ras.ru/ZiP/43/europe.html

економіки. Концепції ж інформаційного суспільства розглядають соціальні, політичні й економічні проблеми, що викликані інтенсивним розвитком НІКТ. В даній роботі будуть розглянуті саме ці три основні аспекти діяльності інформаційного суспільства.

Соціальний аспект функціонування інформаційного суспільства покликаний забезпечувати й оберігати демократичні засади в діяльності всіх його членів, як і реалізовувати їхнє право на рівність. Оскільки складність і висока вартість сучасних технологій можуть збільшувати розриви між високоіндустріальними й менш розвинутими країнами, молодим і літнім поколіннями, тими, хто вміє працювати з новими технологіями, і хто їх не знає.

Політичний аспект цього явища полягає в тому, що інформаційне суспільство забезпечує правління народу як організму, який є чимось більшим від сукупності індивідів, які його складають. Тож із формуванням інформаційного суспільства дедалі більше питань функціонування держави та її взаємодії з іншими державними та наддержавними утвореннями вирішуватиметься внаслідок референдуму.

Більшість країн світу вважає функціонування інформаційних технологій питанням державного значення. Найчіткіше це проявилось у діяльності адміністрації президента США («національна інформаційна інфраструктура»), Ради Європи («інформаційне суспільство»), Канади, Великобританії («інформаційна магістраль»), не відстають у розробці відповідних програм і концепцій розвитку інформаційних та телекомунікаційних технологій інші держави Європейського співтовариства, країни Азії.

Актуальною також є розробка нормативних документів, що регламентуватимуть продаж інформаційних ресурсів, створюваних державними органами. Ресурси, котрі не підлягають роздержавленню — типу статистичної інформації — мають бути перелічені. Зрештою, слід визначитися щодо місця й ролі України в міжнародних програмах типу Глобальної інформаційної інфраструктури. Найістотнішою загрозою перехідного періоду до інформаційного суспільства стає поділ людей на тих, які мають інформацію та вміють працювати з ІТ, і тих, які не володіють такими навичками. Поки ІТ залишатимуть в розпорядженні невеликої соціальної групи, зберігається загроза існуючому механізму функціонування суспільства. Така ситуація — характерна для інформаційного простору України, що викликає стурбованість щодо формування ефективного інформаційного середовища.

sider social, political and economic problems which are caused by the NICT's quick development. In this paper work these three main aspects of information society will be discussed.

Social aspect of the functioning of information society is supposed to ensure and preserve democratic principles in all its members' activity, and also realize their right for equality. However the gap between the industrial and less developed countries, young and old generation, those who know how to work with new technologies and who don't know them — can be increased because of complexity and high cost of modern technology.

Political side is based on the fact that information society ensures nation's regulation as an organism that is more essential than the group of individuals of which it consist. So, asthe information society is forming, more and more questions about state activity and its cooperation with other state and non-state institutions will be decided on referendum.

Most world countries consider the information technology functioning the question of state importance. We can see it on the example of the USA president administration activity («national information infrastructure»), Europe Council («information society»), Canada, Great Britain («information highway»). Other countries of the European Union and Asia are also try to keep up in working out certain programmes and concepts of the information and telecommunication technologies development.

The vital is also development of normative documents, which define the information resources sales created by state authorities. Such resources that must be only a state property, such as statistic information should be mentioned. Also the place and role of Ukraine in international programmes such as Global information infrastructure should be defined.

Main threat of the transition period to the information society is people's division on those who has information and know how to work with IT, and those, who doesn't not have such skills. The present functioning mechanism of the information society is in danger until the IT will be used only by small social group. Such situation is typical for the information environment of Ukraine. It causes the concerns about the effective creation of the information market.

Social and economic inequality, which we are facing today, is not only widening but becoming more and more unbalanced, at the same time the number of poor is increasing rapidly. This num-

Соціальна й економічна нерівність, з яким ми стикаємося сьогодні, не тільки розширюється, але й стає усе незбалансованішою, у той час як число бідних у світі продовжує зростати приголомшливими темпами. (Це число збільшиться ще на 2 мільярди протягом наступних 50 років)[1]. З іншого боку, багатство, сконцентроване в руках меншості, що продовжує неймовірно процвітати від досягнень в області інформаційних технологій (ІТ). Тому існує потреба в подоланні окресленої нерівності, а домогтися цього можна через співробітництво й об'єднання зусиль державного і приватного секторів.

Економічний аспект проблеми розкрито в «Доповіді Бангеманна»[2], практична користь якої полягає в рекомендаціях щодо послаблення монополізму на ринку і забезпечення розвитку малого та середнього бізнесу на основі використання інформаційних ресурсів; заохочення приватних інвестицій, що спонукає до нових форм взаємодії з міжнародними фінансовими інститутами; сприяння формуванню конкурентного середовища на місцевому, національному і міжнародному рівнях; забезпечення всім постачальникам інформаційних послуг доступу до устаткування, мереж і мережевих послуг на не дискримінаційній основі і за низьку ціну; створення оптимального адміністративного й законодавчого регулювання, яке б забезпечило швидке впровадження нових послуг і технологій та участь усіх суб'єктів інформаційного суспільства у створенні віповідних правил його регулювання.

31 серпня 2001 року в Україні був зареєстрований Інститут інформаційного суспільства. Головне завдання цього проекту передбачає «закладення основ для розвитку Інформаційного суспільства, основних його елементів — електронного уряду, електронної комерції, електронних виборів». Згідно інформації поданої на веб-сторінці, Інститут також започаткував інформаційний проект «Українська мережа інформаційного суспільства» — сайт, який акумулював наукові, технологічні розробки з проблем розвитку Інформаційного суспільства. Даний інформаційний ресурс створений на базі досвіду провідних країн світу та Росії. Інститут провадить активну роботу з обміну інформацією і досвідом з аналогічними установами у країнах ближнього зарубіжжя та входить до каталогу Електронна Європа (e-Europe)».[3]

ber will increase by 2 billions during next 50 years[2]. On the other hand, the wealth is concentrated in the hands of the minority which is getting richer from the IT achievements. That's why there is a great need to overcome this inequality and it can be done by the cooperation and unification of the state and private sectors' efforts.

The economic aspect of the problem has been highlighted in the «Bangemman's Report»[3], the practical usefulness of which is in recommendations on weakening of the monopoly on the market and supporting the small and average business on the basis of information resources use; on encouraging private investments which induce new forms of cooperation with international financial institutes; on furthering the formation of competitive environment on the local, national and international levels; on providing the access for the information services' providers to the equipment, networks and network services on the undiscriminating basis and for the low cost; on creating an optimal administrative and legislative regulations which will provide quick implementation of the new services and technologies, and participation of all subjects of the information society in the creation of new rules of its regulation.

On the 31st of August, 2001 in the state authorities the Institution of the Information Society was registered in Ukraine. The main task of this project foresees «to prepare the ground for information society development, and its major elements: e-government, e-commerce, e-elections». According to the information presented on the web-site, the institution has started the project «Ukrainian net of information society» — site, which has accumulated scientific, technological works on the topic of information society development. This given information resource was created based on experience of the leading world countries and Russia. The Institution actively exchanges the experience and information between such institutions abroad. It is included in the e-Europe catalog[4].

Major tasks of the state information policy in Ukraine are: the information-telecommunication infrastructure modernization; information and telecommunication technologies development; effective formation and implementation of national Informtion resources and providing wide

[1] Глобальная инициатива по преодолению информационного неравенства. Материалы Давосского форума. Давос, Швейцария. — 29.02.2001// http://www.e-government.ru

[2] Europe And Global Information Society. Recommendations of the high-level group on the information society to the Corfu European Council (Bangemann group). European Commission. 1994

[3] http://e-ukraine.org.ua/institute.htm

Основними завданнями державної інформаційної політики в Україні є: модернізація інформаційно-телекомуніка-ційної інфраструктури; розвиток інформаційних та телекомунікаційних технологій; ефективне формування й використання національних інформаційних ресурсів і забезпечення широкого й вільного доступу до них; підготовка людини до життя й роботи в інформаційному суспільстві; створення необхідної інформаційно-правової бази побудови інформаційного суспільства.

and free access to them; people's preparation to live and work in the information society; creation of the information-law basis for information society construction.

АРСЕНИЙ БОБРОВСКИЙ
Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов
Факультет экономики и управления, 4 курс

ARSENIJ BOBROVSKIJ
Saint-Petersburg State University of Economics and Finance
a student of 4th year with a major in management

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ И ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ СТОРОНЫ КУЛЬТОВЫХ БРЭНДОВ. ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ КУЛЬТОВЫХ БРЭНДОВ В РОСИИ

STRENGTHS AND WEAKNESSES OF THE MOST ADMIRED BRANDS. PROSPECTS OF BRANDING IN RUSSIA

В данных тезисах проанализирована роль брэндинга в современной экономике перепроизводства. Работа включает оценку основных социально-экономических изменений в обществе и оценку положительного и отрицательного влияния наиболее уместных в данной ситуации брэндов на деятельность фирмы. Анализ проводится при помощи наиболее простых и функциональных моделей построения брэндов. Также в тезисах обобщаются основные ошибки, допускаемые российскими компаниями при осуществлении брэндинга

In this work we have analyzed the role of branding in the contemporary economy. Thesis includes description of the major changes in today's society and analysis of possible strengths and weaknesses of the most admired brands and their influence on the company's performance. It also offers functional models for understanding brand nature, which can be implemented in companies from CIS. The thesis also includes the generalization of Russian companies' experience in branding and major causes of their failures.

Сегодня в развитых постиндустриальных странах построено общество товарного изобилия. С ростом общего уровня качества производства конкуренция достигла пика и шагнула за пределы продукта как такового. Поэтому во многих отраслях необходимо создавать конкурентное преимущество с помощью особенного отношения человека к продукту. Именно в этом и заключается роль брэнда.

Вторым важным сдвигом стал тот факт, что социальный класс, на который ориентируется большинство мировых производителей, изменился — помолодел и стал гораздо менее консервативным. В течении последних десяти лет возрастная планка снизилась при мерно на 5—10 лет, в то время как коли-

Nowadays in postindustrial world there is a plenty of products and services on the market and overwhelming majority of them is of a good quality. So customers have changed their behavior. Now they have a great choice and they are looking for something special. The problem is that usually it is almost impossible to create something special in product itself as it was in past. That is why companies have to create emotional relationship between their products and customers, they need to develop their brands.

The second significant change in contemporary society is that the most promising group companies are trying to appeal has changed. Now it is numerous, less conservative and

чественная аудитория сильно возросла. Добившись успеха в динамичном мире, эти люди не испытывают пристрастий к традиционным ценностям и атрибутам социального статуса. Напротив, наибольшим интересом пользуются известные марки, успешно обновившие свой имидж в последние годы или совсем молодые авангардные брэнды. Этот процесс глобален и наблюдается во всех крупных городах мира. Также данная тенденция, правда, в меньших масштабах, наблюдается и в крупных российских городах.

Журнал «Brand Week» называет эту категорию людей «культурным классом», отмечая в их мировоззрении сочетание демократичности, эксклюзивности и космополитичности. Востребованными становятся авангардные культовые вещи, не заявляющие о своей элитарности. И самое главное, не требуется вековой истории, чтобы стать культовым брэндом.

Для более глубокого понимания сущности брэнда обратимся к моделям построения брэнда:

1. Модель брэндинга в 4 измерениях.

Функциональное измерение: восприятие полезности продукта или услуги, ассоциируемых с брэндом.

Социальное: способность идентифицировать себя с группой.

Ментальное: способность оказывать конкретному человеку ментальную поддержку. Духовное (идеалистическое): восприятие глобальной или локальной ответственности.

2. Пирамида индивидуальности брэнда. Автор: Жан-Ноэль Капферер.

Вершина пирамиды — ядро брэнда.

Середина — стиль брэнда, содержащий культуру, личность и автопортрет.

Основание — тематика брэнда, т. е. физические свойства, отношения и отражение.

Несмотря на внешнее различие моделей, их суть примерно одинакова: стиль брэнда в пирамиде Капферера соответствует социально-ментальной оси мыслительного поля, а тематика — функционально-духовной оси. Поэтому, проанализировав с помощью моделей несколько брэндов, можно выделить ряд моментов, характеризующих положительное и отрицательное влияние брэндов (а в особенности брэндов, которые сильны во всех четырёх измерениях модели Томаса Гэда, брэндов, тематика, стиль и ядро которых сформулированы наиболее чётко) на деятельность фирмы.

Положительные стороны:

1. Ценовая премия.

2. Эффект «Вакцины» (Сохранение доверия потребителя, в случае запуска на рынок неудачного или некачественного продукта).

younger. This group consists of successful young people, 25—40 years old, with high income, who desire to buy unique, exclusive, cultic, up-to-date things. They don't value traditional attributes of social status.

On the contrary, they prefer famous brands, which renewed their image, and new up-to-date brands. This tendency is global and companies can't no longer rely only on the traditions of their brands. At the same time brands without long history can become admirable and strong.

To understand this phenomenon and the nature of branding we can use branding models:

1. 4D branding. Tomas Gad, the author of this model, introduced four-dimensional «Mind space» (on the illustration):

The Functional Dimension: the unique features of a product or service. Everything from the product itself to the way it is labeled packaged and offered. (How elements are combined is as important as the content, technology or quality of the product or service itself).

The Social Dimension: of the brand says less about the product features and more about the consumer using it. The social dimensions of the brand express the user's values- providing social identification or status.

The Mental Dimension: is about creating an individual or personal experience through the brand.

The Spiritual Dimension: what does the brand stand for? The Spiritual dimension goes right to the core of the customer's system of beliefs, taking the brand beyond the commercial world.

II. Pyramid of brand individuality by Jean-Noel Kapfferer.

The top of the pyramid is the core of a brand.

The middle of the pyramid is the style of a brand, which includes the culture, the personality and the self-portrait.

The basis of the pyramid is the subject-matter of a brand containing relations, reflection and physical properties.

In spite of the different look the models have the same essence. The style of a brand in Kapfferer's pyramid is the social-mental axis of «Mind space» and the subject-matter of a brand is the functional-spiritual axis. So we can apply these models to several brands (especially the most admired brands, with high-developed dimensions) and find out strengths and weaknesses they have in common and their influence on the company's performance.

Strengths:

1. Brand gives company means to set higher prices.

3. Положительное влияние на стоимость компании.

4. В условиях постоянно укорачивающегося жизненного цикла товаров брэнд становится единственным стабилизирующим элементом бизнеса.

Отрицательные стороны:

1. Низкие возможности расширения рынка (потеря эксклюзивности может привести к потере самых преданных адептов). Эта проблема становится наиболее важной в современном мире, т.к. самые успешные брэнды рассчитаны на «глобальные племена»[1]. С точки зрения ролевой теории брэнды играют роль реквизита, предназначенного для усиления характера потребителя, а также идентификации его принадлежности к определённому «племени». Когда эта функция утрачивается, значение брэнда теряется или, с точки зрения моделей, пропадает социально-ментальная ось или стиль брэнда.

2. Потеря имиджа в глазах общественности из-за негативных действий «Группы поддержки» (Например, футбольных фанатов).

Опыт строительства брэндов в России. Причины неудач.

Причины неудач крупных российских брэндов можно разделить на три группы:

1. Наиболее очевидная причина — линейное расширение брэнда сверх его возможностей (подъемной силы брэнда). Например, «Довгань», который пытался занять не менее сорока товарных категорий — от водки до зубной пасты.

2. Вторая причина банальна — потеря качества. Корпорация «Довгань» не могла контролировать качество производства на десятках заводов и фабрик, куда были переданы права по системе франчайзинга. «Балтика» сильно потеряла в качестве, начав варить пиво в Туле и Ростове-на-Дону, чтобы выиграть в логистике.

3. Третью группу причин трудно свести к общему знаменателю. Назовем их просто — ошибки. Это — ошибки в маркетинге, позиционировании, ценообразовании, упаковке, рекламных кампаниях. «Вимм-Билль-Данн» занимается брэнд-каннибализмом, помещая все молочные брэнды в одну ценовую группу, и абсурдным ценовым позиционированием — сок под названием «100 % Голд Премиум» является самым дешевым. МТС выпускает серию безвкусных роликов тарифа «Джинс», не попадающих в целевую ау-

2. The effect of vaccine (brand loyalty lasts after failures which affect quality of product).

3. Brand increases capitalization of a company.

4. When a product life cycle is constantly shortening brand becomes the only guarantor of stability.

Weaknesses:

1. Low possibility of raising the amount of customers (losing exclusiveness leads to losing the most loyal customers). This problem is the most important because the most successful brands are used to identify global «tribes»[1]. When brand stops this identifying it loses its importance for the «tribe». In other words it loses its style (especially personality and culture) or its social dimension.

2. Negative actions of supporters can damage brand-image (for example actions of football fans).

Branding experience of Russian companies. Causes of failures.

We can outline three major causes of Russian branding failures:

1. Unreasonable brand stretching is the most obvious cause. For example «Dogvane» couldn't stand stretching into 40 product categories.

2. Losing quality. The level of quality of «Baltica» beer fell significantly in recent years, after the company had started brewing in Tula and Rostov-upon-Don.

3. Third cause can be called «mistakes»: mistakes in marketing, positioning, packaging, and advertising campaigns. Wimm-Bill-Dann produces several milk brands in one price category and its «100 % Gold Premium» juice is the cheapest. Last series of MTS' TV commercials are tasteless and doesn't appeal to the target group.

If Russian managers want to succeed in branding they need to learn how to use branding as a management tool. This means that inside and outside the organization, the brand is all-embracing and it touches all of our business activities.The impact of brands is now manifest in every single aspect of business life, from the smallest decision in the corner store to the biggest decision in the largest company. Branding is no longer restricted to consumer businesses. It is now of huge and growing importance in the business-to-business sector, in the production and selling of knowledge-based services, and in

[1] Это понятие было введено К. Нордстремом и Й. Риддерстрале для характеристики групп объединённых не территориально, как обычные племена, а общими интересами и потому отличающихся общим поведенческим паттерном и общей моделью потребления

[1] K. Nordstrëm and J. Ridderstrale introduced this term. It describes groups of people living all over the world and unified by the common way of living and spending pattern.

диторию — молодёжь.

Таким образом, можно сделать вывод, что неудачи российских компаний связаны, прежде всего, с непрофессиональным управлением компанией, когда вложения в брэнд рассматривается как издержки, а не долгосрочные инвестиции, а брэнд отдается на откуп отделу маркетинга. Для того, чтобы исправить ситуацию, отечественным менеджерам необходимо понять, что брэнд — это высокоэффективный инструмент управления, пронизывающий все сферы деятельности фирмы: отношения с потребителями, сотрудниками, поставщиками, дистрибьюторами, инвесторами и собственниками.

virtually every other industrial or business classification.

ЮЛІЯ БОГОЯВЛЕНСЬКА
Житомирський державний технологічний університет
Аспірантка кафедри менеджменту і маркетингу 3-го року навчання

YULIYA BOGOYAVLENSKA
Zhytomyr State Technology University
Post-graduate student 3rd year, Management and Marketing cath

ДОЦІЛЬНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ ПРОЕКТНОГО МЕТОДУ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГАЛУЗІ ЕЛЕКТРОЗВ'ЯЗКУ (НА ПРИКЛАДІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ДИРЕКЦІЇ ВАТ «УКРТЕЛЕКОМ»)

«EXPEDIENCY OF APPLICATION OF A PROJECT MANAGEMENT METHOD AT THE ENTERPRISES OF BRANCH OF TELECOMMUNICATION (ON AN EXAMPLE OF THE ZHYTOMYR DIRECTORATE OF JSO UKTELECOM)

У статті висвітлені основні аспекти доцільності застосування проектного методу управління для підприємств галузі електрозв'язку. Розглянуті передумови ефективного впровадження управлінських змін у Житомирській дирекції ВАТ «Укртелеком». Основні обґрунтування подані на прикладі реального проекту

In article the basic aspects of expediency of application of a project management method for the enterprises of branch of telecommunication are covered. Preconditions of the effective introductions of administrative changes at the Zhytomyr Directorate of the JSO Uktelecom are considered. The basic substantiations are given on an example of the real project

Застосування проектного методу управління в діяльності підприємств України є одним із пріоритетних і перспективних напрямів.

Необхідність застосування управління проектами була усвідомлена в Україні з розвитком ринкової економіки та формуванням ринкової системи відносин. Це також було викликано реорганізацією та реструктуризацією багатьох підприємств різних галузей. Наприкінці XX ст., після подолання Україною супер-гіпер-інфляції 1993—1994 рр., розпочалося зростання масштабів виробництва. Як наслідок, відбудовані виробництва потребували нових методів управління. Одним із нових підходів до належного управління підприємствами в Україні став

Applications of a project management method in activity of the enterprises of Ukraine are one of priority and perspective directions.

Necessity of application of management was realized by projects in Ukraine with development of market economy of independent Ukraine and formation market systems of attitudes. It was caused by the reorganization and re-structuring of many enterprises of different branches aswell. At the end of XX century, after Ukraine's overcoming super-hyper-inflation 1993—1994, the growth of scales of manufacture began. As investigation, the built up manufactures demanded new methods of management. The project management method was represented in Ukraine as one of the new management approaches.

The transition to the project management

проектний метод управління.

Для підприємств галузі електрозв'язку («Укртелеком», «Укрпошта», «Укрчастотнагляд» та ін.) перехід до проектного методу управління постає нелегким завданням. Більша частина даних підприємств перебувала (а деякі і досі перебувають) у державній власності. Частина з них зазнали або реструктуризації, або реорганізації. Передумовами успішного застосування проектного методу управління для підприємств галузі електрозв'язку виступили такі макроекономічні аспекти, як зміна структури власності, що пов'язана з руйнацією монополій державної власності у сфері послуг електрозв'язку, зміна галузевої структури виробництва внаслідок її адаптації до нової структури попиту та, зрозуміло, триваюча зміна геополітичної ситуації, що має за мету включення економіки України до світогосподарських зв'язків.

Житомирська дирекція Українського державного підприємства електрозв'язку «Укртелеком», а з 2001 року відкритого акціонерного товариства «Укртелеком», як і решта регіональних філій, наприкінці 1999 — початку 2000 рр. Зазнала реструктуризаційних змін, а у 2001 р. — реорганізаційних. Даним крокам передувала реструктуризація підпорядкованих дирекції підрозділів. Так, районні вузли електрозв'язку були перетворені на цехи електрозв'язку. Цехи об'єднувались у центри електрозв'язку (за територіальною ознакою, основними показниками діяльності та чисельністю штатних працівників). У 1999 році до існуючих змін додались зміни у структурі апарату управління дирекції. Були створені: група маркетингу, група по роботі з цінними паперами, група реклами, група по роботі з дебіторами, група роботи із споживачами, група постачання, група технічного захисту інформації, група оперативного управління, група перспективи розвитку та інші. Дані зміни, розширення спектру пропонованих послуг, як і відповідний розподіл послуг на традиційні та новітні, потребували нових підходів до управління підприємством.

Відповідно до загальної стратегії й перспективи розвитку ВАТ «Укртелеком» Концепцією розвитку Житомирської дирекції ВАТ «Укртелеком» визначені пріоритетні напрями діяльності підприємства. Втілення даної концепції у життя вимагає поетапної її реалізації. Під етапом у даному разі можна розуміти поняття «проект».

Одним із таких проектів є щорічне формування проекту титульного списку капітального будівництва дирекції на на-

method is not easy task for the enterprises of the telecommunication branch (Ukrtelecom, Ukrposhta, Ukrchastotnaglyad, etc.). The most part of these enterprises was in a state ownership (and some are still state's). Some of them were or restructured, or reorganized. Preconditions of the successful application of a project management method for the enterprises of branch of telecommunication some macroeconomic aspects have acted in sphere of services of telecommunication, such as the change of structure of the property, which connected with destruction of monopolies of a state ownership, the change of branch structure of manufacture as a result of its adaptation to new structure of demand and, certainly, proceeding change of a geopolitic situation which has for an aim inclusions of economy of Ukraine to world economy connections.

The Zhytomyr directorate of the Ukrainian state enterprise of telecommunication «Ukrtelecom», and since 2001 of open joint-stock company «Ukrtelecom», as well as other regional branches, at the end of 1999 — the beginning of 2000 has tested re-structure changes, and in 2001 — reorganize changes. The given steps were preceded with re-structuring of the subordinated submissions of directorate. So, regional units of telecommunication were transformed on sections of telecommunication. Sections were united in the centres of telecommunication (to a territorial attribute, the basic parameters of activity and number of permanent members of staff). In 1999, to existing changes, changes in structure of the directorate were added. Were created: a group of marketing, group on work with securities, group of advertising, group on work with debtors, group on work with consumers, group of supply, group of technical protection of the information, group of operative management, group of prospect of development and others. The given changes, expansion of a spectrum of offered services, and the appropriate division of services info traditional and the newest, demanded new approaches to management of enterprise.

According to the general strategy and prospects of development of JSO «Ukrtelecom» the Concept of development of Zhytomyr directorate of JSO «Ukrtelecom» are certain priority directions of activity of the enterprise. The embodiment of the given concept demands its stage-by-stage realization. In this case it is possible to understand concept «project» as a stage. One of such projects is annual formation of the project of the title list of capital construction of directorate for the next year. Formation of the given project demands effective cooperation of representatives of all departments and the sub-

ступний рік. Формування даного проекту потребує плідної співпраці представників усіх відділів і підпорядкованих структурних підрозділів дирекції, та єдності у прийнятті важливих управлінських рішень у рамках проекту. До складу основних передумов успішного застосування управління таким проектом можна віднести:

— потребу у структурі, зорієнтованої на досягнення визначеної мети;

— наявність завдань із визначеними параметрами;

— необхідність швидкої реакції на зміни ринку;

— необхідність координування щонайменше чотирьох, у структурі апарату управління, і більше підрозділів у процесі реалізації проекту;

— наявність значних резервів продуктивності праці на рівні підприємства.

Проект титульного списку капітального будівництва дирекції об'єднує маркетингову, техніко-технологічну, інформаційну, будівельну, економічну діяльності, що характеризуються переліком ознак, найбільш загальними з яких є наступні:

— спрямованість на досягнення конкретної мети, визначеного результату (наприклад, збільшення кількості телефонізованих населених пунктів області через будівництво нових, або розширення існуючих АТС);

— обмежена протяжність у часі, з визначеним початком і кінцем (наприклад, формування попереднього проекту починається з лютого-березня місяця поточного року і складається у травні місяці; детальне опрацювання попереднього проекту триває до вересня поточного року, що узагальнюється в остаточний проект титульного списку капітального будівництва дирекції на наступний рік з урахуванням усіх загальних вимог до проекту).

Щороку на підприємстві формується новий проект, відповідно до концепції розвитку підприємства, і щороку терміни його формування можуть бути зміщені у часі. Це також зумовлено шістьма основними економічними особливостями послуг електрозв'язку: продукція «нематеріальна», незавершений характер процесу виробництва, необхідність перерозподілу тарифних доходів, процес виробництва й процес споживання співпадають у часі, підвищені вимоги до якості послуг зв'язку, нерівномірність надходження навантаження у часі. До того ж, останнім часом проектний підхід усе частіше застосовується до процесів, які зорієнтовані на безперервне виробництво. На противагу серійному чи масовому випуск

ordinated structural submissions of directorate, and unity from acceptance of the important administrative decisions within the framework of the project. In structure of the basic preconditions of successful application of management of such project it is possible to attribute:

— requirement for structure, focused on achievement of a definite purpose;

— presence of tasks with certain parameters;

— necessity of fast reaction to changes of the market;

— necessity of co-ordination at least four, in structure of the directorate, and is more than submissions during realization of the project;

— presence of significant reserves of growth of productivity of work on the enterprises.

The project of the title list of capital construction of directorate unites marketing, techniko-technological, information, building, economic activities which are characterized by the list of attributes, most general of which are the following:

— an orientation on achievement of the specific goal, the certain result (for example, increase of quantity telephoned settlements of area by construction new, or expansions of existing automatic telephone stations);

— the limited slowness in time, with a certain beginning and end (for example, formation of previous project begins in February — March of the current year and it is over in May; detailed processing of previous project till September of the current year which is generalized in the final project of the title list of capital construction of directorate the next year in view of all general requirements to the project).

Each year at the enterprise a new project is formed, according to the concept of development of enterprise, and each year terms of its formation can be displaced in time. It also is caused by six basic economic features of services of telecommunication: non-material production, uncompleted character of process of manufacture, necessity of redistribution of tariff incomes, process of manufacture and process of consumption synchronize, increased requirements to quality of services of communication, non-uniformity of receipt loading in time. In addition, recently the project approach is even more often applied to processes, which is focused on continuous manufacture. As opposed to serial or mass release of material production which with disappearance of demand finishes the production cycle. For example, the project of the title list of capital construction of directorate is directly connected with the increase of manufacture to the specified level during the

ку матеріальної продукції, які зі зникненням попиту завершують виробничий цикл. Наприклад, проект титульного списку капітального будівництва дирекції прямо пов'язаний із збільшенням виробництва до вказаного рівня протягом визначеного періоду (планові показники приросту ОТА та збільшення доходів), виходячи із заданого бюджету (кошторису).

Доцільність переходу підприємства на проектний метод управління можна обґрунтувати тим фактом, що «Укртелеком», як підприємство, котре змінило форму власності з державної на колективну, і 25 % акцій якого мають належати іноземному інвестору, може збільшити свою інвестиційну привабливість завдяки впровадженню ефективно функціонуючої системи управління проектами, заснованої на стандартах PMI (Project Management Institute). Великий ринок, висококваліфікований, досить дешевий персонал, плюс ноу-хау у вигляді вчасного виконання будь-якого проекту в межах бюджету — запорука збільшення шансів підприємства отримати іноземні інвестиції.

Отже, доцільність розвитку й використання проектного методу управління підприємством галузі електрозв'язку практично допомагатиме обґрунтовувати доціль-ність залучення необхідного капіталу, розробляти оптимальну схему фінансування робіт, складати плани, контролювати їх виконання, своєчасно корегувати планові показники, вживати обґрунтованих управлінських заходів. А також уможливить активізацію інтелектуальних, людських, фінансових ресурсів для досягнення визначеної мети з отриманням відповідного фінансового та матеёріально-речового результатів.

certain period (planned targets of gain BTA and increase of incomes), proceeding from the given budget (estimate).

The expediency of transition of the enterprise on a project management method can be proved by such a fact, that «Ukrtelecom», as the enterprise which has changed a pattern of ownership from state to collective, and 25 % actions of which should belong to the foreign investor, can increase the investment appeal by introduction of effectively functioning control system by the projects based on standards PMI (Project Management Institute). The big market, highly skilled, rather cheap personnel, plus a know-how as duly performance of any project within the limits of the budget — the guarantee of increase of chances of the enterprise to receive foreign investments.

So, the expediency of development and use of a project management method at the enterprise of area of telecommunication will help to prove expediency of attraction of the necessary capital practically, to develop the optimum circuit of financing of works, to make plans, to supervise their performance, in due time to correct planned targets, to make the proved administrative decisions. And also it will allow to make active intellectual, human, financial resources for achievement of a definite purpose in the caused terms with reception of the appropriate financial and material results.

ОЛЕКСІЙ БОДРИЙ
Київський національний економічний університет
Факультет інформаційних систем і технологій, 5 курс

ALEXEY BODRIY
Kyiv National Economic University
Faculty of information systems and technologies, 5th year

МЕТОДИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ У ВАЛЮТНОМУ ДИЛІНГУ З ВИКОРИСТАННЯМ ТЕХНОЛОГІЙ DATA MINING

METHODS OF ACCEPTANCE OF THE DECISIONS IN CURRENCY SALES WITH USE OF TECHNOLOGIES DATA MINING

У роботі описано сутність валютного ринку, його учасники. Вказані фактори, що впливають на валютний курс, який необхідно аналізувати для прогнозу та прийняття рішень. Наведено традиційні методи прийняття рішень на основі цих факторів. Охарактеризовано метод DataMining — у якості інструмента для прогнозу валютного курсу та схема його застосування.

The definition of the currency market and its participants are covered in this work. The factors influing the currency rate are mentioneds that should be analyzed for forecast and making decisions. Traditional method of making decisions based on those factors are listed. DataMining method as the tool for forecasting of the currency rate and the scheme of its using are described.

Сукупність конверсійних та кредитно-депозитних операцій в іноземних валютах, що здійснюються між контрагентами за ринковим курсом або за відсотковою ставкою, визначає поняття валютний ринок. Ринки валютних операцій можна класифікувати за певними ознаками: за видами операцій, за територіальною ознакою.

Основними учасниками валютного ринку є: комерційні банки; компанії, що здійснюють іноземні вкладення активів (Investment Funds, Money Market Funds, International Corporations); центральні банки.

Валютний арбітраж — конверсійні операції, пов'язані з відкриттям валютним дилером спекулятивної валютної позиції за рахунок банку з метою отримання прибутку при зміні валютного курсу. Як правило, позиції відкриваються в круглих сумах базової валюти (USD). Довга позиція (інакше купівля валюти), якщо передбачається підвищення валютного курсу, коротка позиція (інакше продаж валюти), якщо передбачається зниження курсу валюти.

Фундаментальні фактори — ключові макроекономічних показників стану національної економіки, що діють у короткостроковій перспективі та впливають на учасників валютного ринку і рівень валютного курсу. Агентство Рейтер публікує спеціальну сторінку прогнозів економічних індикаторів розвинутих країн. Зазвичай, це дані макроекономічної статистики, що публікується національними статистичними органами даної країни.

Виділяють наступні основні фундаментальні фактори: валютний курс за паритетом купівельної спроможності; валовий національний продукт (ВНП); рівень реальних відсоткових ставок,

The totality of conversion and money operations in foreign currencies carried out between contracting parties at the market rate or cost of money defines currency market. Foring exchange markets may be classified according to several characteristics: on the basis of kinds of operations, and regions.

The main participants of the currency market are: commercial banks; companies implementing foreign investments (Investment Funds, Money Market Funds, International Corporations), central banks.

Arbitration of exchange is conversion operations, concerned with opening by currency dealer a currency position at the expanse of the bank with the purpose of profit earning during the change of the currency rate. As a rule the positions are open in round sums of the base currency (USD). A long position (buying) is open if increase of the currency rate is expected, otherwise a short position is open (selling).

Fundamental factors are the key macro indicators of the national economic state operating in a short run and affecting the participants of the currency market and currency rate. Reiter's agency publishes the dedicated page of forecast of economic indicators of developed countries. Generally they are information of macroeconomic statistics published by national statistical authorities of the country.

The following fundamental factors are marked out: currency rate by purchasing-power parity, Gross National Product (GNP), the level of real cost of money, unemployment rate, inflation, balance of payment.

рівень безробіття, інфляція, платіжний баланс.

Окрім фундаментальних факторів при аналізі стану валютного ринку також використовують несподівані короткострокові фактори. Це: форс-мажорні події, політичні події, заяви політичних лідерів, валютні інтервенції центральних банків.

Для аналізу ситуації на валютному ринку можна використовувати не тільки фундаментальні фактори, а також і технічний аналіз.

Технічний аналіз — це сфера ринкового аналізу, котра грунтується на припущенні, що ринок «має пам'ять», що на майбутній рух валютного курсу великий вплив мають закономірності його минулої поведінки, цим самим теорія технічного аналізу має велику ступінь передбачення.

Виходячи з розглянутих факторів впливу на валютний курс, розрізняють наступні методи аналізу цих факторів та прогнозування валютного курсу з метою отримання найвищого прибутку: суб'єктивні, статистичні, методи технічного аналізу, методи Data Mining, що включають декілька груп методів.

Data Mining перекладається як добування даних — процес знаходження в масиві ретроспективної інформації раніше невідомих, нетривіальних, практично корисних, доступних інтерпретації знань, необхідних для прийняття рішень у різних сферах людської діяльності.

Щодо валютного дилінгу, Data Mining уможливлює аналіз великих масивів накопиченої інформації параметрів валютного ринку (рух валютного курсу в часі, фундаментальні фактори, події, що мають вплив на валютний курс) для аналізу та прийняття рішень щодо подальших дій валютного дилера.

Серед найрозповсюдженіших пакетів, які реалізують методи Data Mining, що їх можна використати в валютному дилінгу, є: BrianMaker, PathFinder (нейромережеві пакети); WizWhy (система обмеженого перебору); See5 (побудова дерев рішень).

Прийняття рішень здійснюється за наступною схемою. Валютний дилер, використовуючі ретроспективну інформацію — значення факторів, що можуть впливати на валютний курс та значення валютних курсів за декілька попередніх років, завантажує її в зазначені вище пакети. Після цього інформація обробляється та формуються моделі або перелік закономірностей. До програм вводяться також поточні дані для різних факторів, а на основі сформованої моделі або набору правил видається прогноз цільового показника, котрим у даній ситуації виступає значення або характер змін валютного курсу. На основі результатів використання методів DataMining валютний дилер приймає значно

In addition to fundamental factors unexpected short-term factors are used for analysing currency market state. These are: force majeur events, political events, political leader's statements, and central banks currency intervention.

Not only fundamental factors but also technical analysis can be used for analysis of currency market situation. Technical analysis is the scope of market analysis, based on assumption that the market has a memory, and the future movement of the currency is greatly affected by the rules of it's former behavior, by that the theory of technical analysis has a great power of forecasting.

Based on just considered factors of influence on a currency rate, the following methods of analysis of those factors and forecasting of a currency rate with the purpose of getting a highest possible profit: subjective, statistical, methods of technical analysis, Data Mining methods including several groups of methods.

Data Mining is the process of finding unknown before, non-trivial, practically useful, easily interpretive, needed for making decisions at different areas of human activities at the array of retrospective information.

As to currency dealing the Data Mining technology allows analyzing huge arrays of retrospective information about operating factors (currency rate movement, fundamental factors, events affecting a currency rate) for making decisions.

The most widely distributed program packages, that can be used in currency dealing are: BrianMaker, PathFinder; WizWhy; See5.

Making decisions is carried out according the following scheme. A currency dealer using retrospective information: the meanings of the factors, affecting currency rate and the meanings of the currency rates during several last years loads it into the program packages. The information is used to form models or set of rules. After that, current meanings of the factors are being entered and using formed models or set of rules forecast of the target index (future currency rate) is being produced. A currency dealer makes more valid decisions, based on that information.

обгрунтованіші рішення.

АНДРЕЙ ВЫСОЦКИЙ
Луганский государственный педагогический университет
Студент 3 курса
Института экономики и бизнеса

ANDRIY P. VYSOTSKIY
Luhansk Taras Shevchenko Pedagogical University,
Institute of Economics and Business, Finances Department, 3rd year of study

НЕОБХОДИМОСТЬ СИСТЕМАТИЗАЦИИ И КОМПЛЕКСНОСТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ

THE NESSECITY SYSTEMATEZATION AND COMPLEX APPROACH IN PROBLEM SOLVING

В работе речь идет о недостатках использования кредитов в области инновационного инвестирования. Даны примеры и предложения, касающиеся решения этих продлем. В конце работы сделан вывод, который указывает на основные проблемы предлагаемой темы.

In this work the shortages of credit Usage in the sphere of innovative investment are discussed. The examples and propositions concerning the solving of these problems are given there. There is a summary which points to the major problems in this matter at the end of this work.

В результате недостаточности использования кредитов в области инновационного инвестирования, возникает необходимость систематизации и комплексности решения возникающих на рынке проблем. Это помогает ресурсно обеспечить процесс инновационного инвестирования кредитом, но только при наличии (создании) системы отбора наиболее эффективных и конкурентоспособных нововведений, системы мотивации внутренних и внешних коммерческих банков и страховых организаций к инвестированию.

В данном случае, комплексное решение проблем повышения эффективности всех составляющих кредитно-инвестиционного механизма ускорит развитие инновационного процесса (и наоборот) и благодаря этому позволит как частным инвесторам, так и корпорациям включиться в процесс увеличения собственной прибыли с одновременной стимуляцией развития экономики собственной страны. При этом возникает необходимость поиска источников кредитования, то есть его ресурсов. Расширить возможности в финансировании инновационного процесса могут приватизационные фонды, аккумулирующие чеки или ваучеры. В данном случае эмиссию ценных бумаг необходимо использовать для финансирования нововведений. То есть экономические методы стимулирования вложения средств в инновации в виде льготного налогообложения надо дополнить организационными мерами, закрепляющими в уставах фондов возможные направления использования их ресурсов.

Также одним из перспективных источников финансирования инновационного процесса являются зарубежные кредиты и инве-

As a result of lack of the credit usage in the sphere of innovative investment, there raises a need in systematisation and complex approach to the problems existing in the market. It helps to provide the process of innovative investment with a credit and the needed stuff, but only if there exists, or is made, a selective system of the most effective and competitive innovations, and also if there is a system of motivation for domestic and outer commercial banks and insurance companies to make investments.

In this occasion, a complex problem solvency of effectiveness increase for all the components of credit-investment mechanism will catalyse the development of investment process. And, thanks to this, both private investors and corporations will get the possibility to be involved in the process of increasing their own profits with the simultaneous stimulation of economy development of the homecountry.

This leads to the necessity of a search for the credit sources, that is to its resources. Privatisation funds, which accumulate cheques and shares, can help expand the possibilities in financing of the innovation process. In this case we should use the issue of securities for the purpose of innovation financing. That is, the economical methods of innotavation investment stimulation in a form of favourable taxes need to be supplemented by an organisation approach, which fixes all the possible directions of its resource usage in the fund regulations.

Also, one of the perspective sources of innovativne process financing is foreign credits and investments. Taking into consideration the real conditions of economical and political position in the Independent States Commonwealth

стиции. Учитывая реальные условия экономического и политического положения в странах СНГ, основной долей зарубежных инвестиций могут стать пока взаимные республиканские вложения средств в развитие жизненно важных для них производств. В первую очередь это создание эффективных производств по добыче и переработке сырьевых энергетических ресурсов, в которых должны принять участие все республики.

Наряду с межреспубликанскими кредитами и инвестициями большой интерес для развития инновационного процесса представляют зарубежные вложения. Их привлечению может способствовать предоставление дешевой рабочей силы и рынков сбыта. Однако на сегодняшний день эти преимущества нейтрализованы рядом факторов.

Прежде всего отсутствуют реальные гарантии сохранности и возврата иностранных кредитов и инвестиций, которыми должны бы обеспечивать рынок страховые организации. Устранить такой недостаток можно при политической стабилизации и принятии законодательных актов, гарантирующих неприкосновенность иностранного капитала. В качестве материального обеспечения зарубежных кредитов и инвестиций, целесообразно использовать республиканские авуары в заграничных банках, а также имущество, находящееся на территории иностранных государств. Для обеспечения требуемых гарантий важно расширять заграничные авуары и вкладывать валюту в совместное производство за рубежом. Все эти аспекты комплексно и системно должны быть учтены страховыми организациями.

Наряду с нерешенностью проблем использования внутренних возможностей в финансировании инновационного процесса, крайне мало усилий предпринимается по привлечению зарубежных кредитов и инветиций. Основными барьерами на пути организации совместной работы над проектами с иностранными партнерами являются нерешенность вопросов о предоставлении им в частную собственность земли и свободном вывозе прибыли, а также отсутствие реальных гарантий по защите собственности зарубежных инвесторов, то есть слабость пока еще страховых организаций в Украине.Вместе с тем, рассматривая потенциальную возможность участия иностранных партнеров в структурной перестройке промышленности и, в частности, в создании конкурентоспособных нововведений, необходимо учитывать, что они преследуют свои цели и благотворительностью заниматься не будут.

Однако структурную перестройку промышленности, несмотря на научные и технологические заделы предприятий, нельзя

countries the major part of foreign investments can, so far, cover the cooperative republic investments into the development of its enterprises of prior importance. In the first issue, it concerns the creation of effective objects dealing with output and processing of raw materials' resources, with all the republics being involved in this process.

Together with the republic interchange credits and investments, foreign investments are also of great interest for innovation process. Cheap labour forces and sales market may contribute to their attraction. However, nowadays these advantages are neutralized by a range of facts.

Primarily, there are no real garantees on safety and repayment of foreign credits and investments, and the insurance organisations are supposed to provide the market with them. This shortage can be overcome by political stabilisation and adoption of the legislative issues, which garantee the inviolability of foreign investment.

It would be a well-thought decision to use the republic posessions in foreign banks as a financial provision of foreign credits and investments, together with the properties situated on the territories abroad.

For fulfilling these garantees, it is needed to expand foreign possessions and invest the currency into some joint ventures abroad. All these aspects must be taken into consideration by insurance organisations in a complex and systematic way.

Along with the undecided problems concerning the usage of inner possibilities in innovation process financing, too little efforts are made to attract foreign credits and investments. The major barrier on the way of organising a joint work over the projects with foreign partners are the ones concerning their provision with lands as a private property and a free profits export, still being undecided. Another barrier is the lack of real garantees on security of foreign investors' properties, that is the weakness of insurance organisations in Ukraine, so far.

But, speaking about potential possibilities of foreign partners' participation in structural industrial rebuilding and, partly, in the creation of competive innovations, we need to take into consideration that they are chasing their own goals and have no reason to do the charity work.

However, in spite of scientifical and technical basis of enterprises, the structural industry rebuilding cannot be realised by a host's strengths only. There the state support in organising and financing is needed.

реализовать только силами хозяйствующих субъектов. Необходима организационная и материальная поддержка государства.

НАТАЛЬЯ ВОЛКОВА
Приднепровская государственная академия строительства и архитектуры
Экономический факультет, третий курс

NATALIA VOLKOVA
Pridneprovsk'a State Academy of Construction and Architecture
Economic faculty, 3 year

КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ УКРАИНЫ И ЗА РУБЕЖОМ

THE CRITERIA OF EFFICIENCY OF MARKETING IN UKRAINIAN AND FOREIGN ENTERPRISES

В этой статье речь идёт об эффективности применения маркетинговых исследований на различных предприятиях. Также приведен сравнительный анализ деятельности украинских и зарубежных предприятий, использующих маркетинг.

This article is devoted to the problems of researching marketing in different enterprises and comparative analysis of Ukrainian and foreign enterprises that use marketing.

В развитой рыночной экономике существует множество типов предприятий, но в настоящее время ни на одном из них нельзя обойтись без маркетинговой службы. Хотя экономисты выделяют различные пути повышения эффективности фирмы, акценты перемещаются на службу маркетинга — на то, как специалисты этого отдела помогают предприятию повысить эффективность, а следовательно, и прибыльность фирмы.

Прежде всего, маркетологи занимаются исследовательской работой: исследованием рынка, потребителей, товара, конкурентов. Некоторые директора предприятий недооценивают и даже игнорируют исследования маркетинга, что впоследствии прямым образом отражается на финансовом благосостоянии фирмы. Хотя исследования дороги, нельзя приуменьшать их роль, потому что в будущем они принесут только прибыль: предприятие, особенно молодое, почувствует себя уверенней на новой почве неосвоенного рынка. При помощи исследований можно выбрать наиболее оптимальный и прибыльный рынок, потребителей, способ рекламы и т. д., — именно таким образом маркетинговые исследования повышают прибыльность предприятия.

Маркетинговая политика предприятия является логическим продолжением исследований. Маркетинг сопровождает товар на всем пути процесса создания, определения цены, стратегии сбыта и продвижения. Товарная политика маркетинга определяет оптимальные инструменты воздействия на новый товар,

In the advanced market economy there is a set of types of the enterprises, but now on one of them it is impossible to do without marketing service. Though economists allocate various ways of increasing of efficiency of the firm, it is emphasized move on service of marketing: how experts of this department help the enterprise to raise(increase) efficiency, and consequently, and profitableness of the firm.

First of all, the people engaged in marketing are engaged in research work: research of the market, consumers, goods, competitors. Some directors of the enterprises underestimate and even ignore researches of marketing, is reflected in financial well-being of the firm. Though researches are expensive, their role because in the future they will make only profit is impossible to diminish: the enterprise, especially young, will feel sure on new ground of the not mastered market. Thanks to researches it is possible to choose the most optimal and profitable market, consumers, a way of advertising etc., and thus marketing researches raise profitableness of the enterprise.

The marketing policy of the enterprise is logic continuation of researches. Marketing accompanies with the goods during the process of creation, definition of the price, strategy of selling and progress.

The commodity policy of marketing defines optimal tools of influence on the new goods, life cycle of the goods, predicts obsolescence that promotes economy of means and increase of efficiency.

The price policy helps to define the true price of the goods to reveal the factors influenc-

жизненный цикл товара, предсказывает устаревание, что способствует экономии средств и повышению эффективности.

Ценовая политика помогает определить истинную цену товара, выявить факторы, влияющие на изменение цены, выработать стратегию смены ценообразования. Эта тактика не дает предприятию ошибиться в определении цены, а также завысить ее, что в обоих случаях могло бы привести к банкротству.

Опыт работы компании Staples, обладающей 375 универмагами в США показал, что за счет низких цен предприятию не удастся выжить в конкурентной борьбе, поэтому дирекция осознала необходимость нового способа привлечения клиентов. Таким способом стало великолепнейшее обслуживание клиентов, что и было введено во всех филиалах компании. Вследствии маркетинговых исследований и сегментации рынка в различных филиалах фирмы были введены разные формы обслуживания, что также послужило толчком к привлечению клиентов.

Маркетологи компании выявили шесть правил эффективного общения с потребителем:

- Знать потребителя лучше, чем он сам себя, что достигается лишь изучением поведения потребителя.
- Управленцы должны проводить время за раздумьями о потребителях. На собраниях менеджеров ключевым вопросом должен быть вопрос о потребителях.
- Магазины должны быть максимально комфортны для покупателя. Улучшение дизайна привело к увеличению объемов продаж на 7 %.
- Улучшение обслуживания за счет прогрессивной и бонусной систем оплаты труда.
- Добыча нового знания через покупку компании, им владеющей. Таким методом Staples смогла познать особенности среднего и большого бизнеса.
- Относиться к сотрудникам так, как хотелось бы чтобы они относились к потребителям.

Благодаря всем этим нововведениям за последний год продажи компании выросли на 45 %, прибыль — на 58 %, а курс акций более чем на 100 %.

Рассмотрим работу компании «UNITRADE», которая находится в г. Киеве. Компания была основана в 1994 году тремя студентами киевских вузов, которые заработали стартовый капитал челночными поездками в Польшу, Турцию и Китай. Было принято решение поставлять фотоаппараты «POLAROID» на украинский рынок.

ing change of the price, to develop strategy of change of pricing. This tactics does not give the enterprise to be mistaken in definition of the price, and also to overestimate it, that in both cases might result in bankruptcy.

Examples of increase of efficiency of the enterprises through application of marketing.

The operational experience of company Staples having 375 department stores in USA has shown, that due to the low prices the enterprise will not manage to survive in competitive struggle, therefore the management has realized necessity of a new way of attraction of clients. In such a way there was a most magnificent servicing, as was intruded in all branches of the company. Owing to marketing researches and segmentations of the market in various branches of a company were intruded different forms of service that also was an incitement to attraction of clients.

The engaged in marketing of theose companies have revealed six rules of effective dialogue with the consumer:

- To know the consumer better, than he or she knows himself or herself, that is achieved only by studying the consumer's behavior.
- Managers should spend time meditating about consumers. At assemblies of managers the key question is the question on consumers.
- Shops should be maximum comfortable for the buyer. Improvement of design has resulted in increase of sales volumes by 7 %.
- Improvement of service is due to progressive and bonus systems of payment.
- Extraction of new knowledge is through purchase of the company owning it. By such method Staples could learn features of average and big business.
- To concern about employees the way it would be desirable that they concern about consumers.

Due to all these innovations for the last year sales of the company have grown by 45 %, profit by 58 %, share price by more than 100 %.

Let's consider the work of company the «UNITRADE» which is in Kiev. The company was based in 1994 by three students of Kiev high schools who had earned the starting capital by shuttle trips to Poland, Turkey and China. It was accepted to deliver cameras «POLAROID» to the Ukrainian market.

The young firm did not carry out marketing researches. Have casually learned, that in the market cameras for instant shooting are offered only by one firm, and during summer holidays demand for this production exceeds the offer. The management of the company, through former fellow students in USA has bought a set of cameras. The prices were rigid, profitability was

Маркетинговых исследований молодая фирма не проводила. Случайно узнали, что фотоаппараты для моментальной съемки на рынке предлагает только одна фирма, а в период летних отпусков спрос на эту продукцию превышает предложение. Руководство компании, через своих знакомых в США (бывших сокурсников), закупило партию фотоаппаратов. Цены были жесткими, рентабельность постоянно высокой. Затем, окрыленные первым успехом предприятия, предприниматели стали серьезно изучать рынок для того, чтобы найти новый товар, который можно предлагать на украинском рынке. Остановили свой выбор на радиотелефонах.

Оборачиваемость средств была не меньше двух в месяц, а объемы закупок ежемесячно увеличивались на 50 %. Появилась возможность брать кредиты.

Снова актуализовался вопрос о расширении ассортимента. Если потребность в телефонах и фотоаппаратах была более или менее выражена, то ко времени открытия новых направлений на рынке Украины ими уже занимались несколько серьезных фирм.

Стали проводится маркетинговые исследования. Сотрудники «UNITRADE» изучали цены в магазинах и на выставках, анализировали прайс-листы и рекламу. Зная цены оптовых поставщиков за границей, их сравнивали с отечественными, и определяли процент рентабельности. По мнению ген. директора «UNITRADE», если фирма постоянно рекламируется, значит ее продукция достаточно рентабельна, и есть смысл самим попробовать заниматься этой продукцией на рынке. К тому же «раскрученный» товар поначалу можно продавать без дорогостоящей рекламы, а за счет этого снизить отпускную цену. На практике проверили, что можно продавать товар с уровнем рентабельности 7 %, а по некоторым группам — 5 %.

Штат компании — 50 служащих. Зарплата в бюджете фирмы — около 10 %. На рекламу расходуется 5 %, на аренду — 2 % бюджета. Рентабельность составляет 20 %—25 %, больше половины прибыли инвестируется в развитие, оборот ежемесячно увеличивается на 10 %—15 %. По убеждению руководства компании, оптовая рентабельность не может быть ниже 5 %—7 %, а розничная — меньше 12 %—15 %. В противном случае их бизнес потеряет смысл. Хотя для вытеснения конкурентов эти показатели можно корректировать. Постоянно ведутся исследования по предложению на рынок новых товаров. «UNITRADE» действует по такой схеме: несколько новинок, ко-

constantly high. Then, the enterprises inspired with the first success, began to study seriously the market to find the new goods which can be offered in the Ukrainian market. They stopped the the choice of radio telephones.

Profits were not less than dable per one month, and volumes of purchases were monthly increased by 50 %. The opportunity to take credits had appeared.

Again there was a question on expansion of assortment. As the need for phones and cameras was more or less expressed, by the time of opening new directions in the market of Ukraine some serious firms already were engaged in them.

Marketing researches of. Employees of «UNITRADE» studied rimained the prices in shops and at exhibitions, analyzed price-lists and advertising. The prices of wholesale suppliers abroad were compared with those domestic, and they defined the interest of profitability. In opinion of. Directors of «UNITRADE» if the firm is constantly advertised, its production is profitable enough, and there is a sense being engaged in it in the market. Besides, the «untwisted» goods first can be sold without expensive advertising, and due to it to lower the cost price. In practice they have checked up, that it is possible to sell the goods with a level of profitability of 7 %, and on some groups of 5 %.

The staff of the company is 50 persons. The salary in the budget of the firm is about 10 %. On advertising it is spent 5 %, for rent 2 % of the budget. Profitability makes 20 %—25 %, more than half of profit is invested in development, the turnover is monthly increased by 10 %—15 %. According to management of the company, wholesale profitability may not be lower than 5 %—7 %, and retail less than 12 %—15 %. Otherwise their business will lose sense. Though for replacement of competitors these parameters can be corrected. Researches on the offer on the market of the new goods are constantly conducted. «UNITRADE» operates under such circuit: some novelties which are not present in catalogues, are exposed for sale. The time and the price they are bought up predict the future volumes of purchases, holiday cost and the level of profitableness.

The company «Trading systems» in Kiev began with deliveries from abroad office furniture, and faced the problem of decrease of the income because of a strong competition. It bought abroad the equipment «second hand» and began one of liding manufacturers of high-quality furniture in Ukraine.

Before the management of the company had carried marketing researches, the commodity market was preliminary revealed, the advertis-

торых нет в каталогах, выставляют в продажу. По тому, за какое время и по какой цене они раскупаются, прогнозируются будущие объемы закупок, отпускная стоимость и уровень прибыльности.

Компания «Торговые системы» в г. Киеве, начинавшая с поставок из-за рубежа офисной мебели и оказавшаяся перед проблемой снижения дохода из-за сильной конкуренции, закупила за рубежом оборудование «second hand» и стала одним из ведущих производителей высококачественной мебели на Украине. Перед этим руководством компании были проведены маркетинговые исследования, предварительно выявлен рынок сбыта, проведена рекламная компания. Доходы компании выросли на 60 %, появилась возможность инвестировать в развитие производства, закупку нового, более производительного оборудования, увеличить ассортимент выпускаемой продукции.

По такому же пути пошли хорошо известные в Украине компании, такие, как «Меркс», «Энран» и другие.

Таким образом, эффективность маркетинга в области повышения прибыльности не требует особых доказательств.

Из вышесказанного можно выделить пути повышения эффективности маркетинга для украинских предприятий:

- Сбор информации о покупательском спросе.
- Проведение маркетинговых исследований.
- Вытеснение конкурентов.
- Снижение отпускной цены за счет отказа от дорогостоящей рекламы.

При сравнении украинских и зарубежных предприятий становится понятно, что украинские предприятия находятся на ранней стадии развития маркетинга. Зарубежные предприятия должны изыскивать новые методы и приемы общения с потребителями, требующие больших вложений в маркетинговые исследования.

ing company was carried out. Incomes of the company have grown by 60 %, the opportunity to invest in development of manufacture, purchase new, more productive equipment, increase assortment of production has appeared.

The same way was taken by the companies well-known in Ukraine, such, as «Merks», «Enran» and others. Thus, efficiency of marketing in the field of increase of profitableness does not demand special proofs. From the aforesaid it is possible to allocate ways of increasing efficiency of marketing for Ukrainian enterprises:

Adjusted marketing network.

- Gathering of the information on consumer demand.
- Realization of marketing researches.
- Replacement of competitors.
- Decrease of cost price due the to refusal of expensive advertising.

Comparing Ukrainian and foreign enterprises it becomes clear, that the Ukrainian enterprises are at an early stage of development of marketing. Foreign enterprises should find new methods and ways of dialogue with the consumers, demanding big investments in marketing researches.

АНДРЕЙ ГАЛКИН
Киевский национальный экономический университет
Факультет инф. с-м и технологий 5 курс

ANDREW GALKIN
Kyiv National Economic University
Information Systems
and Technologies departmen

ЭЛЕКТРОННАЯ ОТЧЕТНОСТЬ В УКРАИНЕ — ШАГ ВПЕРЕД К СОВРЕМЕННОМУ ИНФОРМАЦИОННОМУ ОБЩЕСТВУ

ELECTRONIC ACCOUNTS IN UKRAINE — A STEP FORWARD TOWARDS MODERN INFORMATION-ORIENTED SOCIETY

Работа посвящена проблеме автоматизации сдачи отчетности субъектами экономики в налоговую службу Украины. Рассматриваются различные аспекты функционирования систем передачи электронной отчетности. Приводятся преимущества перехода на электронную форму отчетности, среди которых: сокращение времени на составление, передачу и обработку документов, избежание ошибок в отчетах и соответственно штрафных санкций ГНАУ, а также отсутствие необходимости в самостоятельном отслеживании всех текущих изменений законодательства. В работе рассмотрены также проблемы, возникающие в связи с переходом на электронную форму отчетности, касающиеся, в первую очередь, законодательного урегулирования деятельности вданной сфере и технического обеспечения органов государственной власти.

This work is dedicated to the problem of automation of handing over the accounts to the taxation authorities of Ukraine. Different aspects of the systems of transferring of electronic accounts functioning are being considered. The advantages of the electronic form of tax accounts are given in this work, among them: reduction in the amount of time spent on forming, handing over and processing of documents, avoidance of mistakes in accounts and consequently penalty of state taxation authorities as well as absence of necessity of keeping watch on all the changes in legislation. This work also examines the problems of dealing with the electronic form of accounts in Ukraine pertinent to the legislation basis and insufficient technical development of state authorities.

Современное общество находится на том этапе, когда представить нашу жизнь без компьютеров, средств телекоммуникации и глобальной сети Интернет уже просто невозможно. Широкомасштабное применение новых информационных систем и технологий — одно из наиболее действенных средств повышения эффективности работы любой организации. Современные средства компьютерной техники и связи в сочетании с новыми технологиями ввода, хранения и обработки информации, позволяют значительно повысить производительность труда и качество результата, снизить затраты и сэкономить время.

Сегодня, когда Украина ставит перед собой цель интеграции в мировое информационное общество, особое значение приобретают меры по глубокой информатизации различных сфер нашей жизни. Необходимо значительное повышение темпов компьютеризации органов государственной власти, финансово-кредитного сектора экономики, бухгалтерского дела, переход на электронный документооборот, улучшения взаимосвязи между государственными институциями и населением через электронные каналы.

Nowadays it is very difficult to imagine modern society without computers, means of telecommunication and the Internet. Wide adoption of new information systems and technologies into functioning of a business is considered to be one of the most efficient means of increasing the effectiveness of work of any organisation. Present day computer technologies and means of communication in conjunction with the new technologies of entering, storing and processing information allow us to increase productivity of labour and quality of results, to decrease costs and save time.

Today Ukraine is aiming at the integration into world's information area. Consequently, all the measures of informatization of our life have become extremely important. Nowadays it is necessary to increase the speed of computerization of state authorities and sphere of accounting. It is also absolutely important to introduce a system of electronic documents circulation and to improve the intercommunication between the state institutions and the population of the country through the electronic channels.

Lately a new tendency of dealing with the

В последнее время в Украине наметилась тенденция к изменению технологии работы с информацией имеющей отношение к внешней отчетности, в частности, обработка в налоговой сфере. Еще совсем недавно Государственная налоговая администрация Украины принимала отчетность только в бумажном виде, провоцируя тем самым большие очереди, ошибки при наборе отчетности, соответственные штрафные санкции. Поэтому ГНАУ приняла решение о единой автоматизации системы сдачи отчетности в налоговую службу. Необходимо было создать комплекс программ, предназначенный для ввода и формирования внешней отчетности предприятия в электронном виде с последующей отправкой ее в Налоговую инспекцию.

Создание такой системы позволило бы:

- Избежать появления ошибок в отчете (статистика показывает, что в 60 % бумажных отчетов что-то не соответствует правилам ГНАУ).
- Исключить штрафные санкций ГНАУ.
- Обеспечить возможность сдачи отчетности в электронном виде не посещая ГНАУ.
- Значительно повысить скорость сдачи отчета и избежать очередей.
- Избежать необходимости самим отслеживать все текущие изменения законодательства.
- Избежать необходимости покупать бланки отчетности.
- Приобрести имидж прогрессивной организации, понимающей важность и эффективность компьютеризации.

На сегодняшний день одним из лидеров в сфере электронной отчетности является программный комплекс «БЭСТ-ЗВИТ», который предназначен для подготовки, хранения и передачи отчетности в электронном виде. Отчеты могут быть приняты соответствующими программными средствами, установленными в контролирующих органах. «БЭСТ-ЗВИТ» позволяет готовить отчетность в налоговую инспекцию, целевые фонды (Фонд социального страхования Украины, Пенсионный фонд, Фонд социального страхования от несчастных случаев), Государственный комитет статистики, Государственный центр занятости, Комиссию по ценным бумагам и фондовому рынку. Отчетность предприятия в электронном виде может передаваться в налоговую инспекцию на дискете или пересылаться по электронной почте.

Основные достоинства программного комплекса «БЭСТ-ЗВИТ»:

- В настоящее время вся отчетность предприятий переносится в базы данных на-

information of the external tax accounts has ap

peared in the sphere of taxation. Not very long ago State Tax Administration of Ukraine was dealing only with the paper form of accounts. That fact generated loads of inconveniences: long queues, mistakes in tax accounts and consequently possibility of being imposed to a penalty by state taxation authorities. Therefore State Tax Administration of Ukraine decided to introduce automation to the system of handing over the accounts to the tax authorities.

It was necessary to create a system for forming external tax accounts of an organization in electronic form with the possibility of sending the information to the tax authorities.

The creation of such system would allow us:

to avoid mistakes in accounts;

- to avoid fines of State Tax Administration of Ukraine;
- to provide the possibility of handing over the accounts in electronic form without visiting tax authorities;
- to increase the speed of handing over the accounts and to avoid long queues;
- to avoid necessity itself to watch all current changes of the legislation.
- to avoid necessity to purchase the forms of the reporting.
- to gain image of progressive organization perceiving relevance and efficiency of a computerization.

For today one of the leaders in an orb of the electronic reporting is the programmatic complex «BEST-ZVIT», which one is intended for opening-up, storage and transfer of the reporting in an electronic kind. The reports can be adopted by the conforming software established in controlling bodies. «BEST-ZVIT» allows to prepare the reporting in tax inspection, trust funds (Fund of social insurance of Ukraine, Pension fund, Fund of social insurance from casualties), State committee of statistics, State center of seizure, Commission on valuable papers and stock market. The reporting of firm in an electronic kind can be transmitted in tax inspection on a diskette or be transferred on a E-Mail.

The main advantages of a programmatic complex «BEST-ZVIT»:

At submission of the reporting on diskettes.

- now reporting of firms is transferred in databases of tax inspection manually by operators, which one can enable misprints. By transfer of the reporting in an electronic kind it is possible to be sure, that the reporting is transferred without errors.

логовой инспекции вручную операторами, которые могут допускать опечатки. При передаче отчетности в электронном виде можно быть уверенным, что отчетность перенесена без ошибок.

• Для приема электронной отчетности в налоговых инспекциях применяется технология «единого окна», куда подаются все отчеты и дискета. Процесс приема и проверки занимает не более 5 минут. Поэтому возле таких окон никогда нет очередей, даже в самые «горячие дни».

• Экономится время. Для приема бумажных документов, подтверждающих присланную по электронной почте отчетность, в инспекциях применяют то же окно, но процесс регистрации бумаг занимает еще меньше времени.

• Отчетные документы можно посылать не пакетом, а по одному, по мере их формирования.

• До завершения установленного законодательством срока подачи отчета, налогоплательщик может несколько раз отсылать один и тот же документ, при этом каждый последующий будет отменять предыдущий.

• При приеме и проверке отчета в налоговой инспекции автоматически формируется письмо налогоплательщику, подтверждающее получение или отказ в приеме документа. В письме сообщается причина отказа.

Однако наряду с неоспоримыми преимуществами данной системы есть и определенные сложности в ее применении. В первую очередь, это неготовность самой налоговой администрации и отсутствие необходимой законодательной базы. В налоговой нет достаточного числа специалистов, которые могли бы обрабатывать компьютерную информацию. Кроме того, не все налоговые оборудованы необходимой для этого техникой и средствами связи. Не меньшей проблемой является то, что до сих пор не приняты законы «Об электронной цифровой подписи» и «Об электронном документообороте», что значительно затрудняет процесс передачи документов в электронном виде. Тем не менее, большинство специалистов, работающих в данной области, соглашаются с тем, что введение электронной системы отчетности — это огромный плюс. В настоящее время ГНАУ разрабатывает механизм, позволяющий до принятия законов «Об электронной цифровой подписи» и «Об электронном документообороте» работать только с электронной отчетностью. Для этого планируется заключать специальный договор, который будет регламентировать взаимоотношения между конкретным нало-

• the time is economized. The technology « of a unified window « is applied to a method of the electronic reporting in tax inspections, where all reports and diskette move. The process of a method and check takes no more than 5 minutes. Therefore near such windows never there are no sequential queues, even in most «ardent days».

At dispatch of the reports on a E-Mail.

the time is economized. For a method of the paper documents verifying the reporting, sent on a E-Mail, in inspections apply the same window, but the process of registration of papers takes even less time.

• the account documents can be dispatched not by a package, and on one, in process of their formation.

• before completion of term, established by the legislation, of submissionof the report, the tax bearer can some times refer the same document, thus each subsequent will cancel previous.

at a method and check of the report in tax inspection the letter to the tax bearer verifying obtaining or failure in a method of the document is automatically reshaped. In the letter the cause of failure intercommunicates.

However alongside with indisputable advantages of the given system there are also definite complexities in its application. First of all, it is unwillingness of the most tax administration and absence of indispensable legislative base. In tax there is no sufficient number of the specialists, which one could process the computer information. Besides not all tax are equipped with engineering, indispensable for it, and communication facilities. Not a smaller problem is that the laws «About an electronic digital signature» and «About electronic document circulation» till now are not adopted, that considerably handicaps process of transfer of the documents in an electronic kind. Nevertheless, majority of the specialists working in the given area, agree that the introducing of an electronic system of the reporting is a huge plus. Now STAU designs the gear permitting up to acceptance of the laws «About an electronic digital signature» and «About electronic document circulation» to work only with the electronic reporting. For this purpose is planned to conclude the special contract, which one will regulate relationships between the concrete tax bearer and its district tax inspection.

Thus handing over the accounts in electronic

гоплательщиком и его районной налоговой инспекцией.

Таким образом, передача отчетности в электронном виде — это идеальный вариант, позволяющий решить все проблемные вопросы, сопровождающие формирование и передачу отчетности. Однако в настоящий момент все еще остается нерешенным целый ряд вопросов, касающихся, в первую очередь, законодательного урегулирования деятельности в данной сфере и технического обеспечения органов государственной власти.

form is the ideal way of dealing with accounts,

that allow us to avoid all the problems connected with forming and transferring the accounts. However, there are still difficulties in this sphere pertinent to the legislation basis and insufficient technical development of state authorities.

АНДРІЙ ГВОЗДЬ
Полтавський університет споживчої кооперації України
Факультет фінансів, 4 курс

ANDRIY GVOZD
University of cooperation in Poltava
Faculty of finances, 4th year

СТАН МІЖНАРОДНОГО БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

THE MODERN STAGE OF THE INTERNATIONAL BANKING

Доповідь розкриває стан розвитку міжнародного банківського бізнесу в умовах можливих економічних потрясінь на світовому фінансовому ринку. Особлива увага приділяється рейтинговому аналізу банків у міжнародному масштабі за основними фінансовими показниками.

The modern stage of the international banking business is reflected in these theses. The amphasis is laid on the analysis of the banking business development amidst numerous economic fluctuations on the world financial markets. The banks activity is reviewed to the world banking ratings.

Процеси глобалізації та інтернаціоналізації міжнародних відносин спричиняють значний вплив на всі сфери народногосподарської діяльності. Одним із об'єктів даного впливу є сучасний стан розвитку міжнародного банківського бізнесу. Вивчення та аналітика останнього є особливо важливою для незалежної України, оскільки в сучасних умовах розвитку світових фінансів необхідно швидко і ефективно реагувати на можливі зміни в економічному та фінансовому становищі як окремих країн, так і всього світу в цілому.

Серйозні економічні проблеми, що виникли останнім часом в США, примусили багатьох аналітиків песимістично оцінювати перспективи світового банківського сектору. Однак поки що ці побоювання вважаються зайвими. Про це, зокрема, свідчать підсумки фінансової діяльності провідних банків світу за даними британського журналу The Banker, перш за все, інститутів, що займають перші 25 місць в світовому рейтингу. Завдяки впровадженню значно ефективніших систем управління ринковими ризиками і підсилен-

The process of globalization and internationalization of international relations produces a great impact on all the aspects of our everyday life. One of the objects of its influence is the modern stage of the international banking business development. To learn and analyze is extremely important for independent Ukraine in order to be able to react effectively and efficiently on all the possible changes in the economic and financial state of different countries and of the whole world.

Serious economic problems which have recently risen in the USA have made many economists to pessimistically evaluate the perspectives of the world banking sector. Still at the moment these fears seem to be premature.

This statement is proved by the indices of the financial activities of the major banks according to the data given in the British magazine «The Banker», which on the regular basis gives the ratings of the 25 biggest world banks. Due to implementing of more effective systems of the market risk management and via enforcing the control over the credit operations the

ню контролю за кредитними операціями найбільші світові банки перебувають у стабільнішому стані, ніж перед кризою 1997 року, і можуть успішно вести свій бізнес, навіть незважаючи на можливі економічні потрясіння.

Ознаки спаду в глобальному фінансовому секторі були помічені спеціалістами ще в першій половині 2000 року. Але в той час обвальне падіння вартості акцій електронних компаній ще не вважалося серйозною неприємністю, і думка про те, що вона може виявитися лише прелюдією до глибокої депресії в реальній економіці, панувала тільки серед деяких банкірів та фінансистів. Провідні банки світу були зайняті глобалізацією, реструктуризацією операцій, злиттями та поглинаннями, а також впровадженням Інтернету та інших інформаційних технологій у свій повсякденний бізнес. Але до кінця 2000 року стало зрозумілим, що сприятливі прогнози на цей раз не справдяться. Економіка США, яка не знала серйозних ускладнень із 1992 року, зненацька різко пішла на спад, що відбилось і на позиціях провідних світових банків. Одним із наслідків цього стало те, що фінансові результати більшості таких інститутів у 2000 році не «дотягнули» до прогнозованого аналітиками і менеджерами рівня. Проте назвати їх провальними також не можна.

У цілому, за даними британського журналу The Banker, прибуток 1000 найбільших банків світу до сплати податків в 2000 році становив 317 мільярдів доларів, що було не набагато більше аналогічного показника 1999 року — $310 млрд.

Хоча показник загальної прибутковості провідних світових банків був досить стабільним, того ж не можна сказати про ранжирування самих банків. Постійний процес злиття і поглинань призвів до появи в списку фінансових інститутів нових імен і відповідних змін у світовому банківському рейтингу. Так, вже третій рік поспіль перший рядок у банківському рейтингу з показника сумарного обсягу капіталу першого порядку втримує американська фінансова група Citigroup. В 2002 році капітал першого порядку зріс на 14,3 % і, за даними на кінець першого півріччя, становив $54,5 млрд. Однак найсильнішим конкурентом для американців є новий японський банківський конгломерат Mizuho Financial Group, створений у квітні 2001 року внаслідок злиття трьох крупних японських банків — Fuji Bank, Dai-Ichi Kanguo та Industrial Bank of Japan. В наш час largest world banks are now in the better state then when they were before the world 1997 financial crisis. They can run their business successfully despite the possible economic fluctuations.

The decline in the global financial sector have already been noticed by the specialists in the first half of the year 2000. Still at that time the dramatic fall of the share prices of the electronic companies was not considered to be a serious event. Only few bankers thought that it was the first sign of a deep depression in the real economy. The major world banks were then involved into the processes of globalization, restructuring of operations, merging and installation of the Internet and other information technologies into their everyday business. Till the end of the year 2000 it became clear that favorable economic forecasts would not come true that time. The economy of the USA, which had not known serious difficulties since1992, suddenly and sharply went down. This decline influenced the financial state of the leading world banks. One of the subsequences of this was that financial results of most of them simply did not reach the forecasted levels. Though, we cannot either tell that they are pessimistic.

In total, according to the British magazine «The Banker», the income of 1000 of the largest world banks after taxes in the year 2000 was amounted to $317 billions. This figure was not much bigger then that in the year 1999 — $310 billions.

Though the index of the total income of the leading world banks remained considerably stable, the world bank ratings have crucially changed due to the constant process of emerging of different world banks. This caused new names to appear in the ratings.

It is already the third year when the first place in the bank ratings according to the total amount of the capital is hold by the American financial group called «Citigroup». It the year 2002 its capital produced a 14,3 % increase and, according to the data on the end of the first half of 2002, amounted to $54,5 billions. Though the strong competitor for Americans is a new Japanese banking conglomerate Mizuho Financial Group, which was founded in April 2001 via merging of three biggest Japanese banks — Fuji Bank, Dai-Ichi Kangyo Bank and Industrial Bank of Japan. At the moment Mizuho Financial Group firmly holds the second place in the banking ratings according to the index of the capital base. Its capital amounts to $50,5 billions. Besides, in total Citigroup and Mizuho

Mizuho Financial Group упевнено посідає друге місце в банківському рейтингу щодо показника капітальної бази, а обсяг капіталу першого порядку цієї групи становить $50,5 млрд. До речі, на загальну долю Citigroup та Mizuho припадає 5,9 % сумарного капіталу 1000 провідних банків світу.

Найістотніші зміни серед перших 25 банків світу торкнулися японських інститутів. У результаті деяких укрупнень (як у випадку з Mizuho) кількість японських банків у числі «25 найкращих» скоротилася від дев'яти в 2001 році до п'яти в 2002 році. В майбутньому число банків Японії в рейтингу може ще більше звузитися. А поки що свої позиції в рейтингу підкріплюють американські банки. В списку «25 кращих» банки США за показником капіталу першого порядку представлені шістьма інститутами. Велика Британія і Китай мають тут по три банки, а Франція, Німеччина, Нідерланди і Швейцарія — по два.

Перше місце по сумарній вартості активів зайняв «новачок» рейтингу — все той же конгломерат Mizuho Financial Group. Вартість усіх активів цього банку — $1259,5 млрд (станом на 1 липня 2002 року). За цим показником Mizuho залишив позаду всіх своїх конкурентів, серед яких — Citigroup (сумарна вартість активів — $902,2 млрд), і Deutsch Bank — лідер рейтингу 2001 року (теперішній показник — $874,7 млрд).

Щодо прибутків банку, то за цим показником, як і в 2001 році, лідирує Citigroup. Прибуток цієї фінансової установи до сплати податків у 2002 році становив $21,1 млрд, що на 32,6 % вище, ніж у 2001 році. Звичайно, є в нинішньому рейтингу і збиткові установи. До їх числа входять Bank of Tokyo-Mitsubishi, Bank One Corp. і Sanwa Bank-, що зазнали збитків у розмірі $870 млн, $1080 млн і $1449 млн відповідно.

За рівнем ринкової капіталізації всіх конкурентів істотно випереджає Citigroup. Показник групи становить $255,2 млрд, що більше, ніж удвічі, перевищує результат найближчого переслідувача — HSBC Holdings ($112,4 млрд). Взагалі ж американські інститути зайняли чотири з п'яти провідних місць у рейтингу за рівнем ринкової капіталізації. Отже, рейтингова оцінка банків головним чином здійснюється за показниками капіталу першого порядку, загальної вартості активів та прибутковості капіталу.

Економічний спад, що розпочався у другій половині 2000 року в США, ключовому компоненті сучасної глобальної економіки, поступово поширився на Японію, нові ринкові країни Південно-Східної Азії і, меншою мірою, — на держави Західної

comprise 5,9 % of the total capital of 1000 of the leading world banks.

The most essential changes among 25 first world banks have touched Japanese institutions. Because of several big merges (like in case with Mizuho) the amount of Japanese banks in the ratings of «25 best» banks has shortened from 9 in 2001 to 5 in 2002. In future the number of banks of Japan may still decrease.

At the moment American banks are strengthening their positions in the ratings. According to the index of the bank capital six of them are included into the world banking ratings. Great Britain and China are presented with three banks per each here, and France, Germany, Netherlands and Switzerland — with two.

The first place in the ratings according to the total value of assets is hold by the Mizuho Financial Group.

As for the market capitalization, Citigroup overcomes all of its competitors. The second place is hold by the British banking group called HSBC Holdings. In total American institutions have taken four of five leading positions in the ratings by market capitalization.

So, most of the banking ratings is performed according to the indices of the amount of capital, total assets value and market capitalization.

The economic decline, which has begun in the second half of the year 2000 in the USA — the key component of the modern global economy — has expanded subsequently to Japan and new countries of South-Eastern Asia, as well as some Western European countries. At the moment the experts are not forecasting considerable improvement of the economic situation. Most of the economists in the USA as well as in other countries of the world are still not sure in the perspectives of the world economy development for the nearest few months.

Trying to define how difficult the present economic situation is and for how long the decline in the world economy will last, the experts have emphasized the main difference between the present situation and economic crisis of years 1997—1999. The essence of this difference is that at present time the decline has expanded into all the leading countries of the world, and even the USA and Japan are not an exception. Moreover, the economic decline in the USA and in Japan takes place simultaneously, what makes the situation even more difficult.

Європи. Експерти поки що не прогнозують суттєвого поліпшення економічної ситуації. Більшість економістів і в Америці, і в інших країнах світу все ще не впевнені в перспективах розвитку світової економіки на найближчі декілька місяців.

Намагаючись визначити, наскільки складна теперішня економічна ситуація і як довго триватиме спад у світовій економіці, експерти відмітили головну відмінність між сучасною ситуацією та економічними кризами 1997—1999 років. Ця відмінність полягає в тому, що в наш час спад охопив усі провідні країни світу, і винятком із правила не стали навіть США та Японія. При цьому, економічний спад в США та Японії відбувається в один і той же час, а це ще більше ускладнює ситуацію.

Таким чином, перспективи світової економіки виглядають, м'яко кажучи, не дуже привабливими. Однак для банків ситуація може бути і не настільки поганою. За оцінками експертів, банківський сектор світу, за винятком, можливо, Японії, зараз перебуває у значно виграшнішому стані, ніж перед кризою 1997 року. Фінансові інститути, заохочувані органами банківського контролю і налякані гірким досвідом попередніх криз, суттєво вдосконалили системи управління ризиками, а нові ринкові країни вжили досить успішних заходів для уникнення вразливих місць своєї економіки, виявлених Азіатською кризою 1997 року, перш за все, — в галузі зовнішніх боргів. Усе це дає змогу стверджувати, що, якщо настане нова економічна криза, провідні банки світу зустрінуть її, як кажуть, у всеозброєнні.

Therefore, the perspectives for the world economy are at the moment not very attractive. Though for banks the situation now is not the worst. According to the experts' opinion, the banking sector now is in the better state then when it was before the crisis of the year 1997. After the financial crisis 1997 the banks have considerably improved the systems of the risk management. This all persuades us that in case new economic crisis will take place, the major world banks will be able to meet it properly and to survive.

ІРИНА ГОЛУБ
Черкаська філія Української академії банківської справи
Економічний факультет, 3 курс

IRINA GOLUB
Cherkassy's branch of the Ukrainian banking academy
Economic department, the 3rd year

ПРОБЛЕМИ ВІДРОДЖЕННЯ СТАЛІНІЗМУ І ТОТАЛІТАРНОГО PR В СУСПІЛЬСТВІ

PROBLEMS OF REVIVAL TO STALINIZM AND TOTALITARIAN PR IN THE SOCIETY

У тезах знайшла відображення проблема відродження тоталітарної свідомості, способу мислення і методів тоталітарного PR, які є в нашій країні наслідком сталінізму. Запропоновано використовувати якнайширші контрзасоби PR для гуманізації суспільства

The problem of the revival of totalitarian consciousness is reflected in these theses, the method of thinking, and the methods of totalitarian PR, which in our country are the results of stalinizm. It is proposed to use widely the anti-devices PR for the humanization of the society

За останні 15 років виросло покоління для якого сталінізм, тоталітаризмі «радянська влада» — не більше, ніж історичні символи, причому символи, позбавлені негативного забарв-

In the last 15 years grew generation for which stalinizm, totalitarianism, and Soviet regime not more than historical symbols; more over symbols were deprived of negative painting. Many people,

лення. Багато людей, а серед них і моїх однолітків, під впливом невтішного сьогодення, вважають радянську епоху при всіх її недоліках, славним розділом в історії держави. Так ось і створюється загроза виділення сталінізму в окрему політичну течію. Оскільки для молоді Сталін — остання значна постать у радянській історії. А сталінізм — це спроба розв'язання складних політичних та соціально-економічних проблем розвитку країни вольовими методами при підтримці тоталітарного PR, якому властиві однобічність, дезинформація, фальсифікація з виявом брутального впливу на масову свідомість.

Тоталітарна система має логіку єдиної простої ідеї, на якій ґрунтується тоталітарне мислення. Це ідея расової переваги (за Гітлером) чи класової боротьби (за Сталіним), що виступає, як загальнообов'язковий світогляд для всіх. Маніпуляція суспільною думкою, яка залежить від економічної ситуації і зрілості суспільства, служить для досягнення своїх політичних цілей. Тоталітарне мислення завжди полярне, воно передбачає суцільне спрощення до схеми чорне-біле, де на одному боці «наші» — єдиний, підкорений волі вождя і великим ідеалам народ, а на іншому — вороги, щодо яких діє принцип колективної відповідальності за всі суспільні нещастя і труднощі.

Сталінізм, його ідеї та звершення — це найкраще доведення на користь тези, що сильна країна не може бути вільною, і навпаки вільна — сильною. Постійне нагнітання страху, гніту і примусу — це велика травматизація суспільства, масової свідомості, яка негативно впливає на політичну культуру.

Нещодавно ми всі розмірковували про капіталізм, існуючи в соціалізмі. Все це здавалося нереальним, але коли суспільство на власному досвіді побачило і відчуло, що таке капіталістичний рай, відповідно, відбулося повернення сталінізму — часу, коли все, розставлене по поличках, має певну оцінку і єдину лінію масової поведінки. Зараз, на мою думку, потрібно активізувати діяльність гуманізації суспільства, використовуючи засоби PR, соціальної реклами.

and among them my contemporaries under the effect of the uncomforting present, consider Soviet epoch with all its deficiencies, famous period in the history of state. As a result there arose the threat of failire for liberation of stalinizm into a separate political flow. Since for the young Stalin is the last large figure in the Soviet history and the history of the state as a whole.

Stalinizm is an attempt to solve complex social and economic problems of the development of the country by volitional methods with the support of totalitarian PR and its influence on mass consciousness.

Totalitarian system has the logic of a simple idea, on which totalitarian thinking rests. This is the idea of the racial advantage (after Hitler) whether of class struggle (after Stalin). They come forward as obligatory ideology for all. The manipulation of public by mental look (which depends on economic situation and maturity of society) by its one goal directed working out to achieve its political purposes. Totalitarian thinking is always polar, it provides entire limitotion to the diagram in black and white, where on the one «our» side there is subordinate to leader's will and great ideals of the people, on the other enemies, who are related with the principle of collective responsibility for all public misfortunes and difficulties.

Stalinizm, with its ideas and accomplishments, is the best approval of the thesis meaning, that the strong country cannot be free, and on the contrary a free one — strong. Simultaneously, a constant forcing of the intensification of fear, oppression and coercion is the large breaking of the society of mass consciousness that affects its political culture.

Recently, all of us were thinking about capitalism while existing in socialism. All this seemed unreal, but when society from its own experience saw and perceived what capitalist paradise is, correspondingly, there took place return to stalinizm, the time when all arrangements have specific estimation and the unified line of mass behavior. Now, in my opinion, we have to activiz humanization of society, employing PR means of social advertisement.

ВАЛЕРІЯ ГОФФЕ
Київський національний економічний університет
Кафедра банківських інвестицій,
1-й рік навчання

VALERIYA GOFFE
Kyiv National Economic University
Department of banking investments,
1st year of study

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ІПОТЕЧНИХ ЦІННИХ ПАПЕРІВ В УКРАЇНІ

PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF MORTGAGE MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE

У роботі проведено детальний аналіз моделей організації іпотечної системи Великої Британії, Сполучених Штатів Америки, Німеччини та Росії, які є основними світовими моделями організації іпотечного ринку. Особливої уваги приділено аналізу операцій американської фінансової корпорації Фанні Мей та характеристиці екзотичних відсоткових деривативів іпотечного ринку. Розглянуто основні умови, які повинні бути створені для формування та ефективного функціонування ринку іпотечних цінних паперів в Україні. (Система іпотечного кредитування у нашій державі має будуватися за американською моделлю). Автором зроблено висновок про необхідність впровадження стандартів іпотечних інструментів для існуючихбанків з метою їх сек'юритизації на вторинному ринку.

In the paper the major world models of the mortgage market are covered, which include models of Great Britain, United States of America, Germany, and Russia. Lots of attention is devoted to analysis of operations of the American financial corporation Fannie Mae and characteristics of exotic interest-rate derivatives in the mortgage market. The author describes the conditions which have to be created for the formation and effective functioning of the mortgage market in Ukraine. Mortgage system in Ukraine has to be formed according to the American model. The author makes a conclusion about the necessity of introducing mortgage instruments standards for existing institutions rather than the creation of new mortgage institutions

Одним із перспективних напрямів розвитку ринку капіталів є формування ефективного іпотечного ринку, який сприяє появі нових фінансових інструментів. Іпотечні цінні папери утворюються, коли фінансові інститути вирішують продати частину свого іпотечного портфеля інвесторам. Продані іпотеки поєднуються у пули, і інвестори можуть отримати частку у пулі через купівлю цінних паперів, які мають назву іпотечних. Принципова відмінність між іпотечними цінними паперами та звичайним фінансовим інструментом полягає у тому, що позики у пулі мають привілеї щодо попереднього погашення позики.

По іпотечних фінансових інструментах інвестори одержують одні й ті самі доходи та однаково піддаються ризику попереднього погашення. Ринок даних цінних паперів у світі сприяв виникненню і екзотичних відсоткових деривативів. Наприклад, у додатково забезпечених іпотечних зобов'язаннях (CMO) інвестори поділяються на певну кількість класів і емітентом розробляються правила для визначення того, яким чином платежі з погашення основної суми боргу спрямовуються різним класам інвесторів.

One of the progressive trends of capital market development is the formation of an effective mortgage market which promotes the introduction of new financial instruments. A mortgage-backed security is created when a financial institution decides to sell part of its residential mortgage portfolio to investors. The mortgages sold are put in a pool and investors acquire a stake in the pool by buying units. The units are known as mortgage-backed securities (MBS). The difference between MBS and regular fixed-income investment is that the mortgages in an MBS pool have prepayment privileges.

The MBS described are sometimes referred to as pass-throughs. All investors receive the same return and bear the same prepayment risk. However, the MBS market has given birth to many exotic interest rate derivatives. For example, in a collateralized mortgage obligation (CMO) the investors are divided into a number of classes and rules are developed for determining how principal repayments are channeled to different classes.

As an example of a CMO, we can consider an MBS where investors are divided into 3 classes: class A, class B, class C. All the principal repay-

Інвестори у СМО поділяються на 3 класи: клас А, клас Б, клас В. Усі платежі з погашення основної суми боргу спрямовуються інвесторам класу, аж доти, поки цей клас інвесторів повністю не одержить погашення цінних паперів, що перебувають у їхній власності. Після цього платежі спрямовуються інвесторам класу Б, і лише тоді, коли зобов'язання перед ними буде повністю погашене, виконуються платежі інвесторам класу В. Основна мета використання даного виду структури — створення класів цінних паперів, які значно привабливіші для інституційних інвесторів, ніж створені простішими іпотечними цінними паперами.

Іншими екзотичними відсотковими деривативами є IO ('interest only') та PO ('principal only'), що відносяться до іпотечних цінних паперів, у яких платежі за основною сумою боргу відокремлені від відсоткових платежів. Усі платежі з основної суми боргу спрямовуються інвесторам, які вклали кошти в 1 клас даного цінного паперу, що має назву «лише основна сума боргу» (PO). Усі відсоткові платежі спрямовуються інвесторам, які вклали кошти в другий клас даного цінного паперу — «лише відсоткові платежі» (IO). Коли збільшуються кількість випадків дострокового погашення, вартість PO підвищується, а вартість IO знижується. Якщо довгострокове погашення відбувається рідко, відбувається протилежна ситуація. Згідно з механізмом PO, фіксована частина основного боргу повертається інвестору, але час погашення невідомий. Зростання кількості попередньо погашених позик по пулу призводить до того, що сума основного боргу погашується рано, і це є доброю новиною для власника PO. За протилежної ситуації, термін погашення основної суми боргу подовжується, що знижує доходність PO. Для IO, натомість, збільшення кількості попередньо погашених позик означає зниження прибутку, а зменшення — підвищення прибутку.

Важливе питання для України — формування та розвиток іпотечного ринку. Попит на іпотечне фінансування на даний момент є дуже високим, але небагато фірм мають можливість отримати банківські позики через нестачу ресурсів у банківській сфері. Основний спосіб розв'язання цієї проблеми — створення вторинного іпотечного ринку та сек'юритизація іпотечних кредитів. Справжніми проблемами на шляху формування іпотечного ринку в Україні виявилися пошук фінансових ресурсів для його розвитку та відсутність на ринку ліквідних фінансових інструментів. Комерційні банки, інвестиційні та пенсійні фонди, організатори торгівлі, страхові компанії та реєстратори повинні стати основними учасниками нашого іпотечного ринку.

ments (both those that are scheduled and those that are prepayments) are channeled to class A investors until investors in this class have been completely paid off. Principal repayments are then channeled to class B investors until these investors have been completely paid off. Finally, principal repayments are channeled to class C investors. The objective of this type of structure is to create classes of securities that are more attractive to institutional investors than those created by simpler pass-through securities.

Other exotic interest-rate derivatives are represented by IO (interest only) and PO (principal only). They are stripped MBS in which principal payments are separated from interest payments. All principal payments are channeled to one class of security known as 'a principal only'. All interest payments are channeled to another class of security known as 'an interest only'. As prepayment rates increase, a PO becomes more valuable and an IO becomes less valuable. As prepayment rates decrease, the reverse happens. In a PO, a fixed amount of principal is returned to the investor, but the timing is uncertain. A high rate of prepayments on the underlying pool leads to the principal being received early (which is, of course, good news for the holder of the PO). A low rate of prepayments on the underlying pool delays the return of the principal and reduces the yield provided by the PO. In the case of an IO, the total of cash flows received by the investor is uncertain. The higher the rate of prepayments, the lower the total cash flows received by the investor, and vice versa.

An important issue nowadays is the development of mortgage market in Ukraine. The demand for mortgage financing is very high in Ukraine but at present, very few firms can obtain banking loans because commercial banks suffer from the scarcity of financial resources. The main ways to solve this problem are secondary mortgage market creation and mortgages securitization. One of the main problems for the development of the mortgage market in Ukraine is the deficit of financial resources for its development and also lack of liquid instruments in the stock market. Commercial banks, investment funds, pension funds, trades organizers, insurance companies, registrars should become the main participants of the mortgage market in Ukraine.

An important question is the choice of the mortgage system model. World countries use different models of the mortgage system. In a «cut-open» model of mortgage system only the primary market of mortgages is being formed. This model is applied in the countries where the infrastructure of a stock market is at a low level of development and in some highly-developed

Складне завдання для України — вибір моделі іпотечної системи. Країни світу застосовують різні моделі іпотечної системи. «Зрізано-
відкрита» модель іпотечного кредитування використовується лише в межах первинного ринку заставних. Вона широко застосовується у країнах з несформованою інфраструктурою фінансового ринку і деяких розвинених країнах — Великій Британії, Франції, Іспанії.

Згідно з американською моделлю (розширено-відкритої) іпотечні позики виникають у результаті операцій між домовласниками та кредиторами з приводу одержання позички під заставу нерухомості на первинному іпотечному ринку. Кредитори, які видають іпотечні позики на первинному ринку, можуть як зберігати кредити у своєму портфелі, так і продавати їх на вторинному іпотечному ринку. Фінансові інститути вторинного ринку, які відіграють найважливішу роль у сприянні збільшенню числа домовласників у США, включають Фанні Мей, Джінні Мей та Фредді Мак.

Фанні Мей є лідером вторинного ринку за обсягом іпотечних позик, придбаних з метою інвестування та сек'юритизації. Щоб профінансувати ці придбання, Фанні Мей, наприклад, випускає боргові цінні папери на ринку капіталів. Найбільші доходи Фанні Мей одержує з 2 джерел — портфельного інвестування та надання кредитних гарантій. У портфельному інвестуванні компанія управляє ризиком відсоткових ставок через чітке зіставлення терміну погашення та рівня ризику іпотек, які вона купує, та випущених боргових інструментів. Надання кредитних гарантій корпорації передбачає гарантування сек'юритизованих цінних паперів.

У німецькій моделі іпотечної системи (збалансовано-автономній), емітентом іпотечних цінних паперів стали безпосередньо іпотечні установи. Однак за таким механізмом іпотечні кредити залишаються на їхньому балансі, тож установа несе усі ризики, пов'язані з кредитом, здійснює контроль за іпотечними кредитами та управління грошовими потоками. Як свідчить досвід, ця модель іпотечного ринку більше відповідає інтересам довгострокових інвесторів, вторинний ринок цих цінних паперів значно звужений.

Заслуговує уваги також досвід Російської Федерації у розвитку іпотечного кредиту. Найдосконалішою моделлю іпотечного кредитування у Росії є система «Комбіінвест», яку, в залежності від змісту організації, можна охарактеризувати і як «автономну інвестиційно-орієнтовану». Базова модель «Комбіінвест» об'єднує три ключові та взаємопов'язані підсистеми, а саме: безінфляційне накопичення

countries like Great Britain, France, Spain.

In the American model (open extended model) residential mortgage loans are originated in transactions between home buyers and mortgage lenders in the primary mortgage market. Lenders who originate loans in the primary mortgage market may either hold these loans in their portfolios or sell them in the secondary mortgage market. Several financial institutions in the secondary market are key players in helping to make housing available for all Americans. These institutions include Fannie Mae, Ginnie Mae and Freddie Mac.

Fannie Mae is a leader in the secondary market in the terms of mortgages purchased for its portfolio and for securitization. To fund these purchases, Fannie Mae would issue debt directly in the capital markets. Fannie Mae's major sources of income come from two businesses- the portfolio investment business and the credit guarantee business. The portfolio investment business manages the interest rate risk of the company by carefully matching the maturity and optionality of the mortgages they buy with the debt instruments they sell to buy those mortgages. In the credit guarantee business, Fannie Mae guarantees MBS that lenders may sell to investors.

In the German model of mortgage system (balanced and autonomous model), financial institutions granting loans are issuers of mortgage-backed securities themselves. However, according to this mechanism loans stay in the balance of those institutions and they still bear all of the risks connected with loans, provide mortgage loans monitoring and cash flows management. According to world experience, this model of mortgage market serves the interests of long-term investors but it narrows the secondary market of securities.

It's also important to consider the experience of mortgage lending in Russia. The most highly developed model of mortgage lending in Russia is the system «Kombiinvest» which can be characterized as an 'autonomous investment-oriented' system. The basic model «Kombiinvest» includes 3 key sub-systems: non-inflationary funds accumulation, main investments and lending.

Ukrainian economists and foreign experts argue that the system of mortgage financing in Ukraine should be based on the American model because this model could give a couple of advantages. First, financial institutions which grant loans obtain the mechanism of refinancing through the issues of mortgage-backed securities and are not subject to the risks connected with loans anymore. Second, investors in the

коштів, цільове інвестування та кредитування.

Українські економісти та зарубіжні експерти вважають, що система іпотечного кредитування у нашій державі має будуватися за американською моделлю, оскільки така модель забезпечує низку переваг. По-перше, фінансові установи, що надають іпотечні кредити, отримують механізм рефінансування через випуски іпотечних цінних паперів і позбавляються ризиків, пов'язаних із кредитуванням. По-друге, інвестори ринку цінних паперів одержують нові фінансові інструменти.

У нашій країні є потенційний попит на іпотечні цінні папери. Основним чинником розвитку іпотечного ринку має стати відповідність нової моделі фондового ринку інтересам пенсійних фондів та інших інвесторів, які шукають шляхи застосування вільних коштів. На даний момент, у нас є лише кілька проектів випуску іпотечних цінних паперів. Банк «Аркада» став ініціатором першого в Україні випуску іпотечних цінних паперів.

Інше важливе завдання — визначення інституційної побудови ринку. Впровадження стандартів іпотечних інструментів для існуючих банків з метою їх сек'юритизації на вторинному ринку значно ефективніше, ніж заснування мережі нових іпотечних установ.

Найважливішими умовами розвитку ринку іпотечних цінних паперів в Україні є:

а) створення системи обліку прав власності на об'єкти нерухомості;

б) страхування кредитних ризиків;

в) створення системи гарантій для інвесторів;

г) законодавче врегулювання процедур продажу іпотечних кредитів.

stock market get new financial instruments to operate with.

In Ukraine, there is a potential demand for mortgage securities. The most important issue is the development of the mortgage securities market in a way which could serve the interests of pension funds and other institutions willing to invest their funds. Currently, there are just a few projects with mortgage securities in Ukraine. Bank «Arkada» has initiated the first in Ukraine issue of mortgage securities.

Another important task is to settle with the institutional structure of the mortgage market. According to the views of economists, we could get a better result by introducing standards of mortgage instruments for existing institutions than by creating new mortgage institutions.

The most important conditions for the development of mortgage securities market in Ukraine are: creating the system of accounting for property rights on real estate; insurance of credit risks; creating the system of guarantees for investors; adopting laws concerning procedures of mortgages sales.

НАТАЛІЯ ГРИЦИШИН
Львівська комерційна академія
Факультет Міжнародних економічних відносин, 4-ий курс

NATALIYA HRYTSYSHYN
Lviv Academy of Commerce
International Economic Affairs Faculty, the 4th year of study

КУРСОВА ПОЛІТИКА ЯК ЗАСІБ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ

THE EXCHANGE RATE POLICY AS A TOOL OF THE FDI ATTRACTION IN UKRAINE

У цій роботі обґрунтовано доцільність зміцнення гривні як інструменту залучення прямих іноземних інвестицій (ПІІ). За допомогою теоретичного і емпіричного аналізу наведено сприятливі механізми впливу міцної гривні на ПІІ; а також подані рекомендації для економічної політики.

The paper substantiates the feasibility of the 'strong' hryvnia as an instrumental tool of foreign direct investment (FDI) tapping. The specific channels of the exchange rate (ER) impact upon FDI are presented with the use of qualitative and quantitative tools. Important policy implications are outlined.

Однією з визначальних переваг глобалізації світової економіки є можливість доступу країни до світових потоків капіталів. Це, в свою чергу, виступає рушійною силою економічного зростання. Та, незважаючи на значні і щороку зростаючі обсяги світових приватних заощаджень (у 2000 році їх приблизна сума становила $1 трлн, www.oecd.org), Україна залишається у списку країн-аутсайдерів щодо обсягу залучених ПІІ. Так, загальна сума прямих інвестицій в Україні на початок 2003 р. ледь перевищила $5 млрд.

Потужним чинником залучення іноземних інвестицій, серед іншого, стає розважлива макроекономічна політика країни. А одним із найбільш впливових її інструментів — *курсова політика*. Обмінний курс (ОК) став засобом досягнення зовнішньої та внутрішньої рівноваги, будучи, до того ж, показником ефективності економічної політики. Поряд із цим, ОК є каталізатором стабілізації та економічного зростання, стрижнем макроекономічної політики та рушієм залучення ПІІ. Існують відмінні точки зору щодо можливої динаміки номінального ОК в Україні, проте найпереконливіше виглядає пропозиція щодо самодостатнього зміцнення ОК, підтриманого відповідною макроекономічною політикою (Рис.). Доцільність *зміцнення гривні* як засобу заохочення ПІІ в Україні обґрунтовується відразу низкою причин:

1. Забезпечення цінової та грошової стабільності, нівелювання інфляційних очікувань, а відтак створення сприятливого для залучення іноземного капіталу макроекономічного середовища.

2. Необхідність проведення зваженої монетарної і фіскальної політики як необхідних умов «сильного» ОК.

3. Здешевлення критичного імпорту (частка якого сягає близько 80 % всього імпорту) з подальшим сприятливим впливом на виробництво, конкуренцію та загальний рівень ділової активності. Збільшення виробництва, що відбувається з допомогою макроекономічної стабілізації, посилення конкуренції, здешевлення інноваційних товарів, здійснення структурних зрушень в економіці та підвищення ефективності виробництва. Це одночасно сигналізує про вищу якість економічної політики країни і сприяє залученню більших обсягів іноземних капіталів.

4. Поліпшення сальдо торговельного балансу (ТБ). Беручи до уваги орієнтацію внутрішніх цін на ОК, низьку еластичність імпорту, значну залежність виробництва від

One of the distinguishing characteristics of the globalisation is the much easier access to world capital markets. Despite a considerable and constantly increasing amount of the world private savings (their sum was equal to about $ 1 trillion in 2000), Ukraine is still keeping a low-investment profile. Notably, the lump-sum of the attracted FDI in Ukraine has reached barely $ 5 billion at the start of 2003.

A powerful vehicle of the FDI attraction, among other things, is a sound macroeconomic policy. One of the most influential parts of the latter is the ER policy. An exchange rate is a tool of achieving external and internal equilibrium in the economy, while being an indicator of the efficiency of economic policy. An exchange rate, concurrently, is a catalyst of stabilization and economic growth, a pivot of economic policies and a leading force of foreign capital attractiveness. There are different grounds concerning the nominal exchange rate (NER) dynamics in Ukraine. However, the most credible one is based upon the sustainability of substantial ER strengthening (Figure 1). Preferences for the 'strong' hryvnia as a «pull» factor of the capital inflows into Ukraine are grounded upon a few lines of reasoning, as follows:

1. The price «anchor», neutralization of the inflationary expectations, and, thereby, creating a favorable domestic environment for FDI.

2. The necessity of the comprehensive monetary and fiscal policies, which a «strong» ER implies.

3. A fall in the price for the essential imports (a share of which equals to some 80 % of the total imports) with a further favorable impact on the Ukrainian production as a whole, and an overall government-business interface, in general;

4. Output expansion. It occurs due to macroeconomic stabilization, stronger competition, a rise in imports of investment goods, resource reallocation, technology transfers and impetus for urgently needed adjustments. In return, these signals of better investment climate should facilitate a stronger ability to attract larger amounts of external inflows.

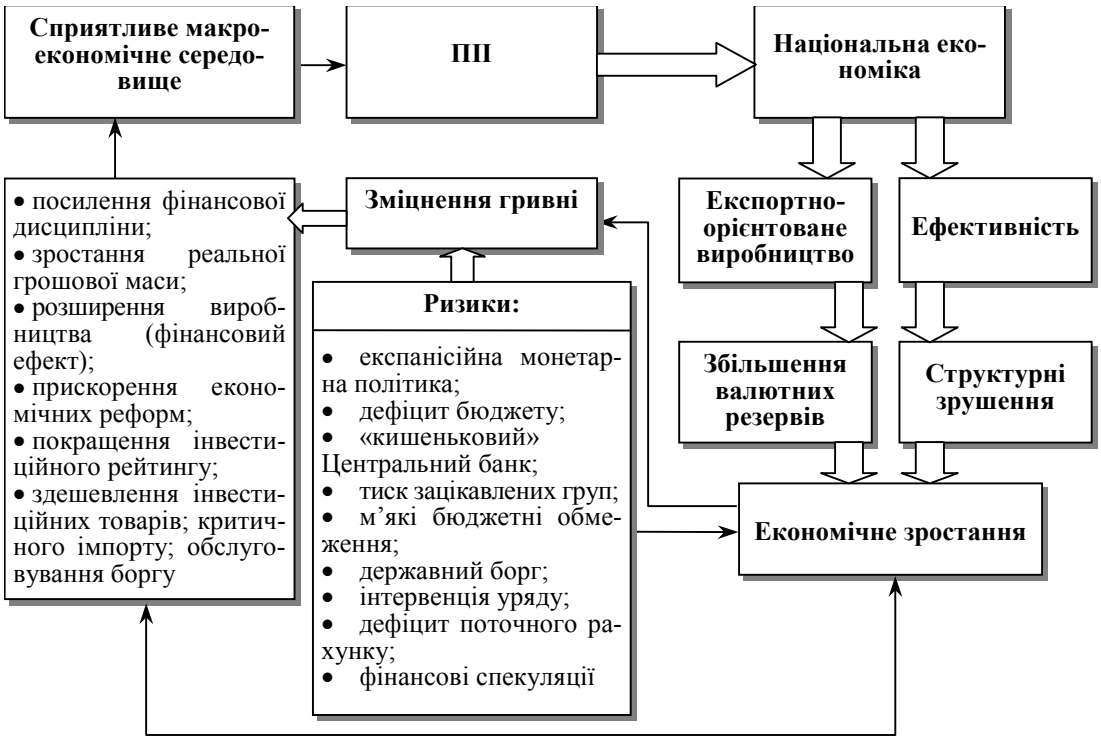
5. The trade balance (TB) improvement. Accounting for a low-inflation environment, a low import elasticity, a considerable real money effect in the aggregate supply, and fears of TB worsening brought about by the hryvnia appreciation seem to be marginal. Empirical estimations argue in favor of just the opposite outcome. In Ukraine, strengthening of the ER leads to the TB improvement. This, concomitantly, improves the current account,

реальної грошової маси, а також ТБ — переважно від нецінових чинників, побоювання погіршення ТБ після зміцнення гривні є, очевидно, безпідставним. Емпіричні дослідження свідчать якраз про інше: український ТБ поліпшується внаслідок зміцнення ОК. Зі свого боку, це поліпшує сальдо поточного рахунку, підвищує довіру до економічної політики та стимулює приплив інвестицій.

5. Супутнє підвищення попиту на гроші веде до збільшення реальної грошової маси та ремонетизації економіки, що стимулює інвестиції зокрема та економічне зростання загалом. Економетричне оцінювання методом найменших квадратів недвозначно показує позитивний зв'язок між зміцненням гривні *(NER, підвищення значення NER означає знецінення ОК)* та залученням ПІІ *(FDI)* в економіку країни. Це, відтак, підтверджує вище зазначені теоретичні аргументи на користь «сильної» національної валюти як інструмента залучення ПІІ.

rises an economic policy credibility and bolsters capital inflows. The stronger money demand has a separate positive impact foe either economic activities, or investment financing.

Econometric estimation with OLS unambiguously reveals a positive relationship between a nominal ER (a rise in NER means depreciation) and FDI. This, in the upshot, bears out pre-cited theoretical arguments in favour of the «strong» domestic currency in Ukraine as a tool of FDI involvement.



$$d(FDI) = \underset{(-3,107^{*})}{-0,534d(FDI)_{-1}} \underset{(-3,425^{*})}{-4,120d(NER)_{-1}} \underset{(-2,480^{**})}{-2,364d(INDUS)_{-1}} \underset{(2,099^{**})}{+2,938d(TRADE)_{-1}} + \underset{(3,129^{*})}{+4,436d(CPI)}$$

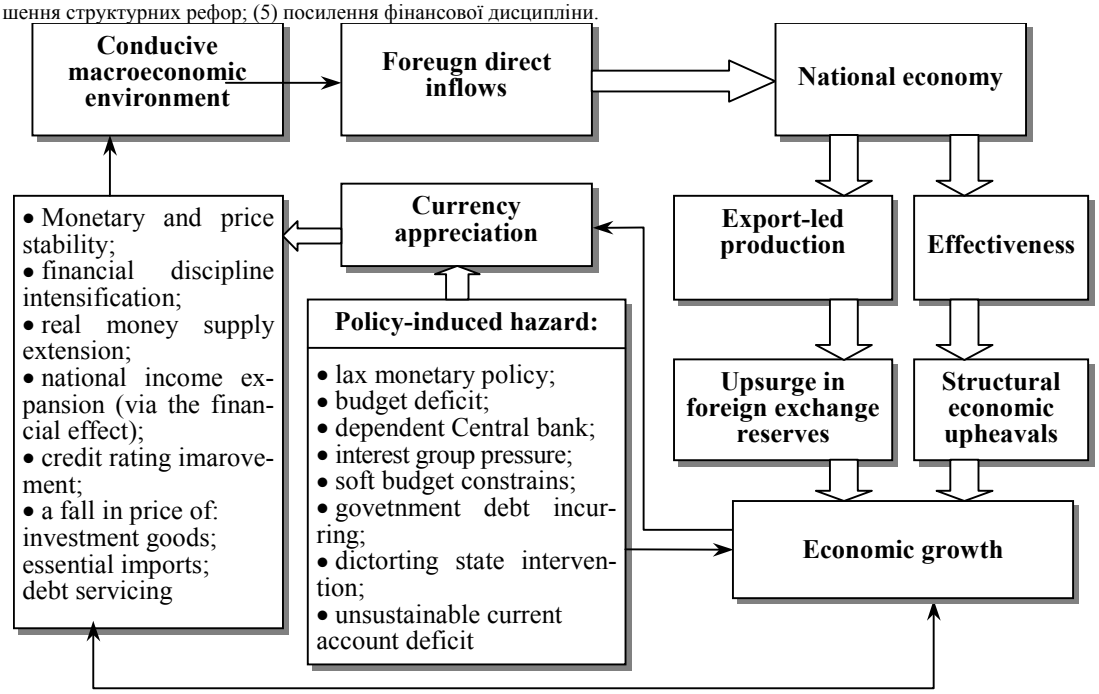
$$R^2 = 0,57$$

$$Adj.R^2 = 0,48$$

$$DW = 1,9$$

Примітка. В дужках подано t-статистку та вказано рівень статистичної значущості (* — 1 %, ** — 5 %, *** — 10 %).

Рекомендаціями для економічної політики в контексті даної роботи є (1) зміцнення гривні; (2) профіцит бюджету; (3) визначення орієнтирів збільшення пропозиції грошової маси у відповідності з попитом на гроші; (4) пришвидшення структурних рефор; (5) посилення фінансової дисципліни.



ОЛЕКСІЙ ГРУШКО
Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича
Економічний факультет, V курс

OLEKSIY HRUSHKO
Chernivtsi National University named after Yurij Fedkovitsh
Economic department, V year

МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ СПОЖИВАЧІВ УКРАЇНСЬКИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

INTERNATIONAL MARKETING AS A TOOL OF INVOLVING FOREIGN CONSUMERS OF UKRAINIAN TOURISTIC SERVICES

У статті аналізується можливість використання міжнародного маркетингу в розвитку українських територій рекреаційно-туристичного призначення. Розглянуто можливу стратегію розвитку регіонів та проаналізовано її окремі елементи.

The opportunity of international marketing' using in development of Ukrainian recreation-tourists' territories are analyzed in present paper. The possible strategy of region development is studied and its separate elements are inspected

Уся територія України характеризується винятково сприятливими природно-кліматичними умовами та наявністю різноманітних рекреаційних ресурсів для відпочинку та лікування. Рекреаційний потенціал її становить 9,5 % від сумарного ресурсного потенціалу, їй належать значні бальнеологічні, бальнеогрязьові, фітолікувальні, ландшафтні, кліматичні та пляжні туристично-рекреаційні ресурси.

У будь-якій країні туризму, зазвичай,

The whole territory of Ukraine is characterized by exceptionally good natural and climatic conditions and by location of different recreation resources for rest and treatment. The recreation potential of Ukraine composes about 9,5 % of general resources potential; the considerable quantity of balneal, mud-bath, phytotherapeutic, landscape, climate and shore recreation-tourism resources belong to our county.

Much attention is usually paid to tourism in every country, because it is one of the most

приділяють особливу увагу, позаяк ця галузь — одна з найдохідніших для національної економіки. Але в Україні обсяги внутрішнього туризму не дозволяють повністю та з максимальною ефективністю забезпечити використання ресурсів, придатних для туристичного бізнесу. Для прикладу — український турист під час внутрішньої подорожі витрачає біля 300 дол. США (за одну добу — лише 15 дол.), турист із СНД — приблизно 700 доларів (за одну добу витрачається приблизно 78 дол.), а турист, що прибуває до нас із країни далекого зарубіжжя, витрачає на одну поїздку понад 1000 дол. (вартість послуг на одну добу складає 200 дол.).

Для забезпечення належного використання наявного туристичного потенціалу України з максимальною прибутковістю на мікро- та макрорівнях необхідно використовувати міжнародний маркетинг територій рекреаційно-туристичного призначення (ТРТП) — процес створення, просування та використання сприятливого іміджу регіону в економічних цілях, орієнтований на виявлення та задоволення специфічних потреб людей, що перебувають за його межами (за кордоном). Мета міжнародного маркетингу ТРТП — залучення максимально можливої кількості іноземних туристів до конкретного регіону з метою максимального завантаження об'єктів туристичної індустрії.

Реалізація стратегії міжнародного маркетингу ТРТП передбачає послідовне виконання наступних завдань:

1. Маркетинговий аналіз туристичного потенціалу даного регіону (регіонів).

2. Маркетингове дослідження ринку туризму як конкурентної взаємодії ТРТП, виявлення сегменту з найкращими ринковими перспективами.

3. Розробка і впровадження стратегії раціонального позиціювання даного регіону на ринку туристичних послуг.

4. Постійний моніторинг навколишнього середовища, власної стратегії позиціювання та її коригування у разі зміни ринкової кон'юнктури.

Найпотужнішим потенціалом для розвитку міжнародного туризму в Україні володіють Кримський та Карпатський регіони.

Крим (переважно південне узбережжя) є всесвітньо відомим санаторно-курортним та оздоровчим регіоном, який, крім унікального поєднання гірського та морського кліматичних середовищ, володіє ще такими перевагами як високорозвинена туристична інфраструктура та високі етнічні зв'язки з Росією.

Карпатський регіон об'єднує Львівську, Івано-

profitable branches of national economy. But the amount of domestic tourism in Ukraine does not allow using all resources, which are valid for tourist business, with maximal effectiveness.

For example, a Ukrainian tourist spends about $300 ($15 per day), during home traveling; tourist from CIS — about $700 (approximately $78 per day), and a tourist from a foreign country spends for one trip over $1000 (it is about $200 per day on different services).

We should use international marketing of recreation-tourism territory (RTT) — the process of creating, promoting and using auspicious image of a region for economic purpose, headed for disclosure and satisfaction of specific requirements of people, who stay in foreign territories, to guarantee using tourism potential with maximum revenue on micro- and macrolevels. The aim of international marketing RTT is drawing maximal quantity of international tourists in concrete region for maximum loading tourist industry objects.

During the realization of international marketing RTT strategy it is necessary to do the following tasks:

1. Marketing analysis of tourism potential of given region (regions).

2. Marketing investigation of tourist market as competitive interaction RTT and discovering of segment with the best market perspectives.

3. Development and implementing the strategy of rational positioning of given region on tourism services market.

4. Permanent monitoring of market's environment, own positioning' strategy and its adjustment in cases of market conjuncture changes.

Carpathian and Crimea regions have the most powerful potential for development of international tourism in Ukraine.

The Crimea (especially south coast) is worldwide famous sanatorium, resort and recreational region, which has such advantages as highly developed tourist infrastructure and deep ethnic relations with Russia together with its exceptional combination of mountainous and naval climate.

The Carpathian region consists of L'viv, Ivano-Frankivs'k, Chernivtsi and Transcarpathian regions. It is characterized by availability of mountains, which are famous in Europe, large quantity (about 10 thousands) of historical, cultural and natural monuments and objects, deep historical-ethic ties with Poland, Hungary, Romania, Moldova, Austria, Slovakia. The national peculiarity of indigenous ethnos — hutsuls: friendliness, cordialness, their century-

Франківську, Чернівецьку та Закарпатську області. Його характеризують наявність гірського масиву, який відомий у Європі, велика кількість (біля 10 тис.) історичних, культурних та природних пам'ятників та об'єктів, міцні історико-етнічні зв'язки з Польщею, Угорщиною, Румунією, Молдовою,
Австрією та Словаччиною. До конкурентних переваг Карпатського регіону слід віднести і національні особливості корінних етносів — байків, лемків, гуцулів: привітність, щирість, їхню вікову культуру, розвиток кустарних промислів, виробництво розмаїтих високохудожніх виробів та побутових речей, сувенірів. Українські Карпати здавна характеризуються також рідкісними природними можливостями — гори придатні для розвитку гірськолижного спорту, але, на відміну від тих самих Альп, вони є значно пологішими, а тому безпечнішими. Заслуговують на увагу й мисливські угіддя Карпат — концентрація тварин відповідного призначення перевищує показники територій сусідніх країн у 2-5 разів. Все це може бути використане у створенні унікального комплексу сервісного обслуговування спортивно-етнічного спрямування для іноземних туристів.

У даному разі до цільового сегменту входитимуть переважно споживачі з європейських країн. Це громадяни країн колишнього соціалістичного табору (присутня обізнаність про Україну та її туристичні пропозиції), туристи пенсійного віку з розвинених країн (певний рівень екзотики та невелика відстань від місця постійного проживання), українська діаспора (бажання відвідати історичну Батьківщину) та туристи середньої вікової групи, які належать до середнього класу (вирішальним фактором виступають незначні витрати у порівнянні з провідними європейськими курортами).

Слід зауважити, що стратегія раціо нального позиціювання в контексті міжнародного маркетингу ТРТП передбачає концентрацію уваги на сильних рисах регіону задля уникнення перевантаження інформацією та розпорошення обмежених ресурсів. Задля впровадження цієї стратегії доцільно використовувати такі засоби:

- Реклама в спеціалізованих виданнях для залучення нових інвесторів в туристичну індустрію регіону, та в ЗМІ для широкого загалу задля залучення споживачів.
- Аудіовізуальна реклама як на вітчизняних, так і на міжнародних телевізійних каналах.
- Пряма поштова реклама.
- Зовнішня реклама, в т. ч. в інших ТРТП подібного спрямування.
- Інтернет.
- Участь у спеціалізованих виставках та

old culture, development of handicraft industries, production of different high artistic wares and domestic things, souvenirs should be concerned competitive advantages of the Carpathian region. Ukrainian Carpathians are characterized also by rare natural possibilities — they can be used for development of ski sport, but in contrast to the Alps, the Carpathians are not that steep and accordingly more safe. The Carpathian region is worthy of notice also as a wonderful hunting area — the animal concentration of special purpose is 2-5 times higher than indices of our neighbor-countries. And this all can be used in creation of unique complex of sport-ethnic services direction for international tourists.

Mainly, there will be European tourists who would be a largest part of desired segment, in this particular case. They are citizens from ex-socialist countries (they have some knowledge about Ukraine and information about its tourist offers), pensioners from high-developed countries (because of Ukraine being a kind of exotic country and not that long distance from a place of permanent residence), Ukrainian Diaspora (a desire of visiting historical Motherland) and middle age group tourists, who belong to middle class (determinative factor — lower costs than in leading European resorts).

It is important to notice that the strategy of rational positioning in the context of international marketing RTT foresees an attention concentration on the region's strength to avoid an overloading of information and expenditure of limited resources. For inculcation of this strategy, we should use such communication facilities:

Advertising in a particularized editions for attraction of new investors in regional tourist industry, and in wide public' mass media to involve consumers.

- Audiovisual advertising on both domestic and international TV-channels.
- Direct-posting.
- Street advertising, also in other RTT with same characteristics.
- Internet.
- Participation in specialized exhibitions and fairs etc.

It is important to create the administration of such objects on public principles with local authorities' collaboration to make the strategy of Ukrainian RTT promotion possible on the international level. State-financing backing, payments of regional tourist enterprises, consulting services income should become the financing

ярмарках тощо.

Для здійснення стратегії просування українських ТРТП на міжнародному рівні необхідне створення адміністрації цих об'єктів на засадах громадської організації за участю місцевих органів влади. Шляхами фінансу вання таких організацій мають бути: державне фінансування, внески туристичних підприємств регіону та отримання прибутку від надання консультаційних послуг. Базою для створення подібних адміністрацій можуть виступити обласні асоціації туристичних підприємств. Необхідність створення таких адміністрацій продиктована тим, що в окремо взятого туристичного підприємства не вистачить власних ресурсів для впровадження комплексу маркетингових комунікацій подібного обсягу. Важливою функцією подібних адміністрацій має стати постійний моніторинг середовища міжнародного маркетингу ТРТП, корегування та адаптація місцевих туристичних послуг до конкретних вимог часу та міжнародного бізнесу.

Зважаючи на проблему необізнаності про нашу країну за кордоном, необхідно також розробляти та втілювати в життя рекламні та PR-заходи, метою яких буде інформування про екзотичні скарби України, її туристичні ресурси та формування сприятливого іміджу нашої країни в очах міжнародної спільноти.

for these organizations. As a base for creation of such administrations regional associations of tourist enterprises can become. The necessity of such administrations creation is dictated by the lack of resources of separate tourist enterprise for implement of marketing-mix complex. Constant monitoring of international marketing of RTT environment, correcting and adaptation of local tourist services to concrete time and international business requirements should become an important function of such administrations.

Taking into consideration the problem of lack of knowledge about our country abroad, it is important to develop and apply advertising and PR-arrangements aiming on informing about the existence of Ukraine, its tourist resources and formation of Ukraine's auspicious image in international community's opinion.

ЮРІЙ ГУСЄВ
Київський навчально-науковоконсультаційний центр Херсонського ДТУ
Магістр, старший викладач, 1 рік

YURIY HUSYIV
Kyiv Education Scientific Consulting Center of Kherson State Technical University
Seniot teacher, 1 year, Master's degree

УКРАЇНА І СОТ: ВЗАЄМОДІЯ ТА ІНТЕГРАЦІЯ

UKRAINE AND WTO: COOPERATION AND INTEGRATION

Збереження та посилення позицій на міжнародних ринках і подальше нарощування експорту потребує розв'язання проблем доступу на зовнішні ринки, усунення необґрунтованих обмежень щодо українського експорту і погрози їхнього застосування в майбутньому. Ця задача стає усе значимішою, оскільки відкриває можливість заробляти гроші на світових ринках там, де Україна має реальні конкурентні переваги, що, очевидно, ефективніше прямої фінансової допомоги.

Однак сьогодні не тільки нарощування експорту і його трансформація, але навіть збереження завойованих позицій на зовнішніх ринках важко уявити без вступу України до СОТ і подальшої європейської інтеграції.

Securing and improving position in external markets as well as increasing exports require access markets. This task is getting more and more important since companies see opportunities to make money in the world markets where Ukraine possesses advantages, which are more beneficial then financial aid.

Yet it is not only important to increase exports, but secure existing positions in the international market, which is impossible to imagine without Ukraine being the part of WTO and EU.

Реальний розвиток міжнародної торгівлі усе чіткіше виявляє, що глобалізація й інтернаціоналізація світових економічних процесів, котра різко підсилилася за останнє десятиріччя, основним зі своїх наслідків має поступове розмивання диференцій між прикордонним і внутрішнім регулюванням міжнародного економічного обміну. Одним із результатів цього стає поступове перенесення центру регулювання міжнародної торгівлі з режиму найбільшого сприяння на національний режим. Цей процес вже позначився в рамках СОТ. Одночасно розвивається своєрідна уніфікація правил і норм регулювання міжнародного обміну товарами і послугами. Складається зростаюча сумісність національних правових норм регулювання зовнішньої торгівлі. На цій основі формується сучасна міжнародна торгівельна система, організуючим центром якої поступово стає СОТ. Інтереси України вимагають, щоб вона завершила свою роль спостерігача і стала активним учасником цього процесу.

Наша країна вже має у своєму розпорядженні ринкові механізми господарювання, відмовилася від низки обмежень на економічну діяльність, і в той же час дотепер відрізняється різкими диспропорціями в економіці. Усунення даних чи диспропорцій, пом'якшення їхніх наслідків може зажадати додаткових заходів державної підтримки. Тому було б бажаним домогтися застосування до України щодо цього питання положень угод Уругвайського раунду, що передбачають надання пільг з метою підтримки економічних реформ у країнах з перехідною економікою: ст. 12 ГАТС, що забезпечує можливість введення обмежень із доступу на ринок послуг у зв'язку зі станом платіжного балансу; ст. 65 ТРІП, що надає перехідний період до 5 років до прийняття зобов'язань за угодою і ст. 29 Угоди по субсидіях і компенсаційних мірах.

Усунення зовнішніх перешкод на шляху українського експорту дуже важливе для реалізації величезного потенціалу, яким володіє Україна у високотехнологічних і інших галузях з високим ступенем переробки продукції. Це — необхідна умова для подолання «сировинної» спрямованості українського експорту.

Збереження та посилення позицій на міжнародних ринках і подальше нарощування експорту потребує розв'язання проблем доступу на зовнішні ринки, усунення необґрунтованих обмежень стосовно українського експорту і загрози їхнього застосування в майбутньому. Це завдання стає усе значимішим, оскільки відкриває можливість заробляти гроші на світових ринках там, де Україна має реальні кон-

Real development of international trade proves that, internalization and globalization of integration trends across the world, which has dramatically increased over the last decade, distorts the difference between internal and external regulation of international economic exchange. As a result, the central of trade regulation is moving towards the preferences for national manufacturers. This process is obvious within WTO. At the same time we face the unification of rules of international exchange of goods and services. Nation regulation of foreign trade are getting more compatible. This is the basis of international system of the trade. WTO is the organizational center of this system. It is in the interest of Ukraine to stop being an observer and join this process. Ukraine already has the open market economy. It has cancelled numeral economical restrictions. However it features enormous disproportion in the economy. Reducing this disproportion may call for spacial state-supported measures. It would be advisory to apply treaties of Uruguayan circle of negotiation to Ukraine, which are supposed to offer benefits to support countries with transitional economies. Article 12 GATS which makes it possible to limit assess to the nation market in case of low international balance of payment; article 65 TRIP, which provides the transition period of up to five years to accept obligations according to article 29 of Treaty on subsidies and compensatory measures.

The removement of external obstacles in the way of Ukrainian exports is important regarding to the potential of Ukraine in hi-tec industry and other full circle industries. This is a condition of overcoming raw-based direction of Ukrainian economy.

Securing and improving positions in external markets as well as increasing exports require access markets. This task is getting more and more important since companies see opportunities to make money in the world markets where Ukraine possesses advantages, witch are more beneficial then financial aid.

Yet it is not only important to increase exports, but secure existing positions in the international market, witch is impossible to imagine without Ukraine being the part of WTO and EU. Joining WTO will solve the problem of access to new markets and put it to the new level. It means to remove existing obstacles as well as prevent these problems from coming into the sight in the future.

курентні переваги, що, очевидно, вагоміше прямої фінансової допомоги. Однак сьогодні не тільки нарощування експорту і його трансформація, але навіть збереження завойованих позицій на зовнішніх ринках важко уявити без вступу України до СОТ і подальшої європейської інтеграції.

ДЕНИС ДОЛМАТОВ
Открытое акционерное общество Всеукраинский акционерный банк (АО ВАБанк)
Начальник отдела операций на фондовых рынкахУправление ценных бумаг и инвестиций

DENIS DOLMATOV
Vseukrainsky Aktsionerny Bank (VA-Bank)
Securities and Investments Division Head of Stock Market Department

ОПЕРАЦИИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ ПРИ ОБСЛУЖИВАНИИ ОБЛИГАЦИОННЫХ ЗАЙМОВ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

TRANSACTIONS OF COMMERCIAL BANKS WHEN SERVING CORPORATE BOND ISSUES

Доклад предназначен для специалистов коммерческих банков, которые работают в сфере предоставления услуг по обслуживанию облигационных займов. Рассматриваются преимущества выпуска облигационных займов не только для предприятия, а также для коммерческого банка, который выступает в качестве андеррайтера выпуска облигационного займа. В докладе предоставлен достаточно четкий перечень услуг коммерческих банков при обслуживании облигационных займов предприятий ибанков. Анализируется сегодняшняя конъюнктура на рынке корпоративных облигаций.

Transactions of commercial banks when serving corporate bond issues
The target audience for this report are bank officers engaged in serving bond issues. This report addresses the advantages of bonds for both legal entities and commercial banks-underwriters. The report gives quite a precise list of services rendered by commercial banks when serving commercial bonds issues and an analysis of the present situation in the corporate bond market.

В современных условиях финансового рынка Украины перед субъектами хозяйственной деятельности возникает проблема управления своими долговыми обязательствами. Основными аспектами этой проблемы являются:

— структура долговых обязательств,

— источники формирования долговых обязательств,

— период обслуживания.

Субъекты хозяйственной деятельности постоянно испытывают проблемы с формированием необходимых ресурсов для осуществления своих инвестиционных программ. Источники формирования финансовых ресурсов является одной из них.

Анализ состояния финансового рынка Украины позволяет сделать вывод, что основными источниками формирования финансовых ресурсов предприятия в современ-

Under present financial market conditions Ukrainian business entities face the challenge of managing their debentures. And the major issues of concern in this respect are as follows:

— debt structure,

— debt sources,

— service period.

Business entities always face difficulties collecting necessary funds for their investment programs. Sources of funds is one of them.

The analysis of the present situation in the financial market of Ukraine shows that the key sources of funds for businesses are as follows:

— loans of commercial banks,

— credits against goods,

— bonded debt,

— share capital increase.

Issue of bonds is one of the most effective ways to attract necessary funds in the present circumstances. The evidences in favour of the

ных условиях являются:

— кредиты коммерческих банков,

— товарные кредиты,

— облигационный заем,

— увеличение акционерного капитала.

В сложившейся ситуации на рынке капитала одним из очень эффективных и комфортных источников формирования финансовых ресурсов является публичный (открытый) облигационный заем. Это подтверждается тем, что с одной стороны кредитные ставки коммерческих банков еще достаточно велики, в силу невозможности адекватно (сбалансировано) привести свои пассивы, в столь короткие сроки, с активами и желание банков контролировать заемщика и получать высокую маржу, а с другой стороны — влияние Национального банка Украины на ситуацию на рынке капитала, который последовательно проводит политику, используя все инструменты своего влияния, на понижение процентной ставки, для субъектов предпринимательской деятельности, которые в свою очередь хотят диверсифицировать заемные средства. Всё это приводит к тому, что субъекты хозяйственной деятельности выходят на открытый рынок капитала — рынок ценных бумаг, где они не только привлекают более дешевые ресурсы, но и также становятся более открытыми для потенциальных инвесторов — операторов фондового рынка (коммерческих, инвестиционных банков). В такой ситуации на рынке капитала Украины открываются новые возможности для предприятий по привлечению денежных средств, как на пополнение оборотного капитала, так и для реализации инвестиционных программ.

Для субъектов хозяйственной деятельности благоприятными условиями для осуществления корпоративных облигационных займов являются:

— Процентные ставки по привлечению средств с помощью облигационного займа на сегодня ниже на 3—7 %, чем по кредитам в среднем по банковской системе в Украине.

— Сегодня выпускаются, как правило, необеспеченные корпоративные облигационные займы (т.е. бланковые кредиты).

— Позволяет более гибко управлять крупным предприятиям, как налоговыми обязательствами, так и своими долговыми обязательствами — достаточно длинные сроки обращения облигаций (1—3 лет) и возможность досрочного погашения.

— Изменяемая процентная ставка дает возможность захеджироовать в долгосроч-

above statement are as follows:

on the one hand interest rates on loans of commercial banks are still high, as it is impossible to adequately balance within a shot period of time liabilities and shareholders' capital with equity, and commercial banks endeavor to control the borrower and to receive high split spread;

while on the other hand the National Bank of Ukraine influences the capital market. It steadily pursues a policy towards the reduction of interest rate on loans for businesses, which, in turn, strive to diversify loan proceeds.

Subsequently, business entities enter the open capital market — the stock market, where they not only generate cheaper funds, but also become open for potential investors — stock market players (commercial and investment banks). The capital market of Ukraine opens new prospects for business entities in terms of attracting funds both to replenish current assets and implement investment programs.

Favourable terms and conditions for issuing corporate bonds are as follows:

— Today, interest on bonded debt is 3-7 % less than that on bank loans.

— As a rule, businesses issue unsecured corporate bonds (i.e. blank credits).

— Rather long maturity of bonds (from 1 to 3 years) and a possibility of advance repayment allow large businesses to manage their taxes and debts.

— Floating interest rate allows business to hedge interest risk in the long run.

— Issuing corporate bonds a business entity earns positive public credit history.

Commercial banks (acting as underwriters and key stock market players) provide a comprehensive range of services in placing corporate bonds issues. They include as follows:

— financial consultations;

— company financial analysis, and offers of structure, interest and maturity of bonds;

— preparation of investment memorandum and information on bond issue;

— registration of the issue information with the Securities and Stock Exchange State Committee;

— underwriter services;

— bond issue presentation and «road-show»;

— registration of bonds on sales areas;

— auctions of bonds;

— maintenance of bond liquidity in the secondary market (market-maker);

— market-maker services,

— payment agent services,

ной перспективе риск изменения процентной ставки на рынке.

— При осуществлении выпуска облигационного займа предприятие получает публичную положительную кредитную историю.

Коммерческий банк (главный андеррайтер и операторы на рынке ценных бумаг) предоставляет полный спектр услуг по размещению корпоративных займов, выступает в качестве:

— финансового консультанта,

— анализ финансового состояния и предложение структуры, сроков и доходности облигационного займа.

— подготовка инвестиционного меморандума и информации о выпуске облигаций.

— регистрация информации об эмиссии в ГКЦБФР.

— менеджера по размещению (андеррайтер с гарантией полного размещения),

— проведение презентации и «роад-шоу» выпуска облигационного займа.

— регистрация облигаций на торговых площадках Украины.

— проведение аукционов по размещению облигационного займа.

— поддержание ликвидности вторичного рынка облигаций (маркет-мейкер).

— погашение облигационного займа.

— маркет-мейкера,

— поддержание ликвидности вторичного рынка облигаций (маркет-мейкер).

— платежного агента,

— осуществление выплат купонных платежей эмитента.

— погашение облигаций.

Прошедший финансовый год стал для Украины одним из успешных в области обслуживания облигационных займов коммерческими банками. Было выпущено облигаций предприятий на общую сумму почти 800 миллионов гривен, что дает возможность сделать вывод о перспективности размещения облигационных займов предприятий на рынке ценных бумаг Украины с одной стороны, и развитии услуг по обслуживанию выпусков облигационных займов коммерческими банками — с другой.

— coupon payments;

— repayment of bonds.

Commercial banks succeeded in serving bond issues in the last financial year. The total volume of commercial bonds issued amounted to almost UAH 800 million. This allows to infer that commercial banks have improved and expended the range of services in the field of corporate bonds and that there are prospects for issuing commercial bonds in the stock market of Ukraine.

ОЛЕНА ДУБЕНКО
Одеська національна академія харчових технологій
Кафедра економіки промисловості, 2 рік навчання

OLENA DUBENKO
Odessa National Academy of Food Technologies,
Industrial economy department, 2 year

ЕКСПРЕС-АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

EXPRESS-ANALYSIS OF COMPETITIVE POTENTIAL USAGE OF THE FOOD-PROCESSING INDUSTRY ENTERPRISES

Тези містять визначення конкурентного потенціалу підприємства; визначені основні принципи сучасного регулювання економіки підприємств харчової промисловості. Запропоновано цікавий підхід до інтегрування потенціалів і до аналізу факторів, що впливають на використання конкурентного потенціалу, який апробовано на основі даних виробничо-господарської діяльності підприємств харчових галузей АПК.

The theses contain determination of an enterprise competitive potential usage; the basic principles of modern regulation of the food-processing industry economics are selected. The approach to integration of potentials and to the analysis of the factors influential on the competitive potential usage is offered and tested on the basis of the data of economic activity of the food branches enterprises

Відмова від архаїчної командно-адміністративної системи з жорстко заданими обсягами переробки сільськогосподарської продукції, виробництва і реалізації продукції харчової промисловості та державним контролем — з одного боку, сприяла дієвості ринкових законів, а з другого боку — привела до нерегульованості цих процесів. Сьогодні товаровиробники самостійно не в змозі враховувати природно-кліматичні, екологічні і соціальні умови господарювання, у результаті чого дуже повільно формуються сировинні зони, а транспортно-заготівельні витрати щорічно збільшуються.

Стабілізація товарних потоків, підтримка вітчизняних виробників і формування доступних для споживачів цін на продукцію харчової промисловості — це основні принципи сучасного регулювання національної економіки. Тому одним із головних економічних важелів повинно стати часткове авансування виробництва у формі безпроцентного кредитування і значно глибша диференціація пільгових кредитів. Така диференціація необхідна для економічного стимулювання створення конкурентоспроможних підприємств на основі реконструкції та повної модернізації. Реконструювати діючі підприємства, коли спостерігається дефіцит інвестиційних ресурсів, значне фізичне й економічне зношення основних засобів, недостача обігових активів підприємств, — це

The refusal of the administrative-management system with the rigidly given volumes of processing of agricultural production and realization of a food-processing industry production and state control on the one side has promoted efficiency of the market laws, and on the other has resulted in unadjustment of these processes. Today commodity producers can not manage climatic, ecological and social conditions, therefore the raw zones are shaped at very small rates, and the logistics costs increase annually.

Stabilization of commodity streams, support of the domestic manufacturers and creation the accessible prices on production of the food-processing industry for the consumers are basic principles of modern regulation of national economy. Therefore one of main economic cradles should become partial advancing of production in the form of interest-free crediting and deeper differentiation of the privilege loans. Such differentiation is necessary for economic incentives of creation of the competitive enterprises on the basis of reconstruction and complete modernization. The reconstruction of acting enterprises, when the dificit of investment resources, significant physical and economic wear of permanent assets, asset deficiency are observed, is one of methods to generate a competitive potential in Ukraine economic conditions.

The level of competitive potential usage shows how effective mechanisms of planning,

один зі способів сформувати конкурентний потенціал в Україні.

Рівень використання конкурентного потенціалу показує, чи діючі на підприємстві механізми планування, виробництва, реалізації конкурентоспроможної продукції. Цей рівень залежить від того, на скільки використовуються виробничий, фінансовий, інноваційний і маркетинговий потенціали.

Показники рівнів використання потенціалів підприємства уможливлюють кількісну характеристику використання потужності підприємства, інвестиційних накопичень, майбутніх інноваційних витрат, місткості ринку. Щоб зміряти і оцінити виробничий потенціал, розраховують рівень організації основних засобів, обігових коштів і праці персоналу; для виміру і оцінки фінансового й інноваційного потенціалів розраховують рівень реалізації, відповідно, інвестиційних та інноваційних проектів; рівень місткості ринку — чи частка підприємства на ринку дасть можливість виміряти й оцінити рівень використання маркетингового потенціалу.

Роль економічного аналізу в підвищенні конкурентоспроможності підприємств складається у виявленні і кількісній оцінці впливу факторів на потенціалостворюющі елементи і впливу цих елементів на рівень використання конкурентного потенціалу. Експрес-аналіз конкурентного потенціалу підприємства полягає в двох етапах:

1. Розраховують показники використання потенціалів підприємств. Найбільше значення вважають базовим для розрахунку відносного показника конкурентоспроможності. За допомогою коефіцієнтів значущості для потенціалостворюющих елементів визначають інтегральний рівень конкурентоспроможності підприємства. На цьому етапі можна виявити значно вагоміші фактори, що впливають на підвищення рівня використання конкурентного потенціалу.

2. За допомогою кореляційно-регресійного аналізу знаходять залежність між рівнем використання конкурентного потенціалу і факторами, що на нього впливають; за більш значущими факторами регресійну модель спрощують. На даному етапі можна визначити, наскільки необхідно збільшити використання одного з потенціалів, щоб досягти необхідного рівня конкурентоспроможності.

Двоетапний аналіз провадився на підприємствах плодоовочеконсервній промисловості Одеської області протягом 1996 — 2002 р. Було виявлено, що Одеський консервний завод ліди-

production, realization of competitive products

at the enterprise. This level depends on how much industrial, financial, innovation and marketing potentials are used.

The parameters of the usage level of enterprise potentials allow us to give the quantitative characteristic of usage of the enterprise power, investment accumulations, future innovation costs, and market capacity. The measure and estimation of industrial potential are expected from the level of organization of the permanent assets, circulating assets and work of staff; for measurement and estimation of financial and innovation potentials they calculate the level of realization of investment and innovation projects; the level of usage of the market capacity or the enterprise share in the market enable to measure and to evaluate the level of the marketing potential usage.

The role of economic analysis in increasing enterprises competitiveness consists in revealing and quantitative estimating the factors' influence on potential elements and the influence of these elements on the level of competitive potential usage. The express-analysis of competitive potential usage consists of two stages:

1. The parameters of usage of the enterprises potentials are calculated. The greatest significance is considered as the base for accounting the relative rate of competitiveness. With the help of factors of significance for potential elements of integrated level of the enterprise competitiveness is determined. At this stage it is possible to determine more significant factors, which the level of competitive potential usage increase.

2. With the help of correlative — regressive analysis it is possible to find interdependence between the level of the competitive potential usage and the factors, which influence it; with allowance of more significant factors it is necessary to simplify the regressive model. At this stage it is possible to define how much it is necessary to increase the usage of one potential for reaching determinative level of competitiveness.

Two-stage analysis was conducted at food-processing industry enterprises of Odessa area during 1996—2002. Odessa plant of canning has the level of competitiveness 0,18; Illichevsk canning factory — 0,16; Odessa children's canning factory — 0,07; Izmail and Codima canning factories — 0,06. For achieving by Izmail canning factory the level of competitiveness of Odessa canning factory it is necessary to realise the invest-

рує з рівнем конкурентоспроможності 0,18; Иллічівський консервний завод — 0,16; Одеський консервний завод дитячого харчування — 0,07; Ізмаїльський і Кодимський консервні заводи — по 0,06. Щоб досягти Ізмаїльському консервному заводу рівня конкурентоспроможності Одеського консервного заводу, необхідно реалізувати інвестиційні проекти з модернізації техніки і технології загальною сумою не менш 200 тис. грн., збільшити використання виробничої потужності на 3,7 % і зайняти ринок Одеської області по плодоовочевій консервній продукції на 25,3 %.

ment modernisation of engineering and technology projects of not less than 200 thousand grn worth, increase usage of enterprise power by 3,7 % and take the market of the Odessa area for canning production by 25,3 %.

ЕДУАРД ДУБНЮК
Академія митної служби України
Економічний факультет, 5 курс

EDWARD DUBNUYK
Ukrainian Academy of Customs
Economic faculty, 5 th year

ДЕЯКІ НЕГАТИВНІ АСПЕКТИ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ

SOME NEGATIVE ASPECTS OF GLOBAL ECONOMIC TRANSFORMATION FOR UKRAINE

У роботі висвітлюються можливі сценарії негативного впливу економічної глобалізації на національну економіку України. Конкретизуються небезпечні сфери всебічної інтернаціоналізації світового господарства взагалі та окремо — в розрізі стратегічних інтересів сталого економічного розвитку України. Акцентується увага на проблемах зменшення ваги національної держави в умовах глобальних економічних перетворень разом із представленням різних варіантів розмивання національно-державного управління.

In the work possible scripts of negative influence of economic globalization on national economy of Ukraine are covered. The dangerous sides of all-round internationalization of the world economy in general and separately in a cut of strategic interests of stable economic development of Ukraine are concretized. The attention to problems of reduction of weight of the national state in conditions of global economic transformations together with representation of variants of washing out of the national — governmental management is accented

Феномен глобалізації охоплює практично всі сфери суспільної діяльності. Виходячи за суто економічні межі, глобалізація включає політику, ідеологію, культуру, спосіб життя, а також середовище життєдіяльності людини. У сфері економіки розвиток глобалізаційних процесів тісно пов'язаний з посиленням на світовому ринку конкурентної боротьби за сфери впливу, за використання і перерозподіл ресурсів та інформаційного простору.

За багатьма економічними параметрами Україна відноситься до країн, що розвиваються. Тому під час аналізу перспектив глобальних економічних трансформацій в ракурсі нашої національної економіки слід враховувати динаміку розриву між технологічно високорозвинутими й багатими

The phenomenon of globalization covers practically all spheres of public work. Getting out of especially economic borders, globalization includes policy, ideology, culture, way of life and vital environment of the person as well. In the sphere of economy the development of globalizating processes is closely connected with strengthening in the world market of competitive struggle for spheres of influence, use and redistribution of resources and information space.

In many economic parameters Ukraine concerns to the countries which develop. Therefore during the analysis of prospects of global economic transformations in a foreshortening of our national economy it is necessary to take into account dynamics of break between technologi-

країнами та країнами, що відстають від них у розвитку. Саме цей розрив виступає одним із головних аргументів проти лібералізації зовнішньоекономічних зв'язків, відкритості нашої економіки, вростання України в систему світових господарських зв'язків.

В умовах, коли світове господарство перетворюється в єдиний всесвітній економічний організм, підвищується взаємозалежність національних економік. Світовий економічний простір стає ареною ділових ігор крупного бізнесу, коли географія розподілу продуктивних сил, галузева структура інвестицій, виробництва і збуту визначаються суб'єктами господарського життя з урахуванням глобальної кон'юнктури, а економічні підйоми та спади охоплюють всесвітні масштаби.

Крім того, глобалізація призводить до розмивання та знецінення регулюючих функцій національної держави, яка вже не має змоги, як раніше, захищати національну економіку від небажаних зовнішньоекономічних впливів. Вона тим більше не в змозі регулювати ті економічні, соціальні та культурні процеси, котрі вийшли за межі національних кордонів, здобули самостійність, стають самодостатніми та некерованими. Міжнародні економічні процеси переростають із міжкраїнних, які досить ефективно регулювалися в односторонньому, двохсторонньому або багатосторонньому порядку національними державами, у позакраїнні, тобто глобальні, котрі майже чи зовсім не піддаються державному регулюванню. На стадії глобалізації почався неоднозначний процес трансформації національно-державної форми організації життя суспільства в певну нову її форму. При цьому можливі два варіанти небезпечного перетворення:

1. Поступове створення глобальної держави на базі об'єднання країн з припиненням існування національних держав.

2. Надання транснаціональним компаніям таких прав, які знівелюють традиційну роль держави в регулюванні як зовнішніх, так і внутрішніх економічних процесів країни.

Для України з її затяжним виходом з економічної кризи перехідного періоду було б катастрофічно втратити можливість залучення зважених швидкодіючих важелів національно-державного управління. До того ж стратегічні інтереси сталого розвитку нашої країни йдуть у розріз із відведеною їй ролю сировинної бази у більшості глобалізаційних моделей. Таким чином, глобалізацію за певних умов можна вважати загрозою національній безпеці Ук-

cally highly developed, rich countries and the countries which lag behind them in development. This break acts as one of the main arguments against liberalization of foreign economic relations, an openness of our economy, growing of Ukraine into system of world economic connections.

Under conditions of the world economy turning to a uniform world economic organism, interdependency of national economies rises. The world economic space becomes the arena of business games of large business; the geography of distribution of productive forces, branch structure of investments, manufactures and selling are defined by subjects of economic life in view of a global conjuncture, and economic rises and falls cover the world.

Moreover, globalization results in washing out and depreciation of regulating functions of the national state which no longer has an opportunity to protect national economy from undesirable external economic influences. There is not an opportunity to adjust those economic, social and cultural processes which have gone out of limits of national borders, received independence, become self-sufficient and unguided. The international economic processes develop from interstate ones which where rather effectively adjusted in the unilateral, bilaterial or multilateral order by the national states, in to global which almost or complitety go aut of state regulation. On the stage of globalization ambiguous process of transformation of the national — state form of the organization of social life to its quite new form began. Thus, there are two possible variants of dangerous transformation:

1. Gradual creation of a global state on the basis of associated countries and termination of the existence of national states.

2. Granting to transnational companies such rights which will grade down the traditional role of the state in regulating both external and internal economic processes of the country.

For Ukraine with its long coming out of the economic crisis of the transition period it would be catastrophic to lose an opportunity of attracting weighed high-speed levers of the national — governmental management.

And in addition strategic interests of constant development of Ukraine go in a cut with its allocated role of a raw-material base in the majority of globalizating models. Thus, under certain conditions it is possible to count globalization as a threat for national safety of Ukraine. For neutralization of this threat by means of the external economic policy, on the one hand, it is necessary to carry out an offensive export policy, providing access of the Ukrainian goods on

країни. Для нейтралізації цієї загрози засобами зовнішньоекономічної політики необхідно, з одного боку, провадити наступальну експортну політику, забезпечуючи доступ українських товарів на зовнішні ринки, а з другого, — перейти від політики повної відкритості національної економіки до політики її обмеженої, виважено-дозованої відкритості. Зважаючи на це, необхідно вирішувати питання про приєднання до Всесвітньої торговельної організації(ВТО). Остання — одна з найважливіших складових механізма сучасної глобалізації: за допомогою цієї організації де-юре закріплюється зайняте де-факто місце країн у світовому господарстві.

Вести переговори про вступ України до ВТО, зрозуміло, необхідно, але поспішати з таким вступом не слід. На даному етапі він практично нічого не дає для традиційних експортних галузей, проте надійно заблокує поновлення на новій техніко-технологічній базі галузей, які забезпечують сучасне економічне зростання та структурну перебудову народного господарства. Це зумовить усе те ж закріплення сировинної орієнтації країни. Тому до приєднання до ВТО необхідно, як мінімум, розробити концепцію української промислової політики, визначити пріоритети в модернізації економіки та помітно просунутись у цих пріоритетних напрямах. Розв'язання проблеми перебуває не за межами, а саме всередині країни.

foreign markets, and on the other to proceed from a policy of a full openness of national economy to a policy of its limited, weighed — dosed openness. Taking this into account it is necessary to solve a question on joining the World trade organization (WTO). This organization is one of the major constituents of the modern globalizating mechanism: with its help the place of the countries occupied de facto in the world economy is de jure fixed.

To negotiate for the entry of Ukraine to the WTO, certainly, is necessary but to hasten with such introduction not reasonable. At the given stage it practically gives nothing for traditional export spheres, nevertheless reliably will block renewal on new technical and technological base of spheres which provide modern economic increase and structural reorganization of the national economy. It will cause the same fastening of raw orientation of the country. Therefore before joining the WTO it is necessary as minimum to develop the concept of the Ukrainian industrial policy to define priorities in modernization of economy and appreciablly promote in these priority directions. The decision of the problem is not outside, but inside the country.

АННА ДУГИНЕЦ
Национальная металлургическая академия Украины
Кафедра политической экономии, 1-й год

ANNA DUGINETS
National Metallurgical Academy of Ukraine
Political economy department, 1st year

ПРОБЛЕМЫ ИНСТУЦИОНАЛИЗАЦИИ НОВЫХ ПРАВ В ЭКОНОМИКЕ УКРАИНЫ

PROBLEMS OF INSTITUALIZATION OF NEW RIGHTS IN UKRAINE

Економіка України, позбавившись планово-адміністративної системи, відразу випробувала на собі вплив трансакційних витрат економічної інтеграції (зміна правил поведінки відповідно до західних зразків). Але все ж можливий вибір — залишитися на окраїнах світової економіки, або рухатися по шляху інтеграції у світове співтовариство. Вибір очевидний, але одні з основних труднощів цього шляху — проблема розходжень неформальних правил поводження економічних суб'єктів. Найпродуктивнішим, з погляду мінімізації трансакційних витрат процесу інтеграції, для українсько-європейських взаємин буде підхід, коли наша країна

The point of our research is studying changes in behavioral rules of economic subjects in Ukraine. The object of research is changing in behavior rules of economic subjects during the integration process the Ukrainian economy. On the background of European integration of Ukraine the most perspective direction, the most accessible reserve of its foreign policy is cooperative action with Russia. Considering present temper of relations with the EU, Ukraine cannot count on entering into the union in the next 10—15 years. That is why the most real problem for these years is active participation in joint reforming of economic bases of two countries with idea of approaching conditions and connections in

орієнтуватиметься, насамперед, на історично, економічно і культурно близьких партнерів.

union borders to now existing conditions in the EU.

В общем виде система правил поведения классифицирована в монографии немецкого экономиста В. Ванберга «Правила и выбор в экономической теории». [1] Изучением этой проблемы также занимаются ученые экономисты Украины и России [2; 3].

Целью нашего исследования является изучение изменений правил поведения экономических субъектов в Украине. Объектом исследования — изменение правил поведения экономических субъектов в процессе интеграции экономики Украины. Относительно проведенного исследования были получены и систематизированы результаты в следующие ключевые пункты:

— в настоящее время имеется (и в перспективе сохранится) существенный разрыв между провозглашенным движением к западным институционально-правовым правилам поведения и продвижением украинского общества к более правовому(как это понимают большие группы его членов). На практике этому способствовали вполне конкретные изменения в правилах поведения общества, призванные раздвинуть институционально-правовые рамки для проявления индивидуальности и свободы, в частности:

— в новых условиях возросло многообразие ролей: появились новые экономические (роль акционера, собственника, рантье и др.) и профессиональные роли, расширился диапазон ролевого выбора;

— уменьшилась степень регламентации в выполнении прежних ролей, зависимость их содержания от одного или нескольких правителей, возросла степень самостоятельных, инициативных действий в выполнении ряда ролей (как экономико-производственных, так и непроизводственных);

— стало больше формальных (законных) возможностей для протестных действий в случае нарушения ролевых обязательств руководителями разных уровней по отношению к рядовым работникам или согражданам (забастовки, митинги, акции протеста, возможность выбора депутата из нескольких претендентов и др.);

— меняется «дух» ролевой системы: все большее место в ней занимают «достижительные» элементы по сравнению с предписанными.

Некоторые из этих изменений пока еще только зарождаются, другие слегка проявляются в реальной жизни (так что типичное

In general, the system of behavioral rules is classified in the monography of German economist V Vanberg: Rules and choice in economic theory. [1] The research of this problem is also carried out by scientists-economists of Ukraine and Russia [2; 3]. The point of our research is the study of changing in behavioral rules of economic subjects in Ukraine. The object of research is changing in behavior rules of economic subjects during the integration process in the Ukrainian economy. The carried research resulted in the systemized paragraphs:

— at present time there is (and will be kept in perspective) a big disruption between declared movement to western institutional law-abiding rules of behavior and that of the Ukrainian society to more law-enforced future (as it is understood by major groups of its member). In reality it was contributed to specific changes in the society's behavior rules to widen institutional law limits for indicating individuality and freedom as follows:

— diversification of roles has risen in new conditions: new economic and professional roles appeared (owner, share/holder, rentier etc.), the range of role choice has extended;

— the degree of reglamentation in playing previous roles has diminished, dependency of its content on one or several rulers decreased; the degree of independent initiative actions in accomplishment of a number of roles (both economic-industrial and non industrial) has gone higher.

— more legal opportunities occurr in objecting acts in case of violation of role duties by chiefs of different levels to regulate workers and citizens (strikes, protests, meetings, choice of representatives etc.).

— the «spirit» of role system is changing, «reaching» elements comparativelye to appointed elements are getting bigger place.

— several of these changes are only at the beginning, others slightly appear in real life (so the typical behavior according these rules hasn't formed yet), the third ones just the opposite became competent elements of institutional — law system. Anyway, first steps in switching to western behavior rules, are already made, and the direction of movement is such that being born out of borders of initiative and decisions of the Ukrainian society members, all these changes are to rsise the level of individual rights by the obvious mechanism (from western public traditional s point of view) of giving individuals the opportunity to become more independent.

для этих правил поведение пока еще окончательно не оформилось), третьи же, напротив, уже стали полноправным элементом институционально-правовой системы. Но, так или иначе, первые шаги по переходу к западным правилам поведения уже сделаны. Направление движения именно таково, что, зародившись за пределами инициативы и решений большинства членов украинского общества, все эти изменения призваны были повысить уровень индивидуальных прав через один очевидный, с точки зрения западной общественной традиции, механизм — дать индивидам возможность стать более независимыми и самостоятельными.

В современном адаптационном процессе сложился ряд механизмов, которые сами по себе препятствуют институционализации и интернализации новых прав:

— Механизм поддержания отчуждения от новых прав.

— Механизм отложенного спроса на новые права.

— Механизм не правовой реализации новых прав.

— Механизм разочарования в новых правах из-за недопонимания их природы.

— Механизм воспроизводства «западных» прав на административно-командной основе.

Институционализируясь в таких условиях, «западные» права обретают «незападное» качество. За новой системой ролей сегодня часто стоят такие отношения и процессы, которые по своей природе противоположны тем, которые должны были бы логически вытекать из изменения правил поведения по западному образу и подобию.

Для создания соответствующих стимулов обеспечения эффективности на микроуровне и для перехода на рельсы быстрого и устойчивого экономического роста на макроуровне необходимо изменить существующую общественную идеологию. Идеология «красивой жизни» должна быть заменена на идеологию, в которой честный и созидательный труд оценивается положительно, а полу- и чисто криминальные способы быстрого обогащения — отрицательно.

При сохранении существующих условий ценностно-деятельностный потенциал для интернализации новых прав так и останется нереализованным, а потенциал для роста самостоятельности, если и реализуется, то, вероятнее всего, в не правовом пространстве, способствуя дальнейшему воспроизводству институционально-неправовых правил поведения экономических субъектов.

На фоне сложной европейской интегра-

— In modern adaptation process a series of mechanisms have developed, which by themselves, oppose to the institutionalization and internalization of new rights:

— Mechanism of sustaining of alienation from the new rights.

— Mechanism of unlawful realization of new rights.

— Mechanism of disappointment in the new rights due to misunderstanding of nature.

— Mechanism of reproduction of western rights on administrative base.

Institutionalizing in such conditions, western rights receive nonwestern quality. Behind a new system of roles today often stay such relations and processes, which in their nature are opposite to those, which would have been logically following from changes of behavioral rules according to western form and similarity.

— In order to develop appropriate stimuli of provision of effectiveness at microlevel and two ways of fast and stable economic growth on macrolevel it is necessary to change existing social ideology.

The ideology of beautiful life must be changed for ideology by which honest labor is appreciated positively and semi-and purely criminal ways of fast enrichment are appreciated negatively.

— Under existing conditions of valuable activity potentid for internalization of new rights will remain unrealized, and potential for independency growth, even if it gets realized, is likely to be realized the illegally, contributing to further reproduction of institutional illegal behavioral rules of economic subjects.

—Under European integration of Ukraine the most perspective direction, the most accessible reserve of its foreign policy is cooperation with Russia. Considering present temper of relations with the EU, Ukraine cannot count on entering into the union in the next 10—15 years. That is why the most real problem for these years is active participation in joint reforming of economic bases of two countries with idea of approaching conditions and connections in union borders to now existing conditions in the EU.

So, the results of carried research let us extend conception of changing behavioral rules of economic subjects in process of the integration of Ukrainian economy into the world field, which can be considered in the work of professionals at foreign economic activity, in courses on international economics and also by all those interested in the world economy.

ции Украины перспективным направлением, наиболее доступным резервом, ее внешней политики является совместная деятельность с Россией. Учитывая нынешний характер отношений с ЕС, Украина не может рассчитывать на вступление в него в ближайшие 10-15 лет. А потому наиболее реальная задача на эти годы — активное участие в совместном реформировании экономических основ двух стран с целью приближения условий и связей в его рамках к ныне существующим в Европейском Союзе.

Таким образом, результаты проведенного нами исследования позволяют расширить представление о прцессе изменения правил поведения экономических субъектов при интеграции экономики Украины в мировое пространство, что может учитываться в работе специалистов по внешнеэкономической деятельности, при изложении курсов по международной экономике, а также всеми интересующимися проблемами мировой экономики.

ДМИТРО ЄФРЕМОВ
Київський національний економічний університет
факультет економіки та управління, 4 курс

DMITRY YEFREMOV
Kiev National Economic University
Economic and Management Faculty, 4-th year

СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ І МОЖЛИВОСТІ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ

STRATEGIES OF ECONOMIC GROWTH AND OPPORTUNITIES OF THEIR USE IN UKRAINE

Дослідження питань економічного розвитку та можливостей його забезпечення в сучасних умовах — надзвичайно актуальне. Після завершення етапу ринкових трансформацій Україна стоїть перед проблемою прискореного проходження індустріального етапу розвитку та переходу від індустріального до постіндустріального суспільства. Можливість ефективного здійснення такого переходу пов'язана із застосуванням стратегій економічного розвитку. Автор статті розглядає експортоорієнтацію як одну з таких сучасних стратегій розвитку, націлену на вигоди, які отримає країна від використання своїх порівняльних переваг у світовій торгівлі та конкуренції, від інтеграції до системи світового господарства. В статті проаналізовано переваги та вади цієї стратегії, виявлено її межі. Особлива увага приділяється можливостям, умовам і проблемам застсування експортоорієнтації в Україні.

The research on questions of economic development and opportunities of its maintenance is very urgent in modern conditions. After the stage of market transformations Ukraine faces the problem of accelerated passing through industrial stage of development and transition from industrial to postindustrial society. The opportunity of effective realization of such transition is connected with the use of strategy of economic growth. The article considers export orientation as one of such modern strategies of development aimed on benefit, which will be received by the country from the use of comparative advantages in global trade and competition, from integration to the system of a world economy. The advantages and lacks of the given strategy are analysed and its borders are determined. Special attention is given to opportunities, conditions and problems of export orientation in Ukraine.

У сучасних теоріях економічного розвитку важливе значення надається такому економічному показнику як обсяг експорту продукції та послуг, а також — його відношенню до ВВП. Досліджуючи процесс можна виокремити держави, які обрали експорто-
орієнтовану стратегію розвитку, та для яких характерним є високе співвідношення експорту і ВВП.

Експортоорієнтація — це стратегія зростання, націлена на вигоди, які отримає країна від повного використання своїх порівняльних переваг у вільной торгівлі та конкуренції, переорієнтацію з вузьких національних на місткі світові ринки, що виступатимуть споживачами продукції цієї країни. При активному сприянні держави розвиваються сектори обробної промисловості, продукція яких є конкурентоспроможною і експортується в розвинуті країни. Проведення такої політики означає інтеграцію у світове господарство, причому наголос робиться на впровадження досягнень науки у виробництво. Висока конкурентоспроможність також досягається за рахунок низької заробітної плати працівників і застосування трудоінтенсивних технологій.

Коли держава обирає стратегію, зорієнтовану на експорт своєї промислової продукції, вона вимушена імпортувати сучасні технології з розвинутих країн. Це пояснюється тим, що, внаслідок низької зарплати та тривалого робочого дня (умова конкурентоспроможності національних товарів), збільшується недоспоживання населення, скорочується дозвілля, зникають умови творчої діяльності, яка є, як відомо, основною ознакою постіндустріального суспільства. У таких країнах розвинута, здебільшого, прикладна наука. Тобто, дана стратегія також має певні обмеження.

Переваги експортоорієнтованої стратегії — у створенні нових секторів у народному господарстві за рахунок впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу, концентрація виробництва, високої конкурентоспроможності виробленої продукції, можливості залучення іноземних інвестицій у національну економіку, орієнтації на широкий зовнішній ринок та інтеграцій у систему світового господарства. Але негативними рисами цієї моделі також не можна нехтувати: часто відбувається розвиток не стратегічних галузей, а тих, продукцію яких вимагають іноземні ринки

In modern theory of economic growth the important meaning is given to such economic parameter as the volume of export of the production and services and its ratio in the GDP. Investigating it, among the countries, which develop, it is possible to allocate the states,

which have chosen the strategy of development focused on exports. For them high ratio of exports in the GDP is habitual.

Export orientation is a strategy of growth aimed at benefits, which are received by the country from complete use of competitive advantages in free trade and competition, from reorientation narrow national on the capacious global markets, which will be consumers of production of the given country. With active assistance of the state the branches of a manufacturing industry develop, its production is competitive and exported to advanced countries. The realization of such policy means integration of the country in the system of a global economy, and the accent is made on introduction of achievements of science into manufacture. The high competitiveness also is reached at the expence of low wages of the workers and use of intesive labour technologies.

When the state choses strategy focused on exports of industrial production, it is compelled to import modern technologies from the advanced countries. It is explained by the fact that owing to low wages and long working day (the condition of competitiveness of the national goods) the under-consumption of the population increases, free time decreases, conditions of creative activity disappear, which is known as the basic feature of a postindustrial society. Such countries are mostly advanced in the applied sciences. So, the given strategy also has certain borders.

Advantages of the strategy focused on export are the creation of new branches in economy at the expence of introduction to manufacture achievements of scientific and technical progress, concentration of manufacture, high competitiveness of made production, opportunity of attracting foreign investments to national economy, orientation to the wide external market and integration in a global economy. But negative features of this model cannot be neglected either. Frequently there is the development not of strategic branches, but those ones, production of which are demanded by foreign markets (narrowness of industrial development). Artificial restraint of consumption and low incomes of the population cause low capacity of the home market, and the country becomes de-

(однобокість індустріального розвитку); штучне стримування споживання і низькі доходи населення дають невисоку ємність внутрішнього ринку і країна стає залежною від експорту власних товарів; несамодостатній характер розвитку (постійна потреба у іноземних інвестиціях, комплектуючих і технологіях).

Мета експортоорієнтованої стратегії полягає у забезпеченні переходу країни на вищу стадію соціального поступу, яка визначається рівнем розвитку продуктивних сил; або прискорене проходження даного етапу соціального розвитку. Тому політику держави, зорієнтованої на експорт, можна розглядати як інструмент форсованого створення нових продуктивних сил на певному етапі. Це обумовлює практичні можливості застосування моделі і для України: експортоорієнтація може провадитись на індустріальному етапі, коли з'являється потреба його прискореного проходження, і на етапі входження індустріального суспільства у постіндустріальну епоху для переорієнтації виробництва на наукомісткі, інформаційні галузі, розвиток сфери послуг (що потребує залучення значних додаткових інвестиційних ресурсів). Отже, експортоорієнтацію можна розглядати не лише як стратегію економічного розвитку, а і як тип еволюції відповідної економічної системи.

Аналізуючи структуру народного господарства України за роки незалежності, важко не помітити зміни, які відбулися за цей час. Скажімо, у 1991 р. частка у ВВП галузей, які виробляють товари, становила 72,2 %, а галузей, які надають послуги, — 27,6 %. У промисловості створювалося 45,7 % ВВП, працювало 31,2 % зайнятого населення і перебувало 33,6 % всіх основних засобів. Сільське господарство давало 24,5 % ВВП, у ньому були залучені 17,2 % основних засобів і 19,6 % зайнятого населення. Ці данні свідчать, що на момент виходу зі складу СРСР Україна була індустріально-аграрною країною з аномально великою часткою промисловості у ВВП.

За період ринкових трансформацій структура економіки України зазнала суттєвих змін. На 2001 р. доля у ВВП галузей, які виробляють товари, скоротилася до 45,3 %; більш ніж у 1,5 рази знизився відсоток зайнятих у промисловості (до 18,7 %) і сільському господарстві (до 11,5 %), а внесок цих галузей у ВВП становив 26,7 і 13,8 % відповідно. Натомість значно зросла роль сфери послуг — вона дає більше 40 % ВВП, там зайнято 36,6 % працюючого населення.

pendent on exports of its own goods. Need for foreign investments, components and technologies also grows.

The purpose of strategy focused on exports, is the maintenance of transition of the country on the subsequent stage of social progress, which is determined by the level of development of productive forces, or accelerated passing the given stage of social development. Therefore it is possible to consider the policy of the state focused on export, as the tool of forced creation of new productive forces at a certain stage of public progress. It gives practical opportunities of using the model for Ukraine. The export orientation can be carried out at an industrial stage, when there is a need of its accelerated passaging, and at the stage of entry of an industrial community into the postindustrial epoch for reorientation of manufacture on science capacious, information branches, development of the sphere of services (that requires attraction of additional investment resources). Thus, encouragement of exports is possible to be considered not only as a strategy of economic growth, but also as a type of evolution of the appropriate economic system.

Analyzing the structure of economy of Ukraine for the years of independence, it is necessary to note changes, which have taken place for this time. For instance, in 1991 the share of branches, making goods in the GDP made 72,2 %, and the share of branches, giving services, made 27,6 %. In industry 45,7 % of the GDP was created, 31,2 % of the engaged population worked and there were 33,6 % of the basic funds. The agriculture gave 24,5 % of the GDP, 17,2 % of the basic funds, and 19,6 % of the engaged population were concentrated there. These data testify, that at the moment of leaving the USSR Ukraine was an industrial-agrarian country with an abnormal share of industry in the GDP.

For the period of market transformations the structure of economy of Ukraine has undergone serious changes. In 2001 a share in the GDP of branches, making goods was reduced up to 45,3 %. More than halfas much again the percent of those engaged in industry (up to 18,7 %) and agriculture (up to 11,5 %) was lowered, and the contribution of these branches into the GDP made 26,7 and 13,8 % accordingly. Instead of it the role of the sphere of services considerably increased. It gives more than 40 % of the GDP, 36,6 % of the engaged population, and 54,3 % of the fixed capital is concentrated. Though such changes were accompanied by continuous crisis of the economy, tat the beginning of the XXI century the structure of economy of

лення і зосереджено 54,3 % основних фондів. І хоча такі зміни супроводжувалися суцільною кризою народного господарства, все ж на початок XXI століття структура економіки України набула нормального, збалансованого вигляду, що можна розглядати як добре підгрунтя для подальшого успішного економічного розвитку.

Далі розглянемо місце експорту в народному господарстві України. У 2001 р. відношення обсягу експорту товарів і послуг до ВВП становило 56,1 %. Цей досить значний показник можна розглядати як доказ експортної орієнтації нашої економіки. Але, як відомо, часто страна експортує у значних обсягах для того, щоб мати можливість забезпечити імпорт необхідних товарів і послуг. Так, відношення імпорту до ВВП в Україні становило у 2001 р. 54,47 %. Причому 39 % імпорту становить продукція паливно-енергетичного комплексу і 20 % припадає на машини і устаткування. Така невелика різниця між експортом і імпортом свідчить про вимушеність експортної орієнтації української економіки: ми експортуємо продукцію металургійного комплексу (39,3 %), хімічної промисловості (10,9 %) і продовольчі товари (10,7 %), а частка машин і устаткування досить невелика (12,8 %) як для України.

Цей експорт носить сировинний характер, мета його — забезпечити імпорт енергоносіїв і основних виробничих засобів. З іншого боку, значна доля імпорту машин і устаткування є підтвердженням того, що в Україні проходить поступова заміна основних фондів на значно сучасніші, створюються нові виробничі одиниці і підвищується роль сфери послуг, тобто відбувається розвиток продуктивних сил і формується основа економічного зростання. Доказом можливості ефективного застосування експортноорієнтованої політики є і те, що за роки трансформацій майже вдалося зберегти науковий потенціал: частка невиробничих основних засобів, які приходяться на науку і освіту, з 1992 по 2000 р. зросла з 3,8 до 7,1 %, а чисельність зайнятих у цих сферах несуттєво зменшилася. Але низький рівень інвестицій залишається проблемою, розв'язання якої уможливило б розширення можливостей застосування експортоорієнтованої стратегії. Також може виникнути проблема, пов'язана з можливостями спеціалізації України на світовому ринку товарів, подолати яку можна, переорієнтувавшись на світовий ринок послуг.

На основі викладеного можна зробити

Ukraine became of the balanced kind. It can be considered as the good basis for the further successful economic development.

Further we shall consider the place of exports in the economy of Ukraine. In 2001 the ratio of volume of export goods and services in the GDP made 56,1 %. This rather significant parameter can be considered as the proof of export orientation of our economy. As in is known, frequently a country exports significant volumes of production to have an opportunity to supply imports of the necessary goods and services. So, the ratio of imports in the GDP in Ukraine made 54,7 % in 2001. Thus 39 % of imports are made by production of the fuel and energy complex and 20 % by machines and equipment. Such a small difference between exports and imports well testifies the compelled orientation of the Ukrainian economy on exports. We export production of a metallurgical complex (39,3 %), chemical industry (10,9 %) and articles of food (10,7 %), and the share of machines and equipment is rather small (12,8 %) for Ukraine. The exports carry raw character, the purpose is to import fuel, energy and basic industrial funds. On the other hand, the significant share of import machines and equipment confirms that Ukraine gradually replaces fixed capital by more modern, new producing units are being created, the role of services rises. So the development of industrial forces takes place and the basis for economic growth is being formed. The proof of an opportunity of the effective utilization of the policy focused on export is that for years of transformations it was almost possible to keep a scientific potential. A share of nonproductive basic funds necessary for science and education, from 1992 to 2000 increased by 3,8 up to 7,1 %, and the number of those engaged in these spheres a little bit decreased. But the problem is that there is a low level of investments, its decision would allow to expand opportunities of the use of strategy focused on exports. Also there can be a problem connected with an opportunity of specialization of Ukraine in the world market of goods, to overcome it means reorientation on the world market of services.

On the basis of the stated above it is possible the to make such conclusions. 1) Ukraine is in the beginning of an industrial stage of development. 2) There is a task before Ukraine of the accelerated passage of this stage. 3) The opportunity to carry out such transition effectively is given by the strategy of orientation on exports. 4) In Ukraine there are opportunities and the base for the use of such strategy as the development of productive forces and strengthening

такі висновки: 1) Україна перебуває на початку індустріального етапу розвитку; 2) перед нашою країною стоїть невідкладне завдання прискореного проходження цього етапу; 3) можливість ефективно здійснити такий перехід надає стратегія експортоорієнтації; 4) в Україні є можливості і вже сформувалася база для застосування такої стратегії, — відбувається розвиток продуктивних сил у бік посилення частки послуг.

of the share of services take place.

ЕЛЕНА ИНДУКАЕВА
Киевский национальный экономический университет
Факультет экономики и управления, 3курс

ELENA INDUKAYEVA
Kiev national economic university
Faculty of economy and management, 3rd year

ВЕНЧУРНОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ В УКРАИНЕ
VENTURE INVESTMENT IN UKRAINE

Работе на тему «Венчурное инвестирование в Украине» даётся оценка текущему состоянию венчурного предпринимательства в стране, анализируются основные проблемы, мешающие развитию венчурного финансирования, а также предлагаются пути их решения. Работа может привлечь внимание специалистов, занимающихся вопросами венчурного инвестирования, а также будет полезна интересующимся этой темой студентам и молодым учёным.

In the work «Venture investment in Ukraine» estimations of the current conditions of venture business in the country are given. There are also analyzed basic problems of venture financing and made out the ways they can be solved. The work can draw attention of the experts engaged with venture investment and also will be useful to students and young scientists interested in the theme.

К сожалению, говорить о бурном развитии венчурного финансирования в Украине не приходится. Из существующих в стране порядка семи фондов, которые могут называть себя венчурными, реально работают не более четырёх, да и те существуют за счёт иностранного капитала. Если к этому добавить, что по объективным причинам венчурные инвесторы в Украине отступают от принятых во всём мире правил игры (их не интересуют мелкие и средние предприятия, так же как и неконтрольные пакеты акций), то вырисовывается полная и далеко не безоблачная картина.

Самыми крупными и активными на украинском рынке являются Western NIS Enterprise Fund и компания Sigma Blayser. В списке прочих венчурных инвесторов Euroventures Ukraine, Commercial Capital Group, фонд «Украина» и т. д.

Общий вклад венчурных организаций в предприятия Украины на сегодняшний день оценивается в сумму около 250 млн дол. Дополнительные денежные средства, которые в ближайший год могут быть направлены венчурными компаниями на инвестиции, колеблются от 20 млн дол. до 100 млн дол. Такой

Unfortunately, it is too conceited to speak about rapid development of venture financing in Ukraine. In the country, about seven venturers exist and the number of those, who really work among them, is no more than four. They all are mainly based on the foreign capital. Adding to this in Ukraine venture investors recede from the game rules accepted all over the world (they are not interested in seed and start-up businesses as well as in not control share holdings).That is how the structure works.

The largest and most active in the Ukrainian market are the Western NIS Enterprise Fund and company Sigma Blayser. In the list of venture investors we can also meet: Euroventures Ukraine, Commercial Capital Group, fund «Ukraine», etc.

For today general contribution of venture organizations in Ukrainian enterprises is estimated at near 250mln doll. Additional money resources which can be directed to the enterprises during the year are fluctuating from 20mln doll up to 100mln doll. Such volume of investments is very insignificant especially if to consider that there are plenty of dynamically developing markets in Ukraine (amount of selected by venture funds projects makes 1—3 %

объём инвестиций при наличии в Украине достаточно большого количества динамично развивающихся рынков является очень незначительным (количество одобряемых венчурными фондами проектов в среднем составляет 1—3 % от всех рассматриваемых).

Кроме того, «рисковые» инвесторы сейчас стараются не рассматривать предложения начинающих бизнес — компаний, а предпочитают иметь дело с уже имеющими определённый вес на рынке предприятиями. И если в западных странах венчурный капитал представлен в новых технологиях, то в Украине он вкладывается в предприятия базовых отраслей, таких как: пищевая промышленность, производство стройматериалов, лёгкая промышленность и т. д.

Следует также отметить, что в Украине венчурный инвестор зачастую рассматривает вопрос о приобретении контрольного пакета акций объекта инвестиций, что очень редко случается в развитых странах, для которых типичное участие венчурного капитала составляет 25—40 %. В Украине же, по мнению экспертов «Альфа-банка», с таким пакетом акций у венчурного инвестора 9 шансов из 10 потерять свои деньги.

Неизменность состава венчурных инвесторов Украины объясняется отсутствием на сегодняшний день примеров (как удачных так и неудачных) выхода инвестиционных фондов из своих проектов. Сложность выхода в свою очередь объясняется неразвитостью фондового рынка страны, а также отсутствием стратегических инвесторов. В итоге если ситуация с «изъятием» денег венчурными капиталистами в течение ближайших нескольких лет не изменится к лучшему, то через 2—4 года пройдёт массированная распродажа практически всех проинвестированных объектов.

Итак, очевидно, что отсутствие очереди из «стратегов», желающих вкладывать деньги в украинские предприятия имеет ключевое значение для развития венчурного инвестирования. Эту проблему можно решать путём совместного финансирования проектов венчурными фондами и стратегическими инвесторами. Ещё один вариант — размещение фондом инвестиций по рекомендации партнёра, обязующегося, в случае успешного завершения проекта, выкупить долю фонда.

Конечно же, важным условием для привлечения как стратегических, так и венчурных инвесторов является защищённость их прав и свобод, которую на сегодняшний день можно поставить под сомнение. Государственное стимулирование венчурного предпринимательства (уменьшение налога на

from all examined).

Above all venturers do not consider seed and start-up companies' projects preferring to deal with the companies which already have certain weight in the markets. And if in western countries venture capital predominantly functions in the field of high technologies in Ukraine it is put in the enterprises of key economic branches, such as: the food-processing industry, manufacture of building materials, light industry, etc.

It is also necessary to note, that in Ukraine venture investor frequently considers a question of purchasing investment object's control share holding. That very seldom happens in developed countries for which typical participation of venture capital makes 25—40 %. In Ukraine, as «Alpha-bank» experts say, with such share holding the investor has 9 chances out of 10 to lose the money.

Structure invariance of venture investors in Ukraine is caused by the absence of funds exit examples (neither successful nor unsuccessful) from their projects. Complexity of an exit in its turn is caused by backwardness of the country's stock market, and also by absence of strategic investors. So if the situation with «withdrawal» of money by venture capitalists within the nearest several years does not change for the better, in 2—4 years massed sale of practically all invested objects will pass.

It is obvious, that the absence of «strategists» wishing to invest in the Ukrainian enterprises has key value for venture investment development. This problem can be solved by creating joint financing projects of venture funds and strategic investors. One more variant is to accommodate a fund's investments on the recommendation of the partner liable, in case of successful end of the project, to redeem a share of the fund.

What, certainly, will attract both strategic and venture investors is security of their rights and freedoms which today, unfortunately, is not guaranteed.

The state stimulation of venture business (reduction of the profit tax, preferential crediting, grants) — is also a significant push towards its development which, however, is impossible without a transparency of financial activity of the companies, the qualified management and normal functioning of the stock market.

Summarizing all aforesaid, it is necessary to note, that attraction of venture investments demands certain efforts both on micro, and on macro levels of the country.

прибыль, льготное кредитование, субсидии) — также значительный толчок для его развития, которое, впрочем, невозможно без прозрачности финансовой деятельности компаний, квалифицированного менеджмента и нормального функционирования фондового рынка.

Суммируя всё вышесказанное, следует отметить, что привлечение венчурный инвестиций требует определённых усилий как на микро, так и на макро уровне страны.

ОЛЕКСІЙ ІСАЄВ
Інститут підприємництва «Стратегія»
Викладач кафедри «Економіка підприємства»

ALEXEY ISAEV
Institute for Enterpreneurship «Strategy»
Professor, enterprise economy department

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ

BASIC TRENDS OF INSURANCE COMPANIES' DEVELOPMENT IN UKRAINE

Розглянуто роль страхових компаній в економіці, стан справ на ринку страхових послуг в Україні. Проаналізовані головні проблеми страхування в Україні та чинники, що впливають на ефективну діяльність страховиків. Зазначено перспективи розвитку страхового ринку.

The paper deals with the role of insurance companies in economy, business state of insurance service market in Ukraine. It gives an analysis of basic problems of the insurance in Ukraine and factors, influencing the effective performance of insurers. It evaluates the prospects for the insurance market development

В умовах формування та розвитку ринкових відносин роль страхування повинна значно зростати, тому що страхування покликане стати важливим методом управління ризиком, системою захисту національної економіки.

Страхування забезпечує стабільність у суспільстві, формує фонди, які покликані компенсувати неприпустимі матеріальні втрати в економіці та повсякденному житті людей. Крім того, укладаючи договір з клієнтом, страхова компанія отримує у своє розпорядження середньо- та довгострокові фінансові ресурси, які інвестуються з метою отримання доходу. Таким чином, в особі страхових компаній економічна система країни отримує стабільного інвестора, який дає стійкий приплив довгострокових вкладень.

У розвинутих країнах страхування, як фінансова послуга, успішно конкурує з іншими послугами (банківськими, послугами пенсійних фондів). У цих країнах страхові компанії є головними інвесторами і розпоряджаються великими обсягами капіталу. Так, наприклад, наприкінці 90-х рр. страховики Європи, Японії та США управляли загальним обсягом вкладених в економіку коштів на суму більш як 4 трлн дол. США [1].

Under the conditions of market relations forming and development, the role of insurance has to grow significantly due to the fact that insurance is really called to become an important method of the risk management, a protection system of the national economy.

The insurance provides stability in the society, forms the funds called to compensate inadmissible material losses in the economy and everyday people's life.

Furthermore, when the company makes a contact with a client, it gets in its disposal middle- and long-term financial resources, which can be invested for the purpose of income acquisition. So, in the person of the insurance companies the country's economic system acquires a stable investor who provides steady stream of the long-term investments.

In the developed countries, insurance as a financial service successfully competes with other services (offered by banks, pension funds). The insurance companies there are the main investors and they have large volumes of capital in disposal. For example, in the late 90-s insurers of Europe, Japan and the USA managed totally more than $ 4 billion invested in the economy [1].

Unfortunately defining the state of insurance in Ukraine we cannot find at least any feature

На жаль, характеризуючи стан страхування в Україні, ми не можемо навести практично жодної риси, притаманної світовом ринкам. У нашій країні застраховано тільки 10 % ризиків, тоді як в економіці розвинутих країн цей показник становить 90—95 %. Частка українського страхового ринку у загальноєвропейському обсязі страхових послуг складає 0,05 % при тому, що в Україні мешкає 7 % населення Европи [2].

Протягом 2001р. з 3 млрд грн зібраних страхових зборів на перестрахування пішло 1,4 млрд грн, з них тільки 500 тис. грн залишилось в Україні. Частка страхування становить 1,5 % ВВП. Страхові активи становлять близько 2 млрд грн (близько 5 % активів банківської системи) [2]. Проте страховий ринок продовжує залишатися найбільш інформаційно зачиненим серед фінансових ринків в Україні.

Серед головних проблем, які стримують розвиток страхового ринку в Україні, можна виділити такі:

1) складна загальноекономічна ситуація в країні;

2) низька платоспроможність більшості населення України;

3) нерозвинутість законодавчо-нормативної бази;

4) наявність великої частини неліквідних активів у структурі балансу страхових компаній в Україні [3];

5) невигідні умови роботи перестраховиків — нерезидентів в Україні, які змушені готувати велику кількість документів для контролюючих органів;

6) низький рівень інвестиційної привабливості тих галузей, які Уряд вибрав для інвестування страховиками.

Основні чинники, які впливають на ефективність діяльності страховиків у нашій країні:

1) рівень страхових тарифів;

2) зниження рівня збитковості страхових операцій проти рівня, який передбачено у страхових тарифах;

3) оптимальне співвідношення основних показників балансу доходів і витрат страховика;

4) рентабельність страхових операцій має бути не нижче рівня, передбаченного страховими тарифами;

5) рентабельність інвестицій повинна бути не нижче середньої доходності на фінансовому ринку;

6) збалансованість портфелю ризиків та побудова перестрахувального захисту.

Проте слід зазначити, що страхова галузь в Україні зростає швидше, ніж банківська, peculiar to the world markets.

Hitherto in Ukraine there were insured only 10 % of risks while in the developed countries' economy this figure is 90—95 %. The share of the Ukrainian insurance market in the all-European scope of insurance services is 0.05 % although 7 % of European population is Ukrainian [2].

During the year 2001 1.4 billion hryvnas went on reinsurance in 3 billion hryvnyas collected as insurance charge and only 500,000 hryvnyas of this sum was left in Ukraine. The share of the insurance is 1.5 % of the GDP.
Insurance assets are approximately 2 billion hryvnyas (approximately 5 % of the banking system's assets) [2].

However the insurance market continues to remain the most data closed one among the financial markets of Ukraine.

Among the basic problems, which restrain the insurance market development in Ukraine we can pick out the following:

1) difficult general economical situation in the country;

2) low paying capacity of the most people of Ukraine;

3) lack of legislation-normative base development;

4) presence of the significant part of the illiquid assets in the balance of the insurance companies in Ukraine [3];

5) unfavourable work conditions of the reinsurers — non-residents in Ukraine who have to prepare a lot of documents for the controlling bodies;

6) low level of investment attractiveness of the fields chosen by the Government of Ukraine for the investment by insurers.

The basic factors, which have influence on the insurers performance in Ukraine, are the following:

1) level of the insurance rates;

2) decrease of the level of insurance operations unprofitableness compared to the level stipulated in the insurance rates;

3) optimal relationship between the basic carrying amounts of revenues and expenditures balance of the insurer;

4) profitability of the insurance operations has to be greater or equal to the stipulated insurance rates;

5) profitability of the investment has to be greater or equal to the average profitability level;

6) balanced portfolio of the risks and constructing reinsurance defence.

However it is necessary to point out that insurance branch in Ukraine grows faster than the banking one and even more headily than the Ukrainian economy as a whole.

більш енергічно, ніж українська економіка в цілому. За даними Мінфіну в нашій країні зараз працюють близько 320 компаній, які здійснюють ризикові види страхування, 19 страховиків, які займаються страхуванням життя і близько 70 страхових посередників [4].

У 2001 р. страхування потрапило у число інвестиційно привабливих галузей.

Міністерство фінансів України прогнозує найближчими роками збільшення обсягів страхових платіжів до 3,5—4 % ВВП та зростання кількості людей, зайнятих на страховому ринку, до 50000.

According to the data of the Ministry of Finance today there are 320 companies, which carry different types of insurance risks, 19 life insurance companies and approximately 70 insurance mediators in Ukraine [4].

In 2001 insurance became an investment attractive branch.

The Ministry of Finance of Ukraine forecasts in the nearest future increasing amount of insurance payments up to 3.5—4 % of the GDP and growing number of people working on the insurance market up to 50,000.

НАТАЛЬЯ КАБАНЕЦ
Луганський университет имени Тараса Шевченко
Институт экономики и бизнеса, 2 курс

NATALY KABANETS
Lugansk State Pedagogical University named after Taras Shevchenko
Institute of economics and business, 2 d year

ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ НА РЫНКЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ

FINANCIAL-CREDIT INSTITUTIONS IN the MARKET of FINANCIAL SERVICES

Финансово-кредитные учреждения на рынке финансовых услуг представлены банковскими и небанковскими типами учреждениями. В ходе реорганизации и развития эти учреждения столкнулись с проблемами связанными, прежде всего с отсутствием достойной нормативно-правовой базы. Раскрывая данную тему, для изменения создавшегося положения и улучшения функционирования рассмотренных финансово-кредитных учреждений, предложено использования новых форм кредитования малого и среднего предпринимательства, таких как кредитные союзы

The financial-credit establishments in the market of financial services are submitted by bank and non bank types of establishments. During reorganization and development these establishments have met with problems connected, first of all, with absence of necessary standard-legal base. Developing on the given theme, for change of the created situation and improvement of functioning of the considered financial-credit establishments, it is offered to use the new forms of crediting of small and average business, such as credit unions. Also revealing the necessity of realization of measures of an organizational-legal direction, expansion of sphere of activity

Все звенья финансовой системы функционируют в едином рыночном пространстве, важнейшим элементом которого является финансовый рынок. Финансовый рынок представляет собой форму организации движения денежных средств в народном хозяйстве и функционирует в виде рынка ценных бумаг, рынка ссудных капиталов и валютного рынка. Он предназначен для аккумулирования временно свободных денежных средств и их эффективного использования. Функционирование финансового рынка дает возможность инвестировать денежные средства в производство и накапливать ресурсный потенциал; обеспечивать развитие предприятий, дающих максимальную прибыль инвесторам; посредством перелива капиталов

All links of a financial system operate in unified market space, a major member of which is the financial market. The financial market represents the form of organization of money resources in a national economy and operates in the form of securities market, market of loan capitals and exchange market. It is aimed at accumulating temporarily free money resources and their effective utilization. The financial market enables us to invest money resources in effective use and store resource potential; provide development of firms giving maximum profit to the investors; promote market transformations by means of an overflow of capitals. The problem demands conforming researches. Let's concentrate on financial-credit institutions in the market of financial

способствовать рыночным преобразованиям. Обширность этого вопроса требует соответствующих исследований. Сконцентрируем внимание на финансово-кредитных учреждениях на рынке финансовых услуг.

В Украине в настоящее время функционирует и развивается большое количество крупных, средних и малых предприятий. Для того, чтобы производить конкурентно способную продукцию или оказывать конкурентно способные услуги необходимо применение высокотехнологического оборудования и устройств, привлечение квалифицированных специалистов, а также осуществление большого количества других мероприятий для реализации которых требуются свободные финансы. Возникает потребность в кредитовании. Для удовлетворения таких потребностей существует целый рынок финансовых услуг, представляющий широкий спектр различных видов и типов кредитования, в зависимости от видов, размеров кредита, срока, на который заключается сделка. Рассмотрим основные финансово-кредитные учреждения, функционирующие на финансовом рынке.

Сейчас самой развитой и сформированной является банковская система, где конкуренция обостряется, и эта сфера требует некоего усовершенствования. Согласно НБУ и комиссии НБУ по вопросам контроля и регулирования деятельности банков, все банки по объему чистых активов делятся на 4 группы: наибольшие, большие, средние и малые. У каждой группы банков есть свой контингент клиентов. Как, например, малые и средние банки эффективно обслуживают малый и средний бизнес, поскольку для больших банков эта сфера не привлекательна, так как раздробление своего капитала не выгодно, что доказывает опыт развитых стран.

Финансовое посредничество дифференцируется в предоставлении традиционных и нетрадиционных банковских услуг. Первые из них связаны с формированием и размещением банковских ресурсов, а также осуществлением расчетов между клиентами. Потребность в нетрадиционных финансовых услугах возникает при необходимости изменить рыночные позиции в смежных сферах бизнеса, где присутствуют небанковские учреждения-партнеры. В группе традиционных банковских услуг доминирующим и самым прибыльным остается кредитование. Привлекательны также предоставление займов по международным кредитным линиям, кредитование по овердрафту, гарантийная поддержка разного рода. Например, что касается овердрафта, то эта форма кредитования стоит на

services.

At present time in Ukraine a plenty of large, middle and small enterprises operate and develop. To make competitive production or render competitive services the application of highly technological equipment and devices, engaging qualified specialists is necessary, as well as implementation of a plenty of other measures, which demanded free finance. There is a need for crediting. For satisfaction of such needs there is a whole market of financial services presenting broad spectrum of different kinds of crediting, depending on a kind of credit and a term, of the bargain. Let's consider the main financial -credit institutions operating in the financial market.

Now the most developed and formed is the banking system, where the competition becomes aggravated, and this sphere demands certain advancing. According to NBU and its commission on control and regulation of banking activity, all banks on volume basis of clean assets are divided into 4 groups: greatest, large, middle and small. Each group of banks has a quota of clients. As, for example, small and middle banks effectively maintain small and middle business, as this sphere is not attractive to large banks, as the fragmentation of the capital is not expedient, that demonstrates experience of developed countries.

The financial mediating is differentiated in granting conventional and non-conventional bank services. Conventional are connected with formation and arrangement of bank resources, and also handing payments between clients. The requirement for non-conventional financial services arises if it is necessary to change market point in adjacent spheres of business, where there are non-banking partner establishments. In the group of conventional bank services predominant and most profitable is crediting. Attractive also is granting loans on international credit lines, crediting by the overdraft, guaranted a support of any kind. For example, as to the overdraft, this form of crediting has the first rating of credit resources, despite large risks for banks. The broad spectrum of bank services is conditioned by the different requirements of clients. In connection with dilating needs, the volume of services granted by banks is also augmented.

In the present term of formation and development of small business in Ukraine there is active looking for padding sources of finance, and as the bank are oriented basically on stable business, small enterprises face with many problems in obtaining credits. The main problems are high interest rates, requirement of a liquid lien, bank bureaucracy, difficulties in obtaining long-term credits, threat to lose the control over the firm. Besides the banking systems give credits only to

первом месте в рейтинге кредитных ресурсов, несмотря на большой риск для банков. Широкий спектр банковских услуг обусловлен различными требованиями клиентов. В связи с расширением потребностей, увеличивается и объем услуг предоставляемых банками.

В нынешний период становления и развития малого бизнеса в Украине идет активный поиск дополнительных источников финансирования, а поскольку банковские структуры ориентированы в основном на стабильный бизнес, то малые предприятия сталкиваются со многими проблемами в получении кредитов. Основными проблемами являются высокие процентные ставки, требования ликвидного залога, банковская бюрократия, трудности в получении долгосрочных кредитов, угроза потерять контроль над предприятием. Кроме того, банковские системы дают кредиты лишь тем, кто имеет большой оборот и стабильный доход, а в кредитах в первую очередь нуждаются проблемные предприятия. Выход из сложившейся ситуации состоит в создании новых форм финансово-кредитных учреждений на Украине, используя мировой опыт и практику развитых государств. Такими новыми формами призваны стать кредитные союзы, известные в прошлом в Украине как заёмно-сберегательные общества. Подобные организации успешно функционируют во всем мире под различными названиями в зависимости от специфики деятельности: в США, Канаде и Великобритании — Credit Union, в Польше — кооперативный кредитно-сберегательный союз, в Германии — райфайзенбанк или фолксбанк, во Франции — кредитный кооператив.

Кредитные союзы способствуют преобразованию денежных сбережений граждан в финансовые ресурсы. К несомненным плюсам таких обществ следует отнести то, что они используют дешевые финансовые ресурсы непосредственно на развитие малого бизнеса и удовлетворение потребительского спроса населения.

Первые кредитные союзы в независимой Украине были созданы при поддержке канадских и американских представителей, а в 1994 году была основана Ассоциация кредитных союзов Украины, основными задачами которой являются регулирование деятельности, решение спорных вопросов и развитие процесса кредитования в нашей стране. В настоящее время создано около 130 союзов, объединяющих более 100 тысяч граждан. Но ряд факторов мешает нормальному развитию кредитных союзов. Во-первых, достаточно нестабильная экономическая обстановка в стране и относительная бедность населения, психологическая неготовность граждан доверять свои сбережения финансово-кредитным

the one who has a large turnover and stable income. The escape out of the up situation is in creation of new forms of financial-credit institutions in Ukraine, using world experience and practice of developed states. Such new forms are credit unions known in the past in Ukraine as state loan-savings companies. The similar organizations successfully operate all over the world under different titles depending on specific activity: in USA, Canada and Great Britain — Credit Union, in Poland — cooperative credit-savings union, in Germany — Raifasenbank or Folksbank, in France — credit cooperative society.

The credit unions promote the transformation of money caretaking of the citizens to financial resources. To doubtless pluses of such companies it is necessary to attribute that they will use cheap financial resources directly on development of small business and satisfaction of a consumer demand of the population.

The first credit unions in independent Ukraine were built with a support of the Canadian and American quotes, and in 1994 the Association of credit unions of Ukraine was based, primary goals of which are regulation of activity, solution of questions at issue and development of process of crediting in our country. About 130 unions integrate more than 100 thousand citizens. A number of factors hinder normal development of credit unions. At first, unstable enough economical situations in the country and relative poverty of the population, psychologica unwillingness of the citizens to trust their caretaking to financial-credit institutions. Secondly, absence of popularity of credit unions, increase of their authority among the population. Thirdly, absence of owing normative — legal base is shadowing the rights of the investors and adjusting different questions at issue in the financial market. As a result, absence of normal conditions for formation of financial-credit policy, which would correspond not only to concerns of the founders of credit organizations, but also large part of the population. In present conditions the credits granted by such unions, little differ from the credits granted by business banks, and the scales of operating of credit unions are very small comparatively to requirements of small business.

The main problems, collide with which one of financial-credit institutions, are connected to absence of worthy normative — legal base. Each credit is, first of all risk, and the creditor should have a legal protection of the state, differently credit institution attempts to save itself from risks by increase of a loan value, complicating in its obtaining, heightened requirements to the debtor. All these interruptings at all do not promote environmental sanitation of the financial market of

учреждениям. Во-вторых, отсутствие популяризации кредитных союзов, повышения их авторитета среди населения. В-третьих, отсутствие должной нормативно-правовой базы, защищающей права вкладчиков и регулирующей различные спорные вопросы на финансовом рынке. Как следствие, отсутствие нормальных условий для формирования финансово-кредитной политики, которая соответствовала бы не только интересам основателей кредитных организаций, но и большей части населения. В нынешних условиях кредиты, предоставляемые такими союзами, немногим отличаются от кредитов, предоставляемыми коммерческими банками, и масштабы действий кредитных союзов очень малы по сравнению с потребностями малого бизнеса.

Основные проблемы, с которыми сталкиваются финансово-кредитные учреждения, связаны с отсутствием достойной нормативно-правовой базы. Каждый кредит — это прежде всего риск, и кредитор должен иметь правовую защиту государства, иначе кредитное учреждение пытается уберечь себя от риска путем увеличения стоимости кредита, усложнением в его получении, повышенными требования к дебитору. Все эти препятствия отнюдь не способствуют оздоровлению финансового рынка Украины и экономики государства в целом. Отсутствие нормального инвестирования тормозит развитие предприятий всех уровней, что в свою очередь сказывается на благосостоянии граждан. Но положительные тенденции, которые наметились в экономике Украины, должны повлиять и на политику финансово-кредитных учреждений, которые будут содействовать становлению промышленности, сельскохозяйственного сектора и сферы услуг, достойных современного европейского государства.

Для улучшения создавшегося нестабильного положения финансово-кредитных учреждений целесообразно провести ряд мер организационно-правового направления, расширить сферу деятельности кредитных союзов, дать им возможность более широко использовать свободные финансовые средства.

Ukraine and economics of the state as a whole. The absence of normal investment brakes development of firms of all levels, that in turn has an effect for welfare of the citizens. But the positive tendencies, which one were scheduled in economics of Ukraine, should influence and policy of financial-credit institutions, which will promote a becoming of an industry, agricultural quadrant and orb of services, worthy modern European state.

For improvement of the built unstable situation of financial-credit institutions it is expedient to conduct a number of measures of an organization-legal direction, to expand a line of business of credit unions, to give them a capability more widely to use free financial assets.

АНДРІЙ КАЛІНІН
Кіровоградський інститут комерції
Економічний факультет, IV курс

ANDRIY KALININ
Kirovohrad Institute of Commerce
Economic faculty, IV year

ДО ПИТАННЯ ПРО ЧЛЕНСТВО УКРАЇНИ В СОТ

THE ISSUE OF UKRAINE'S MEMBERSHIP IN THE WTO

Аналізуючи фази вступу до Світової організації торгівлі, а також переваги та негативні наслідки від входження до цієї організації, автор приходить до висновку, що передумовою безпеки розвитку України є врахування національних інтересів як у сфері міжнародних економічних відносин, так і в сфері внутрішньої економіки.

Analyzing the phases, advantages and disadvantages of the WTO accession, the author comes to the conclusion that a precondition of Ukraine security development is consideration of national interests in both the sphere of international economic relations a and the sphere of national economy

Оптимізація процесів економічного зростання, вдосконалення зовнішньої економічної політики та механізмів прогнозування подальшої економічної ситуації є важливими чинниками вироблення економічної стратегії нашої держави. Для незалежної України умовою переходу до нової системи політичних та соціально-економічних відносин з огляду на поступову євроінтеграцію стане поетапний процес входження до Світової організації торгівлі.

Світова організація торгівлі — це інститут світових господарських відносин, що відображає високий ступінь інтернаціоналізації господарських зв'язків, виконує роль регулятора та координатора міжнародної торгівлі. Поряд з іншими міжнародними економічними інститутами, що регулюють ті чи інші аспекти економічних відносин, зокрема, Міжнародним валютним фондом, Світовим банком, СОТ — один із найважливіших елементів світової економічної системи, правонаступник діючої з 1947 р. Генеральної Угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ). СОТ було засновано 1 січня 1995 р. в результаті Уругвайського раунду багатосторонніх торгівельних переговорів (1986—1994 рр.). Ці документи заклали правовий базис для сучасної міжнародної торгівлі. На сьогодні СОТ налічує 145 членів і контролює близько 92—97 % всієї світової торгівлі товарами і послугами.

Угода про заснування СОТ стала передумовою створення постійно діючого форуму країн-членів, основними напрямами діяльності якого є:

— врегулювання проблем та контроль за реалізацією угод і домовленостей Уругвайського раунду;

— проведення багатосторонніх торгових переговорів та консультацій між зацікавленими країнами-членами;

— розв'язання торгових суперечок;

— моніторинг національної торгової політики країн-членів;

— технічне сприяння країнам, що розвиваються у межах компетенції СОТ;

— співробітництво з міжнародними спе-

The enforcement of the economic growth process, the improvement of foreign economic policy and mechanisms for predicting future economic situations are all important factors in developing our country's economic strategy.

For independent Ukraine, the means of transition to a new system and social-economic relationships in the form of eventual integration in Europe depends on gradual process of joining the World Trade Organization.

The World Trade Organization is the institution of global economic relationships that demonstrates a high level of internationalization of economic links and fulfils the role of a regulator and coordinator of international trade. Along with other international economic institutions, regulating various aspects of economic relationships, for instance, the International Monetary Fund and the World Bank, the WTO is one of the most important elements of the world economic system.

We should point out that the WTO is one of the youngest international organizations which is a legal heir to the General Agreement on tariffs and trade since 1947.

The WTO was founded on January 1, 1995 as a result of the forum held in Uruguay at multi-party trade negotiations (1986—1994). These documents form the basis for international trade.

Currently, the WTO has 145 members and it governs approximately 92—97 % of the world trade of goods and services. An agreement on foundation of the WTO is the prerequisite of formation of the constantly functioning forum of the member-countries. The main directives of this forum are the following:

Solving problems, controlling the fulfillment of the agreements reached at Uruguay forum;

— Conducting multi-party trade negotiations and connections between interested member-countries;

— Solving trade misunderstanding;

— Monitoring the national trade policies of member-countries;

— Technical encouragement of developing

ціалізованими організаціями.

З часу створення СОТ відбувається постійне вдосконалення процедур прийняття рішень та їх виконання членами організації, удосконалення правової бази угод, а також зростання гнучкості їх застосування, враховуючи специфіку економічного розвитку окремих країн. Очевидно, що принципи діяльності СОТ роблять привабливою ідею спів- членства для України. Першим кроком у цьому напрямі було подання у 1993 р. до Секретаріату ГАТТ офіційної заявки уряду України щодо намірів приєднання до цієї організації.

Важливо зазначити, що в середньому тривалість процесу вступу будь-якої країни до СОТ становить трохи більше 5 років. Для України цей процес дещо затягнувся, оскільки вона вже 9 років має статус країни-претендента.

З якими ж факторами пов'язані труднощі, що виникли в процесі приєднання України до СОТ?

Слід зауважити, що процес вступу до СОТ для будь-якої держави передбачає виконання певних вимог і може бути поділений на декілька фаз:

1. Фаза формальностей, змістом якої є подання заяви про намір вступу від держави-претендента.

2. Підготовка та подання до відповідних структур СОТ меморандуму від держави-претендента стосовно її зовнішнього торгівельного режиму.

3. Фаза з'ясування обставин та фактів (або т.зв. фаза запитань та відповідей), протягом якої між СОТ та державою-претендентом ведеться діалог, що має сприяти подальшому полегшенню переговорів.

4. Фаза переговорів може бути тривалою, в залежності від ступеню відкритості країни-претендента у пропозиціях та вимогах щодо ринкового доступу, висунутих країнами-членами СОТ. Фаза запитань і відповідей та фаза переговорів теоретично відокремлені одна від одної, але на практиці співпадають.

Сьогодні Україна перебуває на останній фазі вступу до СОТ, а саме — йдеться про визначення термінів підготовки тексту відповідного протоколу. У цих конкретних умовах *СОТ надає нашій країні певні переваги*:

— відкриття нових ринків для українських експортерів, що відбуватиметься в умовах режиму найбільшого сприяння;

— здешевлення імпортних комплектуючих виробів для вітчизняного виробництва за рахунок зменшення імпортних тарифів;

— введення міжнародних стандартів на товарну продукцію та послуги;

countries within the WTO's jurisdiction;

— Cooperating with international specialized organizations.

Since the time of the WTO's foundation, there has been constant improvement of decision-taking procedures and their fulfillment by the members of the organization. In addition the legal basis of the agreement has strengthened flexibility of their usage in terms of the peculiarity of economic development of some countries.

It's obvious that the functioning principles of the WTO make it desirable for Ukraine to become its member. The first step toward membership was to submit by the Ukrainian government an official application to the Council of GATT concerning its intention to join this organization. It is important to note that the average process of joining the WTO for other countries usually takes a bit more then five years.

As for Ukraine, this process has already been lasting longer than nine years while Ukraine's application is being considerated.

What factors account for the hardships that appeared during the process of Ukraine joining the WTO?

The process of joining the WTO for any country requires the fulfillment of some demands and can be divided into several phases:

1. The phase of formalities: deals with submitting an application for the country's intent to join the WTO.

2. Preparation and submitting of memorandum on the country's foreign trade regime at corresponding institutions of the WTO.

3. Questions and answers phase — in the course of which a dialogue between the WTO and the country to help further negotiations is being kept.

4. The phase of negotiations. It can be long lasting, depending on the level of opennes of the country as to the demands of the WTO concerning trade.

The 3d and 4th phases of negotiations are considered separately in theory but actually they are greatly connected.

At present Ukraine is in the last phase of joining the WTO. This document is concerned with that issue.

Current conditions in the WTO provide Ukraine with some advantages:

Opening new markets for Ukrainian exports that will take place in favorable conditions;

— Decreasing value of imported products for national production due to the decreasing of imported tariffs;

— Applying international standards to goods and services;

— Organizing and developing the transpar-

впорядкування та зростання «прозорості» зовнішнього торгівельного адміністрування;

— підвищення інвестиційного рейтингу країни;

— ліквідація малоефективного виробництва;

— поліпшення конкурентноздатності національної економіки;

— рівноправна участь у виробленні правил міжнародної торгівлі.

Однак цей крок не позбавлений і *негативних наслідків, серед яких фігурують:*

— падіння рівня виробництва у багатьох сферах через зростання імпорту, перш за все в сільському господарстві, вугільній промисловості, машинобудуванні тощо;

— погіршення умов розвитку виробництва широкого спектру послуг (зокрема фінансових та страхових);

— послаблення державного контролю за вивезенням стратегічної та іншої важливої сировини внаслідок ліквідації або зменшення мита.

Очевидно, що за кількістю та значимістю для України переважають позитивні наслідки приєднання до СОТ. Водночас необхідно звернути увагу на те, що для окремих галузей та секторів економіки може складатися різне співвідношення позитивних та негативних наслідків.

Вище подана інформація свідчить, що однією з найважливіших умов вступу України до СОТ має бути врахування національних інтересів у сфері міжнародних економічних відносин та в сфері внутрішньої економіки. Головна мета — досягти таких умов членства в СОТ, які б виключали нехтування правами України в сфері міжнародної торгівлі та забезпечили б реальне поліпшення доступу на світові ринки вітчизняних товарів та послуг. Адже прорив до світового доходу — це найвищий національний пріоритет сучасного світу, що глобалізується. Отже, Україні необхідно знайти оптимальне співвідношення між національними інтересами та вимогами СОТ, баланс переваг та поступок.

ency of external trade administration;

— Increasing the country's investment rating;

— Eliminating non-profitable manufacture;

— Rising the national economy competitiveness;

— Equal participation in establishing international trade rules.

However this measure has *some negative consequences, such as*:

— Declining levels in some fields through increased imports, especially in agriculture, the mining industry and mechanical engineering;

— Causing a deterioration of development in a wide range of service industries (including finance and insurance);

— Weakening state control over exported strategic and other important raw materials as a result of eliminationg of lowering customs taxes.

It is evident that the quantity and remarkability of positive consequences make it desirable for Ukraine to enter the WTO.

At the same time, we have to keep in mind that for some industries and economic sectors there may be a different correlation of positive and negative effects.

The information given above shows that one of the most important conditions under which Ukraine will enter the WTO has to be the consideration of national interests in both the sphere of International economic relations and national economy.

The main goal is to achieve the WTO membership conditions that would permit Ukraine's full legal participation in the international trade sphere and provide real access to Ukraine's products and services for the world market. The world market breakthrough is the main national priority of the modern global world. That is why Ukraine needs to find an optional correlation between national interests and the WTO conditions, and balance advantages and disadvantages.

АННА КИЩЕНКО
Ялтинский институт менеджмента,
Студентка 5 курса фінансового факультету

ANNA KISHCHENKO
Yalta Management Institute,
5-th year of the Department of Finance

ЗНАЧЕНИЕ МЕЖБАНКОВСКОГО РЫНКА ДЛЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ

THE IMPORTANCE OF INTERBANKING MARKET FOR FUNCTION OF BANKING SYSTEM

Дана робота має на меті аналіз питань розвитку міжбанківського ринку. Основна ідея — показати значення розвитку міжбанківського ринку для нормального функціонування комерційних банків України. Вводиться нове поняття «золоте правило» діяльності комерційного банку як суб' єкта міжбанківського ринку. Приведені основні задачі для розробки методологічних підходів формування середовища даного ринку. Автором позглядається міжбанківський ринок як «площина перетинання трьох сфер»: грошового ринку, валютного ринку та ринку цінних паперів.

This research paper is focused on interbanking market (IBM). The focal idea is to show meaningfulness of IBM development for the normal functioning of commercial banks of Ukraine. New notion is entered: «gold rule» of activity of commercial bank as a subject of IBM. The focal tasks for elaboration of methodological approaches in forming environment of the given market are offered. The author analyzes an IBM as «plane of crossing of three spheres»: money-market, currency market and equity market.

Одинадцатилетний переход украинской экономики на путь рыночных преобразований предопределяет ее развитие в русле общемировых тенденций. Поэтому, формируя свою политику, отечественные банки должны опираться на знания и опыт, существующие в мире. Однако, следует учитывать то обстоятельство, что в современных условиях достижение западной экономической теории не в состоянии полностью удовлетворить потребности украинских коммерческих банков как субъектов переходной экономики. Они применимы лишь в той части, которая отвечает специфике развития нашего государства на нынешнем этапе функционирования экономики.

Важнейшей составляющей всей банковской политики является поддержание его платежеспособности и ликвидности. Это «золотое правило» деятельности как непосредственного субъекта банковской системы, так и в целом функционирования финансового рынка. Если рассматривать ликвидность банка как поток денежных средств, то именно ресурсы межбанковского рынка (МБР) являются сферой обеспечения ликвидности банковской системы.

Следует отметить, что вопросам формирования межбанковского рынка в Украине уделялось недостаточно внимания. Это было связано с тем, что законодательно не были урегулированы взаимоотношения субъектов на

The eleven year transition of the Ukrainian economy to market transformations predetermines its development according to the world tendencies. Therefore, forming its policy today the native banks must be based on the knowledge and experience, existing in the world. However, one should take into account the circumstance, that in the modern terms the achievement of western economic theory is unable to satisfy in full way the necessities of the Ukrainian commercial banks as subjects of transitional economy. They are applicable only in that part which corresponds to specific sides of the development of our state on the present stage of economy.

A major constituent of all bank policy is maintenance of its solvency and liquidity. This is the «gold rule» of activity of both a direct subject of the banking system and the function of financial market as a whole.

If we consider liquidity of a bank as a stream of money, then resources of interbanking market (IBR) are the sphere of providing liquidity of the banking system.

It should be noted that the questions of forming interbanking market in Ukraine were not the subject of focus. This was because relations between the subjects at the financial market were not legislatively well-regulated; high inflation, the presence of cheap resources and growing dollar determined the function of interbanking market as speculative and provided a high rate of income of bank transactions, chang-

финансовом рынке; высокая инфляция, наличие дешевых ресурсов и растущий доллар определяли функцию межбанковского рынка как спекулятивную и этим обеспечивали высокую норму прибыли банковских операций, меняя саму природу их риска. Однако снижение темпов инфляции в 1995 году лишили банков условий для пользования преимуществами высокой инфляции. Наступила эпоха кризиса на межбанковском рынке, а именно: исчезновение таких традиционных источников дохода как межбанковские кредиты и операции на срочном валютном рынке.

Исходя из вышесказанного, актуальность темы данного исследования обусловлена необходимостью:

- разработки методологических основ функционирования межбанковского рынка;
- комплексного исследования повышения роли межбанковского рынка в обеспечении ликвидности и платежеспособности коммерческого банка;
- выработки критериев оптимизации управления рисками при проведении операций на МБР.

Вопросы, связанные с исследованием теоретических основ развития и функционирования МБР, сложившейся практики ее реализации и путей совершенствования деятельности МБР в научной работе, разработаны недостаточно. К настоящему времени практически отсутствуют работы, посвященные специальным комплексным исследованиям сущности МБР.

Автором исследования межбанковский рынок рассматривается как «плоскость пересечения трех сфер»: денежного рынка, валютного рынка и рынка ценных бумаг. Целью данной работы является определение сущности МБР, определение механизма его реализации в условиях украинской экономики и роли в обеспечении устойчивости финансово-кредитной системы.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Исследовать теоретические основы функционирования МБР, раскрыв его «внутренний потенциал» и внешние ограничения для нормального развития.

Обосновать необходимость формирования механизма регулирования МБР.

2. Провести анализ банковской практики в управлении риском при проведении операций на МБР.

3. Сформировать и обосновать направления оптимизации функционирования МБР.

Объектом исследования бвыступает АБ «Первый Инвестиционный Банк».

ing nature of their risk. However low ratesof of inflation in 1995 deprived banks of the advantages of high inflation. The epoch of crisis at the interbanking market system came, namely: disappearance of such traditional sources of profit as interbanking credits and operations at the urgent currency market.

Taking into consideration the previous information the importance and necessity of this research paper is explained by the following:

Elaboration of methodological bases of function of interbanking market;

- Complex research of rising role of interbanking market in providing liquidity and solvency of a commercial bank;
- Making up criteria of optimization of risk management while conducting operations at IBR.

Questions, related to research of theoretical bases of development and IBR functioning, the present practice of its realization and the ways of performance of IBR activity in the study are not developed enough. There are no works devoted to the special complex researches of IBM. The authors of this research work considered the IBM as a «plane of crossing of three spheres»: money-market, currency market and equity market.

The purpose of the given research work is identification IBR, determination of technology of its performing in the conditions of the Ukrainian economy and its role in providing stability of the financial-credit system.

To carry out the issues it is necessary to realise the following tasks:

To explore theoretical bases of the IBR functioning, exposing its «inland potential» and external limitations for normal development.

1. To ground the necessity of forming the mechanism of the IBM adjusting.

2. The analyze the bank practice of risk management while conducting the operations at IBM.

To form and ground directions of optimization of the IBM functioning.

The object of research is AB «First Investment Bank».

The most essential scientific results of the given research are as follows:

IBR essence as an object of forming financial relations is theoretically defined and identified;

- The authors have offered the classification of operations at the interbanking market, their advantages and disadvantages;
- The high-quality and quantity of IBM risks are defined;

Наиболее важные научные результаты данного исследования заключаются в следующем:

- теоретически обоснована и определена сущность МБР как объекта формирования финансовых отношений;
- авторами предложена классификация операций на межбанковском рынке, выделены их преимущества и недостатки;
- определены качественные и количественные риски МБР;
- обоснованы критерии оптимизации управления рисками при проведении операций на МБР.

The criteria of optimization of risk management while conducting operations at MBR are proved.

ОЛЬГА КЛИМЕНКО
Київський національний торговельно-економічний університет
Факультет економіки, менеджменту та права, III курс

OLGA KLYMENKO
Kyiv National University of Trade and Economy
The faculty of economy, management and law third year student

ДЕЯКІ КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

SOME CONCEPTUAL APPROACHES TO THE DETERMINATIONS OF THE INFORMATION SOCIETY

В сучасних умовах люди є свідками та учасниками створення нового типу суспільства: інформаційного. Адже формування інформаційного суспільства не може бути справою вільного вибору, а тільки суворим, історично-необхідним процесом, бо на даному етапі розвитку людства не існує іншого важеля, який би був таким ефективним стимулятором якісного перетворення всіх сфер суспільства і його розквіту. За даних обставин, необхідною метою людства стало вжиття всіх можливих заходів для побудови інформаційного суспільства як цілковито необхідної умови його подальшого розвитку.

The theses are devoted to the analysis of some conceptual approaches to the determination of informational society, correlation and interaction of its economic-stratification and cultural-communicational components, analysis of the place and role of informational systems in the structure of the contemporary civilization and their importance to the solution of the global world problems.

Інформаційне суспільство, яке формується у розвинутих країнах, перебуває в «первісному» стані, але воно впевнено набирає сили і вже зараз переконливо демонструє економічну могутність і соціальний потенціал. У цьому аспекті необхідно виділити декілька характерних рис інформаційного суспільства.

Глобальні структурні зміни, що відбуваються протягом останніх десятиліть у світовій економіці багато в чому завдяки революційним темпам розвитку інформаційних технологій, дають змогу науковцям говорити про виникненн так званої «нової економіки», в якій конкурентоспроможність та

A modern environment people are witnesses and participants of creation of new type of society — information society. You know that creation of the above mentioned society is not an act of free choice but a strict, historically-essential process, because there is no other more important factor which could be so effective stimulus of all society circles alteration and the peak of its development.

That is why the necessary aim of our humanity today is to use all possible ways to build the information society as a necessary condition of the following development of humanity history.

Nowadays the information society which is

продуктивність факторів чи агентів (або фірми, або регіону, або нації) залежить у першу чергу від їх здатності створювати, обробляти та ефективно використовувати інформацію, що базується на знаннях. Інформація та знання виступають як самостійні фактори виробництва і як головні фактори його розвитку. До складових нової економіки доцільно віднести продукти високих технологій, продукти і послуги інформаційних технологій, електронний бізнес до бізнесу (business to business), електронну торгівлю. Впливаючи на становлення нової економіки, інформаційні процеси, що існують сьогодні, прямо чи опосередковано — через економічні явища — впливають на інші сфери суспільства.

Властивості інформації надзвичайні, а саме: відносна доступність, невичерпність, незалежність від часу, економічність тощо, сприяють змінам соціального простору в цілому. Фактично з'являються нові транснаціональні соціальні верстви, а тим самим і новий спосіб соціальної ідентифікації. Якщо підставою традиційної стратифікації вважається соціальна нерівність, обумовлена об'єктивними параметрами життєдіяльності людей, то в інформаційному просторі головну роль відіграють чинники, що пов'язані з ідейно-політичними позиціями індивідів. Дослідники вбачають перепону для створення гармонійного та стабільного суспільства в інформаційному просторі в появі новітньої інформаційної нерівності («Digital divide»). Для неї притаманний розрив між різними країнами, регіонами, соціальними верствами з погляду їхнього залучення до творення глобального інформаційного суспільства.

Інформаційна нерівність може виявлятися на різних рівнях: інформаційне домінування одних країн над іншими, інформаційно-розвинений Захід та недостатньо розвинений Схід тощо. В останні роки міжнародне співтовариство докладає багато зусиль для розв'язання проблеми «цифрового розриву».

Неоднозначність та суперечність сучасних процесів, пов'язаних зі становленням інформаційного суспільства, викликає занепокоєння громадськості. Серед негативних соціальних наслідків глобальної інформатизації вчені визначають наступні: скорочення безпосереднього спілкування між людьми, інтелектуальна пасивність та поверховість людини, ізолювання (так звана «інтерактивна самотність особистості»), виникнення «штучного рабства» тощо.

Стосовно політичної сфери, необхідно

being formed in high-developed countries is in its initial state but it becomes more powerful and it can demonstrate its economic strength and social potential.

From this viewpoint we have to single out some characteristics of the information society.

Global structural alterations can take place in the world economy during the last decades due to revolutionary rate of development of information technology .Now our scientists are allowed to say about the rise of so called new economy where any competitiveness and factors or agents productivity(of a firm, region or nation) depend on their ability to create, treat and use effectively information based on knowledge.

Information and knowledge are independent factors of production and the main factors of its development.

Some products of high — technology, products and services of information technology, e-business, busines to busines, e-commerce can be belonged to the components of new economy.

Having an effect upon the formation of the new economy the modern information process can affect different circles of our society directly or indirectly through economic phenomena.

Nowadays particular features of information just its availability, infinity, independence of time, economy etc can promote social alteration.

The basis of traditional stratification is social inequality conditioned by the objective characteristics of human activity but in informational space the factors connected with conceptual and political viewpoints of individuals play the key role. Researchers consider the phenomenon of so-called digital divide to be the hindrance to the establishment of harmonious and stable society in informational space. The gap between different countries, regions, social standings form the point of view of their engagement in common movement towards global informational society is peculiar to digital divide. Digital divide may reveal itself at different levels: informational predominance of some countries over others, informational developed West and not enough developed East, etc. The international community has put much effort to solve the problem of digital divide recently.

Ambiguity and contradiction of current processes connected with the establishment of informational society cause the public concern. Among the negative social consequences of global informatization scientists distinguish the following: reduction of direct communication between people, intellectual passivity and superficiality of a person, isolation (so-called interactive solitude of a person-

зазначити, що так званий «деліберативний простір», іншими словами — Інтернет є сферою суспільного життя, в якому відбувається обговорення ідей, погодження інтересів, пошуки компромісів, де групи людей та окремі індивіди беруть участь у прийнятті національних та міжнародних рішень. Звідси випливає принципово новий рівень політичного діалогу, що в майбутньому може призвести до формування транснаціонального політичного класу та світової суспільної думки, з якою доведеться рахуватись (у зв'язку з цим виникли такі поняття, як «електронна демократія» та «електронний уряд»). Розширення знань за допомогою комунікаційних процесів та перетворення цих знань в необхідний ресурс розвитку політичних відносин, сприяє створенню нових образів влади, нових політичних інститутів, норм, побудові нової ієрархії цінностей тощо.

Стимулюючи залучення культурних ресурсів у політику, комунікації змінюють не лише політичне середовище, а й місце в ньому культурних компонентів. Комунікації формують та впорядковують простір культури, створюючи в ньому базові та вторинні структурні елементи. Таким чином, «владу та вплив має той, хто здатен створювати нові культурні коди».

Як бачимо, новітні процеси ставлять під сумнів існування політичних кордонів. Зміна взаємин між владою і громадянином спонукає людей все частіше звертатися до нестандартної моделі поведінки, що має інокультурне походження. Реакція національних культур на інокультурні явища може варіюватися від активного не сприйняття іновацій до поступової трансформації. Електронні комунікації настільки активізували міжкультурне спілкування, що можна з упевненістю стверджувати про початок формування «геоменталітету» сучасного світу. Врешті-решт це може призвести до порушення гармонії вже існуючих культур, втрати ними первісних базових цінностей і навіть, як дехто вважає, до ліквідації «національної ідентичності».

Активність держав у комунікаційній сфері стала безперечним фактором політичної толерантності в міжнародних відносинах, також вона зменшує можливість встановлення у державі авторитаризму та близького до нього ізоляціонізму. Але з іншого боку, домінування інформаційних систем може слугувати знаряддям придушення демократії та маніпулювання світовою суспільною думкою.

Технологічні процеси змінили уявлення

ality), appearance of artificial slavery, etc.

As for the political sphere, it is necessary to point out that the so-called deliberate space in other words the Internet is the field of social life, in which discussion of ideas, interests agreement, search of compromises take place. In this field separate groups of people and individuals take part in the process of making national and international decisions. From this a crucially new level of political dialogue follows. This, in turn, may lead to the formation of transnational political class and world public opinion, which we will have to take into account (in this connection such notions as electronic democracy and electronic government appeared). The extension of knowledge with the help of communication processes and transformation of this knowledge into a necessary political relationship resource promote the establishment of new political power images, new political institutions, norms, creation of a new hierarchy of values, etc.

Stimulating the cultural resources involvement in the politics, communications change not only the political environment but cultural components contributions to this environment. Communications form and regulate the culture space, creating new basic and secondary structural elements in it, thus «the one who is able to create new cultural codes has the power and influence.»

As a matter of fact, the new processes question the existence of the political borders. Alternation of interrelation between the power and the citizen makes people apply to the non-standard behavior pattern, which has foreign culture origin. National cultural reaction to the foreign cultural phenomena can vary from active rejection of innovations to gradual transformation. Electronic communication networks have activated intercultural communication to such a degree that you may assuredly state the beginning of the formation of modern world «geomentality», Finally, it can lead to the breach of harmony between existent cultures, to the loss of initial base values, and even to the elimination of «national identity».

States, activity in the sphere of communication is an indisputable factor of political tolerance in the international relationships. It also reduces the possibility of establishment of authoritarian regime and close to it isolationism in the states. But on the other hand, prepotency of informational systems can serve as an instrument used to strangle democracy and to manipulate the world public opinion.

Technological processes altered the idea of the state might and the balance of forces in the world scene. Nowadays one of the most important components of national and international security is just informational security, that is the provision of reliable and multilateral protection of a person, state, and society from the threat of deconstructive spon-

про державну міць і баланс сил на світовій арені. Сьогодні одним із найважливіших компонентів національної та міжнародної безпеки є саме інформаційна безпека, тобто забезпечення надійного та багатобічного захисту особистості, держави і суспільства від загрози деструктивних стихійних потоків інформації. Зовсім інше забарвлення мають війни в інформаційному просторі, бо запорукою перемоги в них стає саме інформаційна боротьба, що допомагає дати оцінку супротивнику, визначити і вивчити його слабкі місця.

«Інформаційне суспільство» — це свого роду відповідь людства на виклик сучасності, це природний інстинкт людини до самозбереження, це утопічна надія на подолання всіх сучасних глобальних проблем світовою спільнотою!

taneous dataflows. Wars in the informational society have quite another coloration, and it is the informational struggle that guarantees victory, because it allows to estimate the adversary, to determine and study his/her weak points.

Informational society is in its own way an answer to the challenge of the present, it is a human natural instinct of self-preservation, it is a Utopian hope of solution of global problems by the world community.

ЮЛІЯ КЛИМКО-ОВЕРЧЕНКО
Полтавський національний технічний університет
Економічний факультет

JULIA KLUMKO-OVERCHENKO
Poltava National Technical University,
Economy Faculty

ТЕНДЕНЦІЇ СПОЖИВЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ

TENDENCIES OF UKRAINIAN CONSUMER'S MARKET

Доповідь розкриває основні питання стану та досліджень розвитку споживчого ринку України. Показано, що в основі досягнутого економічного зростання лежить розвиток внутрішнього споживчого ринку, дослідження якого має велике економічне значення. Особливо важливо дослідити вплив асиметричної інформації на поведінку споживачів за перехідних економік.

The speech analyses the main questions of the current position of Ukrainian consumer 's market and its research. It is shown that the basic criteria of economic growth are the progress of domestic consumer 's market and its research has a great importance in economic science. It is especially important to establish the influence of asymmetric information to consumer 's behavior in instable economic conditions.

Сучасний стан економіки України характеризується тенденцією зростання. За три останні роки було забезпечено вражаючий приріст ВВП у порівнянні з минулими періодами. Зростання ВВП у 2000 році становило 5,8 %, в 2001 році — 9,1 %, в 2002 році близько — 4 %. Не викликає сумніву, що саме споживчий ринок України став каталізатором відновлювальних процесів у економіці.

Однак, серед країн, що беруть участь у європейських зіставленнях, Україна займає 43 місце, її показник ВВП на душу населення в 1,9 разів менший середньосвітового значення. Особливо небезпечні диспропорції склалися в обсягах споживання: продуктами харчування забезпечується тільки 30 % рівня ЄС, одягом — близько 6 %, транспортом — 2 %. В цілому за рівнем споживання ми відстаємо від країн Європейської

The current position of Ukrainian economy is characterized by the growing tendency.

For the last three years GDP growth was 2000 — 5.8 %, 2001 — 9.1 %, 2002 — 4.0 % — a remarkable result. No doubt the main reason of this achievement was the consumer's market. Among cloth consumption — about 6 %, transport — 2 %. Overall consumption in Ukraine is 62 times less than of EC.

That is why from my point of view there is a strong need in researches, which would encourage the forecast of the development of consumer's market.

There are some research projects on this topic but not too many. For instance, ICPR research analyses the tendency of the consumer's expectations index (CEI). In December 2002 there was an increase of CEI by 4 % points (93.4 from 200 possible). However it is 1,9 points less than the record of June 2002.From

спілки в 6,2 раза. Саме тому, на наш погляд, необхідно забезпечити проведення грунтовних досліджень, які дозволять зробити прогнози подальших тенденцій споживчого ринку.

Важливо приділити увагу вивченню попиту та його тенденцій. Певні роботи з цих питань вже виконуються, але в цілому даних досліджень дуже мало. Наприклад, дослідження Міжнародного центру перспективних досліджень, дають можливість оцінити тенденції індексу споживчих настроїв. У грудні 2002 року було зафіксовано певне поліпшення споживчих настроїв громадян — мало місце зростання ІСН: на 4,7 пункту його значення склало 93,4 (за можливих значень від 0 до 200). Проте й воно на 1,9 пункту нижче за рекордно високе значення, зафіксоване у червні 2002 року.

Від початку 2002 року динаміка ІСН була неоднорідною: значення індексу постійно коливалося. Індекс поточного становища (ІПС), навпаки, згідно з дослідженнями у грудні сягнув рекордно високого значення — 83,2 пункту, динаміка індексу відбила стрімке зростання доходів громадян, які протягом минулого року зросли більше, ніж на 20 %. Важливо, що впродовж року збільшилася схильність громадян робити значні придбання — відповідний індекс протягом 2002 року збільшився на 7 пунктів, зокрема, в IV кварталі — на 7,6 пункту до 74,7.

У той же час, дослідження показують, що споживачі ще не мають можливості якісного задоволення своїх потреб. Наприклад, щодо продуктів харчування: 76 % опитуваних засвідчили, що головним фактором, який впливає на їхнє рішення про купівлю товару, є ціна. На другому місці такий критерій, як імідж виробника. А ось упевненість в якості продукту, терміну природності майже не впливають на рішення споживача і за своїм місцем у рейтингу стоять ближче до фактора «гарна упаковка».

Не менш показово, що економічні очікування громадян зростають надто повільно. Порівняно із груднем 2001 року, ІЕО знизився на 6,3 пункту, тобто в 2002 році в країні суттєво зменшилася частка громадян, які сподіваються на покращення економічної ситуації в країні. Подальше збагачення її споживчого рику, пов'язане не тільки з підвищенням доходів населення, важливим фактором зростання має стати підвищення рівня інформованості та захищеності покупця.

У зв'язку з усім сказаним доцільно згадати висновки щодо ролі асиметричної

the beginning of 2002 CEI was instable. Current situation index(CSI) on the contrary reached its record position — 83.2 points. Index represented the quick growth of people's income, which increased by more than 20 %. It is important that during 2002 people made more big purchases.

An the same time the researches show that consumers are still unable to satisfy their needs properly. For example, according to ICPR research 76 % respondents stressed that the price remains the main criteria in food consumption. The fabricator's image is on the second place. Such factors as confidence in product's quality, term of use as well as package are much less influent on consumers' decisions. There is no reason for optimism in the fact that economic expectations are not growing as much. In comparison with December 2001 CEU fell by

6,3 points, so in 2002 the number of people with positive expectations for economic situation in Ukraine decreased dramatically.

In future increasing of consumer's market is connected not only with growing of people's income but also with informing and consumer's security. In this case, it is necessary to address to the works of Nobel winner Jorge Acerlofe. He wrote, «when the sellers know more about goods than consumers, this situation forms another situation when good and bad goods have the same price». On his opinion, the result is that the market disappears. To avoid this Acerlofe suggests goods guarantee open information about fabricator's image and its position on the market. I think it is very important to research influence of asymmetrical information for countries with changeable economy.

інформації в економічних системах, сформульовані в роботах лауреата Нобелівської премії Джорджа Ейкерлофа. Він обгрунтував, що обмеженість у інформації, коли продавці знають більше про товар, ніж покупці, формує ситуацію, за якої якісні та погані товари продають на ринку по одній ціні. На думку вченого, в подальшому це призводить до краху та навіть повного зникнення ринку. Щоб уникнути такої ситуації, Ейкерлоф пропонує представляти покупцеві найширші гарантії, і, що не менш важливо, відкриту та суттєву інформацію щодо іміджу компанії, її поведінки на ринку.

Можна впевнено сказати, що відсутність відкритої інформації буде консервувати диспропорції виробництва та споживання, а тому необхідно поглибити рівень досліджень у цій галузі.

НАТАЛІЯ КОВАЛЕНКО,
ІРИНА КОВАЛЕНКО
Донецький національний університет
Економічний факультет
4 курс

NATALIE KOVALENKO,
IREN KOVALENKO
Donetsk National University
Economic Faculty,
4th year

УКРАЇНА ТА СОТ: МОЖЛИВІ НАСЛІДКИ ІНТЕГРАЦІЇ

UKRAINE AND WTO: POSSIBLE CONSEQUENCES OF INTEGRATION

У цій роботі розглянуті можливі позитивні та негативні ефекти від вступу України до Світової організації торгівлі та підкреслена наявність шляхів мінімізації втрат від окресленого інтеграційного процесу. Визначена об'єктивно зумовлена необхідність такого приєднання, що пов'язана із сьогоденними тенденціями глобалізації світового господарства, вступу основних торгівельних партнерів України до ЄС та ГАТТ/СОТ.
Також у статті відзначені деякі дії уряду нашої країни стосовно інтеграції України до Світової організації торгівлі. Зроблені висновки щодо важливості таких дій для становлення цивілізованого ринкового господарства, здійснення радикальних економічних реформ в нашій державі, а також прискорення інтеграції України у світові та європейські економічні й політичні структури.

Проблеми вступу нашої країни до Світової організації торгівлі виходять сьогодні на перший план. Об'єктивно зумовленою обставиною є те, що подальша відсутність України у цій глобальній економічній організації не має більш-менш раціональних обгрунтувань. Адже наприкінці

The problems of the joining the World trade organization are actual for Ukraine today. The objectively caused circumstance is that the further absence of our country in this global economic organization has not a rational basis in conditions, when in the end 2001 China joined WTO, and the precise attributes of the

2001 р. до СОТ приєднався Китай і з'явилися дедалі чіткіші ознаки майбутнього набуття членства в ній Росії. До того ж, вступ до СОТ — обов'язкова передумова для реальної, а не декларативної інтеграції нашої країни до Європейського Союзу. Ось, які переваги отримає Україна зі вступом до СОТ:

1. Збільшення інвестицій в економіку країни, забезпечення технологічного оновлення та переозброєння національного виробництва, збільшення експортного потенціалу та експорту високотехнологічної продукції. Так, за оцінками фахівців Міністерства економіки, після приєднання України до СОТ обсяг вітчизняного експорту зросте мінімум на 1 млрд дол. США.

2. Відповідне реформування зовнішньоторговельного режиму має стати фактором гарантування економічної безпеки країни та прозорості економічних реформ.

3. Членство України в СОТ забезпечуватиме зменшення тарифних та нетарифних обмежень для вітчизняних виробників (1, 2, 5, 7).

4. Участь у СОТ сприятиме створенню ефективної системи захисту національного товаровиробника, яка відповідає загальновизнаним правилам системи СОТ (втрати від антидемпінгових заходів проти України сьогодні становлять 2—3 млрд дол. на рік).

5. З'являться також нові можливості для відстоювання національних інтересів через застосування багатосторонніх механізмів справедливого вирішення торговельних спорів, що діють у рамках СОТ.

6. Вступ до СОТ — одна з умов надання нашій країні фінансової допомоги міжнародними фінансовими організаціями.

7. Українські споживачі мають виграти від розширення на ринку асортименту та якості товарів і послуг, зниження їх цін.

8. Для виробників вступ до СОТ зокрема означатиме зниження комерційних ризиків, що сприятиме зниженню собівартості української продукції і, відповідно, підвищенню конкурентоспроможності вітчиз-няних компаній (2, 5, 7).

9. Членство у СОТ, до того ж, є передумовою лібералізації режиму торгівлі між Україною та ЄС, створення зони вільної торгівлі та забезпечення поступової інтеграції України до Європейського Союзу.

За традицією, на вступ до Світової організації торгівлі ключовою є згода США, ЄС та Японії. При цьому, якщо із Японією та ЄС Україна не має торговельних суперечностей (деякі претензії ЄС погодився винести за рамки переговорів із СОТ), то із Сполученими Штатами наша країна й досі має два неузгод-

nearest membership in it in 2003 appeared for Russia. Besides, the participation in WTO — obligatory precondition for real, instead of declarative Ukrainian integration into the European Union, which now is one of the main state purposes.

First of all, we shall allocate the certain *advantages* of the introduction of Ukraine in WTO:

1. Increase of the investments into the national economy, maintenance of technological updating and reequipment of national manufacture, increase of an export potential and export of highly technological production. So, according to the experts of the Ministry of economy, after connection of Ukraine to WTO the volume of domestic export will rise a minimum by $1 mill.

2. The appropriate reforming of the foreign trade mode of Ukraine should become a guarantee of economic safety of the country and transparency of economic reforms.

3. The membership of Ukraine in WTO will supply the reduction of tariff and non-tariff restrictions for the domestic manufacturers.

4. The participation in WTO will promote creation of an effective system of protection of the national manufacturer, which answers the conventional rules of WTO system (the losses from antidumping procedures against Ukraine assumes today about $2—3 mill. per year).

5. The new opportunities for national interests protection will appear by application of multilateral mechanisms of the trade disputes fair decision, which work in WTO.

6. Introduction in WTO — one of conditions of granting to our country the international financial organizations' help.

7. The Ukrainian consumers will win from expansion (because of a more effective competition in the market) of assortment and quality of the goods and services, decrease of their prices.

8. For the manufacturers the introduction in WTO will mean the reduction of commercial risks, that will promote decreasing of the costs of Ukrainian production and increasing of the domestic companies' competitiveness.

9. The membership in WTO will become the precondition for the prompt liberalization of a trade mode between Ukraine and EU, creation of a free trade zone and maintenance of gradual Ukrainian integration into the European Union.

On tradition, at the introduction into the World trade organization the main are the consents of USA, EU and Japan. Thus, if Ukraine has not the trade contradictions with Japan and EU (of the EU has agreed to take some claims out of the limits of negotiation with WTO), it

жених питання: українське піратство та заборонений імпорт американської курятини на територію України. Ще одна проблема — проблема часу: Верховна Рада навряд чи спроможна буде оперативно й належним чином удосконалити вітчизняне законодавство, максимально наблизивши його до стандартів СОТ (6).

Але, окрім названих позитивів, існує можливість появи значних негативних наслідків інтеграційної торговельної політики:

1. Приєднання до СОТ може загострити низку внутрішніх економічних проблем України, що зараз є менш вираженими, з огляду на наявність певних бар'єрів для торгівлі та використання заходів державної підтримки окремих виробництв. Концентрація ж на потенційних довгострокових перевагах членства в СОТ може спричинити недооцінку урядом наслідків початкового періоду (1, 3, 4).

2. Окремі вітчизняні виробники можуть виявитися не готовими до жорсткої міжнародної конкуренції. За індексом поточної конкурентоспроможності, що складається в рамках «Глобального звіту про конкурентоспроможність» («World Economic Forum. Global Competitiveness Report 2001—2002»), у 2001 р. Україна за рейтингом конкурентоспроможності зростання посіла серед 75 країн лише 69-те місце.

3. Істотні проблеми реструктуризації, очевидно, чекатимуть український аграрний сектор, що користується зараз досить значним рівнем захисту від зовнішньої конкуренції.

4. З проблемами перебудови зіткнеться й український сектор послуг. Однак більшість із них не надто вразливі до чинників міжнародної конкуренції.

5. Проте вітчизняні авіаційні і, якоюсь мірою, морські транспортні послуги можуть бути частково витіснені з міжнародних ринків перевезень.

Однак, оцінюючи загалом проблему можливих негативних наслідків та ризиків, які випливають з приєднання України до СОТ, слід зазначити, що дію несприятливих економічних чинників не слід абсолютизувати. У цілому приєднання України до СОТ відповідає її стратегічним інтересам. По суті, воно означатиме кардинальний поворот від практики довільного встановлення та застосування державою правил економічної поведінки до поступового впровадження правил, визнаних на багатосторонній міжнародній основі. Цей крок може стати вирішальним у процесі становлення цивілізованого ринкового господарства в нашій країні, здійснення більш радикальних адміністративної і структурної реформ, при-

still has the unmatched questions with the United States: the Ukrainian piracy and forbidden import of the American chicken meet. One more problem is a problem of time: the Ukrainian Parliament is hardly capable properly to improve the legislation during one year, by approaching it to the WTO standards.

But except the named positive there are significant *negative consequences* of trade integration:

1. The connection to WTO can aggravate a number of internal problems of Ukraine, which are now less expressed because of existence of trade barriers and use of state support of separate manufactures. The concentration on potential long-term advantages of membership in WTO can provoke underestimation of initial period consequences by government.

2. The separate domestic manufacturers can be not ready to a rigid international competition. On an index of the current competitiveness in frameworks of «The Global report on competitiveness» (World Economic Forum. Global Competitiveness Report 2001 — 2002) in 2001 Ukraine has occupied 69th place among 75 countries.

3. The essential problems of re-structuring will be in the Ukrainian agrarian sector, which now uses a high level of protection from an external competition.

4. The Ukrainian sector of services will face problems of reorganization. However, the majority of services «feel» the international competition a little.

5. But the domestic air and sea transport services can be partially superseded from the international markets of transportations.

However, at an estimation of possible negative consequences and risks of Ukrainian joining WTO it is necessary to note, that the action of negative economic forces is not necessary to absolute. In most cases there are methods of their elimination or minimization.

In the whole the Ukrainian membership in WTO corresponds to its strategic interests. As a matter of fact, it means cardinal turn from practice of a slow establishment and application by the state of economic behavior rules to gradual introduction of rules recognized by the international community. This step can become decisive during an establishment of a civilized market economy in our country, realization of radical administrative and structural reforms, acceleration of the Ukrainian integration into the world and European economic and political structures.

скорення інтеграції України у світові та європейські економічні й політичні структури (5).

ОЛЕНА КОЗЛЮК
Південно-східний центр муніципального і регіонального розвитку
Заступник генерального директора

HELEN KOZLYUK
South-east center of Municipal and Regional Development,
Vice-chairman of director

УРАХУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ ПРИ ПРОВЕДЕННІ ЕКОНОМІЧНИХ ТА СОЦІАЛЬНИХ РЕФОРМ В УКРАЇНІ

CONSIDERATION OF PUBLIC OPINION DURING REALIZATION ECONOMIC AND SOCIAL REFORM IN UKRAINE

У роботі зроблено спробу висвітлити проблему необ'єктивного тлумачення результатів соціологічних досліджень щодо ставлення громадськості до зовнішньоекономічного курсу України. Подано результати опитування мешканців Луганщини щодо інтеграційних процесів та запропоновані механізми роботи з громадськістю.

The problem of the biased interpretation of results of sociological researches in relation to attitude of public toward the external economic course of Ukraine is listed. The information about the attitude of the Lugank oblact citizens on the to integration processes problem is shown. The scheme of work with the population is offered.

З моменту декларації самостійності, Україна прагне отримати загальносвітове визнання, адже в сучасних умовах глобалізації економічний розвиток та безпека кожної країни залежить від спроможності її Уряду ефективно співпрацювати з міжнародними організаціями. Ратифікувавши у 1994 році «Угоду про партнерство і співробітництво між Україною і Європейськими Співтовариствами та їх державами-членами», наш Уряд зайняв активну позицію щодо досягнення цієї мети, здійснюючи адаптацію економічного, соціального та правового становища країни до європейських стандартів.

Однак якщо Україна прагне дотримуватися демократичних принципів і прислуховуватися до волевиявлення громадян на загальнодержавних та місцевих виборах, то й стратегічно важливі рішення також повинні прийматися з урахуванням громадської думки. Але як втілювати у життя обраний зовнішньоекономічний курс, якщо, за даними всіх відомих дослідницьких інститутів, більшість населення України зорієнтована на

From the moment of declaration of independence, Ukraine aims to get world confession, in the modern terms of globalization economic development and safety of every country relies on possibility of its Government effectively to co-operate with international organizations. Ratified «Agreement about partnership and collaboration between Ukraine and European Concords and their states-members» in 1994, our Government planted active oneself in relation to achievement of this purpose by adaptation of position of country economic, social and legal to the European standards.

However if Ukraine aims to adhere to democratic principles and listen to will of citizens on elections national and local, strategically the important decisions also must be adopted taking into account public opinion. But how must one incarnate the chosen external economic course in the life, if from data of all known research institutes is majority of population of Ukraine oriented to development of relationships with Russian Federation, instead of with the countries of Europe East and Western[1]? Therefore for effective realization of the subsequent programs eco-

розвиток стосунків із Російською Федерацією, а не з країнами Східної та Західної Європи[1]? Тому для ефективної реалізації подальших економічних та соціальних програм, перш за все, необхідно виявити причини такого ставлення.

У зв'язку з тим, що жодне соціологічне дослідження не пояснює, що саме не задовольняє наших громадян у стратегії України, Південно-східним центром Муніципального і Регіонального Розвитку за сприяння міжнародного фонду «Відродження» з 11 до 18 березня 2003 року було проведене опитування 630 мешканців м. Луганська. Основна мета цього дослідження полягала в з'ясуванні наступних питань:

1. Виявити геополітичні уподобання мешканців Луганщини щодо розвитку стосунків України з Європейським Союзом та з Євроазіатським економічним співтовариством.

2. Виявити ставлення мешканців Луганщини до вимог та пропозицій міжнародних організацій, які вже підтримані Урядом України та відбуваються у нашому суспільстві.

3. Виявити рівень інформованості та громадської активності пересічних громадян (тобто визначити фактори та чинники, під впливом яких була сформована громадська думка).

Результати даного опитування ще раз підтвердили, що мешканці східних регіонів України справді тяжіють до союзу з Росією та країнами СНД. Однак це дослідження засвідчило й те, що до такого роду інформації не можна ставитися об'єктивно, бо громадська думка формується тільки на базі особистих міркувань та під впливом засобів масової інформації (результати опитування показали дуже низький рівень обізнаності пересічних громадян із базовими документами та угодами — лише 5,23 % респондентів вивчали «Програму інтеграції України до Європейського Союзу» та 4,09 % ознайомилися з «Угодою про партнерство та співробітництво між Україною і Європейськими Співтовариствами та її державами-членами»).

Таким чином, при реалізації кардинально нових програм та проектів соціально-економічного напряму вкрай необхідно або заздалегідь інформаційно підготовлювати та врозумляти населення, або, хоч як це й сумно, наперекір усталеній думці рішуче прова-

nomic and social, foremost it is necessary to expose the reasons of such appeal.

In connection with that in the east regions of Ukraine such thought and none sociological research especially prevails does not explain that exactly dissatisfies our citizens at the chosen strategy of Ukraine, by the South-east center of Development Municipal and Regional at the assistance international fund of «Revival» from 11 to March, 18, 2003 questioning 630 ihabitants of Lugansk was conducted.

The primary purpose of this research consisted in finding of the following questions out:

1. To expose geopolitical tastes of habitants of Louganshini in relation to development of relations of Ukraine with European Union and with an euroasiatic economic concord.

2. To expose the relation of ihabitants of Louganshini in relation to the requirements and suggestions of international organizations which are already supported by Government of Ukraine and taken place in our society.

3. To expose the level of being informed and public activity of ordinary citizens (that is to define factors and, under act of which public opinion was formed).

The results of the given questioning once again confirmed existent position — the ihabitants of east regions of Ukraine indeed gravitate to the union with Russia and countries of NIS. However this research yet confirmed that, to such information it is impossible to belong objectively, because public opinion is formed only on the base of the personal reasoning and under act of mass media (the results of questioning showed a very low level of knowledge of ordinary citizens about base documents and agreements — only 5,23 % of respondents studied «Program of integration of Ukraine to European Union» and 4,09 % familiarized with «Agreement about partnership and collaboration between Ukraine and European Concords and its states-members»).

Therefore during realization of cardinally new programs and projects of socio-economic direction, it is needed either to preliminary inform and teach population, or, as sad it is contrary to public opinion resolutely to conduct the planned actions.

[1] http://www.ukraine.ru/fom/26_03_2002/table06.html

дити заплановані дії.

СЕРГІЙ КОЛПАКОВ
Технологічний університет Поділля (м. Хмельницький)
Факультет бізнесу та права, 4-й курс

SERGIY KOLPAKOV
Technological University of Podillya (Khmelnytsky)
Faculty of business and law 4 yearcourse

ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

PROSPECTS AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF ELECTRONIC COMMERCE IN UKRAINE

У роботі окреслено основні перспективи та проблеми розвитку електронної комерції в Україні. Значна увага приділяється перевагам застосування такої комерції в Європі. У статті наведені проблемні аспекти щодо впровадження електронного бізнесу на території України та виявлені основні перешкоди його поширення.

In the work the basic prospects and problems of development electronic commerce in Ukraine are determined. The significant attention is allocated to advantages of application of e-commerce in Europe. In clause the resulted problem aspects concerning introduction of electronic business on territories of Ukraine and the revealed basic obstacles concerning distribution.

Процес комерціалізації інформаційної сфери і перенесення ділової активності та частини бізнес-процесів у кібернетичний простір став одним із найяскравіших проявів «нової економіки» та одним із факторів, що її породжує. Внаслідок цього з'явився новий перспективний та динамічний сектор економіки — електронний бізнес. Інформаційні мережі стали середовищем, в якому відбуваються бізнес-процеси, та одночасно — інфраструктурним забезпеченням електронного бізнесу.

Згідно з опитуванням, проведеним у вересні 2001 р. консалтинговою компанією «Cap Gemini Ernst & Young» серед 310 німецьких компаній, для 76 % респондентів електронний бізнес має дуже важливе значення, близько 50 % розвивають власну стратегію електронного бізнесу та працюють над власним Інтернет-іміджем. До головних цілей електронного бізнесу, питому вагу яких визначили респонденти при опитуванні, належить:

- прискорення бізнес-процесів — 81 %;
- підвищення привабливості компаній як

The process of commerce information sphere and transferring business activities and parts of business-processes to cybernetics space has began one of the bright examples of «new economy» and one of the factors, that generates it. A new perspective and dynamic sector of economy — electronic business has appeared. Information networks are environment in which there are business-processes, and pari passu — infrastructural maintenance of electronic business.

According to the interrogation in September 2001 by the consulting company «Cap Gemini Ernst and Young» among 310 German companies, for 76 % of respondents electronic business and working out own Internet — image count. To overall objectives of electronic business which densities was defined by respondents at interrogation, belong:

- Acceleration of business-processes — 81 %;
- Increase of appeal of the companies as employers — 69 %;
- The best conformity to inquiries and needs of clients — 66 %
- Acceleration of processes of the adaptation of the companies to market changes — 63 %;

роботодавців — 69 %;

• висока відповідність запитам та потребам клієнтів — 66 %;

• прискорення процесів пристосування компаній до ринкових змін — 63 %;

• якісніша комунікація та підвищення продуктивності — 62 %;

• поліпшення іміджу та підвищення репутації компанії — 61 %

• зменшення видатків та раціоналізація — 61 %;

• розширення ринку — 56 %;

• отримання нових клієнтів — 48 %;

• підвищення відкритості та прозорості бізнес-процесів — 47 %;

• розвиток нових сфер діяльності — 39 %;

• підвищення міграційної здатності — 36 %.

Безперечно, на сьогодні електронна торгівля є ядром е-бізнесу, тому виділяють дві основні форми: бізнес — споживач (B2C / C2B — Business-to-Consumer / Consumer-to-Business); бізнес-бізнес (B2B — Business-to-Business). Електронна торгівля — це процес купівлі-продажу товарів та послуг або передача права на їх використання через мережу Інтернет, що являє собою повний цикл обслуговування клієнтів:

— діалоговий показ товарів та послуг;

— їх замовлення та укладання угод;

— складання рахунків та проведення платежів;

— вибір та реалізація схеми доставки товарів чи надання послуг;

— після продажне обслуговування.

Електронна торгівля складається з торгівлі в режимі «on-line» товарами та послугами через комп'ютерні мережі (е-комерція) та мобільної торгівлі (м-комерція) — це процес здійснення купівлі-продажу товарів та послуг за допомогою мереж мобільного зв'язку.

Дуже велике значення в розвитку е-комерції в Україні відіграє соціально-економічний розвиток. Слід виділити низку причин через які розвиток е-комерції в Україні практично не можливий. Передусім:

Надто низький відсоток населення України користується Інтернетом. Згідно з дослідженням, 75 % користувачів українського Інтернету — молоді люди у віці до 30 років. Група користувачів з 19 до 25 років складає 34 %, а з 11 до 18 років — 21 %. 58 % користувачів мають середній сімейний прибуток, а 34 % оцінили свій рівень сімейних прибутків як низький або нижче середнього. Вище середнього мають прибуток 7 %

• The best communications and increase of productivity — 62 %;

• Improvement of image and increase of reputation of the company — 61 %

• Reduction of charges and rationalization — 61 %;

• Expansion of the market — 56 %;

• Reception of new clients — 48 %;

• Increase of an openness and transparency of business-processes — 47 %;

• Development of new fields of activity — 39 %;

• Increase of migratory ability — 36 %.

Indoubtedly, today electronic trade is a nucleus of e-business, therefore they allocate two basic forms: business-to-consumer (B2C / C2B — Business-to-Consumer / Consumer-to-Business); business-business (B2B — Business-to-Business). Electronic trade is the process of sale and purchase of goods and services or transfer of the right for their use through the Internet network which represents the full service cycle for clients:

—Dialogue display of the goods and services;

—Their order and the conclusion of agreements;

—Folding of accounts and carrying out of payments;

—Choice and realization of the circuit of delivery of the goods or granting of services;

—The ambassador selling service.

Electronic trade consists of trade in a mode «on-line» the goods and services through computer networks (e-commerce) and mobile trade (m-commerce) it is the process of realization of sale and purchase of goods and services with the help of networks of mobile communication.

Very great value in Ukraine play developments of e-commerce in social and economic development. It is necessary to allocate a number of the reasons, because of which development of e-commerce in Ukraine practically is not possible.

Very low interest of the population of Ukraine in the Internet.

According to research, 75 % of users of the Ukrainian Internet are young people at the age of 30 years. The group of users from 19 to 25 years makes 34 %, and from 11 to 18 years — 21 %. 58 % of users have average family profit, and 34 % have estimated the level of family profits as low or lower than average. A network of the Internet in Ukraine is usd on average by 1 % of the population. Constant users of Internet-services are about 300 thousand people. 150 thousand more use the Internet from time to time. So, it is possible to specify, that 1 % percent of the population of Ukraine constantly use the Internet.

користувачів українського інтернету.

Постійними користувачами Інтернет-послуг в Україні стало майже 500 тис. осіб. Ще 250 тис. користуються Інтернетом час від часу. Отже можна зробити висновок, що Інтернетом постійно користується майже 2 % населення України. З цього випливає, що охоплення Інтернет-магазинів потенційно в 100 разів менше, ніж охоплення реально-існуючих магазинів. Тобто, якщо в

звичайний магазин можуть зайти, наприклад, 100 осіб на день, то в Інтернет-магазин зайде всього один! Така ситуація склалася внаслідок убогого технічного оснащення та недостатніх знань про основи функціонування Інтернету у більшої частини українців.

Але якщо користувачів з доходом вище середнього — 7 %, то ділові люди дуже мало цікавляться Інтернетом, а відповідно — і електронною комерцією. Причини цієї незацікавленості: нестабільна ситуація в економіці, недосконала законодавча база, недостатня обізнаність з Інтернетом більшості ділових людей.

Надто повільно в нас розвивається процес впровадження кредитних карток. Ця проблема пов'язана з великою ціною відкриття карток, які, практично, ніде не застосовуються.

Розподілення Інтернет-активності по регіонах України особливого подиву не викликає — найактивнішим регіоном є Київ. 5772 з 18301 зареєстрованих сайтів — київського походження. Наступними є: Одеса –1309, Дніпропетровськ — 901, Харків — 722, Донецьк — 55. Проте більша частина ресурсів (6029) створюється за кордоном, хоча й має українську тематику чи націлена на українського споживача.

From this appears, that the scope of Internet — shops potentially is 100 times less than the scope of real-life shops. That is, if in a usual shop can be, for example, 100 persons a day, in the Internet — shop will be only one! Such situation has developed as a result of poor hardware and insufficient knowledge of bases of functioning of the Internet of the most part of the population of our country.

1. Weak interest of business elite in the Internet.

According to research, 75 % of users of the Ukrainian Internet are young people an the age of about 30 years, and users with the income above the average — 7 %. So, businessmen are interested in the Internet, and accordingly in electronic commerce very little. The reason is unstable situation in economy, imperfect legislative base, insufficiency of knowledge in using the Internet by the majority of businessmen.

Absence of legislative base which adjusts commerce in the Internet.

1. Very weak development of electronic means of payments, such as credit cards.

In Ukraine very slow process of introduction of credit cards develops. This problem is connected with big price of opening cards and practically they are not applied. The matter is that cards are applied only in big or prestigious shops, and in all other cases they are not necessary.

Badly advanced system of delivery of the goods.

The majority of shops deliver goods only in their own regions. Delivery across Ukraine is rathtr an exception, than a rule.

Distribution of activity in regions of Ukraine is not of special surprise, the most active region is Kiev. 5772 from 18301 registered sites are of Kiev origin. Then go: Odessa-1309, Dnepropetrovsk — 901, Kharkov — 722, Donetsk — 55. Nevertheless, the most part of resources (6029) are created abroad, but on the Ukrainian subjects or aimed at the Ukrainian consumer.

ИРИНА КОРЛЫХАНОВА
Киевский национальний экономический университет
4 курс, ФЭФ

IRINA KORLYKHANOVA
Kyiv National Economic University
Financial and economic faculty, 4th year

КОРПОРАТИВНЫЕ ОБЛИГАЦИИ В УКРАИНЕ

THE CORPORATE BONDS IN UKRAINE

Доклад содержит описание факторов, влияющих на формирование рынка корпоративных облигаций. Процесс формирования его в Украине. Указываются аналитические

The report contains description of the factors influential in formation of the market of corporate bonds, its process of formation in Ukraine. The analytical data of production volumes of the cor-

данные объемов выпуска корпоративных облигаций. Описываются проблемы налогообложение дохода по корпоративным облигациям, а также другие законодательные проблемы, связанные с этим видом ценных бумаг. Преимущества облигаций предприятий. Охарактеризованы некоторые выпуски украинских корпоративных облигаций. Особое внимание заслуживает расчет стоимости выпуска

porate bonds in Ukraine are indicated. The problems of the taxation of income from corporate bonds, and other statutory problems, bound with this kind of financial credit instruments are described. Advantages of the bonds of firms, some issues of the Ukrainian corporate bonds are described. Of special attention is calculation of the cost of issue

Наличие в стране развитого рынка государственных ценных бумаг создает предпосылки для развития рынка корпоративных облигаций. При этом для развития рынка корпоративных облигаций важен не только текущий уровень развития ринка государственных бумаг, но и его уровень в предыдущий период. Сам факт того, что в стране сформирован и достаточно развит рынок государственных ценных бумаг, может означать появление инфраструктуры, опыта работы, специалистов, что, безусловно, служит фактором для развития рынка корпоративных облигаций.

Существует тесная взаимосвязь между уровнем развития рынка акций и рынка корпоративных облигаций. В качестве индикатора развития рынка акций наиболее показателен биржевой оборот вторичного рынка. Украинские банки и торговцы ЦБ нашли новые формы получения прибыли на фондовом рынке — на размещение корпоративных облигаций (КО). 2001 год стал годом облигационного бума. Объемы выпуска составили 694,33 млн грн, тогда как за прошлые 5 лет выпущено всего на 339,52 млн грн КО, в 2002 году — 444,025 млн грн.

С развитием украинского рынка ценных бумаг и с дальнейшим использованием облигаций предприятий прежде всего как инструмента привлечения дополнительных средств механизм их привлечения постепенно изменялся. Если первые зарегистрированные выпуски облигаций были преимущественно целевыми, то есть выплата за обязательствами проводилась товарами, то с 2000 года эмитенты начали регистрировать в основном процентные облигации. Это прежде всего связано с экономической ситуацией, которая сложилась в стране, а именно с отсутствием рынков сбыта продукции та недостатком оборотных средств.

Долгое время эмиссии КО были не выгодны, поскольку эмитент должен был уплатить 30 % налога на прибыль от выручки, полученной при размещении облигаций. С 1999, при принятии поправок к закону о налогообложении прибыли предприятий, эми-

The presence in the country of the developed market of the state financial credit instruments creates the reasons for development of the market of corporate bonds. Thus for development of the market of corporate bonds not only the level of development of the market of state papers, but also its level in the previous period is relevant. The fact that in the country the market of state financial credit instruments is advanced can mean appearance of an infrastructure, experience, specialists, that, unconditionally, serves the factor for development of the market of corporate bonds.

There is a tight interrelation between the level of development of the market of stocks and market of corporate bonds. As the indicator of development of the market of stocks the exchange revolution of the secondary market is most indicative.

The Ukrainian banks and the merchants by the financial credit instruments have found the new shapes of obtaining of the profit on the stock market — on arrangement of the corporate bonds (CB). 2001 became the year of bonded boom. The production volumes cotounded for 694,33 mln.Uha, whereas for the past 5 have been limited to 339,52 million. UHA CB.In 2002 — 444,025 million uha. Long time of issue CB were not expedient, as the emitter should pay 30 % of the profit tax from the proceeds obtained at accommodation the bonds.

With development of the Ukrainian securities market and with further usage of the bonds of firms first of all as the tool of engaging padding means the gear of their engaging has faded. If the maiden registered issues of the bonds were predominantly target, that is the disbursement behind the obligations was conducted by the goods, the emitters have begun from 2000 to log in the main — percent bonds. It first of all is connected to an economical situation, which one was added up in country, namely with absence of commodity markets of commodity that by lack of current assets.

Since 1999, at acceptance of the corrections to the law on the taxation of the profit of firms, the emitters have been permitted not to include

тентам разрешили не включать привлеченные средства в состав валовых доходов. Это касается случая, когда КО размещаются по номиналу. Проценты, выплаченные инвесторам включают в состав ВР. Лицо, которое покупает облигации, затраты на покупку облигации не относит себе на расходы вообще. Вторичный рынок налоговое законодательство блокирует, но есть некоторые «налоговые возможности». Рассмотрим налогообложение продавца. Если предприятие приобрело облигации на первичном рынке у эмитента, оно не относит расходы на покупку на валовые расходы (ВР). Если же оно перепродает облигации на вторичном ранке, то вся сумма выручки идет ему в доход от торговли ЦБ. Но в расходах покупка не значилась. Таким образом возникает сверхдоход на сумму, полученную от продажи облигации.

Покупать на вторичном рынке выгодно. При погашении покупатель получает проценты и основной долг. При этом полученная от эмитента сумма основного долга не считается доходом и не будет отражаться в налоговом учете. Таким образом, тот, кто купил облигации на вторичном рынке, экономит на налогах.

Однако не упразднен ряд ограничений. Осталась норма ограничения в размере 25 % УК акционерного общества. Возможность выпускать необеспеченные облигации должны иметь только компании, существующие более 3-х лет.

Что касается ситуации на рынке, то структура эмитентов за секторами экономики представлена на диаграмме 1. Главное преимущество выпуску КО — получение в долг средне- и долгосрочных средств за более низкую процентную ставку чем за кредитами банков.

Некоторые компании выпускают КО для стимулирования собственных работников — доход за КО облагается меньшим налогом. Банкам выгодно выпускать КО, т.к. резервирование за ними выгоднее в сравнении с кредитами и депозитами.

Предприятию, готовящему выпуск облигаций, желательно опереться на банковское участие. Ведь банк-андеррайтер имеет клиентскую базу и может рекомендовать клиентам вложить деньги в облигации. Банк сам может выступить инвестором. Банку проще, чем инвестору, обеспечить хождение КО на вторичном рынке.

Эмитентами КО, что вышли на публичный рынок, является ряд известных комбанков и наиболее успешные отечественные

attracted means in a structure of the gross incomes. It concerns a case, when CB are placed at a rating. The interest paid to the investors is included in the structure of gross consumptions.

The interest paid to the investors is included in the structure of gross consumptions.

The one who buys bonds, does not attribute costs of purchasing the bonds to the consumptions at all. The secondary market is locked by the tax legislation, but there are some «tax capabilities». Let's consider the taxation of the vendor. If the firm has gained the bonds in the primary market for the emitter, it does not attribute the purchasing consumptions to the gross consumptions (GC). If it resells the bonds in the secondary market, all sum of the proceeds goes to it in the income of trade from the financial credit instruments. But in the consumptions the purchasing did not appear. Thus arises the super-income equal to the sum obtained from sale of the bonds.

To buy in the secondary market is expedient. By suffering the consumptions on purchasing in the secondary market, the buyer mirrors from him self the consumptions. At repayment the buyer receives the interest and basic debt. Thus the sum, obtained from the emitter, of the basic debt is not considered as the income and will not be mirrored in the fiscal accounting. Thus, the one who has bought the bonds in the secondary market economizes on taxes.

A series of limitations however are not abolished. There was a standard of limitation at a rate of 25 % of the charter capital. Now limitations will fall under it not only for joint-stock companies, but also for Partnership. A capability to let out the poor bonds should have only companies existing more than 3 years. Main advantage of issuing corporate bonds: obtaining the debt in intermediate term and long-term, means lower interest rate than for credits of banks.

Some companies let out CB for urging their own workers — the income for CB is taxed with a smaller tax. To banks is expedient to let out CB, since the reserving behind them is more expedient in matching with the credits and deposits.

To firm preparing issue of the bonds, it is desirable to lean against banking participation. You see the bank — underwriter has client base and can recommend to clients to invest money in the bonds. The bank itself can act as the investor. It is easier for the bank, than investor to ensure boating CB in the secondary market.

As the emitters CB on the public market, are a series of known commercial banks and most successful domestic companies. Ukraine has a

компании. Украина имеет недолгую историю обращения публичных эмиссий КО, но на сегодня имеется уже успешные их погашения. Например, это погашение 4.09.01 ГАК «Титан» 1-й эмиссии своих КО. Размещено было всего 50 % выпуска. Также — это погашение КО серии А из проспекта 1-й эмиссии КО ЗАО «Киевстар Джи Эс Эм». На следующий день после завершения срока обращения компания выплатила инвесторам 17,654 млн грн, в т. ч. проценты — 1,454 млн грн.

Следует отметить, что, начиная с 2000 года, объем сделок с облигациями начал превышать номинальную стоимость, а это свидетельствует о начале развития вторичного рынка облигаций. Объем осуществленных сделок с облигациями в 2002 году составил 1 283,34 млн грн (0,826 % ВВП).

Для эмитентов важен вопрос реальной стоимости заимствования с учётом расходов, связанных с эмиссией. Некоторые статьи затрат при выпуске КО имеет фиксированную величину (присвоение международного идентификационного кода, публикация в прессе, услуги депозитария МФС), другие зависят от объёма эмиссии. В качестве примера рассмотрим стоимость выпуска КО ЗАО «Киевстар Джи Эс Эм» серии А:

Объём эмиссии — 16,2 млн грн.

Срок обращения ЦБ — 6 мес.

Ставка купона — 18 %.

Выплата купона при погашении.

Статьи расходов, грн.

1. Госпошлина за регистрацию информации о выпуске ЦБ (0,1 %) 16 200.

2. Присвоение международного идентификационного кода в Нац. депозитарии 1888.

3. Публикация в прессе (газета «Бюллетень» «Цінні папери України») 2750.

4. Услуги депозитария МФС 10 000.

5. Услуги андеррайтера (менеджера по размещению — 2 %) 324 000.

6. Всего расходов 354 838.

7. Сумма привлеченных средств путем выпуска КО 16 200 000.

8. Сумма привлеченных средств, скоррект. на сумму расходов (п. 7 – п. 6) 15 845 162.

9. Общая сума %, что должна быть выплачена инвесторам (п. 8 × 18 %)/100 = 2 852 129,1.

Еще в 1998 году о рынке корпоративных облигаций можно было говорить скорее гипотетически. Развитие началось с 1999 года. За два года, с конца 1999 по конец 2001, рынок корпоративных облигаций вырос на Украине в 7 раз. Причем процесс бурного развития рын-

short history of the revolution of public issues there CB — only 2 year. But today are already their successful repayments.

For example, the repayment of 4.09.01 by «Titanium» their 1-st issue of CB. Was located only 50 % of the issue. Also there is a CB repayment class A from the circular of the 1-st issue of CB by joint-stock companies ltd «Kievstar GSM». On the following day after expire term of a revolution the company repaid the investors 17,654 mln.uha., with percentage of 1,454 mln.uha.

It is necessary to mark, that since 2000 the volume of the agreements with the bonds has begun to exceed the face value, that testifies to a start of development of a secondary bond market. The volume of the agreements carried out with the bonds in 2002 compounded 1 283,34 million uha (0,826 % of the gross internal product).

For emitters the problem of the substantial cost of borrowing is relevant in view of the consumptions, bound with issue. Some articles of costs at issue of CB has fixed value (appropriation of the international identification code, publication in the press, service of the depositary IFU), and others depend on the volume of issue.

As an example we shall consider the cost of issue of CB joint-stock companies ltd. «Kievstar GSM» class A.

Volume of issue — 16,2 mln uha

Term of a revolution of the financial credit instruments –6 months

The bet of the coupon — 18 %

The articles of the consumptions, uha

1. State Tax for registration of the information about issue (0,1 %) 16200.

2. Appropriation of the international identification code in the national depositary is 1888.

3. Publication in the press (newspaper «the Bulletin» «Tsinny Papery Ukrainy») 2750.

4. Service of the depositary IFU 10000.

5. Service manager on accommodation — 2 %) 324000.

6. Total consumptions 354838.

7. Sum of attracted means by issue of CB is 16 200 000.

8. Sum of attracted means, corrected for the sum of the consumptions (p. 7 – p. 6) is 15 845 162.

9. The total sum of interest, that should be repaid to the investors (p. 8 × 18 %)/100 = 2 852 129,1.

In 1998 about the market of the corporate bonds it was possible to speak rather hypothetically. The development began since 1999. For two years, from the end 1999 till the end 2001,

ков корпоративных облигаций активно продолжается и в 2003 году.

the market of the corporate bonds has grown 7 times in Ukraine. And the process of quick development of the markets of corporate bonds in 2003 too.

АРТЕМ КОРОЧИНСЬКИЙ
Луганський державний педагогічний університет імені Тараса Шевченка
Факультет Іноземних Мов, 2 курс

ARTEM KOROCHYNSKY
Luhansk Taras Shevchenko State Pedagogical University
Faculty of Foreign Languages, 2nd year student

БІЗНЕС ТА ГРОМАДСКІСТЬ. ДВОСТОРОННЄ ПАРТНЕРСТВО

BUSINESS AND SOCIETY. MUTUAL PARTNERSHIP

У тезах доповіді розглядається взаємодія між бізнес-структурами та Третім сектором як один із найважливіших напрямів PR-роботи організацій. Для доведення використовується проект «Бізнес та громадськість. Двостороннє партнерство», який має практичне підґрунтя доцільності даної схеми взаємодії

The theme of thesis is connected with interplay among business-companies and the Third Sector as one of the most important directions of PR-work of organizations. The project «Business and Society. Mutual Partnership» is taken as practical basis of the given theme of the interplay

За динамічного розвитку соціуму для переважної більшості бізнес-компаній надзвичайно важливо мати міцні зв'язки із зовнішнім середовищем. Неймовірні зусилля та кошти витрачаються щороку на рекламу та промоушн послуг або товарів компанії. Але стратегії успішних західних компаній доводять, що реклама — не єдиний елемент зовнішньої політики підприємства. Для максимального доповнення комплексу заходів, спрямованих на підвищення рейтингу компанії та популярності її продукції або послуг, доцільно використання PR-технологій у повному обсязі.

Насамперед, треба розуміти що таке PR, а що — реклама. Головна відмінність реклами і PR полягає у цілковитій комерційності реклами та некомерційності зв'язків із громадськістю. Широкий спектр PR-послуг може бути представлений Третім сектором (громадськими організаціями, що складають спеціальний шар соціуму, спрямований на розвиток суспільства). Громадські організації — своєрідний буфер між бізнесом та споживачем.

Для демонстрації плідної взаємодії бізнесу та Третього сектору розглянемо проект

In modern conditions of dynamic social development for the most of business companies it's important to have strong connection with society. Each year great efforts and funds are spent for advertising and promotion of company's goods or services. But the strategies of successful western companies prove that advertising isn't the only element of foreign policy of an enterprise. For maximum supplement to the complex of measures aimed at increasing of company's rating, and popularity of its goods or services, it would be advisable to use all possible PR-technologies.

First of all, it's important to understand the difference in meaning between two terms: «PR» and «Advertising». The main feature and distinction of advertising lies in absolute commercialization, and otherwise in no commercialization of Public Relations. Wide variety of PR — services can be provided by the Third Sector (NGOs, which form a special stratum of society, directed to development of society). NGOs represent a peculiar buffer between Business and potential Consumer.

To show an example of fruitful interaction between Business and Third Sector, let's examine the project «Business and Society. Mutual Partnership». It was organized by Students Parliament of

«Бізнес та громадськість. Двостороннє партнерство», що був проведений Студентським Парламентом Луганського державного педагогічного університету. Концептуальною ідеєю проекту є об'єднання двосторонніх зусиль з боку бізнес компаній Луганщини та молодіжних організацій ВНЗ. Метою цього заходу стали:

1. розробка шляхів розв'язання проблем молодіжного працевлаштування у бізнес-структурах та підвищення рівня підготовки молодих спеціалістів;

2. зміцнення інформаційного простору, що висвітлює для громадськості проблеми та стратегічні плани компаній;

3. працевлаштування молодих фахівців, які продемонструють необхідні властивості для роботи у провідних підприємствах області;

4. впровадження інноваційних методів навчання для різносторонньої спеціалізованої підготовки фахівців; довести громадянам турботу про них з боку представників бізнесу та державних підприємств Луганщини.

Для досягнення цієї мети було ретельно підібрано та проаналізовано комплекс матеріалів, що вказують на доцільність проведення подібних заходів та їхні позитивні наслідки. Одним із головних аргументів щодо необхідності впровадження проекту стало соціальне опитування, яке вказало на низький рівень обізнаності з роботою бізнес компаній та великий інтерес щодо нього. Результатом стала програма заходів:

1. Проведення тренінгів з НЛП, психотренінгів, рольових ігор.

2. Організація прес-конференцій, де оголошується мета проекту з боку двостороннього співробітництва бізнесу та громадськості; публікації інтерв'ю провідних фахівців сфери бізнесу з приводу двостороннього партнерства.

3. Вивчення досвіду роботи механізму молодіжного працевлаштування; аналіз досягнутих результатів; розробка нових методів, враховуючи інтереси зацікавлених сторін.

4. Впровадження постійного інформаційного джерела, що висвітлює для громадськості проблеми та стратегічні плани компаній відносно Третього сектору.

5. Укладення угод із бізнес структурами з метою отримання гарантій працевлаштування учасників проекту.

Наслідком реалізації проекту стали якісні зміни у визначених напрямах: по-перше, 7 молодих спеціалістів знайшли гідні робочі місця у провідних підприємствах області, в той же час компанії отримали перспективних молодих спеціалістів. По-друге, бізнес-структури, котрі брали участь у проекті,

Luhansk Taras Shevchenko State Pedagogical University and took place in Luhansk City. The main aim of the project is unification of mutual efforts of business companies of Luhanshchyna and youth organizations. Aims of this project are:

1. working out the ways of solving the problems of youth job placement in business companies and increasing of training level of young specialists;

2. consolidation of informational space that shows all the problems and strategic plans of business companies;

3. job placement of young specialists who demonstrate sufficient qualities for work in the leading region enterprises.

4. inculcation of innovation methods of training for versatile specialized training.

For achieving the marked goals, it was industriously selected and analyzed materials which pointed to the necessity of realization of such projects, and their positive effects. One of the main arguments, concerning to the necessity of inculcation of the project, was the poll. Its results proved a low level of knowledge about work and problems of business companies, and high interest to this question. As a result of versatile observation became the next program:

1. Realization of NLP-trainings, psychologic trainings, role games and business-cases.

2. Organization of press conferences and proclaiming the main project's goals concerning to mutual cooperation between Business and community; publication of interviews of leading professionals of business sphere concerning to mutual cooperation.

3. Gaining experience of work of the youth job placement mechanism; to analyzing final results; elaboration of new methods, taking into account the interests of interested parties.

4. Establishing the permanent informational source that would inform the society about problems and strategic plans of business companies concerning to the Third Sector.

5. Concluding treaties with business-structures, with the aim of receiving guarantees of further job placement of the participants.

As a result of project we could see quality changes in the marked directions. Firstly, 7 young specialists found deserved work place at leading business companies of our region; yet the companies got perspective young specialists. Secondly, business-companies that took part in this project, got great opportunity of free PR over the whole region during the presentation, promoting, and realization of the project; they got the right for free publications about their social work in a periodical for a half-year.

отримали можливість безкоштовного PR під час презентацій та проведення проекту, право на безкоштовні публікації у періодичному виданні, що висвітлює громадську діяльність компаній, терміном на півроку.

З вищезазначеного можна зробити висновок, що різнопланове партнерство між Бізнесом та Третім сектором в сучасному суспільстві може стати перспективним: задля успішного процвітання першого, та поштовхом до якісного розвитку другого й суспільства в цілому.

To sum up, we can draw a conclusion: mutual partnership between Business and the Third Sector in a modern society may become a perspective direction of work: as for prosperity and success of the former as an impulse to quality development of the latter, and society in general.

АНАСТАСІЯ КОСТЮК
Київський національний економічний університет
Факультет інформаційних систем
та технологій

ANASTASIYA KOSTYUK
Kiev national economic university
Faculty of information systems
and technologies

АНАЛІЗ ПЕРСПЕКТИВНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ ДЛЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

THE ANALYSIS OF THE PERSPECTIVES OF UKRAINIAN PAYMENT SYSTEMS FOR ELECTRONIC COMMERCE

У роботі описано сутність системи Інтернет-платежів на основі електронних грошей, якістали альтернативою картковим платіжним системам. Вказані фактори, що впливають на ефективне функціонування систем. Наведено порівняльний аналіз існуючих на українському ринку платіжних систем на основі електронних грошей.

The work describes the entity of Internet-payments based on electronic money that is an alternative for card payment systems. There are pointed out the factors that determine effective functioning of the system. The work includes comparative analysis of existing ukrainian payment systems based on electronic money

У рамках всесвітньої мережі Інтернет ще не встановилися методи проведення платежів, що могли б цілком задовольнити суб'єктів електронної комерції. В даний час більшість платежів в Інтернеті здійснюється за допомогою кредитних карток. Платежі за допомогою карток мають низку недоліків, до яких можна, наприклад, віднести низький рівень безпеки і захищеності, повну відсутність анонімності учасників платежу, вузький діапазон сум можливих платежів, жорсткий поділ клієнтів на покупців і продавців, відносну повільність розрахунків. Усе це вказує на те, що в користувачів Інтернету існує потреба в альтернативних платіжних системах.

Перспективна платіжна система, котра могла б заповнити нішу в сфері Інтернет-платежів, не зайняту картковими системами, і яка за визначених обставин могла б конкурувати з картковими системами, повинна забезпечувати наступне: 1) зручний, спосіб введення-виведення грошей в/із системи; 2) високий рівень безпеки і захищеності; 3) ви-

In the Internet framework the methods of realization of payments totally established satisfying the subjects of electronic commerce have not been. Nowadays the majority of payments in the Internet are carried out with the help of credit cards. The payments with the help of cards have a number of lacks, by that it is possible, for example to relate a low level of safety and protection, complete absence of anonymity of the participants of payment, narrow range of the sums of possible payments, rigid division of the clients into the buyers and sellers, relative slowness of accounts. All this specifies that the users of the Internet require alternative payment systems.

Perspective payment system not engaged by rationing systems, and that under the certain circumstances could compete to rationing systems, which could fill in a niche in sphere of Internet-payments, should provide the following: 1) convenient way an introduction — input/output of money in/out of the system; 2) high level of safety and protection; 3) high level of anonymity of the participants; 4) realization of pay-

сокий рівень анонімності учасників; 4) проведення платежів у широкому діапазоні сум, включаючи мікроплатежі; 5) низьку вартість транзакцій; 6) різноманітність послуг і сервісів; 7) легке інтегрування у різні торговельні системи; 8) рівноправність продавців і покупців, що стимулює появу нових продавців і полегшує повернення грошей; 9) швидкодію, стимулюючу спонтанних покупців (будь-яка операція повинна займати менше 10 секунд); та ін.

На сьогодні однією з альтернатив картковим системам для платежів через Інтернет маємо системи на основі електронних грошей. Існує два типи систем на основі електронних грошей: системи, що використовують електронні гроші, які зберігаються у вигляді файлів на комп'ютері клієнта; і системи, що використовують електронні гроші, що зберігаються на smart-картах. Сьогодні на українському ринку електронних платежів співіснують 3 системи: WebMoney, PayCash, InterPlat, з яких лише остання відноситься до систем другого типу, причому тільки вона є початково українським проектом (розробка Нацбанку України та ряду вітчизняних компаній). У таблиці 1 наведено порівняння цих систем, виходячи з перерахованих вище характеристик (1—6).

З приводу решти характеристик, слід зазначити, що системи WebMoney та PayCash надають клієнтське програмне забезпечення універсальне для покупців і для продавців. В системі ж InterPlat для проведення Інтернет-платежів реалізовані електронний гаманець і чек. Електронний гаманець підходить для розрахунків будь-яких розмірів, у тому числі і мікроплатежів. Чек використовується для проведення середніх і значних платежів, а видається він юридичним і фізичним особам, на основі відкриття банківського рахунка. Для використання системи InterPlat також необхідна навність додаткового пристрою — смарт-карт-рідера, що пов'язано з додатковими витратами для користувача.

Немаловажливе значення для поширеності використання платіжної системи має також вартість під'єднання до неї торгівельних систем. Так в системі Webmoney вона безкоштовна, у системі Paycash разова плата — 100 грн, в Interplat — реєстраційний внесок становить 1100 грн, та щомісячна абонентська плата — 325 грн. Тому не випадково, що, незважаючи на практично одночасну появу всіх вказаних платіжних систем на українському ринку електронної комерції (кінець весни, літо 2001), на сьогодні, до систем Webmoney та Paycash вже під'єднано

ments in a wide range of sums, including micropayments; 5) low cost transaction; 6) variety of services; 7) easy integration in different trade systems; 8) equality between the sellers and buyers, which stimulates occurrence of the new sellers and facilitates the return of money; 9) speed that stimulates the spontaneous buyers (any operation should take less than 10 seconds) etc.

Nowadays one of the alternatives for rationing systems of payments through the Internet are the systems based on the electronic money. There are two types of systems based on electronic money: systems, which use electronic money, kept as files on the computer of the client; and systems, which use electronic money, kept on smart-cards. Today in the Ukrainian market of electronic payments coexist 3 systems: WebMoney, PayCash, InterPlat, from those only the latter illustrates the system of the second type, and only the latter is basically Ukrainian project (developed by the National Bank of Ukraine and a number of domestic companies).

The comparisons of these systems, according to the characteristics shown above (1—6), are given in the following table 1.

Concerning the rest of the characteristics, it is necessary to note, that the systems WebMoney and PayCash provide universal software for both the buyers and sellers. In the InterPlat system an electronic wallet and check is used for Internet-payments. The electronic wallet is suitable for accounts of any sizes, including micropayments. The check is used for realization of average and large payments; it is given to the legal and physical persons. Payment with checks is based on opening the bank account. The additional device is also necessary for using the InterPlat system — smart-card-reader, which causes the additional costs for the user.

The cost of joining it by trade systems also is not of the least importance for popularizing the usage of the payment system. So in Webmoney system it is free-of-charge, in Paycash system it is a single payment — 100 UAH, and in Interplat it is the registration payment of 1100 UAH, and monthly user's payment of 325 UAH. Therefore it is not by chance that at the moment there are a few tens of Internet-shops already joined to Webmoney and Paycash, whereas there are only two joined to Interplat, in spite of the simultaneous appearance of all the specified payment systems in the Ukrainian market of electronic commerce (end of spring, summer 2001).

по декілька десятків електронних магазинів, тоді як до Interplat — значно менше.

АННА КОЦЬО
Львівська комерційна академія
Ф-тет Міжнародних економічних відносин, IV курс

ANNA KOTSO
Lviv Commercial Academy
Faculty of International Economic
Relations, IVth year

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ У СВІТОВОМУ ТУРИСТИЧНОМУ ПРОСТОРІ

THE INTERNATIONAL TOURISM AND THE PLACE OF UKRAINE IN THE WORLD TOURIST SPACE

У даній роботі розглядаються основні особливості міжнародного туризму та тенденції його сучасного розвитку. Значна увага приділяється туристичній діяльності України в світовому туристичному просторі. Досліджуються проблеми нашої інтеграції у світовий туристичний простір, а також проблема державного регулювання та стимулювання даної галузі, взаємозв'язок між доходами населення та обсягами вітчизняного туризму, проблема ефективної рекламної стратегії тощо. Наводяться дані світової туристичної статистики та, зокрема, основні тенденції туристичної діяльності в Україні у контексті її впливу на економічний розвиток держави. Зроблено висновки щодо основних позитивів інтеграції України до Всесвітньої туристської організації.

In the given work the basic features of international tourism, tendency of its modern development are considered. The special attention is paied to tourist activity of Ukraine in the global tourist space. The problems of Ukrainian integration into the international tourism sphere are investigated, and the problem of state management and stimulation of the given area, the interrelation between population incomes and volumes of national tourism, the problem of effective advertising strategy etc. The data of world tourist statistic and the main tendencies of tourist activity in Ukraine are resulted (in a context of its influence on economic development of the state). The conclusions concerning the basis positives of integration of Ukraine to the World Tourist Organization are made.

Міжнародний туризм — відображення соціально-економічних відносин в житті кожної країни та, одночасно, складова частина міжнародних відносин. Науковий підхід до розгляду міжнародного туризму як до економічної категорії та важливого чинника соціально-економічного розвитку держави є феноменом XX століття. Існує чітка відмінність між поняттями «туризм» та «подорожі», оскільки туризм — це категорія, на яку значний вплив має економіка і яка має дуалістичний характер — з одного боку це подорожі, а з іншого — галузь, яка здійснює організацію подорожей.

Економічна суть міжнародного туризму

The international tourism is a display of the social-economic relationship in the life of each country and simultaneously a component of the international relations. The scientific approach to consideration of the international tourism as to an economic category and important factor of social-economic development of the state is a phenomenon of the XXth century. There is a precise difference between concepts «tourism» and «travels», as the tourism is the category on which there is a significant influence of economy and has a double nature — on the one hand it is travels, but on the other the area, which carries out organization of travels. The economic essence of the international tourism follows

випливає з наявності причинно-наслідкового зв'язку між активізацією туристичної діяльності та економічним зростанням. Варто відмітити, що туристичний продукт — унікальний продукт, оскільки його експорт не потребує вивезення за межі митних кордонів країни, а імпорт та купівля кінцевими споживачами відбувається поза межами держави. В Україні, згідно з Законом «Про туризм» від 15 вересня 1995 р., туризм розділяють на три види: внутрішній (вітчизняний), зарубіжний та іноземний. Відмінність між ними полягає у напрямках подорожей та у громадянстві туриста. Ми приділяємо особливу увагу іноземному та зарубіжному туризму як проявам туристичної діяльності України на міжнародному ринку, а також основним проблемам інтеграції українського туризму у світовий туристичний простір.

Отже, іноземний та зарубіжний туризм можна згрупувати у загальну категорію міжнародного туризму. Світовий ринок туризму — це вигідна система світогосподарських зв'язків у якій відбувається процес остаточної прямої та оберненої трансформації туристичних послуг у їхній грошовий еквівалент. Тобто, міжнародний туристичний ринок — це прояв міжнародних економічних відносин між виробниками та споживачами туристичного продукту, учасниками яких виступають суб'єкти міжнародних відносин (держави, юридичні та фізичні особи різних країн, уряди держав, транснаціональні корпорації та ін.).

Однією з основних проблем входження України до світової системи туризму є невідповідність якості туристично-екскурсійних послуг міжнародним стандартам, порівняно високі ціни на дані послуги, а отже і невідповідність за співвідношенням «ціна-якість». Проблема завищення цін на послуги суб'єктами готельного господарства створює своєрідний ціновий бар'єр, подолати який на фоні існуючої інфраструктури можна лише нормативним шляхом. Важлива проблема також — недостатнє державне стимулювання та регулювання даної галузі. Аналізуючи проект державного бюджету України на 2003 р. та порівнюючи закладені в нього видатки на туристичну сферу з попереднім 2002 роком, легко виявити, що видатки на утримання апарату Державної туристської адміністрації (ДТА) збільшилися майже в 7 разів, а на керівництво та управління в сфері туризму зменшилися вдвічі; розмір фінансової підтримки розвитку тури-

from presence of a relationship of cause and effect between activization of tourist activity and economic development. It is necessary to note, that the tourist product is a unique one, as its export does not require export abroad, and the import and purchase by the ultimate consumers occurs beyond the borders of the state. In Ukraine, according to the Law «On tourism» of September 15, 1995, tourism has three kinds: internal (domestic), travelling abroad and foreign tourism. The difference between them consists in directions of realizations of travels and in citizenship of the tourist. We pay special attention to travelling abroad and foreign tourism as display of tourist activity of Ukraine in the international market, and also basic problems of integration of the Ukrainian tourism in global tourist space.

So, traveling abroad and foreign tourism can be grouped in a general category of the international tourism. The world market of tourism is a system of economic connections, where takes place a process of final direct and return transformation of tourist services in their money value. Some of the basic problems of Ukrainian integration to the world tourist space are: the ambivalence of the quality of tourist services to the international standards, and discrepancy of tourist-excursion services quality to the international standards, rather high prices and consequently discrepancy in parity «price-quality». Also the important problem depends on insufficient state stimulation and adjustment in the given area. Analyzing the project of state budget of Ukraine for 2003 year and comparing the charges for tourist sphere with previous 2002 year, it's possible to find out that the charges for State Tourist Administration (STA) aliment increased almost by 7 times, the charges for management and administration in tourist area decreased twice, the quantity of financial support of tourism development in Ukraine increased approximately by 9 times, but the financial support for propaganda abroad of Ukrainian property was reduced to 97 %. In 2003 some new clauses were included in the budget, but efficiency of all tourist outputs of the state can be decreased because of insufficient amount of attention given to the development of infrastructure that serves tourist sector. Thus, using the foregoing analyses of state budget charges it is possible to find out that unstable and delayed development of tourist industry and its unsatisfactory status are caused by inconsistency of state realignment in the given area.

According to the statistical data of STA, for 1997—2001 the growth of national tourism, travelling abroad and foreign tourism is ob-

зму в Україні збільшився приблизно в 9 разів, а от фінансова підтримка пропаганди за кордоном українського надбання скоротилася на 97 %.

У 2003 році до бюджету було включено кілька нових статей, зокрема — видатки на прикладні проекти в галузі туризму і на державні програми його розвитку, які, безумовно, повинні принести позитивну віддачу, однак їхня ефективність може значно нівелюватися недостатньою кількістю уваги, приділеної розвитку інфраструктури, що обслуговує туристичний сектор. Отже, нестабільний та сповільнений розвиток туристичної індустрії України та її незадовільний стан щодо видатків держбюджету можна пояснити відсутністю логіки у державному регулюванні даної галузі.

Згідно статистичних даних ДТА, за 1997—2001 рр. спостерігається зростання кількості вітчизняних, іноземних та зарубіжних туристів, але темпи росту залишаються нестабільними. Розглядаючи зростаючу тенденцію внутрішнього туризму як результативну змінну відносно рівня доходів населення, можна визначити, що обидва явища перебувають у прямо пропорційній залежності, а коефіцієнт парної кореляції (r = 0,84) свідчить про високу щільність зв'язку між даними факторами.

Міжнародний туризм — одне з найбільших джерел доходів в іноземній валюті, а також важливий фактор забезпечення платіжного балансу в багатьох країнах. Щодо України, то в платіжному балансі у 2001 р. стаття «Подорожі» склала 14,3 % загального експорту послуг та 15,8 % — імпорту. Згідно даних Державного комітету статистики, за підсумками трьох кварталів 2002 р., у експорті подорожей відбулося зростання на 31,5 %, а у імпорті — на 25,2 %. Але частка даних показників у загальній структурі експорту-імпорту послуг залишається мізерною — відповідно 2,8 та 3,9 %. Використовуючи методику Всесвітньої туристської організації (ВТО), ДТА України було підраховано вартісні результати вітчизняної туристичної діяльності у 2001 р., а саме 20,9 млрд грн (4 млрд дол. США). Для прикладу, у Туреччині частка надходжень у держбюджет від туристичної діяльності у 2001 р. склала 10 млрд дол. США (37 % всіх доходів).

Згідно з попередніми статистичними даними ВТО, на міжнародній туристичній арені відбулося зростання, що перевищило прогнози. У 2002 р. вперше в історії кількість міжнародних туристів склала 715 млн осіб (за винятком вітчизняного туризму) і, served, but the rate of growth remain unstable. Considering the growth tendency of internal tourism as a result parameter concerning a population income level, one can determine that both occurrences are in directly-proportional dependence, and the correlation coefficient (r = 0.84) testifies the high density of connection between the given factors.

The international tourism is one of the greatest foreign currency income sources and also gives security for balance of payments in many countries. Concerning Ukraine, in the balance of payments in 2001 year the clause «Travels» has made 14.3 % of the total export services and 15.8 % of import ones. According to the data of the State Statistics Committee, by the results of three quarters of 2002-year travel exports increased with a growth rate of 31.5 %, and imports — for 25.2 %. But the share of given parameters in general export-import structure is still tiny — accordingly 2,8 and 3,9 %. Using the methodology of the World Tourist Organization (WTO), STA counted up the cost results of tourist activity in Ukraine in 2001 — 20.9 billion UH (around $ 4 billion). For example, in Turkey income to the state budget from tourist in 2001 counted $ 10 billion (37 %).

According to the previous statistical data of the WTO, on the world tourism market in 2002 year was held the increase above the forecasts. In 2002 for the first time in the world tourist history the number of international tourists has made 715 million persons (excluding national / domestic tourism) and despite of debates around expected crisis in the present year, the rate of growth made 3.1 %.

The international tourism as the economic kind of activity has the following features: a) in contradistinction to foreign trade, based not on products and services exchange, but on tourist exchange; b) tourist services are immobile, i. e. they can't follow the customer and be preserved; c) the supply is not flexible (invariance of natural landscapes); d) seasonal nature; e) it is one of the labour- and capital-consuming fields of economy; f) the world tourism market is the customer's market (supply exceeds demand).

One of the 139 WTO countries members is Ukraine. The participation in the given international organization can bring the following positive results for Ukraine:

— distribution of the information in the world market about advantages of the Ukrainian tourist product;

— support by skilled tourism experts the

незважаючи на дебати щодо очікуваної кризи у цьому році, темпи росту склали 3,1 %.

Міжнародний туризм, як економічний вид діяльності, має наступні особливості: а) на відміну від зовнішньої торгівлі, заснований на обміні не товарами та послугами, а туристами; б) туристичні послуги не є мобільними, тобто вони не можуть слідувати за покупцем та не підлягають зберіганню; в) відсутність гнучкості в пропозиції (незмінність природних краєвидів); г) сезонний характер; д) відноситься до капітало- та трудомістких галузей; е) ринок міжнародного
туризму — ринок покупця (пропозиція перевищує попит).

Однією з 139 країн-членів ВТО стала наша країна. Участь у даній міжнародній організації може принести наступні позитиви для України:

— поширення інформації на міжнародному ринку про переваги туристичного продукту України;

— отримання підтримки досвідчених спеціалістів галузі туризму при формуванні загальної туристичної стратегії держави;

— поглиблення інтеграційних процесів між Україною та іншими країнами світу;

— створення позитивного іміджу країни, і, як наслідок, збільшення темпів приросту кількості іноземних туристів;

— приєднання до числа туристично розвинених країн, в яких доходи від туризму становлять значну частку надходжень у державний бюджет.

Формуванням ефективної рекламної стратегії на базі позитивного досвіду туристично розвинених країн світу можна в середньостроковому періоді досягнути зростання авторитету України як держави, що значну уваги приділяє розвитку туризму. За свідченням Генерального секретаря ВТО Франческо Франжіаллі, вже нині можна відзначити позитивні тенденції у розвитку українського туризму, просуванні національного туристичного продукту на міжнародному ринку, посиленні авторитету України як туристичної держави у світі. Такі позитивні відгуки свідчать на користь туристичного авторитету України. При цьому варто підкреслити важливість державної підтримки розвитку туристичної галузі в країні, та наголосити, що, згідно зі світовою практикою, вкладення у туризм є, по суті, не витратами, а інвестиціями в індустрію, яка дає високі та швидкі прибутки.

general state tourist strategy formation;

— deepening of integration processes between Ukraine and other countries;

— creation of positive image, and afterwards — the rates of increase of the foreign tourists flow;

— joining the advanced tourist countries where incomes to state budget from tourist activity make a significant share.

By forming efficient advertising strategy based on positive experience of developed tourist countries it is possible to achieve the growth of Ukraine image on the world market in the intermediate term period. The Secretary-general of the WTO Franchesco Frangially during his visit to Kiev said that in Ukraine he could mark positive tendency in the Ukrainian tourism development, in the promotion of Ukrainian national product in the world market and intensification of Ukraine's tourist authority. Such positive comments argue about good tourist image of Ukraine. In the same time we need to point up the importance of state support in tourist area development in the country. Also we need to emphasize that, according to the world experience, the contributions into the tourist sphere in effect are not expenses but investments in the field of economy which gives high and fast benefits.

ОЛЬГА КОЧЕТКОВА
Киевский национальный экономический университет
Студентка 3 курса факультета экономики и управления

OLGA KOCHETKOVA
Kiev National Economic University
Student of the 3rd course, Economy and Marketing faculty

НЕОБХОДИМОСТЬ И НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА УКРАИНЫ В СОВРЕМЕННОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

NECESSITY AND DIRECTIONS OF CREATING UKRAINIAN IMAGE IN MODERN ECONOMIC SPACE

У роботі відображена роль іміджу країни для її повноцінного розвитку. Описані причини виникнення та основні складові сучасного іміджу України, вказані шкідливі наслідки даної ситуації. В кінці роботи проаналізовані основні напрями його модифікації, розкрито необхідні компоненти нового іміджу України.

In the work the importance of image of the country for its harmonious development is displayed. The reasons of occurrence and the basic components of the modern Ukrainian image are described, adverse consequences of the current situation are specified

В эпоху глобализации, стирающей национальные и культурные границы между государствами, символизирующей триумфальное шествие глобальных корпораций и глобальных брендов, потребность в том, чтобы иметь свой собственный неповторимый образ, велика как никогда. И для страны эта задача не менее важна, чем для любой компании. В конце концов, государства и территории тоже предлагают иностранным компаниям и иностранным гражданам некий продукт, а именно — себя в качестве центра туризма, подходящего места для ведения бизнеса или вложения инвестиций, поставщика качественных товаров и т.д. Чтобы привлечь деньги из-за рубежа, страна должна обладать оригинальным, узнаваемым и, главное, положительным образом — одним словом, всем тем, что входит в понятие имиджа.

Итак, какой же образ Украины сложился на сегодняшний день?

Иностранцы, которые не контактировали с Украиной, либо вообще ничего не знают о

The countries of the CIS and Ukraine in particular have faced a common problem: they have strongly taken not so attractive place in mass consciousness of the West. This fact greatly complicates their economic development.

The reasons of occurrence of Ukrainian negative image are:

— default of international contracts obligations;

— inconsistent actions of executive and judicial branches of power in negotiation programs of development;

— unpredictable and unstable choice of partners in the international business and politics;

— lack of definitely determined priorities of development.

Due to these facts nowadays the main constituents of Ukrainian image are:

— Chernobyl;

— weak economy;

— the corrupt government.

— All these lead to the following negative

ней, или предполагают, что это часть России. Для европейцев Украина — это Чернобыль, иногда вспоминают братьев Кличко или «Динамо Киев».

Иностранцы, которые контактировали с Украиной, к негативным характеристикам добавляют ужасный сервис и ужасные дороги. Бизнесмены сталкивались с несовершенством налоговой и банковской системой, наслышаны о коррупции, нарушениях прав и свобод человека. Однако многих стало приятной неожиданностью обнаружить интересные исторические достопримечательности, живописные пейзажи, самобытные народные
традиции и обычаи, благожелательных, образованных людей. Мужчин впечатляет красота украинских женщин. Подавляющее большинство опрошенных мною иностранцев признались, что до приезда на Украину представляли ее совсем другой, гораздо худшей страной.

Таким образом, та информационная оболочка, которая сложилась вокруг Украины в мире, препятствует ее успешному развитию, сдерживая приток туристов и инвестиций.

На мой взгляд, существуют несколько основных этапов создания нового имиджа Украины, каждый из которых должен соответствовать определенной ступени ее экономического развития. Ибо как бы тщательно мы не разрабатывали концепцию «Украина готова к вступлению в ЕС», результат будет равен нулю, пока экономика страны не будет отвечать западноевропейским стандартам.

Этап 1. Создание имиджа Украины, как страны, привлекательной для туризма.

Цель: повышение уровня информированности об Украине, привлечение иностранных туристов в Киев. На мой взгляд, основный акцент в ПР акциях должен ставиться именно на Киев, т. к., к сожалению, на сегодняшний день это практически единственный город с развитой инфраструктурой и сервисом.

Целевая аудитория: граждане Европы и США.

ПР и рекламные акции:

— публикация брошюр о Киеве как столице Украины и распространение их в туристических бюро и аэропортах.

— создание хорошего официального сайта об Украине на разных языках, размещение ссылок о нем на сайтах турфирм Европы, США. С его помощью можно провести опрос: «С чем у вас ассоциируется Украина?»

— На его основании разработать стратегию

facts:

we are deprived of positive attention;

— investments;

— influx of tourists;

— favorable conditions of crediting etc.

In this connection there is a danger for Ukrainian image to fall in eyes of the world community up to a level of «the third world», that practically will deprive of the opportunity to become a full EU member.

For this reason formation of a positive image of the country at the given stage of development rises up to a level of a national scale problem.

It is not a secret that it is nearly impossible to change stereotypes that already exist. But what we can do is to present new characteristics instead of denying the ones that already have come in stereotype.

The new Ukrainian image should consists of the following components:

—an emphasis on presence and development of the modern technologies for example used in the space, airbuilding, metallurgical industry (Antonov Associations, «Yuzmash», «MotorSich» etc.). Their popularization will allow Ukraine to adjust a feedback with the world in purchase of our licenses etc.;

—an image of the country interesting for tourism, historical and geological researches;

—a strong, achieved its independence, original nation;

—an image of active politicians, looking for the best way out from the crisis, ready to make a compromise, not indifferent to the national problems;

—a high level of modern professional art (the opera, ballet, films), carrying an image of the unordinary country, will present Ukraine to the broad audience of educated people throughout the world;

—a presence of well-known sportsmen which became Olympic champions. This is again a reference example of the interesting person from the Western mass media point of view. I believe that the Western world will be able to see Ukraine only «through their eyes», only from their point of view. That is why we can get into the international information network only after we put our information into their stereotypes, their format.

So we have to recognize, that image of the country, as well as its leaders image should be among the priorities of the state. As our image hasn't been fixed yet, this problem can not remain out of control and managerial processes, otherwise the formation of image goes in an ad-

гию по закреплению положительных стереотипов и снятию отрицательных.

— Использование популярных в мире украинцев (братья Кличко, Сергей Бубка, Андрей Шевченко и т. д.) в рекламных роликах о стране. Их показ на зарубежных каналах.

— Создание информационно- культурных украинских центров зарубежом.

Экономическая сторона:

Пример: в 1995 году стартовала программа по формированию имиджа Австралии, как «рая для туристов». Страна вложила в нее 50 млн у. е. за 5 лет. Однако результат впечатляет: в 2000 году там побывало рекордное число туристов 4,9 млн чел. (даже по скромным подсчетам прибыль за один год с лихвой покрывает издержки).

Перечисленные мною ПР акции (за исключением последней) не требуют таких огромных первичных капиталовложений, но они привлекут первых туристов. А дальше в наших руках — не испортить их отдых волокитой на таможне, неразвитой инфраструктуры и плохим сервисом.

Анализируя опыт Австралии, Польши, Шотландии, Эстонии в создании своего имиджа, можно предположить, что эта стадия займет от трех до пяти лет.

Этап 2 имидж «Украина — перспективный экономический партнер»

Цель: создания динамичного образа украинской экономики.

Целевая аудитория: руководители западных компаний.

Используемые виды рекламы и ПР:

— размещение рекламных роликов в бизнес программах (от World Service до CNN), информация об удачно проведенных взаимовыгодных проектах.

— рекламные проспекты в крупные деловые газеты Западной Европы и США;

— разработать специальный «знак качества» (логотип с легко узнаваемой украинской эмблемой), которым будет помечена продукция национальных производителей, в том числе на экспорт, отвечающая строгим стандартам качества» (та продукция с которыми хочет ассоциироваться Украина).

Третьим этапом может стать создание бренда «Украина — ЕС», но для этого необходимо еще выполнить много требований на государственном уровне, поэтому вкладывать деньги в эту ПР программу, на мой взгляд, пока рано.

Необходимо также отметить, что выбирать только одну аудиторию — мировое сообщество неэффективно. На мой взгляд, развитию экономики Украины препятствуют

verse for the country direction.

проблемы восприятия страны не только зарубежом, но и внутри. Только когда украинец будет с гордостью говорить: «Я — Украинец», тогда к нам с уважением будут относиться во всем мире. Поэтому ПР акции внутри страны должны быть направлены на повышение патриотических чувств граждан Украины, поднятие национального духа, стимулирование развития внутреннего туризма. И главное — необходимо уделять внимание этой проблеме, искать пути ее решения на общенациональном уровне, ибо только тогда будет достигнут желаемый результат.

БОГДАН КРИСЮК
Європейський університет
студент 4 курсу
факультету економіки та менеджменту

BOGDAN KRISUK
European university
Year 4, Faculty of economics and management

ВИПУСК КОРПОРАТИВНИХ ОБЛІГАЦІЙ В УКРАЇНІ. ПЕРЕВАГИ І ВАДИ

RELEASE OF CORPORATE BONDS IN UKRAINE. ADVANTAGES AND LACKS

У даній роботі висвітлені питання щодо залучення фінансових ресурсів за допомогою корпоративних облігацій. Головною метою роботи є аналіз переваг і недоліків цього досить привабливого, в даний момент, фінансового інструменту. В роботі наводиться приклад залучення корпоративних облігацій, найактивнішим учасником фондового ринку, компанією Київстар GSM.

In the given work questions concerning attraction of financial resources with the help of corporate bonds are covered. The overall objective of work is the analysis of advantages and lacks of this financial tool rather attractive, at present. The work gives an example of attraction of corporate bonds by the most active participant of the share market, company Kievstar GSM.

Сьогодні в Україні складається сприятлива ситуація для виходу вітчизняних компаній на фондовий ринок з метою запозичення засобів інвесторів завдяки випуску корпоративних облігацій.

Облігації усіх видів поширюються серед підприємств і громадян на добровільних засадах. Позитивний економічний ефект від випуску облігацій можливий лише при емісії на більш-менш значні суми, на наш погляд це більше 1 млн. гривень, що під силу лише середнім і великим підприємствам зі стабільним фінансовим становищем.

Основні переваги фінансування підприємства через випуск облігацій:

- можливість запозичення значної маси грошових коштів;
- не вимагає фінансового або матеріального забезпечення;
- під облігації можна залучати значні суми фінансування;
- вартість залучення значних сум дешевше кредитів;

In modern conditions in Ukraine, there is a good situation for an output of the domestic companies on the share market with the purpose of borrowing means of investors by release of corporate bonds. Bonds of all kinds are distributed among the enterprises and citizens on voluntary bases. Positive economic benefit of release of bonds possible only at issue for more or less significant sums, in our opinion is more 1 million hrivnisas, which on possible only for big and average enterprises, with a stable and decent financial position.

The basic advantages of financing the enterprise by release of bonds:

attracting significant money resources;

- no demand for financial or material maintenance;
- the public credit history is formed;
- under bonds it is possible to involve the significant sums of financing;
- an opportunity of flexible tax and financial planning;
- attracting sums costs(stands) cheaper than

• можливість гнучкого податкового і фінансового планування.

Крім наведених вище переваг корпоративні облігації, як інструмент запозичення емітентом фінансових ресурсів, мають ще низку позитивних якостей:

• цільове використання коштів менш регламентовано в порівнянні з банківським кредитом;

• на тлі виконання регулярних платежів по обслуговуванню емісії облігацій (виплата відсотків і погашення номіналу) формується успішна публічна кредитна історія компанії, що є важливим фактором розвитку в сучасній економіці;

• PR-акція, якою супроводжується випуск облігацій, сприяє підвищенню іміджу компанії серед клієнтів і конкурентів.

Здійснений аналіз свідчить, що найпопулярнішими серед інвесторів залишаються облігації компанії «Київстар GSM». За результатами 2001 року обсяг торгів облігаціями цього емітента на вторинному ринку в ПФТС склав 108,2 млн грн, що становило 97 % від усього обсягу вторинного ринку корпоративних облігацій у ПФТС.

Якщо розглядати по серіях, то найбільшої популярності досягли облігації серії С. З початку 2003 року обсяг торгів облігаціями цієї серії становив понад 91 млн грн (84 % від обсягу торгів облігаціями Київстар GSM та 65 % від загального обсягу торгів корпоративними облігаціями в ПФТС у 2002 році).

Прибутковість до погашення серії С становить 16 % на купівлю та 17 % на продаж, тоді як по серіях В и D прибутковість утримується на рівні 11—12 % на купівлю і 12—13 % на продаж. Враховуючи, що з початку 2003 року по серіях В и D зареєстровано усього по одній угоді, інтерес до облігацій з чисто валютною прибутковістю на ринку невисокий.

Нещодавно компанія «Київстар GSM» продала єврооблігації на 60 млн доларів США, терміном обігу три роки. Попит на облігації з боку інвесторів був дуже високий: загальна сума заявок досягла 110 млн. доларів США, що дало змогу знизити їх прибутковість до 10,96 % річних під розвиток GSM-мережі «Київстар».

Крім того, у листопаді 2002 року компанія першою з українських підприємств випустила євробонди на суму $100 млн. Їхня прибутковість за підсумками розміщення склала 12,75 % річних, термін обігу — три роки.

Міжнародні рейтингові агентства Moody's і Standard&Poor's присвоїли компанії „Київстар GSM» кредитні рейтинги «В 2» і «В-», відповідно.

credits.

Besides above mentioned advantages, corporate bonds as the tool of borrowing financial resources have some more positive qualities:

target use of means is less regulated comparison with the bank credit;

• Carrying out regular payments on service (payment of interests and repayments of face value) forms a successful public credit history of the company, which is the important factor;

The analysis shows, that the most popular investors still have bonds of Kievstar GSM. By results of 2001, the volume of tenders by bonds of this emitter in the secondary market in PFTS made 108.2 million UAH that made 97 % from all volume of the secondary market of corporate bonds in PFTS. If to consider by series, bonds of seriesc, use the greatest popularity. From the beginning of 2003, the volume of tenders by bonds of this series has made more than 91 million UAH, (84 % of the volume of tenders by bonds Kievstar GSM and 65 % of the total amount of tenders by corporate bonds in PFTS in 2002).

At present yield to maturity of a C series with makes 16 % on the purchase and 17 % on sale whereas on series B and D yield to maturity contains at a level of 11—12 % on purchase and 12—13 % on sale. Judging that from the beginning of 2003 on series in and D is registered all under one agreement, interest to bonds with only currency yield in the market is low. In the current year company Kievstar GSM has sold eurobonds of 60 million US dollars, for references 3 years. Demand for bonds on the part of investors was very high: the total sum of applications has achieved 110 million US dollars which has allowed to lower their yield to maturity to 10,96 % annual under development of GSM-network «Kievstar». Besides on November 2002 the company first among the Ukrainian enterprises has let out eurobonds of the sum in 100 million Their yield to maturity on results of accommodation has made 12,75 % annual, term of the reference — three years. International rating agencies Moody's and Standard&Poor's have given Kievstar GSM credit ratings «B 2» and «B-», accordingly.

It is possible to explain popularity of these bonds by the following factors.

First. The market has very well reacted to occurrence of bonds with hedging currency risk.

Second. Underwriter provides 100 % liquidity of bonds in the secondary market, protecting the investor from problems concerning reliability of the emitter.

Third. In the market there is not enough bonds that could be balanced with bonds Kievstar GSM on parameters of yield and reliability.

Популярність цих облігацій можна пояснити наступними факторами:

По-перше. Ринок дуже добре відреагував на появу облігацій з хеджуванням валютних ризиків.

По-друге. Андеррайтер забезпечує 100 %-у ліквідність облігацій на вторинному ринку, захищаючи ризики інвестора щодо надійності емітента.

По-третє. На ринку просто більше немає достатньої кількості облігацій, що могли б конкурувати з облігаціями Київстар GSM по параметрах прибутковості та надійності.

Податковим законодавством України не передбачено ніяких перепон щодо емісії облігацій для українських підприємств. У відповідності до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» залучені кошти не включаються до валового доходу підприємства. Процентні виплати по облігаціях включаються у валові затрати підприємства.

Витрати часу з моменту ухвалення рішення емітентом про випуск облігацій до розміщення інформації про підсумки первинного розміщення облігацій становлять приблизно 13 тижнів.

Основні вади фінансування через випуск облігацій для підприємств України:

- необхідність відкритості та прозорості діяльності підприємства;
- випуск облігацій на незначні суми є досить дорогим;
- досить тривалий строк залучення в порівнянні з кредитом.

Висновки

Таким чином, на основі здійсненого аналізу можна зробити наступні висновки щодо низки переваг у разі здійснення фінансування підприємства через емісію корпоративних облігацій:

- необхідні засоби дешевші, ніж кредит на 3—5 %;
- більш надійний фінансовий інструмент стосовно акцій, що є більш привабливим для інвестора;
- на відміну від акцій, право власності на активи підприємства за умов випуску облігацій не переходять до інвестора;
- досить великий розмір грошових коштів, необхідних для реалізації великих інвестиційних проектів;
- позитивною рисою випуску облігацій є те, що компанія сама має можливість моделювати умови випуску на вигідних для себе умовах;

The tax laws of Ukraine do not stipulat any barrier on issue of bonds for the Ukrainian enterprises. According to the Law of Ukraine «About the taxation of the profit of the enterprises» the involved means are not included in the gross revenue of the enterprise. Percentage payments under bonds are included in total expenses of the enterprise. Expenses of time from the moment of decision making by the emitter about release of bonds before accommodation of the information on results of initial accommodation of bonds make approximately 13 weeks. Rough expenses of money resources on release of bonds are given in table 2.

The Basic lacks of financing of release of bonds for the enterprises of Ukraine are:

Little opennes and transparency of activity of the enterprise;

- release of bonds for insignificant sums is rather expensive;
- rather long term of attraction in comparison with the credit.

Conclusions

From release of bonds it is possible to receive the following positive effect:

necessary means are cheaper, than the credit at 3—5 %;

- more reliable financial tool concerning shares which is more attractive to the investor;
- as against shares, the property right to asset of the enterprise under conditions of release of bonds does not pass to the investor;
- rather big size of the money resource, big investment projects necessary for realization;
- positive feature of release of bonds is that the company itself has an opportunity to model favourable conditions of release;
- the involved means are not subject to the taxation;
- interest and / or discounts concern to total expenses; × bonds can be the guarantee for maintenance of financial obligations;
- an opportunity of use of bonds in the circuit of a withdrawa of the profit from the enterprise (high interest rates under bonds);
- an opportunity of capitalization of a portofolio of securities (the charged interests go on the purchase of new bonds)
- formation of positive image of the company;

- залучені засоби не підлягають оподаткуванню;
- відсотки і/або дисконти відносяться на валові витрати;
- облігації можуть бути запорукою для забезпечення фінансових зобов'язань;
- можливість використання облігацій у схемі виведення прибутку з підприємства (високі процентні ставки по облігаціях);
- можливість капіталізації портфеля цінних паперів (нараховані відсотки направляються на купівлю нових облігацій)
- формування позитивного іміджу компанії.

Таблиця 1

ВИПУСК КОРПОРАТИВНИХ ОБЛІГАЦІЙ КОМПАНІЄЮ «КИЇВСТАР GSM»

Серія	Об'єм емісії, млн. грн	Номінал грн	Дата розміщення	Дата погашення	Розмір річного купона	Гарантована валютна прибутковість	Купонний період (місяців)	Статус
B	29,5	1000	04.04.2002	03.02.2005	13,5 %	10 %	6	в обігу
A	29,5	1000	04.04.2003	03.08.2004	17 %	10 %	6	планується
C	32,95	1000	01.10.2001	01.10.2002	20 %	7 %	при погаш.	погашені
D	27,0	2000	01.10.2001	01.04.2003	—	12 %	6	в обігу
B	10,8	2000	01.10.2001	01.10.2002	—	11 %	6	погашені
A	16,2	1000	01.10.2001	01.04.2002	18 %	6 %	при погаш.	погашені
ЄЄврооблiг.	150,0	—	листопад 2002	—	—	12,75 % (USD)	—	в обігу
ЄЄврооблiг.	60,0	—	березень 2003	3 роки	—	10,96 % (USD)	—	в обігу

Таблиця 2

ОРІЄНТОВНІ ВИТРАТИ ПО ВИПУСКУ КОРПОРАТИВНИХ ОБЛІГАЦІЙ

№ п/п	Затрати	Вартість
1	Державне мито на реєстрацію	0,1 % від номінальної вартості емісії
2	Публікація інформації про емісію	По розцінках ЗМІ
3	Отримання коду облигації (международний ідентифікаційний номер)	1888 грн
4	Послуги аудитора	По розцінках аудиторських фірм
5	Послуги депозитарія та зберігача	Від 3000 грн. в рік
6	Послуги андеррайтера	від 0,5 % до 5 %, в залежності від умов випуску
7	Первинне розміщення в ПФТС	до 0,5 % від розміщеної емісії

The table 1

RELEASE OF CORPORATE BONDS KIEVSTAR GSM

Series	Volume of release, mln uah	Face value uah	Date of accommodation	Date of repayment	Coupon rate	Guaranteed currency profitableness	coupon period of months	The status

B	29,5	1000	04.04.2002	03.02.2005	13,5 %	10 %	6	In circulation
A	29,5	1000	04.04.2003	03.08.2004	17 %	10 %	6	project
C	32,95	1000	01.10.2001	01.10.2002	20 %	7 %	at repayment.	Paied off
D	27,0	2000	01.10.2001	01.04.2003	—	12 %	6	In circulation
B	10,8	2000	01.10.2001	01.10.2002	—	11 %	6	погашені
A	162	1000	01.10.2001	01.04.2002	18 %	6 %	at repayment.	погашені
Euro bonds	150,0	—	november2002	—	—	12,75 % (USD)	—	In circulation
Euro bonds	60,0	—	march 2003	3 роки	—	10,96 % (USD)	—	In circulation

The table 2

ROUGH EXPENSES OF MONEY RESOURCES ON RELEASE OF BONDS,

№	The name of expenses	The price
1	State Tax on registration	0,1 % from a face-value of issue
2	The publication of the information on issue	Under quotations of mass madia
3	Reception of a code of bonds (international identification number)	1888 UAH
4	Services of the auditor	Under quotations of auditor firms
5	Services Depository Trust Company and the keeper	From 3000 UAH. Per one year
6	Underwriter service	From 0,5 % up to 5 %, depending on conditions of release
7	Underwriting on the primary market	Up to 0,5 % from placed emission

КИРИЛЛ КРУГЛЯКОВ
г. Минск, Белорусский государственный экономический Университет

KIRYL KRUHLIAKOV
Belarusian State Economic University Minsk

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВЛИ В РБ

DECLARE REGULATION OF TRADE IN RB

В тезисах рассмотрены вопросы государственного регулирования торговли в РБ. Автором обращено внимание на отсутствие в стране четкой нормативно-правовой базы выступающей сдерживающим фактором успешной предпринимательской деятельности хозяйственных субъектов Белоруссии. Намечена система мер законодательного и административного, правового регулирования, которая регламентировала бы развитие внутренней и внешней торговли в РБ. Даны рекомендации предусматривающие введение в ее рамках законодательных актов регулирующих экспортно-импортные операции.

In theses questions of state regulation of trade in RB are considered. The author inverts attention to absence in the country of precise legal base of successful enterprise activity of economic subjects of Belarus acting as the deterrent. The system of measures of legislative and administrative, legal regulation which would regulate development internal and foreign trade in RB is planned. Recommendations providing introduction in its frameworks of acts regulating export-import transactions are given.

Вопрос об участии государства в регулировании экономики ставиться учеными уже в течение нескольких столетий. Так, например, А. Смит считал, что государство не должно вмешиваться в экономику, а Э. Эрхард и множество других экономистов выступали за активное вмешательство государства в экономику. Данная проблема является актуальной и для развития торговли.

Становление рыночных отношений в республике выдвигает новые проблемы совершенствования отношений государства и торговых предприятий, осуществляющих свою деятельность по обслуживанию населения. Возникает вопрос о том, как и в каких формах государство может осуществлять координацию развития торговли в РБ.

В настоящее время регулирование торговлей выполнено на основе Правил торговли и других нормативных актов, не имеющих силу Закона. Отсутствие четких правовых норм, регламентирующих торговую деятельность, приводит к тому, что торговля осуществляется как «игра без правил», что неблагоприятно сказывается на качестве обслуживания населения и на самом развитии данного процесса.

Мировая практика развития торговли показывает, что торговая деятельность предприятий и организаций даже разных стран ведется по определенным правилам. Так, например, 144 страны, на которые приходится больше чем 95 % оборота международной торговли, вступивших во ВТО, неукоснительно выполняют условия, определенные декларацией, принятая первой министерской конференцией ВТО. Это, в первую очередь, соглашения о либерализации торговли, соглашение по техническим стандартам, о создании единой зоны свободной торговли, антидемпинговые меры, и т. д.

Принятые соглашения позволяют упрощать бюрократические процедуры в торговле, что, соответственно, способствует эффективному обмену товарами и услугами, и продвигает развитие процессов интеграции с различными странами.

Подготовка РБ для вступления в ВТО требует также координальных шагов в плане доведения нормативных актов, регламентирующих процесс торговли, до международных стандартов. Прежде всего, должна быть разработана система мер законодательного и административно — правового регулирования, которая регулировала бы развитие как внутренней так внешней торговли в РБ.

Одним из главных элементов данной системы, по моему мнению, должен быть

Question on participation of the state in regulation of economy has been already placed by scientists within several centuries.

So, for example, A. Smith considered that the state should not collide economy, E. Erhard and other economists supported active intervention of the state in economy

The same problem faces researchers now. The given problem is actual for the development of trade.

Development of market relations in the republic puts forward new problems of perfection of relationships between state and trade enterprises which carry out service activity for the population. There is a question how and in what forms the state can execute coordination of development of trade in RB.

Now trade regulation is executed on the basis of Rules of trade and other actions which are not valid as the Law. Absence of exact law regulations of the trading activity results in the fact that trade is executed as «game without rules» which has adverse effect on quality of service of the population and on development of the given process.

World practice of development of trading displays, that activity of trade of the enterprises and organizations in various countries is carried out by some rules.

Thus, for example, 144 countries which make more than 95 % of revolution of the international trade within WTO follow necessary conditions determined by the declaration adopted at first ministerial conference of WTO. It, first of all, agreements on liberalizations of trade, the agreement on technical standards, about creation of a homogeneous zone of free trade, measures, etc.

The adopted agreements allow to simplify bureaucratic procedures in trade, it accordingly advances an effective exchange of the goods and services, and promot development of processes of integration with the various countries.

Preparation RB for introduction in WTO demands also coordination steps to the termination of the process of regulation of actions of trade established by the law up to the international standards.

First of all, the system of legislative measures and administrative — legal regulation should be advanced which would adjust development of both internal and foreign trade in РБ.

One of the main elements of the given system, in my opinion, should be the Law on the trade based on principles of free and multilateral trade, providing some State control over the given process.

Acceptance of the Law on trade will allow

Закон о торговле, основанный на принципах свободной и многосторонней торговли, предусматривающий определенный государственный контроль за данным процессом.

Принятие Закона о торговле позволит определить рамочные условия деятельности торговых предприятий как на территории РБ, так и за ее пределами. Одновременно необходима разработка законодательных актов, регулирующих экспортно-импортные операции торговли, стандарты и т. д. которые бы способствовали рыночным преобразованиям в стране.

Номенклатура методов реализации указанного блока мер должна быть экономически обоснована не только с точки зрения научных разработок, но и на базе глубокого изучения практического опыта в мировом масштабе, только в этом случае, действия государства в рамках выбранной стратегии регулирования торговли в РБ, будет способствовать выходу экономики страны на траекторию устойчивого роста и создадут условия для вхождения беларуссии в мировую экономику на правах равного субъекта международных отношений.

to define conditions of structure of activity of trade enterprises both on the territory of RB and behind its boundaries. Development of the actions regulating export-import transactions is simultaneously necessary, customs tariff sphere, service of foreign trade, standards, etc. which would advance market transformations in the country.

The specification of methods of realization of the specified block of measures should be economically justified not only from the point of view of scientific development, but also on the basis of deep learning of practical experience on a global scale, only in this case, actions of the state within the limits of structure of the chosen strategy of regulation of trade in PB will advance production of the national economy on a trajectory of steady growth and will create conditions for entering Belorussian to world economy with the rights of an equal subject of the international relations.

КАТЕРИНА КУЗЬМЕНКО
НТУУ «КПІ», кафедра міжнародної економіки, *другий рік навчання*

KATE KUZMENKO
National Polytechnic University,
2nd year

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ УМОВИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИТРАТ НА РЕКЛАМУ

INSTITUTIONAL CONDITIONS OF THE ADVERTISING EXPENDITURES EFFECTIVENESS

Інтеграційні процеси у світовій економіці, глобалізація господарських зв'язків, розширення можливостей, обсягів та швидкості передачі інформації підвищують значення реклами як потенційно потужного засобу конкурентної боротьби. Обсяги реклами та витрати на неї стрімко зростають, а час, який споживач витрачає на медіа усіх типів не збільшується, привернути увагу аудиторії все складніше.

На думку автора, рекламний продукт — це ринковий інструмент впливу на вибір економічних суб'єктів через перерозподіл обмеженого ресурсу — уваги споживачів та формування бажаних стереотипів їх поведінки та споживання.

Можливість отримання бажаного ефекту від витрат на рекламу залежить від інституціональних умов, в яких має діяти

Integration processes in the world economic system, globalization of business links, broadening of the possibilities of information spreading raise the importance of advertising as the power means of competition.

The scope of advertising and expenditures on it are rising very quickly, but the time, devoted to watching mass media by average customer remains the same. It is getting more and more difficult to draw attention of the audience.

In our opinion, an advertising product is the market means of influence on the choice of economic agents and the means of redistribution of the limited resource -attention of the audience and the way of forming the desirable consumer's stereotypes of behavior and consumption.

Possibility of the obtaining desired effect from advertising expenditures depends on the institutional conditions in which the advertising

рекламний продукт. Свідоме, раціональне використання коштів, які виділяються на рекламну діяльність, передбачає визначення інституціональних умов доцільного застосування реклами.

Сучасне інституціональне середовище (сукупність «правил гри» у суспільстві та механізми примусу, які забезпечують виконання правил) постсоціалістичної економіки перешкоджає успішній роботі реклами. Так, за даними В. В. Радаєва, чим частіше підприємці рекламують свою діяльність, тим вища вирогідність їх зіткнення з насильством в господарських відносинах, наприклад, вимагання нелегальних виплат Ос. 14).

Неоінституціоналізм (сучасний напрям економічної теорії) обгрунтовує залежність соціальне — економічного розвитку суспільства від системи діючих інститутів, визначаючи їх як рамки, які структурюють взаємодії індивідів у різних сферах їх діяльності. Інститути поділяють на формальні (зафіксовані в діючому законодавстві), неформальні (традиції, звичаї) та рамки, які вибираються спонтанно, на основі інтуіції. Інститути встановлюють межі сприйняття індивідами своїх інтересів, але індивіди здатні змінювати інститути.

Основним реальним елементом інституціонального середовища, в якому економічні суб'єкти здійснюють свій вибір, є норми, тобто регулярність у поведінці індивідів, яка спирається на санкції (соціальні, юридичні, економічні) для підтримки порядку в системі взаємодій. Якщо не діятимуть норми, які зацікавлюють економічних суб'єктів розкривати справжні дані про свою діяльність, то інформаційне середовище буде непрозорим, а реклама не зможе систематично приносити користь її споживачам та рекламодавцям. Опортуністична складова реклами, тобто частина рекламного повідомлення, яка приписує рекламованим об'єктам неіснуючі в реальності властивості, впливає на ірраціональні мотиви споживчого вибору, у відповідності до інтересів рекламодавця, може зростати і шкодити інтересам споживачів реклами, підвищувати їхню недовіру до реклами товарів, якості яких не можливо перевірити при купівлі. При цьому зменшується зацікавленість споживачів у сприйнятті реклами як джерела корисної інформації та можливості реклами впливати на вибір споживачів.

Економічні суб'єкти будуть вимушені нести додаткові витрати на подолання не-

product has to work. Conscious, rational use of budget for advertising presupposes the determination of institutional environment, where advertising expenditures could be effective.

Modern institutional environment (complex of «game rules» in the society and mechanisms of compulsion which ensure the fulfilling of these rules) in the post-communist economics puts obstacles on the way of successful work of advertising. According to the data presented by V. V. Radayev, the more often a businessman advertise his wares or services, the more he is suffering from racket and inspections (Lp. 14).

Neoinstitutionalism (the new trend of economic theory) grounds the dependence of social and economic development on the system of institutions which are currently in force. Institutions are the frames wich determine relations among individuals in different fields of their activity. Institutions are divided into formal institutions (laws); non-formal institutions (traditions, habits); and frameworks, which are chosen spontaneously on the basis of intuition. Institutions define limits of human interpreting of their interests, but people are capable of changing the institutions.

Norms (or regularity in people's behavior) are the basic elements of the institutional environment where economic agents make their choice. Norms are based on sanctions (social, economic, legal), and are aimed at maintaining the order in the system of transactions. If the norms inducing economic agents to disclose the real information about their business don't work, the information environment is opaque and advertising cannot be useful to its customers and its audience systematically. Opportunist part of advertisement is the information, that ascribes not-existing characteristics to the goods or service and has influence on the irrational part of customer's choice. If the information environment is opaque, opportunist part of advertisement can increase and damage the interests of customers, raise their distrust to advertising information.

Economic agents will have to bear additional expenditures on overcoming opacity of the information environment. Asymmetric distribution of commercial information lets its owners damage the interests of their partners.

Changing and controlling of institutional frames, imports of the institutes that have proved their effectiveness are impossible without state power will. The trend of institutional reforms depends on who is interested in the reforms.

Neo-institutional school of economical theory marks out two ideal models of state: con-

прозорості інформаційного середовища, оскільки асиметричність інформації, яку можна використати при укладанні угод, дозволить її власникам наносити шкоду інтересам партнерів.

Зміна та контроль дії рамок, що структурують взаємодії суб'єктів у суспільстві, імпорт інститутів (запозичення «правил гри», які виникли в іншому інституційному середовищі), що вже довели свою ефективність у досягненні бажаних результатів, неможливі без волі держави. Напрям інституційних реформ залежить від того, в чиїх інтересах вони впроваджуються.

Неоінституційний напрям економічної теорії виділяє дві ідеальні моделі держави: експлуататорську і контрактну. Перша використовує монополію на насильство для максимізації доходу групи суб'єктів, які контролюють державний апарат. Контрактна держава діє тільки в межах повноважень, одержаних від громадян і в інтересах суспільства. Можливість створення і функціонування системи інститутів цивілізованого ринку, і, як наслідок, підвищення прозорості інформаційного середовища, збільшення корисної інформаційної складової реклами, зацікавленості потенційних споживачів в рекламній інформації залежить від наближення моделі реальної держави до контрактного типу. Ідентифікація наближення реальної держави до ідеальної моделі можлива на основі інституційного аналізу статей державного бюджету (2, с. 358).

Такий аналіз був зроблений автором за даними державного бюджету України (3, 4) за період 1998—2001 років. Результати аналізу дають підстави вважати, що в сучасному інституціональному середовищі нашої країни ще зберігаються ознаки, характерні для експлуататорської моделі, оскільки мали місце: зростання частки неподаткових доходів бюджету; збільшення частки витрат державного бюджету на управління та силові міністерства. Разом із тим є і позитивні зміни у наближенні моделі держави контрактного типу:

— скорочення частки покриття бюджетного дефіциту за рахунок кредитів Національного банку та збільшення частки зовнішнього фінансування;

— збільшення частки доходів держави від «ринкових» податків у доходах держбюджету.

Визначення за допомогою інституційного аналізу основних відмінностей реальної держави від бажаної моделі держави контракт model and exploiter model. Exploiter state uses its monopoly of constraint to maximize incomes of the government. Contract state, on the contrary, acts in the interest of the whole society and tries to maximize incomes of all people.

Possibility of existence of civilized market and the system of its institutes, clear information environment, increase of amount of useful information in advertising depend on the degree of approximation of the state towards the contract model. Identification of the approximation is possible on the basis of institutional analysis of items in the state budget (2, p. 358).

This analysis was done by the author of this article on the basis of items in the Ukrainian state budget (3,4) for a period of 1998—2001 budget years. The findings allow us to consider, that there are still some signs of exploiter model in modern institutional environment of Ukraine because there were:

—increasing of non-fiscal incomes of the budget;

—increasing of expenses of state budget for the government and law-enforcement forces. However there are some positive changes:

—cutting down of the defrayment of budget deficit at the expense of credits of the National Bank and increasing of defrayment of budget deficit at the expense of external credits;

—increasing the state incomes from the «market taxes»;

Revealing the basic distinctions of the real state from the desirable contract model could help us in finding the means to overcome these shortcomings. It is also possible to predict terms of reaching the goal on the basis of changing in criteria characteristics.

Acceleration of movement in this direction is necessary for creating the institutional conditions, where economic agents are interested in clear information environment and reducing the opportunist part of advertisement.

трактного типу може сприяти виявленню шляхів їх подолання, а на основі змін значень критеріальних характеристик можливе прогнозування термінів досягнення мети. Прискорення руху у цьому напрямку необхідне для створення інституціональних умов, в яких економічні суб'єкти були б зацікавлені у прозорості інформаційного середовища, зменшенні опортуністичної складової реклами, а реклама могла б бути корисною і споживачам і рекламодавцям.

КАТЕРИНА КУЦЕНКО
Харківський державний економічний університет
Ф-т міжнародних економічних відносин

KATERYNA KUTSENKO
Kharkiv state university of economics
Faculty of international economic relations

ПРОБЛЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ БАНКОВ В УКРАИНЕ

PROBLEMS OF REGION BANKS' DEVELOPMENT IN UKRAINE

В работе проведен анализ размещения банковских учреждений на территории Украины и связанных с этим проблем. Рассмотрена взаимосвязь уровня рискованности и дифференциации доходов коммерческих банков с развитием сети их филиалов и другими территориальными факторами. Особое внимание в роботе уделяется риску банковской деятельности и диверсификации его факторов, что даст возможность разработки региональной политики коммерческих банков, которая, в свою очередь, обеспечит их маневренность по отношению к инвестиционным и кредитным рискам.

The analysis of bank institutions' location on the territory of Ukraine is performed below. The problems connected with it have been analyzed. Interrelation between the level of the riskness and differentiation of commercial banks profits with the development of the network of their subsidiary ones and other territorial factors has been considered. Special attention is given to the risk of bank's functions and the diversification of its factors, that gives an opportunity for development of commercial banks' regional policy, which would assure their maneuverability toward the credit and investment risks.

Банковская система Украины сегодня — один из наиболее развитых элементов товарно-хозяйственного механизма, поскольку ее реформирование было начато раньше, чем других секторов экономики. Банковская система имеет свое особое назначение и выполняет важные экономические функции перераспределения финансовых ресурсов, осуществляет расчеты в народном хозяйстве, обеспечивает стабильность цен, национальной валюты, функционирование денежного рынка и экономики в целом.

По аналогии с экономически развитыми странами мира, в Украине создана двухуровневая банковская система, которая включает Национальный банк, государственные и коммерческие банки разных форм собственности, специализации и территориального уровня.

Банковская сфера, как известно, очень чувствительна ко всем переменам и изменениям, так как непосредственно связана со всеми секторами экономики и межбанковской конкуренцией. Главной целью стратегическо-

The Ukrainian banking system today is one of the most developed elements of economical mechanism, because its reformation was begun earlier than of other economy sectors. Banking system has its own appointment and fulfils important economical functions of financial resources redistribution, realizes reckonings in national economy, provides stability of the prices, national currency, operation of the money (currency) market and economics in general.

Like well developed countries of the world, Ukraine has two level banking system, which includes the National bank of Ukraine (NBU), central and commercial banks of various property forms, specialization and territory level.

The banking sphere is tend to be very sensitive to various changes, as far as it is directly connected with all sectors of economics and interbank competition.

The main target of the Ukrainian banking system development must be creation of reliable, effective and profitable banking system,

го развития банковской системы Украины должно быть создание надежной, эффективной и прибыльной банковской системы, которая максимально удовлетворяла бы запросы и надежды клиентов, инвесторов, государства и была бы стойкой к кризисам, т. е. обладала бы выживаемостью на деловом рынке.

Одной из проблем, разрешение которой существенно приблизит нас к достижению этой цели, прежде всего, является проблема нерациональной территориальной структуры размещения банков.

Среднее количество жителей Украины, приходящихся на одно банковское учреждение, составляет 20 тыс. чел., в Тернопольской области этот показатель составляет 14 тыс. чел., а в Донецкой — 28 тысяч.

На 2000 г. географическая концентрация банков Украины была такова: 34,7 % банков зарегистрировано в г. Киеве; 36,6 % — в Восточной Украине; 12,1 % — в Западной; 6,5 % — в Крыму и 10,4 % — в Северной и Центральной части Украины. Следующие за Киевом центры высокой территориальной концентрации банков — это Харьков, Днепропетровск, Донецк, Запорожье, Одесса и Львов. Как мы видим, банки на территории Украины расположены крайне неравномерно, что связано с концентрацией производства. Так, например, Донецкий регион является наиболее развитым промышленным центром Украины, нуждающимся в постоянном финансировании. Крым также испытывает недостаток инвестиционных средств, необходимых для развития курортно-туристического бизнеса. Западные области Украины по своему промышленному развитию значительно отстают от Донбасса, поэтому требуют меньшего объема финансирования, располагая невостребованными активами. Вследствие этого в местах концентрации банковских учреждений, и в особенности в Киеве, идет жестокая конкурентная борьба, нацеленная на завоевание новых клиентов, предоставления большего количества банковских услуг лучшего качества, а в регионах появление коммерческих банков происходит спонтанно, и направление их деятельности определяются с завышенной степенью риска. Расположение коммерческих банков по всей территории Украины и развитие корреспондентских связей между ними смогут преодолеть проблему промышленной концентрации.

Географический подход при исследовании банковских рисков основывается на явлении значительной дифференциации доходов коммерческих банков в различных регионах и городах страны, которые возникают под действ-

which could maximally satisfy demands and hopes of clients, investors, state and be steadfast to crises, that is it should be survival on functional market.

One of the problems, which solution would of essence approximate us to the achievement of this purpose is, first of all, the problem of irrational structure of banks location.

Average amount of ukrainian population for one bank institution is 20 thousand people, in Ternopolksy region it is 14 thousand and in Donetsky — 28 thousand.

In year 2000 geographical concentration of ukrainian banks was as follows: 34.7 % of banks were registered in Kyiv, 36,6 % in eastern part of Ukraine, 12.1 % — in western part, 6.5 % in Crimea and 10.4 % in northern and central parts of Ukraine. Kyiv is followed by some more centers of high territorial concentration of the banks — these are Kharkiv, Dnepropetrovsk, Donetsk, Zaporijja, Odessa and Lviv. As we can see, on the territory of Ukraine banks are situated extremely unevenly, that is connected with the concentration of the production. Thus, for example, Donetsky region is a most developed industrial center of Ukraine, needing unceasing financing. The Crimea also lacks investments, which are necessary for development of recreation and touring business. Western districts of Ukraine are not developed as well as Donbass and they need less financing, because of possessing nonused assets. That's the reason why in the places of the concentration of banking establishments, especially in Kyiv, exists certain competition, oriented on gaining new clients, providing additional amount of bank services of better quality and appearing of the commercial banks in regions is unexpected, and direction of their activities is defined with value-added range of risk. Location of commercial banks all over the territory of Ukraine and development of corresponding relations between them can solve the problem of industrial concentration.

Researching the bank risks from geographical point of view is based on the phenomena of a certain differentiation in income of commercial banks in various regions and cities of the country, which appear by the action of the certain territorial factors.

According to the research of U. Kachaev, territorial differences of the average income sum of the commercial banks in banking centers of Ukraine are pretty appreciable: from 2,4 mln hrivnas in Krovoy Rog to 1000,5 mln hrivnas in Dnepropetrovsk.

While planning the place of dislocation of commercial banks branches it's important to evaluate the level of income fluctuation within

вием определенных территориальных факторов. Как свидетельствует в своем исследовании Ю. Качаев, территориальные отличия величины среднего дохода коммерческих банков в банковских центрах Украины достаточно ощутимы: от 2,4 млн грн. в Кривом Роге до 1000,5 млн грн в Днепропетровске.

При планировании размещения филиалов коммерческих банков важное значение имеет оценка уровня колебаний дохода в пределах отдельных банковских центров. Максимальная величина этого показателя риска банковской деятельности присуща преимущественно крупнейшим банковским центрам — Днепропетровску, Донецку, Запорожью, Одессе и Харькову.

На риск банковской деятельности существенное влияние оказывают также внешние факторы: криминогенные (уровень преступности в экономической сфере, нарушения в деятельности участников инвестиционного рынка), экономические (убыточность предприятия и их задолженность, индекс цен), факторы незавершенного производства (объем незавершенного строительства и его соотношение с инвестициями в основной капитал), социальные (уровень безработицы, масштабы забастовок, задолженности по заработной плате), экологические (уровень загрязнения воздуха и воды, убытки от аварийных загрязнений).

К областям с очень высоким уровнем банковского риска относятся недостаточно экономически развитые регионы Украины — Тернопольская, Ивано-Франковская, Николаевская и Хмельницкая области. И наоборот, регионами с благоприятным банковским климатом являются промышленно развитые области — Донецкая, Запорожская, Харьковская и, особенно, Киевская.

Территориальная диверсификация банковского портфеля отображает действие двух факторов: 1) количества регионов или филиалов в регионах; 2) благоприятности регионов для осуществления банковской деятельности (выбор территории с минимальной активностью факторов риска).

Анализ особенностей территориальной дифференциации факторов банковского риска дает возможность для различной региональной политики коммерческих банков и их маневренности в отношении инвестиционных и кредитных рисков. При оценке альтернативных вариантов размещения определенного вида банковской деятельности учитывается привлекательность регионов для данного вида деятельности.

the limits of a certain bank centers. The highest amount of this banking activity risk factor is inherent mostly to biggest banking centers — Dnepropetrovsk, Donetsk, Zaporijja, Odessa and Kharkiv.

External factors also influence the risk of banking activities: criminogenic (the level of criminality in economic sphere, violation of activity participants of investment market), economical (unprofitability of enterprises and their indebtedness, price index), factors of unfinished production (volume of unfinished building and its corresponding to the investments in the fixed capital), social (level of unemployment, strikes, unpaid wages and salaries), ecological (air and water pollution, losses from accidental pollutions).

The regions with rather high level of bank risk are such economically less developed as Ternopolsky, Ivano-Frankovsky, Nikolaevskaya and Hmelnitsky ones. And on the contrary, regions with favorable banking climate are industrially developed Donetsky, Zaporijsky, Kharkovsky and, especially, Kievsky regions.

Territorial diversification of bank's portfolio mirrors the influence of two factors: 1) the number of regions or branch banks in regions; 2) favorable regions for bank function fulfillment (choice of territory with the minimal factors of risk activity).

Particular analysis of territorial differentiation factors of bank risks enables to provide various regional policies of commercial banks and their maneuverability for investment and credit risks. Estimation of the alternative ways of location certain kinds of banking activities includes attractiveness of regions for this concrete type of activity.

Personnel problem also refers to the problems of territorial activity. Certificated specialists for working in bank sphere are prepared by the Higher Educational Establishments in large cities. That's why lack of qualificated labour force is one more factor of slowing down the banking sphere development.

Thus, I should note, that each region is a territory with a certain natural, geopolitical, demographical, financial, economical, social and other particularities, with their own investment climate, which directly influences on the banking activity. Even tax policy of the state in some cases has its own regional differences, connected with creation of special (free) economical zones, development areas. Territorial differences are connected with the bank market conjuncture, which depends on the number of banks and their departments, power and effectiveness of economic complex, level of living,

К проблемам территориальной деятельности банков относится также проблема кадров. Дипломированных специалистов для работы в банковской сфере готовят в высших учебных заведениях крупных городов. Поэтому отсутствие квалифицированной рабочей силы также является фактором замедления развития банковской сферы в областях.

Таким образом, следует отметить, что каждый регион — это территория с определенными природными, геополитическими, демографическими, финансово-экономическими, социальными и другими особенностями, своим инвестиционным климатом, который непосредственно влияет на банковскую деятельность. Даже налоговая политика государства в ряде случаев имеет свои региональные особенности, связанные с созданием специальных (свободных) экономических зон, территорий приоритетного развития. Территориальные отличия связаны также с конъюнктурой банковского рынка, которая зависит от численности банков и их филиалов (отделений), мощности и степени эффективности, состояния хозяйственного комплекса, уровня жизни населения, инвестиционной привлекательности, экономического развития региона в целом.

investment attractiveness and economical development of the region in general.

ЄВГЕНИЯ ЛОГАЧЕВА
Донецкий национальный университет
Экономический факультет, 4 курс

Y. LOGACHOVA
Donetsk national university
Economic faculty, 4th year

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОЕКТНОГО ПОДХОДА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

USAGE OF THE PROJECT MANAGEMENT APPROACH IN MODERN CONDITIONS OF BUSINESS OPERATING

В работе рассмотрено использование проектного подхода при управлении изменениями, которое позволит получить эффективный инструмент для организации управления инвестиционной деятельностью, способствующей переходу украинской экономики на новый этап развития. Изучены теоретические основы концепции управления проектами, предпосылки и условия ее применения при управлении отечественными предприятиями.

The article considers the use of the project management approach in management of changes which will allow to receive the effective tool for the organization of management by the investment activity promoting transition of the Ukrainian economy on a new stage of development. Theoretical bases of the concept of management by projects, preconditions and conditions of its application at management of the domestic enterprises are investigated.

Переход к новым условиям хозяйствования (от плана к рынку) породил кризисные явления в экономике. В первом десятилетии — XXI века Украина находится в посткризисном состоянии, когда отмечен рост ВВП и национального дохода, однако последствия глубокого политического и экономического

Transition to new conditions of managing (from the plan to the market) has generated the crisis phenomena in economy. In the first decade of the 21century Ukraine is in a postcrisis state when growth of gross national product and the national income is marked, however consequences of deep political and economic crisis

кризиса не могут не сказываться на функционировании субъектов хозяйствования. Незавершенность структурных реформ, отсутствие здоровой конкуренции, недостаточный уровень развития рыночных институтов будут оказывать негативное воздействие не только в ближайшее время, но и в отдаленной перспективе.

В настоящее время в Украине идет смена социально-экономической системы: рыночные отношения, предпринимательская активность и переход к разнообразным формам

should affect functioning of subjects of managing. Incompleteness of structural reforms, absence of the healthy competition, an insufficient level of development of market institutes will render negative influence not only in the near future, but also in the future.

Now in Ukraine there is a change of social and economic system: market relations, enterprise activity and transition to various patterns of ownership puts forward new requirements; rates and scales of revolutionary changes in technological base of manufacture accrue;

собственности выдвигает новые требования; нарастают темпы и масштабы революционных изменений в технологической базе производства; кардинально меняются функции и методы государственного регулирования и управления; требуется решительная смена стереотипов мышления, сложившихся в течение многих десятилетий. Эти изменения не только масштабные, но и беспрецедентные — за всю историю современной Украины за столь короткий срок не происходила коренная ломка одной экономической системы и формирование другой.

Все многообразие процессов, происходящих при этом, можно представить как совокупность социальных, технических, организационных, экономических проектов. Если научиться этими проектами управлять, а руководители, призванные принимать решения, будут прислушиваться к рекомендациям профессиональных управляющих проектами, можно утверждать, что проводимые в стране реформы будут идти успешнее.

Управление проектами (УП) — это методология организации, планирования, руководства, координации трудовых, финансовых и материально-технических ресурсов на протяжении проектного цикла, направленная на эффективное достижение его целей путем применения современных методов, техники и технологии управления для достижения определенных в проекте результатов по составу и объему работ, стоимости, времени, качеству и удовлетворению участников проекта.

Мировой опыт свидетельствует, что в странах с переходной экономикой для успешной реализации реформ необходимо привлечение и эффективное использование иностранных инвестиций. Иностранные инвестиции содействуют мерам макроэкономической стабилизации, формированию национальных инвестиционных рынков, а также обеспечивают доступ к современным технологиям и менеджменту.

Основу концепции УП составляет взгляд на проект, как на управляемое изменение исходного состояния любой системы (предприятия), связанное с затратами времени и средств. Исследование процесса и регулирование изменений, осуществляемых по заранее разработанным правилам в рамках бюджета и временных ограничений, составляет сущность этой синтетической концепции.

Такой подход позволяет свести все изменения в экономике, управлении, укладе жизни страны к системе инвестиционных проектов, а управление ими — к управлению инвестициями.

functions and methods of state regulation and management cardinally vary; resolute change of stereotypes of the thinking developed within many decades is required. These changes not only scale, but also unprecedented — for all history of modern Ukraine for so short term occur neither radical changes of one economic system or formation of another.

All variety of the processes occurring at it, are possible to present as a set of social, technical, organizational and economic projects. If to learn to operate these projects, and the heads, called to make decisions, will listen to recommendations of professional project managers, it is possible to approve, that reforms in the country will go more successfully.

Project management (PM) is methodology of the organization, planning, management, and coordination of labour, financial and material resources during the project cycle, directed on effective achievement of its purposes by application of modern methods, technical equipment and technology of management for achievement of the results determined in the project by structure and amount of works, cost, time, quality and satisfaction of participants of the project.

Global experience testifies, that in the countries with transitive economy for successful realization of reforms attraction and effective utilization of foreign investments are necessary. Foreign investments promote measures of macroeconomic stabilization, formation of the national investment markets, and also provide access to modern technologies and management.

The basis of PM concept is made with a sight at the project, as on a controlled change of the initial state of any system (enterprise), connected with expenses of time and finance. Research of process and regulation of the changes which are carried out by beforehand developed rules within the framework of the budget and time restrictions, makes essence of this synthetic concept.

Such approach allows to reduce all changes in economy, management, way of life of the country to the system of investment projects, and management of them — to management of investments.

Ukraine has the powerful industrially advanced potential, advanced infrastructure, a favourable geographical position that testifies to its investment appeal. Inflow of foreign investments is promoted by the carried out currency reform, stabilization of the rate of national currency, controllability of inflationary processes.

Now it becomes more and more obvious that activization of investment activity is necessary for transition to economic growth, success-

Украина располагает мощным промышленно развитым потенциалом, развитой инфраструктурой, имеет выгодное географическое положение, что свидетельствует об ее инвестиционной привлекательности. Притоку иностранных инвестиций способствует проведенная денежная реформа, стабилизация курса национальной валюты, управляемость инфляционными процессами.

В настоящее время все более очевидным становится то, что для перехода к экономическому росту необходима активизация инвестиционной деятельности, успешная реализация инвестиционных проектов. Достижение этой цели требует практического решения проблемы перехода к проектно-ориентированной форме управления.

Для организации инвестиционной деятельности в проектно- ориентированной форме надлежит решить ряд задач, в числе которых:

- создание новых (или адаптация действующих) структур управления; создание фирм, специализирующихся на выполнении функций проект — менеджера;
- совершенствование законодательных и нормативных актов, регламентирующих инвестиционную деятельность;
- разработка механизма функционирования проектно — ориентированных структур, их статуса и меры ответственности за результаты деятельности;
- определение форм проектного финансирования;
- разработка и внедрение информационных технологий, баз и банков данных по всем фазам и этапам жизненного цикла проектов;
- подготовка профессиональных руководителей проектов всех уровней.

Решение перечисленных задач позволит получить эффективный инструмент для организации управления инвестиционной деятельностью, способствующей переходу украинской экономики на новый этап развития.

ful realization of investment projects. Achievement of this purpose demands practical decision of the problem of transition to project — focused form of management.

For the organization of investment activity in design focused form it is necessary to solve a number of problems, such as:

— Creation of new (or adaptation of working) structures of management; creation of the firms specializing in performance of functions of a project — manager;

- Perfection of legislative and statutory acts regulating investment activity;
- Development of the mechanism of functioning project — focused structures, their status and the measure of responsibility for the results of activity;
- Definition of forms of project financing;
- Development and introduction of information technologies, bases and databanks at all phases and stages of the life cycle of projects;
- Training of professional project- managers of all levels.

The decision of the listed tasks will allow to receive the effective tool for the organization of management by the investment activity promoting transition of the Ukrainian economy to a new stage of development.

АРТЕМ ЛАЗОРСЬКИЙ
Академія державної податкової служби України
Обліково-економічний факультет, 4-й курс

ARTEM LAZORSKIY
Academy of State Tax Service of Ukraine
Accounting and economic faculty, 4-th year

АКТУАЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СИСТЕМУ ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ACTUALITY OF INCULCATION OF MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES IN TAXATION SYSTEM OF ENTERPRISE ACTIVITY

У даній роботі досліджуються проблеми оподаткування підприємницької діяльності, які негативно впливають на вітчизняну систему. В роботі також запропоновані приоритетні напрями інформатизації ДПС України, завдяки реалізації яких можливе розв'язання цих проблем, що, в свою чергу, значно спростить систему оподаткування підприємницької діяльності і створить сприятливі умови для її функціонування.

In the given work the problems of taxation of enterprise activity which negatively influence the given system are investigated. The work offers priority directions of informatization in STS of Ukraine, due to which real solution of these problems is possible, that in turn will essentially simplify the system of the taxation of enterprise activity and create favorable conditions for its functioning.

Сутність діяльності органів ДПС України проявляється у проведенні контрольно-перевірочної та аналітичної роботи щодо повноти сплати податків суб'єктами підприємницької діяльності. Це пов'язано з використанням значного обсягу інформації про платників податків та про зміст їх фінансово-господарських операцій.

Жодне з державних відомств не стикається з такою великою кількістю проблем, які притаманні податковій службі у сфері інформатизації. Без перебільшення можна, що податкова служба — це складна система на вхід до якої подається інформація, а на вихід — утримання до бюджету. Від функціонування цієї галузі, особливо в умовах економічної кризи, великою мірою залежить безпека держави, її економічна й політична незалежність.

Впровадження сучасних інформаційних технологій призведе до вирішення великої кількості існуючих проблем в оподаткуванні підприємницької діяльності. До таких проблем можна віднести:

— значні обсяги тіньової економіки, що, з одного боку, з'являються через хибне податкове навантаження, що постало внаслідок недосконалого законодавства, а з другого — ментальністю, яка притаманна населенню перехідного періоду. Окрема проблема — це існування «фіктивних» підприємств і так званих конвертаційних центрів. Вказані фактори вимагають від податкових органів пильного стеження за товарними і фінансовими потоками об'єктів оподаткування, що потре-

Essence of practice in bodies of the State Tax Service (STS) of Ukraine is shown in realization of inspectioning, verifying and analytical work with regard to completeness of tax payments by the subjects of enterprise activity. It is contacted to use large volumes of the information about taxpayers and essence of their financial and economic operations.

Either of state departments does not confront with a lot of problems, which are inherent to tax service in informatization. Without overating we can say that the tax service is a complex system, input of which is information, and output — transfer to the budget submits. Functioning of this branch, especially under such circumstances as economic crisis, defines safety of the country, its economic and political independence.

The inculcation of modern information technologies will result in solution of many existing problems in taxation of enterprise activity. To such problems we can attribute:

— the essential volumes of background economy, which are born due to vast tax loading because of the imperfect law. From another aspect — mentality, which is inherent to the population of the transitive period. A separate problem is existence of the «fictitious» enterprises and, so-called, convert centres. The specified factors require from tax bodies attentive supervision over commodity and financial flows of objects of taxation, that in turn requires, essential by structure and volumes, additional information from a lot of departments and organizations (in total on the regular basis State Tax

буває значної додаткової інформації від певних відомств та організацій (всього на регулярній основі ДПА України обмінюється інформацією з 17 відомствами);

— необхідність обробки значних обсягів інформації з метою поглибленого аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств, включаючи вивчення податкового навантаження підприємств, отримання грунтовних прогнозів та забезпечення диференційованого підходу до підприємств з урахуванням галузевої специфіки, виду власності, розмірів підприємства, географічних умов і т. п. Крім проблеми обсягу інформації, залишаються невирішеними питання електронного стандарту обміну документами, забезпечення правового статусу електронного підпису;

— захист інформації, що циркулює в податкових органах. Значний обсяг інформації, яка носить конфіденційний характер, а частина навіть — державну таємницю, потребує негайного розв'язання проблем захисту інформації від несанкціонованого доступу, а особливо під час передачі її каналами зв'язку. Передбачається проведення масштабних робіт із захисту інформаційної системи ДПС у відповідності до нормативних актів України: Закон України «Про захист інформації в автоматизованих системах» та Положення «Про технічний захист інформації в Україні» (Постанова КМ України від 09.09.1994 року № 632);

— неоднорідність існуючої трирівневої інформаційної системи, яка базується на застарілій СУБД FoxPro, файловій системі на місцевому рівні; на технології «клієнт-сервер» та СУБД Oracle на обласному і центральному рівнях. Така неоднорідність значно ускладнює проблему обміну інформацією між рівнями системи, особливо в умовах, коли достатньо розвинена корпоративна телекомунікаційна мережа просто відсутня.

Рівень інформатизації на сучасному етапі розвитку, порівняно із західними країнами, суттєво відстає від потреб, які суспільство ставить перед органами ДПС. Тому до пріоритетних напрямів інформатизації ДПС України слід віднести:

— модернізацію організаційних процедур та процесів відповідно до потреб суспільства;

— забезпечення інформаційної підтримки процесів модернізації організаційної структури ДПС;

— забезпечення автоматизації виконання основних операційних функцій;

Administration of Ukraine exchanges information with 17 departments);

— necessity of processing of the large volumes of information with the purpose of the profound analysis of financial-economic activity of the enterprises, including investigation of tax loading of the enterprises, reception of the proved forecasts and maintenance of the idividual approach to the enterprises in view of branch specificity, kind of the property, sizes of the enterprise, geographical conditions etc. Except for a problem of large amount of works on input of the information, remain unsolved questions of the electronic standard of an exchange of the documents, ensuring of the legal status of a digital signature;

— the protection of the information, which circulates in tax bodies. Essential volume of the information, which is confidential (part of it makes even state secret) requires the urgent solution of problems about information protection from the non-authorized access, especially during transfer by communication channels. The realization of great work on a safety and protection of STS information system is planned in conformity with the normative acts of Ukraine: the Law of Ukraine «About protection of the information in the automated systems» and regulations «About technical protection of the information in Ukraine» (Decree of the Cabinet of Ukraine of 09.09.1994 №632);

— the heterogeneity of existing three-level information system, which is based on out-of-date control system of database (CSD) FoxPro, file system on a local level; to «client- server» technology and CSD Oracle at regional and central levels. Such heterogeneity essentially makes problem of information interchange between levels of system difficult, especially in conditions when the advanced corporate telecommunication network is absent.

The level of informatization at the present stage of development, compared with western countries, essentially lags behind the requirements, which the society puts before STS bodies of Ukraine. Therefore to priority directions of STS informatization should be attributed:

— modernization of organization procedures and processes according to the requirements of the society;

— supply of information support of modernization processes in organization structure of STS of Ukraine;

— ensuring of automation of the basic operational functions execution;

— creation of the completed system of operation, support and development of an information infrastructure in STS of Ukraine;

— створення довершеної системи експлуатації, підтримки, розвитку інформаційної інфраструктури ДПС України;

— створення і розвиток програмно-апаратних комплексів для забезпечення функціонування автоматизованих інформаційно-аналітичних систем центрального і регіонального рівнів ДПС;

— створення корпоративного комп'ютерно-телекомунікаційного середовища, що поєднує всі рівні ДПС;

— насичення податкових адміністрацій регіонального рівня АРМ об'єднаними локальними інформаційними мережами та їх ефективна взаємодія з корпоративним комп'ютерно-телекомунікаційним середовищем;

— створення типового математичного і програмного забезпечення для вирішення функціональних задач;

— впровадження новітніх методів, засобів, технологій для автоматизованого вирішення функціональних завдань, а також — забезпечення платників сучасним сервісами;

— підготовку і перепідготовку кадрів у галузі нових інформаційних технологій та їх використання в ДПС.

Нова інформаційна інфраструктура органів ДПС України повинна забезпечувати:

— єдиний інформаційний простір;

— реалізацію функцій розподілених обчислювальних систем;

— відкритість системи, її інваріантність щодо організаційно-штатної структури та технічних засобів;

— можливість перерозподілу функцій комплексів засобів інформатизації, що вийшли з ладу, між взаємодіючими комплексами для забезпечення безперервності управління та отримання інформації через інстанцію (реконфігурація, деградація системи) тощо.

— creation and development of software-hardware complexes for maintenance of automated information-analytical systems functioning on central and regional levels of STS of Ukraine;

— creation of corporate computer-telecommunication environment, which will unite all levels of STS of Ukraine;

— saturation of regional tax administrations by AWP (automated work place), which will be incorporated by local information networks and their effective interaction with corporate computer-telecommunication environment;

— creation of typical mathematical maintenance and software for the solution of functional tasks;

— inculcation of the newest methods, means and technologies for the automated solution of functional tasks, and also maintenance of tax payers by modern services;

— training and retraining of the staff in the sphere of new information technologies and their use in the bodies of STS of Ukraine.

The new information infrastructure of the bodies of STS of Ukraine should ensure:

— unified information space;

— realization of functions of the distributed computing systems;

— opennes of the system, its invariancy to organization and regular structure and means;

— opportunity of redistribution of functions in complexes of information means, which leave out of operation, between interacting complexes for maintenance of uninterrupted management and reception of the information through instance (rearrange, degradation of system) etc.

ДМИТРО ЛИППА
Київський національний економічний університет
Фінінансово-економічний факультет, 3 курс

DMYTRO LYPPA
Kiev National University of Economics
The student of the 3rd year, The Faculty of Finance and Economics

ФОРМУВАННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ

FORMATION OF THE INFRASTRUCTURE OF THE SHARE MARKET OF UKRAINE: PROBLEMS OF ORGANIZATION AND WAYS TO INCREASE ITS EFFICIENCY

Автором розглянуто процес формування

In the work the process of the formation of infra-

інфраструктури фондового ринку Україні, проаналізовано проблематику його сучасного стану, законодавчу базу, що забезпечує діяльність, учасників та інструментарій. Запропоновано альтернативні покращення функціонування ринку цінних паперів, а також підвищення ефективності його інфраструктури.

structure of share market in Ukraine is examined. The problems of its tempopary condition, legislative base that promotes its functioning, the participants and the toolkit are analised. Some alternative ways for improvement of functioning of the securities market and increasing of efficiency of its infrusructure are covered.

Фондовий ринок — один з основних елементів національної економіки, що орієнтується на відкритість та рівність суб'єктів підприємницької діяльності. Про зростання його ролі в світі можуть свідчити дані газети Financial Times, за якими вже в 1999 році банківські кредити становили 25 % коштів залучених промисловими компаніями та урядами в усьому світі, що стало наслідком скорочення державних позик та зростання транскордонних операцій, зумовлених використанням Internet технологій. Ефективне функціонування фондового ринку забезпечується наявністю розвинутої інфраструктури, тому розглядаються проблеми формування інфраструктури ринку цінних паперів та висвітлюються можливі шляхи їх подолання.

Інфраструктура ринку цінних паперів складається з трьох сегментів: регулюючого, функціонального та інформаційного. Регулюючий сегмент представлений такими органами як ДКЦПФР, Мінфін, НБУ, саморегулівними організаціями, законодавчою інфраструктурою, нормативними актами тощо. Успішне функціонування фондового ринку можливе за умов чіткої регламентації діяльності його учасників, яке в Україні було започатковано прийняттям Закону України «Про цінні папери та фондову біржу» від 18.06.1991 року. Важливим кроком стало прийняття Законів «Про державне регулювання ринку цінних паперів» від 30.10.1996 р. та «Про національну депозитарну систему та особливості електронного обігу цінних паперів в Україні» від 10.12.1997 р., Закону «Про інститути спільного фінансування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди)» 2001 року. Велике значення мають «Основні напрями розвитку фондового ринку України на 2001—2005 роки», схвалені Указом Президента від 26 березня 2001 року, де закладено основи податкової політики щодо учасників фондового ринку, основні напрями та пріоритети політики щодо емітентів, інвесторів, підготовки фахівців, розвитку законодавства, а також визначаються механізми реалізації даної програми.

Нещодавно ще понад 30 законопроектів із питань фондового ринку опрацьовані ДКЦПФР і внесені на розгляд Уряду та Верховної Ради, серед яких потрібно виділити

The share market is one of basic elements of national economy, which is guided by opennes and equality of subjects of enterprise activity. The data given by The Financial Times newspaper can testify the increase of its role in the world. It shows that in 1999 bank credits have made only 25 % of assets involved with the industrial companies and the governments all over the world. That situation became the consequence of the reduction of the state loans and the increase of the operations caused by the use of the Internet technologies. Effective functioning of the share market is provided with presence of the advanced infrastructure. In the given work problems of formation of the infrastructure of a securities market are examined and possible ways of their overcoming are covered.

The infrastructure of a securities market consists of three segments: regulating, functional and information. The regulating segment is submitted by such bodies as The State Commission for The Securities and Share Market (SCSSM), the Ministry of Finance, The National Bank of Ukraine (NBU), the automatically adjusting organizations, a legislative infrastructure, statutory acts and so on. Successful functioning of the share market is possible under the conditions of a precise regulation of activity of its participants, which in Ukraine was begun by acceptance of The Law of Ukraine «About securities and a stock exchange» of 18.06.1991. The important step became the acceptance of The Laws «About the state regulation of a securities market» from 30.10.1996, «About the national depositary system and features of an electronic revolution of securities in Ukraine» of 10.12.1997, «About institutes of the common financing (share and corporate investment funds)» of 2001. «The basic directions of development of the share market of Ukraine for 2001—2005 years» which was approved by the Decree of the President of March, 26, 2001, have big value as well. There bases of a tax policy concerning participants of the share market, the basic directions and priorities of a policy concerning emitters, investors, preparations of experts, development of the legislation are pawned, and also mechanisms of realization of the given program are defined. Now over 30

Закон «Про акціонерні товариства», котрий повинен стати корпоративним законодавчим актом якісно нового рівня та врегулювати недоліки чинного законодавства, що стимулюють зловживання у сфері корпоративного управління, а також Закон «Про недержавне пенсійне забезпечення», покликаний через фондовий ринок та його структуру спрямувати активи пенсійної системи в реальний сектор економіки.

Найбільший інтерес для нас представляє функціональна інфраструктура ринку цінних паперів, до якої в Україні належать фондові біржі, інвестиційні інститути, реєстратори та депозитарії, брокерсько-дилерські контори, кредитні та страхові інститути, що обслуговують даний ринок, а також розрахунково-клірингові палати. Формування інфраструктури ринку цінних паперів, що забезпечує його функціонування, погіршене умовами економічної кризи. Частка дрібних акціонерів в Україні або ж викуповується за заниженими цінами, або ж розмивається додатковою емісією акцій, а основний прибуток підприємства отримує власник контрольного пакету.

Відсутність чіткої законодавчої бази та незацікавленість фінансово-промислових груп у затвердженні чітких правил гри будуть і надалі протистояти швидкому розвитку цього ринку. Існує ціла низка проблем операторів фондового ринку. Простежується чітка тенденція до переважання частки обсягу торгів на неорганізованому ринку цінних паперів (93 % загального обсягу в 2002 році). В період з 2000 по 2002 роки спостерігалася тенденція зменшення обсягу торгів на фондових біржах, що за минулий рік склала 2/3 показника 2001 року. Це зумовлено сукупністю об'єктивних факторів: звуженням бази інструментів організаційно оформленого ринку (скорочення торгівлі векселями), пріоритетами приватизаційних процесів в Україні, за якими перевага надавалася конкурсному продажу контрольних пакетів акцій державних ВАТ.

Консолідація великих пакетів акцій спричинила скорочення на ринку кількості цінних паперів інвестиційно привабливих компаній. Більшість фондових бірж України переживають гостру нестачу фінансового інструментарію. Вихід бачиться у розширенні технологічних можливостей, а найважливішим стратегічним напрямом розвитку повинна стати їхня інтеграція у Єдину Біржову Фондову Систему (ЄБФСУ) з наступним її входженням у відповідні міжнародні структури європейського та світового фондових ринків.

Заслуговує уваги роль реєстраторів, що відігравали значну роль в період приватиза-

bills on questions of the share market processed by SCSSM and brought to the consideration the Government and The Supreme Rada of Ukraine. It is necessary to allocate The Law «About joint-stock companies» that should become the corporate act of qualitatively new level and settle lacks of the current legislation, which stimulate abuses in the sphere of corporate management. Also great meaning has the bill «About the not state provision of pensions», that will direct assets of the pension system through the share market and its structure to the real sector of economy.

The greatest interest for us represents the functional infrastructure of a securities market to which in Ukraine belong stock exchanges, investment institutes, registrars and depositaries, brokers, dealers, credit and insurance institutes which serve the given market, and also clearing chamber. Formation of the infrastructure of the securities market is worsened by conditions of an economic crisis. The share of fine shareholders in Ukraine or is either redeemed for undercharges, or washed away by the additional issue of shares, and the holder of a control package appropriates the basic profit of the enterprise. Absence of precise legislative base and disinterest of some financial and industrial groups in the statement of precise rules of game will resist further to fast development of this market. There are a lot of problems of operators of the share market. The precise tendency to prevalence of a share of volume of tenders on an unorganized securities market (93 % of the total amount in 2002) is traced. In the period from 2000 to 2002 there was the tendency of reduction of volume of tenders on stock exchanges which last year made 2/3 parameters of 2001. It is caused by the set of objective factors: narrowing of the base of tools of the organized market (reduction of trade by the obligations), priorities of privatization processes in Ukraine on which advantage was given to the competitive sale of the control share holdings of the state corporations. Consolidation of the big share holdings has resulted in the reduction of the amount of securities of the attractive for the investments companies. The majority of stock exchanges of Ukraine experience urgent need in financial toolkit. Registrars played a significant role during in privatization process, but now they duplicate a part of functions of depositaries. There is the problem of creation of market-makers institute, which is necessary for the promotion of securities of this or other emitter and increasing of their estimation.

Having considered the above mentioned problems, in our opinion, there will be pertinent

ції, а зараз дублюють частину функцій зберігачів. Важлива також проблема створення на фондовому ринку України інституту маркетмейкерів, необхідних для «розкрутки» ринку цінних паперів того чи іншого емітента, підвищення їх оцінки.

Розглянувши вищезгадані проблеми, на нашу думку, буде доречним дотримання таких стратегій щодо розвитку українського фондового ринку та проведення наступних заходів:

— дотримання «Програми розвитку фондового ринку в Україні на 2001—2005 роки» та втілення її положень у життя;

— прийняття регуляторних нормативних актів Верховною Радою, ДКЦПФР щодо поліпшення умов функціонування фондового ринку, насамперед Закону «Про акціонерні товариства», Закону «Про недержавні пенсійні фонди»;

— сприяння створенню ЄБФСУ (це зможе забезпечити: підвищення прозорості фондового ринку України, здешевлення та прискорення угод з цінними паперами для учасників, підвищення гарантій для учасників угод з цінними паперами, можливості розробки та введення єдиного національного біржевого індексу, утворення передумов для інтеграції українського фондового ринку в світовий ринок цінних паперів як системи, що змогла б задовольнити усіх зацікавлених осіб по всій території країни, а також була б ефективним інструментом перерозподілу попиту на біржеві послуги серед всіх бірж країни);

— прискорення розвитку функціонування комерційних банків, як суб'єктів, що здійснюють торгівлю, гарантоване розміщення, зберігання цінних паперів, та формування і управління власного інвестиційного портфелю;

— підтримання та розвиток ІСІ, що сприятиме залученню дрібних інвесторів до процесу портфельного інвестування.

— розробка податкового законодавства що буде сприяти посиленню формування інтересу до фондового ринку потенційних інвесторів.

an observance of the following strategy concerning development of the Ukrainian share market and realization of the following actions:

— observance of «The Programs of development of the share market in Ukraine for 2001—2005 years» and an embodiment of its positions in life;

— acceptance of statutory acts by The Supreme Rada and SCSSM concerning improvement of the conditions of functioning of the share market, first of all The Law «About joint-stock companies», The Law «About the not state pension funds»;

— assistance in creation UESSU (it will make possible: increase of a transparency of the share market of Ukraine, the decrease in value and acceleration of agreements with securities for participants, increase of guarantees for participants of agreements with securities, opportunities of development and introduction of a uniform national exchange index, formation of preconditions for the integration of the Ukrainian share market into the world market of securities as systems which could satisfy all interested persons through the territory of the country, and also would be the effective tool of redistribution of demand for exchange services among all stock exchanges of the country);

— acceleration of development of functioning of commercial banks, as subjects who carry out the trade, guaranteed accommodation, preservation of securities, and also formations and management of an own investment portfolio;

— support and development of ICF which can assist attraction of fine investors to the process portfolio investments.

— development of the tax laws which will assist strengthening of formation of interest to the share market of potential investors.

ОЛЬГА ЛИТВИНОВА
ІП «Стратегія»
Здобувач НАУ, кафедра «ЕК»

OLGA LUTVUNOVA
State Institute for Enterpreneuship
The competitor,National Agrarian University

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

INFORMATION TECHNOLOGIES AND MODELLING OF ECONOMIC PROCESSES

У даній статті зроблено аналіз необхідності впровадження інформаційних

The article analyzes the necessity of adoptation and implementation of information

технологій у практику роботи сільськогосподарських підприємств України. Поставлена задача вирішується на прикладі математичного моделювання роботи господарств Петрівського району Кіровоградської області.

technologies in day-to-day activity of the agricultural enterprises of Ukraine. A mathematical modeling of activity of businesses of the Petrovsky area in the Kirovograd region has been taken as an example in the attempt to find a solution for the task.

Ефективність функціонування агропромислового комплексу дедалі більше залежить від застосування нових інформаційних технологій на основі інтегрованої системи збирання, зберігання, обміну та обробки інформації. Серед підприємців-користувачів комп'ютерних технологій популярності зажили автоматизовані інформаційно-аналітичні системи по законодавчих актах, які містять понад 35 тисяч документів з основних розділів законодавства України, а також пояснення і коментарі до них [1].

Використання сучасних електронних технічних засобів уможливлює також комплексне вирішення завдань обліку та аудиту на підприємстві, легше буде здійснювати оцінку і контролювати його господарчу та комерційну діяльність, моделювати управлінські рішення, знизити трудомісткість обробки інформації, підвищити оперативність доступу до обробленої інформації з боку управлінського апарату та працівників бухгалтерії.

Постановка проблеми. Як відомо, забезпеченість підприємств АПК комп'ютерною технікою перебуває на невисокому рівні. Але ж успішна діяльність підприємств АПК в умовах перехідної економіки потребує обов'язкове володіння потрібною методикою передбачення і вчасного прийняття оптимальних рішень.

Сільське господарство, як одна з головних галузей матеріального виробництва, має важливе значення для постачання продовольства населенню і сировини для промисловості. Аналіз фінансового стану сільськогосподарських підприємств свідчить, що справедливий міжгалузевий обмін у сільському
господарстві неможливий, оскільки виробництво аграрної продукції у цілому збиткове, що не дозволяє забезпечити відшкодування витрат виробництва. Так, у цілому, збитки в сільському господарстві становили: в 1997 р. — 3362 млн грн, в 1998 р. — 4424 млн грн, а в 1999 р. — 3750 млн грн [2]. Таким чином, підвищення ефективності сільськогоспо-дарського виробництва — це тема для математичного моделювання.

Аналіз діяльності сільськогосподарських

The efficiency of functioning of agricultural system becomes more and more dependant on new information technologies based on the integrated systems, able to collate, store, exchange, and process information.

It is very popular among Ukrainian businessmen to use automated legislation information bases, containing more than 35000 documents from the principal paragraphs of legislation-related documentation including comments and explanations [1].

The ability to use modern electronic systems allows an integrated approach to be taken in resolving of the following day-to-day tasks: accounting, economic and commercial activity supervision, administrative decision modelling, lowering the costs of information processing, improve the information accessibility for the administrative personnel, etc.

It is known that enterprises of agricultural system of Ukraine have very few computer systems at their disposal. Basically, computer equipment is used on large food-processing enterprises (canning factories, sugar and milk plants, baking plants). Successful functioning of agricultural enterprises requires knowledge and implementation of appropriate technique of forecasting and optimal decision making.

Agriculture, as one of the principal spheres of material production, plays an important role in food supply to the population and raw materials supply for the industry. The financial health of Ukrainian agricultural enterprises makes obvious the thought that the «fair» interbranch exchange is impossible in agriculture, because the agrarian production as a whole is unprofitable, that is businesses don't even get

compensation of manufacture expenses. See the record of losses in the agriculture (thousand hrivnyas): in 1997 — 3362, in 1998 — 4424, and in 1999 — 3750 [2].

That's why mathematical modelling should be used to increase the efficiency of agricultural manufacture.

The analysis of activity of the agricultural enterprises shows, that the basic cropping cultures in the Petrovsky area are:

- wheat;

підприємств Петрівсьвого району Кіровоградської області показав, що основними культурами рільництва в районі є:

- пшениця;
- ячмінь;
- гречка;
- кукурудза.

Основними показниками тваринництва є:

- виробництво молока;
- виробництва м'яса худоби та птиці.

Нехай ці показники будуть x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6. Тепер нехай y_1 — це валова продукція господарства за рік (тис. грн), y_2 — умовна собівартість основної продукції, яка визначається, як валова продукція господарства, поділена на сумарну кількість основної продукції в ототожнених одиницях виміру.

Результати. Для оцінки параметрів a_1, a_2, b_1, b_2, k_i, ρ_i (i = 1,6) застосуємо метод Брандона [1].

Згаданий метод потребує дуже точного порядку розташування факторів, які аналізуються. Для цього розрахуємо парні коефіцієнти кореляції:

Коефіцієнти парної кореляції мають досить високі значення, що свідчить про надійність зв'язку між показниками. Вважаємо, що структура моделі вдало вибрана для даного моделювання (розрахунки проведено по статистичним даним району за 1999 рік).

За статистичними даними підприємств району в результаті розрахунків одержані такі залежності:

$$y_1 = a_1 \frac{x_1}{x_1 + k_1} \times \frac{x_2}{x_2 + k_2} \times \frac{x_3}{x_3 + k_3} \times \frac{x_4}{x_4 + k_4}.$$

У майбутньому, в розвиток цієї роботи, планується створити імітаційну модель врахування впливу випадкових факторів: погоди, цін і таке інше та прогнозну модель. На основі цієї моделі може бути створена комп'ютерна програма, яка буде використовуватись керівником господарства для моделювання ситуації діяльності господарства.

Висновки. Впровадження нових підходів до розвитку аграрного сектора економіки вимагає застосування методів економічного аналізу, прогнозування та моделювання економічних процесів, методів аналізу отриманих прогнозних значень, визначення економічного ефекту та економічної ефективності того чи іншого заходу. В цій роботі практично показана методика моделювання роботи сільськогосподар-ських підприємств та застосування цієї моделі для прогнозу показників їх роботи.

$$y_1 = b_1 \times \frac{x_5}{x_5 + k_5} \times \frac{x_6}{x_6 + k_6},$$

- barley;
- buckwheat;
- corn.

Among the animal breeding branches the most important are:

- manufacture of milk;
- cattle and poultry-breeding.

Let's name the parameters as x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6. Now let y_1 to be the total annual production (thousand hrn.), y_2 — cost price of basic production, which is defined as total production of the business divided by the total amount of basic production in particular units of measurement.

Let's use Brandon's method of estimating the parameters values [1].

The order of the parameters being estimated is very important for the chosen model.

For this purpose we shall calculate pair factors of correlation:

— The factors of pair correlation have rather high values, that fact approves close relation between the parameters. We consider that structure of model chosen successfully for the given modeling.

The analysis is based on the statistical data of the area for 1999.

In the future, as a development of this work, it is planned to create imitating model taking account of influence of random factors: weather, prices etc. A computer program can be created on the basis of this model to be used by chief-executives for modelling of activity of their enterprises.

The implementation of new approaches to the development of agrarian sector of economy requires adaptation of methods of economic analysis, forecasting and modelling of economic processes, methods of analysis of resulting data, calculation of value of economic benefit from taking a particular administrative step. The technique of modeling activity of agrarian enterprises and its practical implementation in calculation of the model's future parameters values are illustrated in the work.

$$y_1 = a_2 \frac{x_1}{x_1 + k_1} \times \frac{x_2}{x_2 + k_2} \times \frac{x_3}{x_3 + k_3} \times \frac{x_4}{x_4 + k_4},$$

$$y_2 = b_2 \times \frac{x_5}{x_5 + k_5} \times \frac{x_6}{x_6 + k_6}.$$

$R_{y1x1} = 0{,}661$ $R_{y1x6} = 0{,}936$ $R_{y2x1} = 0{,}671$ $R_{y2x6} = 0{,}858$
$R_{y1x2} = 0{,}144$ $R_{y1x5} = 0{,}964$ $R_{y2x2} = 0{,}153$ $R_{y2x5} = 0{,}899$
$R_{y1x3} = 0{,}740$ $R_{y2x3} = 0{,}632$
$R_{y1x4} = 0{,}849$ $R_{y2x4} = 0{,}835$

$$y_1 = 2038{,}35 \times \frac{x_4}{x_4 + 1{,}52} \times \frac{x_3}{x_3 + 0{,}95} \times \frac{x_1}{x_1 + 22{,}34} \times \frac{x_2}{x_2 + 0{,}46};$$

$$y_1 = 1837{,}87 \times \frac{x_6}{x_6 + 0{,}169} \times \frac{x_5}{x_5 + 29{,}18};$$

$$y_2 = 1501{,}87 \times \frac{x_4}{x_4 + 2{,}3} \times \frac{x_1}{x_1 + 258{,}12} \times \frac{x_3}{x_3 + 0{,}29} \times \frac{x_2}{x_2 + 0{,}33};$$

$$y_1 = 1213{,}90 \times \frac{x_6}{x_6 + 0{,}013} \times \frac{x_5}{x_5 + 13{,}92}.$$

ЕЛЕНА МАКАРОВА
Восточноукраинский национальный университет имени В. Даля
аспирантка экономического факультета

ELENA MAKAROVA
East-Ukrainian National University named by V. Dal
Candidate of faculty of economy

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В СФЕРЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ

THE PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF ELECTRONIC COMMERCE

В работе освещены основные перспективы развития электронной коммерции. Уделено внимание финансовой деятельности в Интернет. Показаны основные проблемы организации финансового элемента электронной коммерции. В конце работы названы основные участники электронного процесса оказания финансовых услуг.

The main perspectives of development of electronical commerce are considered in the report. The great attenion is paid to financial activity in the Internet. The main problems of organization of commerce are showed. At the end of the report the main participants of electronic process of financial servicing are listed.

В настоящее время, электронная коммерция — это не только осуществление торговых операций в Сети, но и осуществление финансовых транзакций и оказание финансовых услуг банками и иными провайдерами услуг (брокерами, небанковскими кредитными учреждениями) через Интернет. Интернет-технологии, таким образом, используются в банковском деле, в управлении кредитными рисками и портфельными инвестициями.

Оказание финансовых услуг с использованием новейших информационных технологий немыслимо без интеграции различных провайдеров информации. Поэтому, начиная

Electronic commerce and Internet-trade are not the same. Electronic commerce is a way of concluding bargains via a connection of computers and it causes passing of property or right of user from one party to another. It is thirty years old and first sales on the Internet went through only in 1995. Internet-trade is just a part of electronic commerce.

Electronic business is a kind of enterprise when all business activity including sales, marketing, financial analysis, payments, search for employees, support of clients and partners are brought to the Internet.

Electronic commerce has a great potential

с 80-х г. банки и другие провайдеры финансовых услуг активно переходили к электронным коммуникациям, особенно между собой. Электронный обмен данными (EDI-Electronic Data Interchange) уже достаточно долго используется банками и биржами ценных бумаг в рамках их собственных сетей для осуществления платежей, взаимозачетов, торговли акциями и др. ценными бумагами.

В области электронных финансовых услуг информационная роль Интернет выражена пожалуй более четко, чем сугубо деловая, присущая электронной торговле. Это не умаляет перспективности Интернета как бизнес-среды для провайдеров финансовых услуг, просто здесь более очевиден производный характер деловой активности от качественных способов и схем быстрого обмена информацией.

Бурный рост Интернет связан с возможностью развития различных компьютерных программ, позволяющих достаточно быстро и с низкими издержками аккумулировать информацию и создавать крупнейшие банки данных в различных сферах деятельности. в современных программах софтвер (software programs) математические методы аккумулирования и распространения огромного количества информации позволяют финансовым посредникам, выступающим, как правило, в роли кредиторов или инвесторов, отслеживать финансовое положение и аккуратность платежей должников (так называемая кредитная информация), а также следить за их привычками, предпочтениями и вкусами. При этом риски анализируются как на уровне стран (страновые — политические, или суверенные риски), так и на уровне компаний (коммерческие риски). Банки и компании, выпускающие кредитные и дебитные карты, также систематически собирают кредитную информацию на своих индивидуальных клиентов. Указанные банки данных позволяют лучше отслеживать риски и тем самым добиваться более рационального распределения ресурсов.

Однако несравненно большей по объему и сложности задачей является создание банков данных о коммерческих рисках, прежде всего, частных компаний — контрагентов, в особенности, из развивающихся стран и стран с переходной экономикой. Таким образом, системный подход к взаимозависимым проблемам финансов, торговли и развития делает возможным эффективное создание через электронную коммерцию управления торговыми и инвестиционными потоками и соответствующими финансовыми рисками.

В Европе основным двигателем развития интернет-банкинга является интеграция. Переход

for growth. The most promising branches of Internet economics are venture capitalism, project financing, advertisements, home banking, selling software and books, delivery. Insurance is also th whole host of the Russian Internet.

In a word, we stand at the beginning of the era of new economics called Internet economics or «the economics of the digital world», the time of electronic business.

Making deals on the Internet requires first of all legal regulation of electronic data exchange. Two problems are associated with this. First, courts do not recognise electronic documents as a proof of good will of the parties. Then it is necessary to define the procedure of confirmation of documents' authenticity. As we see these problems are closely tied together and in fact they come to a necessity of passing an act on electronic signature. In some countries, for example in Germany and the USA, such act is in operation. It's common practice that the electronic data exchange is made according to an agreement between the parties and not to legal imperatives. In case of a dispute between the parties the court will apply to the text of the agreement and examine the procedure of settling of the disputes. The agreement must determine the party, which carries the burden of proof.

Legal regulation is also necessary in the field of computer crimes fight. One of the common e-commerce abuses is machination over electronic payments. Besides the legal status of the so-called «web money» is not defined.

Technology develops faster than law. Law is conservative by nature. It doesn't serve the topic of the day. It is the goal of lawyers who must find the compromise. In due course compromises will become the law. But nowadays judges aren't ready to settle arguments between the participants of high-tech electronic commerce: they don't have special knowledge and experience in this field. So they have to consult experts and therefore be influenced by their opinion or they try to reconcile the parties. The regulations of Internet-law are public and private at the same time because they affect both public interests and those of individual. Legal permission is used to regulate arranging deals and legal imperative — in case of placing false or illegal information on the net.

The basic principle of electronic commerce is that the parties cannot doubt the legality and validity of the bargain only because it is concluded by electronic means.

As soon as electronic commerce is very successful and having good prospects the US gov-

на единую валюту открыл возможность экспансии на рынки других стран, и многие банки решили начать ее при помощи Интернет, создавая интернет-отделения и дочерние интернет-банки, организуя онлайновое обслуживание.

Предоставление банковских услуг через Интернет привлекательно, прежде всего, тем, что по сравнению с обычным банковским бизнесом электронный банкинг удобен как для клиентов, так и для самого банка. Банкиры обходяться без бумажной документации и экономить на зарплате высокооплачиваемому персоналу. В свою очередь у клиентов отпадает необходимость перечислить деньги со своего счета или просто справку о его состоянии. Как правило, под «интернет-банкингом» подразумевается обслуживание счетов клиентов-физических лиц через Интернет.

В целом же задача системы дистанционного банковского обслуживания — сформировать для клиента удобный доступ к единому пространству счетов. Клиент, имеющий в банке несколько счетов должен иметь возможность с легкостью перемещать деньги со счета на счет в удобное время.

Всякая деятельность в Интернет сталкивается с необходимостью обеспечения информационной безопасности. Не избегает этой участи и интернет-банкинг, следующей группой проблем которого является защита информации в Сети (обеспечение безопасности платежей и вообще любых транзаций, сохранности банков данных и прочие меры) и завоевание доверия клиентов к банковской системе вообще и интернет-банкингу в частности.

Главный плюс Интернет — доступность информационных ресурсов неограниченному количеству пользователей становится его главным минусом.

Проблема организации финансового элемента электронной коммерции сейчас стоит особенно остро: положение, когда доставка совмещена с инкассацией, долго сохраняться не может. Поэтому тот, кто сумеет предоставить наиболее адекватный и удобный механизм расчетов, имеет шанс получить большую долю рынка электронной коммерции.

Хотя Интернет и, в частности, электронная коммерция в финансовых услугах пока в основном сконцентрированы в Северной Америке и Западной Европе, их география и динамика позволяют предполагать бурный рост указанных услуг во многих частях периферии мировой экономики. При этом финансовый сектор как лидер в электронной коммерции может сыграть роль катализатора в дальнейшей глобализации и либерализации мировой экономики. Резкое сокращение издержек и повышение эффективно-

ernment tries to provide good conditions for this part of the national economics. It has even declared a three-year taxation moratorium for high-tech companies. But nevertheless the US government has to raise the rate of interest in order to restrain the Internet boom.

The government's competence also includes the legal protection of minors using Internet-trade opportunities, the defense of copyright, the private information safety promotion. The role of the precedent in the regulation is high. These and other questions by Congress and it has adopted Child Online Protection Act, Digital Millenium Copyright Act and Children's Online Privacy Protection Act of 1998.

Let's sum up. The Internet has become a universal business environment bringing companies one to another and providing links with consumers. Activities in this field of high tech require qualitative legal regulation. In this way it is useful to apply the experience of the USA and other developed countries. Only through skilful legal governing we can achieve effective and successful electronic commerce that would not be just a waste of electrons.

сти управления кредитными рисками и самих финансовых операций при помощи Интернета может открыть беспрецедентные возможности для развивающихся и переходных экономик, в частности, в плане их доступа к международным финансовым рынкам. Если международное сообщество поможет сделать Интернет доступным для финансовых посредников и агентов рынка указанных стран, то это сможет сыграть роль мощного толчка в их адаптации к требованиям современной экономической организации и тем самым послужить делу их ускоренного экономического развития.

ЮЛИЯ МАЛАХОВА
Восточноукраинский национальный университет им. Владимира Даля
Финансово-экономический факультет, 4-й курс

JULIA MALAKHOVA
East Ukrainian National University named after V. Dal
Faculty of Finance and Economy the forth year student

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА ПУТЁМ СОЗДАНИЯСИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

ENSURING THE WORLD ECONOMY SECURITY BY THE FOUNDATION OF THE GLOBALIZATION MANAGEMENT SYSTEM

Организация управления глобализацией подразумевает создание международной управленческой структуры, состоящей из специализированных институтов, образующих единую систему. Настоящие международные институты не состоят в системе. Это следствие того, что они имеют различные цели и задачи, как между собой, так и с целями и задачами институтов управления глобализацией. В работе предложен ряд определяющих направлений становления системы управления процессом глобализации, создание которой (системы), по мнению автора, будет способствовать эффективному решению экономических, социальных, экологических и других проблем мирового хозяйства.

Organization of the globalization management means the foundation of the international management structure, which consists of specialized institutions, which in their turn form the united system. In reality these international institutions don't form the united system. This is the consequence of the fact that they have different goals and tasks both between each other, and with the goals and tasks of the institutions of the globalization management. Some main ways of foundation of the globalization management system are suggested in the article.

Глобализация — наиболее значимый процесс, определивший лицо мира на рубеже XX—XXI столетий. Н. Загладин предлагает под глобализацией понимать новый этап мирового развития, характеризующийся резким ускорением темпов интернационализации всех сфер общественной жизни (экономической, социальной, политической, духовной)[1]. Французское global — «всеобщий» происходит от латинского globus — «шар»[2]. То есть данное понятие подразумевает процессы, касающиеся всего Человечества, процессы, происходящие на мегауровне.

Следствием глобализации мира является

Globalization is the most significant process, which has defined the world in the 20—21 centuries. N. Zagladin suggests understanding the word «globalization» as a new phase of development, characterized by abrupt acceleration of the internationalization of all public life spheres (economic, social political and spiritual)[1]. French global — «universal» comes from the Latin globe — «sphere»[2]. It means that this concept implies processes, which deal with the whole humanity; processes, which go on mega level.

Consequence of world globalization is that every event influences every point of the planet

то, что любое событие, как эхо откликается во всех точках планеты, провоцируя множество новых событий, как позитивных, так и негативных. Этот процесс невозможно остановить, но его необходимо осознать и досконально изучить, чтобы иметь возможность управлять им. Причиной мирового кризиса является именно стихийность глобализации. «Человечество…стало единым всепланетным образованием…»[3], мир развивается как единое целое и основной проблемой глобалистики является проблема устойчивого развития мира и проблема организации управления глобальным развитием[4].

Организация управления глобализацией подразумевает создание международной управленческой структуры, состоящей из специализированных институтов, образующих единую систему. Настоящие международные институты не состоят в системе. Это следствие того, что они имеют различные цели и задачи, как между собой, так и с целями и задачами институтов управления глобализацией. Государства-участники таких институтов заботятся, как правило, о своих интересах. Тогда как один из постулатов современной глобалистики гласит, что «глобальные интересы нужно ставить выше национальных»[4]. До тех пор пока каждая страна не осознает, что она лишь часть организма и её благополучие невозможно отдельно от всего мира, процессы глобализации будут в большинстве нести негативные последствия.

Одной из проблем создания системы управления глобализацией является и то, что многие государства не до конца осознают остроту и насущность данной проблемы. Они воспринимают глобализацию, как искусственно созданный процесс, в котором при желании можно не участвовать. Это препятствует становлению единой системы управления глобализацией. На сегодняшний день наиболее упорядочены лишь отношения в сфере международной торговли и международных финансовых отношений. Международные институты, выполняющие другие функции, не имеют достаточных полномочий и четкой нормативной базы. Это осложняет регулирование в разрезе экологии, политики, социального неравенства, прав человека, перераспределения мирового дохода и пр.

Ни одно государство не желает, чтобы в его жизнь кто-то вторгался, а тем более с целью контроля и руководства. Никто не хочет, чтобы решение принимали за него. Те же, кто хочет упорядочить международные

provoking plenty of new events positive and at the same time negative. This process is impossible to stop, but it should be realized and thoroughly studied in order to have the possibility to direct it. The reason of the world crisis is spontaneity of the globalization. «Humanity… became the one global formation…»[3], the world develops as the single whole and the main globalization problems are the problem of stable development and the problem of organization of global development management[4].

— Organization of the globalization management means the foundation of the international management structure, which consists of specialized institutions, which in their turn form the united system. In reality these international institutions don't form the united system. This is the consequence of the fact that they have different goals and tasks both between each other, and with the goals and tasks of the institutions of the globalization management. As a rule, states-participants think about their own interests. But one of the postulates of the modern globalization says, that «global interests should be above national». Globalization processes will bring only negative consequences till every country realizes that it is the part of the one sole and its well-being is impossible without the well-being of the whole world.

One of the problems of foundation of the globalization management system is that lots of states don't realize the pungency and urgency of this problem. They perceive globalization as artificially created process, which is not necessary to participate in. It interferes with the creation of the sole globalization management system. Nowadays the most arranged relations are relations in international trade sphere and international financial sphere. International institutions, which deal with other tasks don't have enough power and well-defined legislative base. It makes the control in the sphere of ecology, politics, social inequality, human rights, redistribution of the gross income difficult.

There is no a state which wants somebody to intrude in its life especially for control and direction. No one wants decisions to be taken instead of him. These countries, which want to arrange international relations by the sole management, see them selves only in the role of leaders. It provokes the sides' confrontation. Each day appear new unions, which compete with unions of the other side. Countries, corporations, religious denominations and other members of mega level «fight» for the share in global dominion.

When we talk about globalization we have to mention the role of seven leading industrially

отношения путём единого управления, представляет себя только в числе руководителей. Это вызывает конфронтацию сторон. Постоянно возникают всё новые союзы, конкурирующие с союзами другой группы. Страны, корпорации, религиозные течения и другие субъекты мегоуровня борются за долю в мировом господстве.

Говоря об управлении глобализацией нельзя не сказать о роли семи ведущих индустриально развитых стран. Международный валютный фонд (МВФ) насчитывает около 200 стран-участников, из них богатые 15 государств располагают более 60 % голосов, но решения практически принимают Штаты, так как их доля участия самая большая — 17,1 %, после них идёт Япония — 6,14 %, а доли остальных государств намного меньше. В то же время эти страны представляют небольшую (всего 12 %) и уменьшающуюся часть мирового населения. Они не несут ответственности ни перед кем, кроме как перед самими собой, и таким образом полностью лишены демократической легитимности.

Чрезмерное влияние Америки вызывает опасение у многих государств. Управление глобализацией должно быть коллегиальным процессом, так как чем больше специалистов участвуют в принятии решения, тем большая вероятность того, что оно будет верным. Но самое главное — демократическая легитимность и реальность данного управления. Органы управления должны быть не только наделены полномочиями, эти полномочия должны быть признаны всеми государствами, а не только странами-участниками какого-либо международного института.

Кроме того, необходим Международный фонд глобализации (МФГ), аккумулирующий отчисления субъектов хозяйствования. С каждым годом в мире увеличивается разрыв между бедными и богатыми странами, богатыми и бедными людьми, что является одной из причин кризисов и конфликтов. Состояние 200 богатейших людей мира сегодня превышает совокупный доход 40 % или, 2,4 миллиарда, жителей планеты. И в то время, как в развитых государствах уровень заработной платы растёт, в самых бедных странах за последние 10 лет наблюдалось снижение среднего дохода. Для стабилизации данного явления необходимо эффективное перераспределение Мирового валового продукта (МВП). В том числе посредством финансирования на безвозвратной основе.

Мы выделяем следующие определяющие направления в процессе создания системы

developed countries. International Monetary Fund accounts for approximately 200 countries participants. 15 of them have more than 60 % of votes, but decisions are taken mainly by the USA as their percentage of votes is the largest — 17,1 %, Japan has 6,14 % of votes and the percentage of other states is less. At the same time these countries represent rather small and decreasing part of the humanity (only 12 percent). They don't have responsibilities to other countries, so they don't have democratic legitimization.

The strong influence of the USA frightens lots of countries. Globalization management should be collective process, as the more specialists participate in taking decisions, the larger is the probability of the right decision. The most important thing about all this is democratic legitimization and the reality of the management. Institutions of this management should have power, which is approved by every state, but not only by countries-participators of the concrete international institution.

Besides, the International Globalization Fund, which would accumulate payments of the World economy members is required. Each year the difference between rich and poor countries and people becomes more palpable. That is one of the reasons of crisis and conflicts. The fortune of 200 wealthiest people is more than the gross income of 40 % or 2,4 billion people. At the same time in developed countries the average income increases, but in poor countries it has decreased in last 10 years. In order to change it for the better, the effective redistribution of the world gross product is required. The re-distribution can be also implemented on the basis of irrevocable financing.

We suggest such main trends in the process of globalization management system foundation:

- this system should consist of institutions, which have legislative, executive and judicial power;
- World Parliament should consist of: democratically elected specialists, which represent each continent, representatives of corporations-participants and representatives of religious denominations. The number of specialists from each continent should be defined in accordance with the percentage of population of the continent in the total number;
- The foundation of the International Globalization Fund. Income of this fund should be provided by transfers of countries-participants' GNP percentage, payments of corporations-participants, religious denominations and donations;

управления глобализацией:

• данная система должна состоять из органов, представляющих законодательную, исполнительную и судебную власть;

• Мировой Парламент должен состоять из: демократически избранных специалистов, представляющих отдельно каждый континент, представителей корпораций-участников и представителей религиозных течений. Количество специалистов, направляемых каждым континентом определяется в зависимости от доли численности населения данного континента в общем объёме населения мира;

• наличие Международного фонда глобализации, поступления в который должны обеспечиваться за счет отчислений всех государств определённого % от ВНП, взносов корпораций-участников, взносов религиозных течений-участников и благотворительных взносов;

• чёткое разграничение полномочий международных институтов управления, государств и остальных субъёктов мирового хозяйства;

• интеграция данной системы с настоящими международными институтами и субъектами мирового хозяйства всех уровней, в том числе создание системы на базе имеющихся международных институтов.

Конечное разрешение вышерассмотренных проблем, связанных с обеспечением безопасности развития мирового хозяйства в эпоху глобализации возможно при возникновении конструктивной дискуссии по вышеподнятым вопросам.

• Clear power demarcation between international management institutions, countries and other members of the world economy;

• Integration of the above-mentioned system with the existing international institutions and members of the world economy of all levels. Foundation of the system on the basis of existing international institutions.

Complete solution of problems, which deal with the ensuring of the world economy security in the period of globalization, is possible only during the structural discussion of above-mentioned questions.

Вікторія Марущак
Київський національний економічний університет
Факультет інформаційних систем і технологій, 4 курс

Viktoriya Marushchak
The Kyiv National Economic University
Faculty of information systems and technologies, the 4 year

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ ВИКОРИСТАННЯ CRM-СИСТЕМ НА УКРАЇНІ

THE ANALYSIS OF A MODERN CONDITION AND PROSPECTS OF USE CRM-SYSTEM ON UKRAINE

У роботі описано сутність CRM-систем. Вказано використання цих систем, саме у яких відділах компанії може використовуватися ця система. А також переваги використання CRM-система на підприємстві. Наведена класифікація CRM-систем. Охарактеризовано сучасний стан та перс-

The article shows the main point of CRM-system, classification of this system, the basic task, which concerns with the CRM-concept — to consider «person» among all buyers — slogan of CRM-system. The perspectives of Ukranian companies in the field of CRM are also characterised.

пективи розвитку CRM-систем на Україні.

Відстеження споживчої поведінки клієнтів завжди було однією з головних задач маркетологів. Біля двадцяти років тому, коли програми зниження витрат підприємств вже не могли забезпечити нових конкурентних переваг, з'явилася концепція CRM (customer relationship management) — технологія правильного «керування відносинами» із клієнтами.

Основне завдання, що ставилося CRM-концепцією — розглянути «обличчя» кожного покупця в знеособленій масі клієнтів. Комп'ютерні технології ж дозволяють створювати деталізований «профіль клієнта», зберігаючи в базі даних історію його покупок, платежів і звертань у сервісну службу. Ця інформація при правильному використанні стає ефективним інструментом у нецінoвій конкурентній боротьбі. Знаючи переваги клієнта, можна збільшити свої продажі без широкомасштабних витрат на рекламу.

Для характеристики інформаційних технологій, котрі підтримують CRM-стратегію, наведемо основні принципи, що лежать в її основі:

1. Наявність єдиного сховища інформації, у яке миттєво записуються і з якого миттєво доступні всі дані про усі взаємодії з клієнтами.

2. Синхронізація керування безліччю каналів взаємодії. Незалежно від способу зв'язку з клієнтом: по e-mail чи по телефону, менеджер продажів повинний одержати вичерпну інформацію про клієнта.

3. Постійний аналіз зібраної інформації про клієнтів і прийняття відповідних організаційних рішень, наприклад, визначення пріоритетів клієнтів на основі їхньої значимості для компанії, вироблення індивідуального підходу до клієнта відповідно до його специфічних потреб і запитів.

На рівні інформаційних технологій CRM — це набір додатків, що дозволяють автоматизувати та удосконалювати бізнес-процеси у відділах продажу, маркетингу, обслуговування і підтримки клієнтів, зв'язаних єдиною бізнес-логікою та інтегрованих у корпоративну інформаційну систему компанії на основі єдиної бази даних.

Із поширенням електронної комерції з'явилися так звані CRM-системи, орієнтовані на використання в електронних магазинах та інших системах електронного бізнесу. Можна виділити 3 основні аспекти

The observation of the clients'consumer behaviour always was one of the main tasks for marketeer. About twenty years ago, when the programs of expenses' decrease of the enterprises could not ensure new competitive advantages any more, the concept CRM (customer relationship management) has appeared.

The basic task, which concerned by the CRM-concept — to consider «person» among all buyers. The computer technologies permit to create detailed «profile of the client», keeping in database a history of his purchases, payments and turning to a service department. This information at correct use becomes the effective tool in noprice competitive struggle. Knowing advantages of the client, it is possible to increase the sales without large-scale advertising expenses.

For the characteristic of information technologies, which support CRM-strategy, we propose the basic principles, which lie in its basis:

1. Presence of uniform storehouse of the information, where we can add and take all information about connection with clients.

2. Management's synchronization is through great variety of interaction channels. Despite of the way of connection with the client: whether on e-mail or on the phone, Sales manager have to receive all information about the client.

3. Constant analysis of the assembled information about the clients and acceptance of the appropriate organizational decisions, for example, definition of the clients' priorities on the basis of their importance for the company, manufacturing of the individual approach to the client according to his specific needs and wants.

At a level of information technologies CRM is a set of additions, which permit to automate and to improve business-processes in departments of sale, marketing, service and support of the clients connected by uniform business-logic and integrated in corporate information system of the company on the basis of a uniform database.

With distribution of e-commerce the so-called eCRM-systems focused on use in electronic shops, and other systems of electronic business have appeared.

It is possible to allocate 3 basic aspects of the use of CRM-systems:

- operative (operative access to the information during contact with the client);
- analytical (common analysis of the data, that characterize activity of both the client, and firm; reception of new knowledge, conclusions, recommendations);
- collaborative (the client directly takes part

використання CRM-систем:

- оперативний (оперативний доступ до інформації в ході контакту з клієнтом у процесі продажів і обслуговування);
- аналітичний (спільний аналіз даних, що характеризують діяльність як клієнта, так і фірми; одержання нових знань, висновків, рекомендацій);
- колаборaційний (клієнт безпосередньо бере участь у діяльності фірми і впливає на процеси розробки продукту, його виробництва, сервісного обслуговування).

Відповідно до цієї класифікації, усі програмні продукти CRM поділяються на 3 групи: Operational CRM (практичні); Analytical CRM (аналітичні); Collaborative CRM (об'єднуючі — у цю групу входять як CRM-системи, так і програмні й апаратні компоненти для їхнього створення). Ще одна категорія програмних продуктів не ввійшла в класифікацію, але яка є основою для об'єднання всіх трьох складових в одну систему — це системи для інтеграції додатків у рамках підприємства (Enterprise Application Integration, EAI). В таблиці 1. наведено приклади CRM-систем, що відносяться до кожної з груп.

У нашій країні CRM-системи тільки починають знаходити популярність. Провадяться семінари, презентації, демонструються програмні продукти, публікуються статті. Однак досі головний акцент у цих акціях популяризації CRM-технологій робиться на можливості ведення безупинної взаємодії з клієнтами з питань, які пов'язані із просуванням, продажем і підтримкою продуктів і послуг, тобто — на операційній активності. Без сумніву, ця діяльність — дуже важливий елемент CRM-технології. Однак вона реалізує лише частину можливостей, які може дати стратегія орієнтації на клієнта. Не менш важливу роль у реалізації CRM-стратегії відіграють інструменти, що повинні забезпечити як оперативний, так і стратегічний аналіз, а також оцінку ситуації і підтримку прийняття управлінських рішень у сфері маркетингу та збуту підприємства. Відсутність подібних інструментів у CRM-системах — одна з головних причин провалу проектів. Основна ж причина, що перешкоджає широкому використанню CRM-рішень вітчизняними компаніями, — відсутність необхідних коштів, оскільки вартість таких систем надто висока. Проте в Україні вже є ринки, на яких впровадження CRM-систем економічно виправдане. На думку експертів, найбільш підготовлені до впровадження технологій CRM/eCRM

in activity of a firm).

According to this classification, all software CRM is divided into 3 groups: Operational CRM (practical); Analytical CRM (analytical); Collaborative CRM (uniting — in this group enter both CRM-system, and program and hardware components for their creation). One more category of software has not come in classification — systems for integration of additions within the enterprise (Enterprise Application Integration, EAI). In table 1 the examples of CRM-systems are given which concern to each group.

In Ukraine of CRM-systems only begin to gain popularity. Seminars, presentations are carried out, the software is a demonstrated, articles are published. Undoubtedly, this activity is very important element of CRM-technology. However it realizes only part of opportunities, which can give the orientation on the client strategy. Not less important role in realization of CRM-strategy play tools which should ensure both operative, and strategic analysis, and also estimation of a situation and support DSS in the field of marketing and selling. The absence of similar tools in CRM-systems is one of the main reasons of the projects' failure.

The basic reason, which interferes wide use of the CRM-decisions by the domestic companies, — absence of a necessary means, as cost of such systems is very high.

Nevertheless in Ukraine there are already the markets, on which introduction of CRM-systems economically are justified. Accoding to the experts, in Ukraine today most prepared to introduction of technologies CRM/eCRM business-structure, which work with the large number by the client — telecommunication companies (first of all operators of mobile communication) and financial establishments (in particular greatest banks — emitters of credit cards).

Among the Ukrainian companies, which today have announced about introduction of CRM-systems: ООО «Сайтекс» (www.sitex.com.ua) — product iReferent; Терасофт (www.contactsandsales.com) — product «Contacts and sales»; Softirbis (www. i rbis.kiev.ua) — product SimpleTasks.

The conducting domestic operators of mobile communication have begun to use the CRM-decisions. The introduction of the CRM-decisions in Ukraine is planned also by some tobacco company. I think, that is time to reflect about introduction of this technology by domestic meal companies. The use of CRM-technologies in the insurance companies is very perspective. The CRM-decision can be applied

бізнес-стуктури, які працюють на висококонкурентних ринках з великим числом клієнтом — телекомунікаційні компанії(у першу чергу оператори мобільного зв'язку) і фінансові установи (особливо найбільші банки — емітенти кредитних карток).

Серед українських компаній, що на сьогодні оголосили про впровадження CRM-систем: ТОВ «Сайтекс» (www.sitex.com.ua) — продукт iReferent; Террасофт (www.contactsandsales.com) — продукт «Контакти і продажі»; SoftIrbis (www.irbis.kiev.ua) — продукт SimpleTasks.

Ведучі вітчизняні оператори мобільного зв'язку теж почали впроваджувати CRM-рішення. Впровадження CRM-рішень у нашій країні планують і деякі виробники цигарок. На мій погляд, уже прийшов час замислитися над впровадженням цієї технології і вітчизняним виробникам продуктів харчування. Дуже перспективним є використання CRM-технологій у страхових компаніях, оскільки їхній бізнес цілком будується на роботі з клієнтами, хоча цей ринок у нас, по суті, ще тільки формується. CRM-рішення можна застосовувати і дистриб'юторським компаніям з розгалуженою дилерською чи торговою мережею для підвищення ефективності роботи зі своїми дилерами, філіями і партнерами.

Утім, перешкодою для впровадження таких систем є не тільки матеріальні труднощі. Спостерігається неготовність до впровадження на рівні керівництва компаній, нерозуміння того, наскільки це може бути ефективним для розвитку бізнесу компанії.

by dustributing companies.

МАКСИМ МАРЧЕНКО
Київський національний економічний університет
факультет економіки та управління
студент 4 курс

MAXIM MARCHENKO
Kiev National Economic University
Faculty of economics and management
the 4th year student

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

DEVELOPMENT TENDENCIES OF TOURISM BUSINESS IN UKRAINE

Розкривають потенціал нашої країни в цій галузі, а також визначають основні фактори, як внутришні так і зовнішні, що перешкоджають розвитку Тези містять загальну інформацію про стан туристичного бізнесу в Україні на сьогоднішній день. галузі. Пропонуються шляхи покращення становища в галузі, а також подані рекомендації

The theses contain general information about state of tourist business in Ukraine today, show potential of our country in this industry, and also determine the basic factors, internal and external, that interfere industry development, offer improvement ways in industry, and also recommendations as for rise of qualitative services assignment level in home tourism

щодо підвищення якісного рівня надання послуг у вітчизняній сфері туризму.

Туризм — найдемократичніша інтернаціональна сфера суспільної діяльності, що бурхливо розвивається. Водночас він є однією з найприбутковіших галузей світової економіки. Сьогодні туризм займає у світовій системі господарства провідні позиції: на нього припадає близько 10 % виробленого на планеті валового продукту та близько 30 % світової торгівлі послугами, а також ним закумульовано близько 7 % світових капіталовкладень.

На тлі бурхливого розвитку світового туризму закономірно постає питання про місце нашої держави на світовому ринку туристичних послуг. Україна має всі об'єктивні передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів.

Тим часом, незважаючи на наявні об'єктивні передумови, іноземний туризм і досі не відіграє належної ролі в господарському житті України. Аналіз офіційної статистичної інформації свідчить про негативні риси в розвитку іноземного туризму в нашій країні в останні роки.

Фактори, що спричиняють розвиток іноземного туризму, не адекватні природоресурсному, історико-архітектурному та рекреаційному потенціалові України, перебувають як у суто внутрішній, галузевій, так і в зовнішній (переважно загальноекономічній) площинах. Основними з галузевих факторів є:

— недостатній рівень розвинутості безпосередньо мережі та об'єктів туристичної інфраструктури, їх невідповідність світовим стандартам (виробнича база галузі формувалася, в основному, за радянських часів, з орієнтацією переважно на невибагливого радянського туриста; серед об'єктів інфраструктури переважають великі порівняно з аналогічними закордонними комплексами в адміністративних (які іноді збігаються з рекреаційними) цнтрах, із зазначеною концентрацією місць і низьким рівнем комфортності; більшість з них збудовані кілька десятеліть тому і мають великий ступінь як фізичного спрацювання, так і морального старіння);

— відсутність скоординованої системи дій з проведення туристичного продукту України на світовий ринок (на цьому ринку туристичні організації та послуги подано

sphere.

Tourism is the most democratic and international sphere of social activity, that stormily develops. At the same time it is one of most profitable industries of world economy. Today tourism occupies in the world economy system the leading positions: on it falls down for about 10 % gross product produced in the world and for about 30 % world trade by services, and also about 7 % world investments.

Against background of stormy development of world tourism question appears about the place of our state on the world market of tourist services. Ukraine has all objective preconditions for intensive development of internal and foreign tourism: peculiarities of geographic regulation and relief, favourable climate, natural, historic and cultural riches.

Meantime, leaving out account available objective preconditions, foreign tourism does not play a proper role in economic Ukraine life. Analysis of official statistic information bears witness to negative lines in development of foreign tourism in our country over past years.

Factors, causing development of foreign tourism, not adequate to natural resuorces, of Ukraine, its historic-architectural potential, are found in especially internal, trade, and in external planes. Basic trade factors are:

— insufficient level of the network and objects of tourist structure, their disparity to world standards (production industry base formed, in the main, for soviet times, with orientation overwhelmingly on unpretentious soviet tourist; among structure objects prevail big weighed with analogic foreign complexes in administrative centres, from by aforesaid places concentration; majority of them are built several centures ago and have a big degree of both physical working and moral aging);

— lack of system of taking of Ukraine tourist product on world market (on this market tourist organizations and services are given fragmentary; as a rule, the official tourist editions only popularize attractive tourist itineraries and objects, withholding to potential consumers answers to questions interesting them most: about visa receipt order, prices in hotels and on transport, services quality, prices etc);

- technological backwardness in industry (Ukraine practically does not adapt tourist technologies, which in developed countries are of everyday use: electronic information reference books as for hotels, transport itineraries and tourist firms with the list and service cost);
- low service, conditioned by general indus-

фрагментарне; як правило, офіційні туристичні видання лише популяризують привабливі туристичні маршрути і об'єкти, не даючи потенційним споживачам відповідей на запитання, що цікавлять їх найбільше: про порядок отримання візи, ціни в готелях і на транспорті, відповідність цін якості послуг, прикордонні та митні процедури, транспортні трансфери тощо);

— технологічна відсталість в галузі (в Україні практично не застосовуються туристичні технології, які в розвинутих країнах набули ознак повсякденної ужитковасті:

— електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів і туристичних фірм з переліком і вартістю послуг, які ними надаються);

— низький рівень обслуговування, зумовлений загальною кваліфікацією працівників галузі (на сьогодні в Україні відсутні відповідна система підготовки і перепідготовки кадрів для туризму, а також чіткі та адекватні світовим стандартам кваліфікаційні вимоги);

— відставання масштабів (навіть порівняно з середніми показниками по СНД) нормативно-правового та організаційного забезпечення туристичної діяльності, яке значною мірою пояснюється перманентною адміністративною реформою в Україні.

Головними зовнішнім факторами, що стримують розвиток туризму (в тому числі — іноземного) в Україні, є певна агресивність нормативно-правового поля і, як наслідок, відсутність необхідних інвестицій для розвитку туризму — як внутрішніх (через тривалу економічну кризу), так і іноземних (через несприятливий інвестиційний клімат).

Ситуація, що склалася в туристичній сфері останнім часом, вимагає активного пошуку засобів подолання кризових явищ та інтенсифікації виробництва туристичного продукту, із забезпеченням необхідної його якості.

Підвищенню якісного рівня надання послуг у вітчазняній сфері туризму сприятимуть:

— розробка технологій і засобів навчання кадрів для цієї сфери з урахуванням світового досвіду;

— формування переліку учбових спеціальностей та освітніх стандартів з туризму й готельного господарства, затвердження переліку туристичних професій і кваліфікаційних вимог до них;

— створення єдиної системи безперервної освіти у сфері туризму, а також мережі спеціальних учбових закладів з підготовки try workers qualification (today Ukraine has neither suitable preparation system nor retraining for tourism, and clear qualifying demands);

• lag of scales of normatively-legal and organizational guaranteeing of tourist activity, which largely is accounted for by permanent administrative reform in Ukraine.

Main external factors restraining tourism (and in that number — foreign) development in Ukraine, is called by languor and inconsistency of economic reforms disadvantage of being conditions for busuness undertakings at all and tourist specifically, imperfection and even defenit aggressiveness of normatively-legal field and, as supervention, lack of necessary investments for tourism development — both internal (because of long economic crisis)and foreign (because of inauspicious investment climate).

The situation, in tourist sphere for some past time, calls for active methods of overcoming crisis phenomena and production intensification of qualitative tourist product.

To rise qualitative services assignment level in home tourism sphere will assist:

— of development technologies and sequences teaching methods for this sphere with calculation of world experience;

— forming of list of educational specialities and educational standards from tourism hotel economy, assertion of list of tourist professions and qualifying demands to them;

— creation of one system of continuous education in tourism sphere, and also networks of special educational establishments for training suitabie personnel;

— inculcation of newest (and specifically — computer) technologies into tourist activity;

— adjusting of edition of professional magazines for workers of tourist industry, giving actual information on questions of state adjustment, licence, taxing, accountancy, contractual, judicially-arbitration practice, new technologies, documents standards.

Active state policy and co-ordinate actions of organs from tourism development, and also creations acceptable and «transparent» «play regulations» are capable to turn tourism into the industry, which will provide the considerable stable receipts to budgets.

Forum of international tourism policy (which took place into 1999 y.), analysing the basic tendencies as for tourism development, established, that the political changes of last time, motion of the former socialist camp to market economy will bring about global tourism sphere. Against this background Ukraine, developing and propagandizing its tourist potential, is able to getrecognixion on the world mar-

відповідних кадрів;

— впровадження новітніх (і зокрема — комп'ютерних) технологій у туристичну діяльність;

— налагодження видання професійних періодичних видань для працівників туристичної галузі, де б вміщувалися актуальна інформація з питань державного регулювання, ліцензування, сертифікації, оподаткування, бухгалтерського обліку, договірних відносин, судово-арбітражної практики, нових технологій, зразки документів тощо.

Активна державна політика та узгоджені дії органів з розвитку туризму, а також створення прийнятних і «прозорих» «правил гри» здатні перетворити туризм на потужну індустрію, яка забезпечуватиме значні й стабільні надходження до бюджетів.

Форум політики міжнародного туризму (який відбувся в 1999 р. під егідою Інституту міжнародного туризму Університету імені Джорджа Вашингтона), аналізуючи основні тенденції щодо розвитку туризму, констатував, що політичні зміни останнього часу, рух колишнього соціалістичного табору до ринкової економіки приведуть до глобальної реструктуризації сфери туризму. На цьому фоні Україна, розвиваючи і пропагуючи свій туристичний потенціал, може й повинна зайняти на світовому ринку туристичних послуг гідне місце.

ket of tourist services.

АЛЕКСАНДР МОИСЕЕВ
Луганский государственный педагогический университет им. Тараса Шевченко
2 курс

ALEXANDER MOISEEV
Lugansk State Pedagogical University named after Taras Shevchenko
the 2 year

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

INFORMATIONAL-ANALYTICAL MAINTENANCE Of ACTIVITY Of COMMERCIAL FIRM

Информация в современном мире высоких технологий способна предоставить ее обладателю значительные преимущества, ведь знания возможных путей развития позволит правильно оценивать происходящее, выявлять тенденции и прогнозировать развитие событий, вследствие чего влиять на происходящее с целью достижения успеха в бизнесе. Для формирования информационных ресурсов любой фирме необходимо проводить коммерческие исследования рынка, что достигается путем сбора

The information in the modern world of high technologies is capable to give its owner the significant advantages, as the knowledge of possible ways of development will allow to estimate occurring events correctly, reveal the tendencies and predict development of events, owing to what influence the occurring with the purpose of achievement of success in business. For formation of informative resources it is necessary to any firm to carry out commercial researches of the market. That is reached by the taxation of the information and its analytical re-

информации и ее аналитического исследования.Информационно-аналитическое обеспечение деятельности коммерческого предприятия направлено на сбор, обобщение и анализ собранной информации, изучение рынка, определение возможных деловых партнеров или конкурентов, действующих в определенных секторах рынка. В своих наблюдениях автор показывает актуальность применения информационно-аналитического обеспечения в коммерческой деятельности предприятия и пути расширения доступности использования информационных ресурсов и телекоммуникаций.

search. The informative-analytical maintenance of activity of the commercial enterprise is directed on the tax, generalization and analysis of the assembled information, study of the market, definition of the possible business partners or competitors working in certain sectors of the market. In the supervision the author shows the urgency of application of informative-analytical maintenance in commercial activity of the enterprise and ways of available expansion of the use of information resources and telecommunications.

В современных условиях рыночной экономики все коммерческие структуры являются субъектами информационных отношений: объектами информации, ее потребителями или организаторами сбора и накопления информации. Следовательно, каждая коммерческая структура, наряду с финансовыми, материальными, кадровыми и другими ресурсами, должна иметь еще и информационные ресурсы, без которых она не может быть участником информационных отношений. Информационные ресурсы — это совокупность юридической, финансовой, деловой, технической, технологической и другой информации, которая находится в распоряжении фирмы и используется ей для обеспечения процесса производства, проведения коммерческих операций, оказания услуг. Для формирования информационных ресурсов любой фирме необходимо проводить коммерческие исследования рынка, что достигается путем сбора информации и ее аналитического исследования.

По информационно-аналитическому обеспечению принимаемых руководством коммерческого предприятия, банка решений можно выделить два основных направления:

1) Изучение рынка, определение возможных деловых партнеров или конкурентов, действующих в определенных секторах рынка. Необходимо очень внимательно подходить к этому вопросу, проверить платежеспособность партнеров, обезопасить себя от мошеннической деятельности в сфере кредитно-финансовых отношений, проверить добросовестность конкуренции на рынке и т. д. О партнере надо знать как можно больше, но как можно меньше от самого партнера. Ведь от правильно выбранного партнера будет зависеть не только репутация фирмы, но и ее финансовое благополучие.

2) Необходимо собрать сведения о деловой репутации и платежеспособности партнера, которые запрашиваются в независимых

In modern conditions of market economy all subjects of economical activity are the participants of information relations: by objects of the information, its customers or organizers of the collecting and information storage. Therefore, each firm, alongside with financial, material, personnel and other resources, should have also information resources, without which it can not be the participant of information relations. Information resources is a combination of legal, financial, business, technical, technological and other information, which one is at the command of the corporation and will be used by it for maintenance of process of effecting, realization of commercial operations, rendering of services. For the formation of information resources it is necessary to any corporation to conduct commercial researches of the market, that is reached by data acquisition and theuir analytical research.

By informational — analytical maintenance received by a the management of commercial firm and the bank of solutions it is possible to distinguish two reference directions:

1) Definition of the possible business partners or competitors who operate in definite sectors of the market. It is necessary to approach to this problem very closely, test solvency of the partners, secure one self from the swindle activity in the orb of credit and financial relations, test bona fides of a competitor in the market etc. About the partner it is necessary to know maximum, but as small as possible from the partner. On the correctly selected partner will depend not only reputation of the corporation, but also its financial health.

2) It is necessary to collect the items of information on business reputation and solvency of the partner, which are requested from independent news agencies. Such agencies store the information from all possible open sources and place it at the clients dispose in the form of business — help. Such business — help includes the fixity, statistical data, arbitration chronicle, gen-

информационных агентствах. Такие агентства накапливают информацию из всех возможных открытых источников и по запросу клиента предоставляют такую информацию в виде бизнес-справки. В такую бизнес-справку входят регистрационные, статистические данные, арбитражная хроника, общие рыночные сведения о позициях компании и ее продукции, другие сведения, не относящиеся к коммерческой тайне. Но здесь не стоит путать — бизнес-справки не являются промышленным шпионажем, предмет интереса которого являются используемые и разрабатываемые технологии, виды продукции, «ноу-хау», условия конкретных сделок, планы выхода на новые рынки и т. п. Обращение к независимым источникам информации — элементарная составляющая общей культуры ведения бизнеса. Причем и сами компании поставляют информацию о себе в базы данных независимых агентств, стремясь к максимальной открытости, которая служит подтверждением их надежности и делает привлекательной для новых клиентов.

3) Сбор, обобщение и анализ собранной деловой информации. Особую важность деловая информация имеет для фирм, планирующих выпуск новых товаров или выход на новые рынки. Для успешной деятельности на рынке любой компании необходима полная и достоверная информация о потребителях, фирмах-партнерах, конкурентах, о выпускаемой продукции в отрасли, инвестиционных возможностях и т.д. С целью уменьшения риска, сопутствующего принятию важных маркетинговых решений в бизнесе должны проводится специализированные маркетинговые исследования по следующим направлениям:

— рынки (структура, емкость, динамика продаж, конъюнктура, риски, тенденции развития и т. д.);

— конкуренты (слабые и сильные стороны, доля рынка, потенциал);

— потребители (мотивация потребительского поведения и определяющие ее факторы);

— внутренний потенциал предприятия.

Конкретным результатом маркетинговых исследований является максимально полная информация по интересующим компанию вопросам, которая помогает сделать выбор и успешно осуществить реализацию ее стратегии и тактики деятельности, качественное принятие управленческих решений, и в общем повлиять на развитие компании, получение ею максимальной прибыли.

Информационно-аналитическое обеспе-

eral market items of information on the stand of the company and its production, other items of information which are not relating a trade secret. But here it is necessary not to confuse: business — help is not industrial espionage, a subject of concern of which are of used and developed technologies, views of production, «know-how», conditions of the concrete bargains, schedules of entering new markets etc. Reference to independent sources of information is an elementary component of common culture of business dealing. And companies deliver the information on themselves to databases of independent agencies, aiming at maximum openess, which serves as a proof of their reliability and makes them attractive to new clients.

3) The collecting of business data, its generalization and analysis. The availability of reliable business data allows faster receiving the financial and commercial solutions, regularity of such solutions, increase of the profit. Any solution is grounded on the information. Thus the information is more particular, the solution is more certain. Special relevance the business data has for corporations planning extension of new goods or entering new markets. For successful activity in the market any company needs full and reliable information about customers, corporations — partners, competitors, about issued production in the branch, investment capabilities etc. With the purpose of reduction of the risk relevant to marketing solutions in business it should be carried out specialized marketing researches in the following directions:

— the market, statistical and actual information on its condition (structure, capacity, dynamics of sales, conjuncture, hazards, tendency of development etc.);

— the competitors (weaknesses and strengths, lobe of the market, potential);

— customers (motivation of consumer behavior and factors determining it);

— the internal potential of the firm.

Concrete outcome of marketing researches is the maximum full information on problems, interesting the company, which helps to make selection and realize successfully its policy and tactics of activity, qualitative acceptance of the administrative solutions, and in general influence further development of the company, obtaining by it the maximum profit.

The informational — analytical maintenance of activity of commercial firms, first of all, should be directed on formation of both advancing sources and means of transfer of information resources (phone lines, fax, Internet, e-mail, telecommunication, voice mail etc.), and also on

чение деятельности коммерческих предприятий, прежде всего, должно быть направлено на формирование источников и средств передачи информационных ресурсов (телефонные линии, факс, Internet, e-mail, телекоммуникации, голосовая почта и др.), а также на формирование профессиональных кадров, которые будут искать пути изыскания информационных ресурсов, и с максимальной отдачей их обрабатывать и использовать. Необходимо увеличивать интенсивность внедрения новых технологий, информационных систем, расширения рынка связи, повышения доступности использования информационных ресурсов и телекоммуникаций.

formation of professional staff, which will search for ways of survey of information resources, and with maximum recoil treat them and use. It is necessary to augment intensity of new technologies, intelligence systems, dilating of the market of communication, increase of availability of usage of information resources and telecommunications.

ЮРІЙ МОЙСЕЄНКО
Європейський університет
Факультет економіки та менеджменту, 2 курс

YURIY MOYSEYENKO
The European University (Kyiv)
The 2-year student of the faculty of economy and management

ВСТУП УКРАЇНИ ДО СВІТОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ: СУЧАСНИЙ СТАН ПЕРЕГОВОРНОГО ПРОЦЕСУ

UKRAINE'S ACCESSION TO THE WORLD TRADE ORGANIZATION PRESENT-DAY CONDITION OF THE NEGOTIATION PROCESS

Приєднання України до Світової організації торгівлі — один із головних напрямів зовнішньоекономічної політики. Переговорний процес триває, починаючи з 1993 року. Головна мета українського уряду — вступ до СОТ не пізніше 2005 року, тому що новий раунд багатосторонніх торговельних переговорів («Раунду розвитку») має бути завершено до 1 січня 2005 року. А головна проблема української економіки полягає у неконкурентоспроможності окремих галузей національної економіки, скороченні виробництва, зростанні рівня безробіття.

Ukraine's accession to the World Trade Organization is one of the main direction of external economic policy. The negotiation process is going on since 1993. The main purpose of the Ukrainian government is accessing to the WTO before 2005, because the new round of multilateral trade negotiations («The development round») is to be completed before January 1, 2005. The main problem for the Ukrainian economy consists in non-competitiveness of specific sectors of the national economy, resultant reduction of production and increase in the unemployment rate. But in general the WTO membership is a necessary precondition for integration into the world economy.

Світова організація торгівлі — це єдиний інститут, що займається розробкою та впровадженням глобальних правил торгівлі між країнами. Головна функція СОТ полягає в забезпеченні прогнозованої та більш вільної торгівлі.

СОТ та її попередник Генеральна угода з тарифів і торгівлі (далі — ГАТТ) допомогли створити сильну та процвітаючу торгову систему, що сприяла безпрецедентному збільшенню обсягів міжнародної торгівлі. Протя-

The World Trade Organization is a united institute, which is engaged in development and introduction of the global rules of trade between countries. The main function of the WTO consists in guarantee of prognosticated and more free trade.

The WTO and its predecessor the General Agreement on Tariffs and Trade (hereinafter – GATT) have helped to create strong and prospering trade system, which assisted unprecedented increase of volumes of international

гом 56 років існування Організації темпи збільшення обсягів світової торгівлі значно перевищили темпи росту світового ВВП. Світовий експорт товарів збільшувався в середньому на 6 % щороку. Загальний обсяг торгівлі в 2000 році перевищив рівень 1950 року в 20 разів.

Сьогодні до Світової організації торгівлі входить 146 країн (зі 192) в яких проживає понад 85 % населення світу. Вони забезпечують понад 95 % обсягу світової торгівлі та близько 85 % світового ВВП. Крім того ще майже 30 країн перебувають у стадії переговорного процесу про вступ до СОТ, в тому числі Україна, Росія, Білорусь, Казахстан, Азейбарджан, Таджикістан.

Україна звернулася до ГАТТ з офіційною заявкою про приєднання 30 листопада 1993 року. На цій підставі 17 грудня 1993 року була створена Робоча група з розгляду заявки України про приєднання до ГАТТ, а з 1995 року — Робоча група з розгляду заявки про вступ до СОТ (далі — Робоча група).

За дев'ять років переговорного процесу відбулося десять засідань Робочої групи. Останнє, десяте засідання, відбулоя 25 лютого 2003 року в Женеві (Швейцарія). Під час цього засідання було прийнято рішення про початок підготовки Доповіді Робочої групи — повного пакету зобов'язань, які країна-здобувач бере на себе за підсумками переговорів.

У 1997 році розпочався процес двосторонніх переговорів із країнами-членами СОТ. Україна веде переговори з 46 країнами, 25 з них виявили бажання закріпити досягненні домовленості угодами. На сьогодні підписано 13 Двосторонніх протоколів про доступ на ринки товарів та послуг із такими країнами: Мексика, Уругвай, Нова Зеландія, Канада, Південна Корея, Словенія, Латвія, Грузія, Індія, Угорщина, Європейський Союз, Чехія, Словаччина. З 25 по 31 березня 2003 року українська делегація у Вашингтоні підписала угоду, яка знову відкриває імпорт курячого м'яса (так званих ніжок Буша).

На багатосторонніх переговорах Україна відстоює внутрішню державну підтримку сільського господарствана рівні 1,37 млрд доларів США (за базовий період взято 1994—1996 рр.). Натомість деякі члени СОТ, маючи сильні аграрні позиції, бажали б, щоб ці розрахунки були зроблені на основі періоду 1997—1999 років. У цьому разі сума державної підтримки аграрному сектору складатиме лише 60 млн. дол. США.

Найбільш спірне і проблемне питання у ході переговорів — це тарифна квота на цу-

trade. During 56 years of existence of Organization the rates of increase of volumes of international trade considerably have exceeded the growth rates of international Gross Domestic Product (hereinafter — GDP). The international export of goods was increasing on the average by 6 % each year. Total amount of trade in 2000 exceeded the level of 1950 by 20 times.

Today the World Trade Organization consists of 146 countries (of 192) with more than 85 % of the population of the world. They provide more than 95 % of volume of international trade and closely 85 % of international GDP. Besides still almost 30 countries are at the stage of negotiation process about the accession to the WTO, including Ukraine, Russian Federation, Belarus, Kazakhstan, Azerbaijan, Tajikistan.

Ukraine turned to the GATT with an official application for accession on November 30, 1993. On that ground, on December 17, 1993, the Working Party on the Accession of Ukraine to the GATT was established, since 1995 — the Working Party on the Accession of Ukraine to the WTO (hereinafter — the Working Party).

Over the eight years of the negotiation process the Working Party held ten meetings. The last, tenth meeting was held on February 25, 2003 in Geneva (Switzerland). During this meeting was made the decision on the beginning of preparation of the Report of the Working Party — a full package of the commitments, which the applicant assumes by the results of negotiations.

In 1997 began process of bilateral negotiations with the countries — members of the WTO. Ukraine negotiates with 46 countries, 25 of them have expressed desire to fix achievements of the arrangement by the agreements. Today are signed 13 Bilateral Protocols on Access to the markets of goods and services with such countries: Mexico, Uruguay New Zealand, Canada, Southern Korea, Slovenia, Latvia, Georgia, India, Hungary, European Union, Czech Republic, Slovak Republic.

From March 25 to March 31, 2003 the Ukrainian delegation in Washington signed the agreement, which again opens imports of chicken meat (so-called Bush's thigh). The signing of bilateral protocol with the United States is planned up to the end of the year.

At multilateral negotiations Ukraine advokates domestic state support of agriculture in the amount of $1,37 billion a year (as a base period were taken 1994—1996). At the same time some members of the WTO, having strong agrarian positions, would wish, that these accounts were made on the basis of period 1997—1999. In this case, the sum of state support to

кор-сирець. Українська позиція наступна: в обсягах 200 тис. тонн на рік із ставкою мита 2 %, з щорічним збільшенням до 260 тис. тонн у 2005 році. Проект Положення про розподіл тарифної квоти, підготовлений українською стороною, гарантує отримання країнами традиційними постачальниками цукру-сирцю з тростини обсягів квоти не менше, ніж було використано за попередній рік. П'ять країн (Куба, Бразилія, Австралія, Аргентина, Індія), знані експортери цукру на світовому ринку, зацікавлені в експорті цукру тростинного до України. Щоправда, особливу позицію на переговорах займає Австралія — період ввезення цукру-сирцю з цієї далекої країни співпадає з часом збирання цукрових буряків на українських полях. Національна асоціація цукровиків України вимагає якомога меншої тарифної квоти на ввезення цукру-сирцю тростинного до України, посилаючись на можливі негативні соціальні наслідки.

Програма діяльності уряду Віктора Януковича передбачає як загальні заходи у цьому напрямі — завершення переговорного процесу з розгляду заявки України про вступ до СОТ, наближення законодавства до норм і стандартів СОТ, так і конкретні — передбачення процедури автоматичного і неавтоматичного ліцензування імпорту/ експорту. Але й тут не обішлося без лобіювання власних інтересів окремими фінансово-політичними групами. За наявності положення щодо забезпечення доступу нерезидентів до сфери надання аудиторських послуг, відсутнє положення щодо надання іноземним банкам права на відкриття філій в Україні (Нацбанк відкликав з розгляду Верховної Ради відповідний проект закону — «на доопрацювання»). Зовсім непереконливо звучить обіцянка про щорічну гармонізацію не менш як 500 національних стандартів з міжнародними (за 10 років гармонізавано лише 300 стандартів).

Щорічне послання Президента містить цілий розділ, присвячений проблематиці приєднання України до СОТ. При цьому головним винуватцем в затягуванні вступу, скоріш за все, буде визнано Верховну Раду, принаймні такі настрої панували під час круглого столу «Україна і СОТ: механізми та соціально-економічні наслідки вступу» (Національний інститут стратегічних досліджнь — 29 січня 2003 р.). З формальної точки зору це й справді так. Друга фаза Графіку введення в дію пріоритетних законопроектів з метою гармонізації національного законодавства у відповідності до норм та вимог угод

agrarian sector will make only $60 million.

The most disputable and problematic question during negotiations is a tariff quota on sugar-cane. The Ukrainian position at present is to allow imports of sugar-cane in amount of 200 thousand tons per year at the rate of customs tariff of 2 %, with annual increase up to 260 thousand tons in 2005. The draft Rule about distribution of the tariff quota prepared by the Ukrainian party guarantees reception by countries — traditional suppliers of sugar-cane from a stem of amounts of the quota not smaller, than was used for the previous year. Five countries (Cuba, Brasil, Australia, Argentina, India), which are the basic exporters of sugar in the world market are interested in exports of sugar from a stem to Ukraine. However, a special position at negotiations is advokated by Australia — period of importation of sugar-cane from this far country coincides with the period of harvesting of sugar-beet on the Ukrainian fields. The National Association of Sugar Producers of Ukraine advokates position of smaller possible tariff quota on import sugar — from sugar-cane to Ukraine, referring to probable negative social consequences.

The program of activity of Viktor Yanukovich government provides as general measures in this direction the completion of negotiation process on Ukraine's accession to the WTO, approaching of the legislation to the norms and standards of the WTO, and provision of procedures of automatic and non-automatic licensing of imports/exports. But here there were some separate financial-political groups lobbying their own interests. There is a principle concerning the access of foreign companies to the sphere of granting auditor services, but there is not any principle concerning with granting foreign banks the right to open branches in Ukraine (The National Bank of Ukraine has withdrawn from consideration of Verkhovna Rada of Ukraine the appropriate project of the law — «on working up»). Absolutely unpersuasively sounds the promise about annual harmonization not less than 500 national standards with international ones (for 10 years there were harmonized only 300 standards).

The annual message of the President, which shortly will be proclaimed in the Ukrainian parliament, contains the whole section devoted to problems connected with Ukraine's WTO accession. Thus the main party blamed for delay of the accession, will be named Verkhovna Rada of Ukraine, at least such arrangements of spirit dominated during the round-table «Ukraine and the WTO: mechanisms and socio-economic consequences of the accession» (The

СОТ провалена повністю. З квітня 2002 по березень 2003 року з 16 пріоритетних законопроектів розглянуто 11 та схвалено лише 4. Хоча, не варто звинувачувати в усьому тільки народних обранців. Два «цікавих» законопроекти досі не подані урядом. Перший — стосовно скасування обмежень для громадян і юридичних осіб іноземних держав у заснуванні інформаційних агентств, обмежень обсягу іноземних інвестицій у їх статутному фонді — знято з розгляду Кабміном, як передчасний. Другий — «Про внесення змін до статті 13 Закону «Про телебачення і радіомовлення» стосовно збільшення частки іноземного капіталу у статутному фонді телерадіоорганізацій — взагалі планується перенести на 2005 рік (!).

Головна вимога Світової організації торгівлі до будь-якої країни-члена, або кандидата на вступ — це лібералізація ринків товарів та послуг. Відкриття вітчизняного ринку перед транснаціональними корпораціями для більшості з українських фінансово-політичних груп автоматично означатиме якщо не крах, то значні фінансові втрати, і необхідність грати за загальновиз-наними, а не придуманими під себе, правилами. Природно, до цього мало хто готовий. Німецький політолог Александр Рар досить точно підмітив вказану національну особливість: «Психологічно Україна не зможе відкрити свій ринок для західного капіталу настільки, наскільки цього вимагають правила СОТ. Олігархічні структури, що мають в Україні велику вагу, будуть чинити спротив приєднанню. Українські олігархи бідніші західних концернів, а останні з радістю підуть на український ринок, як тільки буде забезпечено рівні «правила гри». Що це справді так, переконливо свідчать статистичні дані про значний приріст іноземних інвестицій відразу після приєднання наших сусідів — Угорщини, Чехії, Словаччини, Польщі, країн Прибалтії — до СОТ.

Взагалі ним приєднання до правил і угод СОТ не є панацеєю від усіх бід. Це лише потужний інструмент, який дозволяє (якщо добре знаєш, як їм користуватися) значно прискорити поступальний рух конкретної країни вперед, про що яскраво свідчить приклад Китаю та країн Балтії. У разі неготовності місцевої еліти до цього, вступ до СОТ лише сприятиме ще глибшому вгрузанню в болото злиднів і корупції. Це добре видно на прикладі Киргизії, Грузії і Молдови. Головним у цій справі є не наявність сировинних чи інших потенційних переваг, а щире бажання і готовність еліти конкретної держави на-

National Institute for Strategic Studies — January 29, 2003). From the formal point of view it is really so. The second phase of the Schedule of passing the priority bills with the purpose of harmonization of the national legislation according to the norms and requests of the WTO agreements failed completely. From April 2002 to March, 2003 of 16 priority administration bills were considered 11 and only 4 passed. Though, it is not necessary to present the charge only on the deputies. Two «interesting» bills are not yet submitted by the government. First — concerning withdrawal of restrictions for the foreign individuals and legal entities setting up information agencies, limitations on the share of foreign investments in their authorized capital is removed from consideration of the government, as premature, its consideration is transferred to June. Second — «On modification in the article

13 of the Law «On Television and Radio Broadcasting» concerning increase of a particle of the foreign capital in the authorized capital of TV Radio organizations — in general is planned to be transfered to 2005 (!).

The main request of the World Trade Organization to anyone to the country — member, or applicant for accession is liberalization of the markets of goods and services. The opening of domestic market to transnational corporations for the majority of the Ukrainian financial-political groups will mean automatically, if not a crash, then significant financial losses, and necessity to play under conventional, instead of own rules. Naturally, few entrepreneurs are enough ready for such competitiveness. German political scientist Alexander Rar has noticed rather precisely the indicated national feature: «Psychologically Ukraine can not open the market for western capital as it is required by the WTO rules. Oligarchic structures, which are in Ukraine of large weight, will oppose the accession. Ukrainian oligarchs are poorer than western concerns, and the latter with pleasure will come on the Ukrainian market as soon as equal rules of game are ensured». This principle is convincingly testified by the statistical data on significant gain of foreign investments at once after the accession of our neighbours — Hungary, Czech Republic, Slovak Republic, Poland, Baltic countries — to the WTO.

In general the accession to the WTO rules and agreements is not a panacea for all the troubles. It is only a powerful tool, which allows (if very well know, how to use it) considerably to speed up concrete country movement forward, what the example of China and Baltic countries brightly testifies. In case when local eliteis not

здогнати потяг світової цивілізації, та, за нагоди, спробувати вибитися в лідери.

Значну роль в цьому відіграє національна самосвідомість населення конкретної країни. Не секрет, що громадяни практично всіх цивілізованих країн змалечку привчені купувати, насамперед, вітчизняне і зберігати свої капітали та заощадження у вітчизняних банках. На жаль, вказане не стосується переважної більшості українців, насамперед, через їх бідність. За даними ООН середньомісячний прожитковий мінімум в Україні становить близько 700 гривень.

Отже, чи вдасться Україні приєднатися до Світової організації торгівлі у 2004 році, як це задекларовано урядом? Сумнівно. Найвірогідніший термін вступу України до СОТ — 2005 рік, вже після президентських виборів.

ready for that, the WTO accession only assists to deeper sticking in a bog of poverty and corruption. This is quite visible from the example of Kirghizia, Georgia and Moldova. Main in this business is not an availability of raw, whether or potential advantages, but sincere desire and readiness of the elite of the concrete state to catch up a train of the world civilization, and, in case, try to become a leader. Significant role in it will be played by national self-consciousness of the population of the concrete country. Not a secret, that the citizens practically of all civilized countries from childhood are accustomed to purchasing, first of all, domestic goods and services, and and savings capital with domestic banks. Unfortunately, it-does not refer to overwhelming majority of Ukrainians, first of all, because of their poverty. Behind the UN data the monthly average cost of living in Ukraine makes close 700 hryvnas.

So, whether it will be possible for Ukraine to enter to the World Trade Organization in 2004, as it was proclaimed by the government? Doubtfully. Already from autumn of thecurrent year the Ukrainian political elite will completely be involved in pre-election campaign. Therefore, for financial-political groups and their representatives in Verkhovna Rada of Ukraine and government the remarkable opportunity will appear to brake passing bills on harmonization of the national legislation to requests and rules of the WTO agreements, if they even to any measure limit their financial interests and real authority. Moreover for this purpose the temporary unions, despite a fraction or block belonging, will be formed. Thus most possible term of the Ukraine's accession to the WTO is 2005-th, already after president's election.

ОЛЕКСАНДРА МОКІЙ
Львівська комерційна академія
Факультет міжнародних економічних відносин, 4 курс

ALEXANDRA MOKIY
Lviv Academy of Commerce
International economic relations department, 4th year

РОЛЬ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ КРАЇН ІЗ РИНКОВОЮ ЕКОНОМІКОЮ

SMALL AND MIDDLE ENTERPRICES' ROLE IN THE MARKET ECONOMY PROCESS OF DEVELOPING COUNTRIES

У даній статті основна увага зосереджена на ролі та місці малого й середнього підприємництва в економіці країн з перехідною економікою. Зокрема, проаналізовано кон'юнктуру та динаміку основних показників сучасного ринку

In this article we concentrate your attention on the small and middle enterprise role and place in transforming economy. Especially, we have analyzed actual intellectual market conjuncture and main indicators and found out the main small and middle enterprise activity aspects in

інтелектуальної власності та визначено основні аспекти діяльності МСП в Україні. Особлива увага концентрується на питаннях, що стосуються захисту прав володарів інтелектуальної власності.

Ukraine. We also focus your attention on the points touching protection of intellectual property rights of owners.

Звично вважають, що новий сегмент ринку науково-промислової та інтелектуальної власності в Україні на сьогоднішньому етапі занадто незначний для структурної перебудови національної економіки. Для виявлення напрямів зростання необхідно визначити структуру ринку інтелектуальної власності, попит і пропозицію на ньому, дослідити його інфраструктуру, виділити коло питань, які потребують державного втручання та часткового державного регулювання. Це забезпечить рівні умови і можливості учасникам ринку та створить конкурентне середовище.

Відомо, що в світовій практиці провідним сектором, який визначає темпи економічного зростання, структуру та якість ВНП виступає малий та середній бізнес. Зокрема, у розвинених країнах частка малого підприємництва становить 60—70 % від ВНП, а у США малі підприємства забезпечують половину приросту національного продукту і дві третіх приросту нових робочих місць. Детальніше зупинимося на ролі та місці малих і середніх підприємств (МСП) на ринку інтелектуальної власності та правові аспекти захисту інноваційних продуктів.

Інноваційна активність — невід'ємна ознака успішного виробництва, здатного витримувати натиск ринкової конкуренції. Таким чином, можна стверджувати, що інноваційні процеси, найпершими природними генераторами яких і є малі та середні підприємства, зароджуються та розвиваються на мікрорівні. Саме вони розпочинають ці процеси знизу, на основі практичної діяльності осмислюють їх, та висувають відповідні пропозиції і завдання перед працівниками науково-дослідницького та науково-технічного секторів, теоретиками та прикладними дослідниками інноваційної сфери [1, С. 359].

Наголосимо на основних напрямах політики стимулювання діяльності МСП, що мала місце у світовій практиці (зокрема, США, Японія, Німеччина та ін.): (1) пряме фінансування (субсидії, позики), близько 50 % якого використовується на створення нової продукції та технологій; (2) надання кредитів, у тому числі — без виплати відсотків; (3) створення фондів впровадження інновацій з урахуванням можливого ризику; (4) зниження державних податків на

They usually consider that new segment of science and industry market such as intellectual property market is too small in Ukraine for national economy reconstruction. To find out increasing directions it is necessary to define the intellectual market infrastructure, demand and supply on it, determine the set of problems that require partial state intervention. It'll provide equal terms and conditions for the market participants and create the competitive environment.

It is known in the world practice, that small business is the headmost economy sector that determines economic increasing rate, and also the structure and quality of the GDP. In particular, the small business part make up about 60—70 % of the GDP in developed countries, and in the USA small enterprises provide about half of the National product growth and two third of workplaces growing. We'd like to strike your attention on the small and middle enterprises (SME) role and place on the intellectual property market and on the legal aspects of innovation product protection in detail.

Innovation activity is an essential feature of successful production that can sustain the market competition. Thus, we can assert that, innovation process, the first natural generators of which are small and middle enterprises, arises and develops at the micro-level. They start that process from the bottom and are based on the practical activity, realize it, and offer respective propositions and tasks for employees of scientific-research and scientific-technical sectors, theorists and applied scientists of innovation sphere [1, P. 359].

We'd like to define the main directions of SME activity stimulation policy, that took place in the world practice (particularly in the USA, Japan, Germany etc.): (1) direct financing (subsidies, loans), about 50 % of which is used for new products and technologies creation;(2) crediting, interest-free loans included; (3) innovation introduction funds creation with taking into account the possible risks; (4) state taxes decreasing for individual inventions and patentees; (5) free of charge production introduction according to the individual inventor, free of charge services of patentee plenipotentiary, tax-free; (6) technical assistance, granting, supporting the innovation programs and projects realization (for example, transboundary and interregional co-operation supporting in the network of

індивідуальне винахідництво; (5) безкоштовне впровадження виробництва за заявками індивідуальних винахідників, безкоштовні послуги патентних повірених, звільнення від сплати податків; (6) технічна допомога, надання грандів, підтримка і сприяння у здійсненні інноваційних програм, проектів (для прикладу, підтримка транскордонної і міжрегіональної співпраці в рамках Фонду малих проектів PHARE SPF, фонду TACIS та INTERREG) [3].

Проте, на нашу думку, проблема не лише у впровадженні нової технології, винаходу, промислового взірця чи корисної моделі на виробництві, або застосуванні інновації з метою підвищення якості виробленого това ру чи послуги, річ у створенні для підприємця, в розрізі даного сегменту, сприятливого середовища для впровадження винаходу та забезпечення реалізації отриманого продукту чи послуги. Важливу роль на етапі розробки та впровадження інновацій відіграє внутрішня мотивація працівника фірми, яка зумовлена багатьма різноманітними причинами (прагнення до пізнання та створення нового, інтерес до науки, бажання принести користь підприємству та собі, досягнення певного соціального статусу та ін.). Не менший вплив чинить зовнішня мотивація, що виступає у формі адміністративного, економічного, соціального, морально-психологічного впливу, виконуючи таким чином роль стимулювання [4, С. 131].

Застосування всіх вищевказаних форм стимулювання діяльності малих та середніх підприємтств у нашій країні забезпечить цивілізоване конкурентне середовище для їх існування з підприємствами й організаціями державної форми власності та «виживання» в умовах жорсткої конкуренції. Особливо доцільним є впровадження науково-технічних, інноваційних та дослідницьких програм і проектів у діяльність МСП можливість захисту прав інтелектуальної власності у цьому секторі.

У 2001 р. впроваджувало інновації кожне сьоме промислове підприємство, зокрема, активніше цим займалися підприємства машинобудування, хімічного виробництва, текстильної промисловості та пошиття одягу. Протягом 2001 р. впроваджували інновації 1503 промислових підприємств, це на 0,8 % більше, ніж у 2000 р., але в 1,3 раза менше, ніж у 1995 р. [2, С. 120] (Табл. 1).

Зупинимося на деяких характеристиках інноваційної діяльності в нашій країні протягом останніх років. Станом на 01.01.2001 р. за даними Державного комітету статистики Ук-

Small projects Fund PHARE SPF, TACIS and INTERREG) [3].

So there is the problem not only in new technology, industrial or useful sample introduction, or innovation using for made product or service quality increasing. The main problem is to create acceptable atmosphere for this economy segment. Very important role belongs to internal employees motivation that is conditional upon defferent reasons (wishing to get knowing and creating something new, science interest, wishing to make interest for enterprise, define social status reaching and so on). An external motivation in the form of administrative, economical, social, moral and psychological impact makes also strong influence on this sector, using stimulation role [4, C.131].

Using all small and middle enterprises stimulation forms stated above can provide civilize competitive environment for their coexistence with state enterprises and organizations in the circumstances of strong competition. Especially important is science-technical program and projects introduction in the SME enterprise activity, and intellectual property protection in this sector as well.

In 2001 every seventh enterprise, especially enterprises of mechanical engineering, chemical, textile and sewing, was very active in this sphere. In the course of 2001 1053 industrial enterprises introduced the innovations in their production activity, it is by 0,8 % more than the same indicator in 2000, but by 1,3 less than in 1995 [2, C.120](Tab. 1)

And now we'll strike your attention on some innovation activity characteristics in our country for the last years. According to the State statistic committee of Ukraine, Ukrainian enterprises and organizations have signed only 271 license agreements. If we take into account that in industry of Ukraine there are about 8500 middle and more than 35000 small ones these data characterize this sector activity as negative. According to the numbers of signed agreements licensors have been given the rights to use 308 intellectual property objects, including 75 inventions, 59 — know how, 102 — engineering services. Problems touching intellectual property market are caused by practical not following the procedure of juridical protection. The most important (government) factor that pulls up the innovation introduction increasing is corruption. Factual intellectual property exposure and strong tax pressure make the inventors and innovation enterprises work within a shadow economy or attract fewer recourses to innovation sphere. One more problematic aspect is Ukrainian inventors, scanty professional skill in

раїни, підприємствами та організаціями укладено лише 271 ліцензійний договір. Якщо врахувати, що в нашій промисловості налічується близько 8500 великих та середніх, а також більше 35 тисяч малих підприємств, то ці дані досить негативно характеризують активність окресленого сегменту ринку. Відповідно до укладених договорів, ліцензіатам надані права на використання 308 об'єктів інтелектуальної власності, в тому числі 75 винаходів, 59 — ноу-хау, 102 — послуги типу «інжініринг».

Проблеми на ринку інтелектуальної власності виникають через практичне недотримання процедур юридичного захисту інтелектуальної власності. Урядовий (регулятивний) фактор та рівень корумпованості чи не найвпливовіші чинники гальмування й росту нововведень. Фактична незахищеність
інтелектуальної власності та вагомий податковий тиск на використання товарів із значним вмістом нововведень змушує розробників та власників працювати на тіньовому ринку, або надавати меншої уваги інтелектуальній власності, закладеній в продукті розробником. Ще одним аспектом проблеми є недостатня кваліфікованість українських дослідників для маркетингу та оцінок власних розробок. Сьогодні найчастіше враховуються фактичні витрати на розробки та обмін досвідом без вивчення ринку, реальної ринкової вартості продукту. При спробі комерціалізації розробники не завжди спроможні самостійно оцінити реальну ринкову кон'юнктуру і вигідно продати технологію.

У світовій практиці цю функцію найефективніше виконують техноцентри, центри просування технологій, іноваційні парки та інші організації, котрі займаються проштовхуванням технологій і оцінкою їх ринкової ефективності. Подібні об'єднання мають на меті створення сприятливого середовище для оцінки й комерціалізації іновацій та технологій, розвиток партнерських стосунків з університетами, науковими інститутами та підприємствами у сфері менеджменту технологій, сприяння залученню інвестицій для розвитку та впровадження нових технологій і водночас обстоювання юридичних інтересів винахідників та замовників відповідно до умов, розподілених між сторонами. Центри просування технологій займаються також створенням комунікаційної мережі між підприємцями, вченими та винахідниками.

Однією з основних проблем також є

marketing activity and innovation product valuation. Nowadays they take into the price only actual expenses for elaboration and experience exchange without market and real value researching. During the commercialization process creators not always can state the value of real market conjuncture and make big profit from technology selling.

In world practice this function belongs to techno-centers, technology promotion, innovation parks and other organizations that deao in technology promotion and market value determination. The main objects of such organizations are acceptable environment for innovation and technology commercialization and determination, partners relations development with universities, and science institutions and enterprises in technology management sphere, investment attraction supporting and new technology introduction and at the same time juridical interests protection of both inventors and businessmen according to the agreement conditions. Such supporting centers also create communicative nets between businessmen, scientists and inventors.

практичне недотримання законів, низький рівень реального захисту підприємців та винахідників від порушень прав інтелектуальної власності, просте недотримання підписаних контрактів та угод про співпрацю.

ГРИГОРІЙ МОНАСТИРСЬКИЙ
Тернопільська академія народного господарства
Кафедра державного і муніципального управління, 3 рік навчання

HRYHORIY MONASTYRSKYY
Ternopol Academy of National Economy
Faculty of state and municipal management, 3d year of training

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СІЛЬСЬКИХ ПОСЕЛЕНЬ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

URGENT PROBLEMS OF MANAGEMENT OF DEVELOPMENT OF VILLAGE SETTLEMENTS IN THE CONTEXT OF REALIZATION OF STATE REGIONAL POLICY

Досліджуються проблеми соціального та економічного розвитку сільських поселень в умовах реалізації концепції державної регіональної політики з позиції розгляду села як складної системи, метою розвитку якої є забезпечення соціального добробуту населення. Даються конкретні рекомендації щодо оптимізації системи управління розвитком сільських поселень, забезпечення зростання якісних та кількісних параметрів сільської системи на основі комплексного адаптивного аналізу зарубіжного досвіду муніципального управління.

The problems of social and economic development of village settlements in conditions of realization of the concept of state regional policy from a position of consideration of a village as a complex system are investigated, the purpose of which development is maintenance of social well-being of the population. The concrete recommendations concerning optimization of a control system of development of village settlements, maintenance of increase of qualitative and quantitative parameters of village system are given on the basis of the complex adaptive analysis of foreign experience of municipal management.

Становлення нової економіки в Україні, поглиблення євроінтеграційних процесів потребує трансформації політичної, економічної та соціальної систем на всіх територіальних рівнях, що об'єктивно зумовлює необхідність формування сучасної моделі управління. Асинхронність та неузгодженість реформування цих систем у загальнодержавній, регіональних та первинних територіальних площинах стримує макроекономічне зростання, загострює деструктивні явища, посилює просторово-поселенську диференціацію, що, зрештою, позначається на низькому рівні соціального добробуту пересічного громадянина.

Безсистемність соціально-економічної та слабкість регіональної політики державної влади в Україні найповніше проявила себе на рівні сільських поселень, що визначає, значною мірою, незадовільність соціальної та економічної ситуації на селі. Заміна патерналістської системи управління розвитком

The formation of new economy in Ukraine requires transformation of political, economic and social systems at all territorial levels, which objectively are predetermined by necessity of formation of modern model of management of their development adapted to the world standards.

Unsystematic character of socio economic weakness of regional policy of state authority in Ukraine has shown itself at a level of village settlements, whet determines, appreciably, insufficiency of a social and economic situation in a village. It determines impossibility of complex correcting of the adverse tendencies of economic and social development of village, results in occurrence of crisis processes in village settlements.

Major factors, which cause unsatisfactory socio economic situation in village settlements, are:

— Low efficiency of administrative activity of village bodies of local self-management.

села на нежиттєздатну самоврядну зумовила те, що сільські поселення опинилися в умовах нескоординованого хаотичного регулятивного впливу управлінських суб'єктів. Це детермінує неможливість комплексного своєчасного корегування несприятливих тенденцій економічного й соціального розвитку села, призводить до появи незворотних кризових процесів у сільських поселеннях.

Основними чинниками, що зумовлюють незадовільну соціально-економічну ситуацію в сільських поселеннях, є:

- Низька ефективність управлінської діяльності сільських органів місцевого самоврядування, які є декларативною формальністю, оскільки: не забезпечуються стабільною й повноцінною фінансовою базою; слабкою є їх матеріальна основа; низьким є професійний рівень більшості сільських голів та депутатів сільських рад; незадовільним є рівень інформаційного забезпечення органів місцевого самоврядування, що впливає на якість, оперативність та дієвість управлінських рішень, які ними приймаються; не налагоджено механізму взаємодії органів місцевого самоврядування села із сільською громадою.
- Недотримання критерію оптимальної величини територіальної громади, що зумовлює формуванням нежиттєздатних територіальних громад — утворень, які не володіють достатніми для забезпечення соціального та економічного розвитку.
- Ототожнення і в наукових дослідженнях, й в практичній діяльності органів влади різного рівня сільського поселення і аграрної сфери. Відсутнє розуміння села як складної соціально-економічної системи.
- Відсутність державної програми підтримки комплексного розвитку села.
- Нерозробленість теоретико-методологічної бази управління сільськими поселеннями в умовах формування ринкової економіки.

Для оптимізації системи управління економічним і соціальним розвитком сільських поселень в рамках реалізації концепції державної регіональної політики, забезпечення зростання якісних та кількісних параметрів сільської соціальної та економічної системи необхідно:

1. Передбачити в Конституції України та Законі України «Про місцеве самоврядування в Україні» право територіальних громад будь-яких населених пунктів на об'єднання з метою формування життєздатної територіальної громади. Таке об'єднання може відбуватися в двох формах: територіальній та функціональній.

- Non-observance of criterion of optimum size of a territorial community.
- Identification in both scientific researches, and practical activity of bodies of authority of a different level of a village settlement and agrarian sphere. Absence of understanding of a village as a complex socio economic system.
- Absence of the state program of support of complex development of village.
- Absence of theoretical and methodological base of management of village settlements in conditions of formation of market economy.

For optimization of a control system of economic and social development of village settlements within the framework of realization of the concept of state regional policy, the maintenance of increase of qualitative and quantitative parameters of village social and economic system is necessary:

1. To provide in the Constitution of Ukraine and Law of Ukraine «On local self-management in Ukraine» the right of territorial communities of any occupied items on association with the purpose of formation of a viable territorial community. Such association can occur in two forms: territorial and functional.

2. To ensure increase of a professional level of the village chairmen, deputies of village council and their serving executive bodies, by training in the regional centres for refresher training, realization of trainings, seminars, conferences.

3. At the legislative level, using rules of the Decree of the President of Ukraine of 30.08.2001 «On state support of the development of local self-management in Ukraine» to accept the state target program of support of the development of local self-management, having provided financial resources for realization of its item.

4. To determine as one of priority directions of strengthening of village local self-management computerization of its activity, creation of local databases, which would give an opportunity to carry out operative monitoring of the socio economic situation in the subordinated territory.

5. To strengthen financial ability of the local taxes and assemblies, and within the framework of the working Budget code of Ukraine modify the process of formation of village budgets. It is necessary to learn practice of attraction of additional financial sources with the use of local loans, rent and sale of land resources, which are in the municipal property.

6. To determine the legal and economic status of the village municipal property, basis of management of the general property of territorial communities.

2. Забезпечити зростання професійного рівня сільських голів, депутатів сільських рад та службовців їх виконавчих органів, шляхом навчання в регіональних центрах підвищення кваліфікації, проведення тренінгів, семінарів, конференцій.

3. На законодавчому рівні, використовуючи положення Указу Президента від 30.08.2001 року «Про державну підтримку розвитку місцевого самоврядеування в Україні», прийняти державну цільову програму підтримки розвитку місцевого самоврядування, передбачивши фінансові ресурси для реалізації її положень.

4. Визначити як один із пріоритетних напрямів зміцнення сільського місцевого самоврядування — комп'ютеризацію його діяльності, створення локальних баз даних, що давали б змогу проводити оперативний моніторинг соціально-економічної ситуації на підпорядкованій території.

5. Посилити фінансову здатність місцевих податків та зборів, у рамках діючого Бюджетного кодексу, модифікувати процес формування сільських бюджетів, що й сьогодні формуються за залишковим принципом. Необхідно вивчити практику залучення додаткових фінансових джерел з використанням місцевих позик, іпотеки, оренди та продажу земельних ресурсів, що перебувають у комунальній власності.

6. Визначити правовий та економічний статус сільської комунальної власності, засади управління спільною власністю територіальних громад. Виокремити з земельного фонду, що перебуває в державній власності, землі комунальної власності.

7. Чітко розмежувати функції та повноваження, а, відповідно, й відповідальність сільських органів місцевого самоврядування, районних рад та районних державних адміністрацій в процесі управління економічним і соціальним розвитком села.

8. Оптимізувати взаємовідносини сільських органів місцевого самоврядування з новоутвореними аграрними підприємствами.

9. Впровадити в діяльність сільських рад програмно-цільові методи управління. В цьому контексті слід звернути увагу на необхідність формування бюджетів розвитку.

10. Забезпечити подальше формування нормативно-правової бази управління соціально-економічним розвитком села, прийнявши закони «Про територіальну громаду», «Про комунальну власність», «Про місцеві фінанси», «Про адміністративно-територіальний устрій», «Про фінансове вирівнювання територіального розвитку».

7. Precisely to differentiate functions and powers, and, accordingly, responsibilities of village bodies of local self-management, regional council and regional state administrations during management of economic and social development of village.

8. To improve mutual relation of village bodies of local self-management with agrarian enterprises.

9. To introduce in the activity of the village council program-target methods of management. In this context it is necessary to pay attention to necessity of formation of the budgets of development.

10. To ensure the further formation of legal base of management of socio economic development of village, having accepted the laws «About a territorial community», «About the municipal property», «About the local finance», «About the administrative — territorial device», «About financial alignment of territorial development».

12. Really to involve bodies of local self-management of village in the process of privatization of land resources.

11. In the mass media, in public and scientific literature to overcome out-of-date understanding of a village.

12. To make possible construction of the system of interaction of bodies of authority, enterprise sector, public organizations and members of a territorial community in maintenance of management of economic and social development of village settlements, which will realize reserves of integrated approach in association of efforts of all subjects of this process.

The gradual realization of these measures will enable us to ensure dynamic socio economic development of village settlements in Ukraine, assist alignment of the level of development of different administrative — territorial units. Without improvement of the socio economic rule on a village fastening tendencies of stable development can not be mentioned.

The village settlement is the integral part of region territorial system, which development is possible only under the condition of dynamical development of all formations, which are included in its structure. The major factor of effective development of village is effective administrative activity of the bodies of local self-management, which, within the framework of both a legislative field and state regional economic and social policy are capable as well as possible to involve all resources of the subordinated territory for its maintenance.

11. Реально залучити органи місцевого самоврядування села до процесу приватизації земельних ресурсів.

12. В засобах масової інформації, в публіцистичній та науковій літературі подолати атавістичне звульгаризовано-примітивне розуміння села. Відійти від практики ототожнення сільського поселення та аграрної сфери, що не відповідає принципу системності та визнання пріоритетності соціального розвитку територій.

13. Уможливити побудову системи взаємодії органів влади, підприємницького сектору, громадських організацій та членів територіальної громади в забезпеченні управління економічним і соціальним розвитком сільських поселень, що дасть змогу використати резерви синергизму в поєднанні зусиль усіх суб'єктів цього процесу.

Поступова реалізація згаданих заходів дасть змогу забезпечити динамічний соціально-економічний розвиток сільських поселень в Україні, сприятиме вирівнюванню розвитку різних адміністративно-територіальних одиниць. Без забезпечення поліпшення соціально-економічного становища на селі не може бути й мови про закріплення тенденцій стабільного розвитку.

НАДІЯ МОРЕНОВА
Львівська комерційна академія
Факультет міжнародних економічних відносин, 4 курс

NADYA MORENOVA
Lviv Academy of Commerce
Faculty of International Economic Relations
4th year

ПРО ДЕЯКІ НЕГАТИВНІ НАСЛІДКИ ЗАРУБІЖНОГО ІНВЕСТУВАННЯ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

ABOUT SOME NEGATIVE CONSEQUNCES OF FOREIGN INVESTING FOR ECONOMIC SAFETY

У даній роботі розкриваються негативні тенденції іноземного інвестування, недосконалі форми та методи залучення зарубіжних інвестицій. Наводяться приклади небезпечних інвесторів для економіки України. Подаються результати економетричного аналізу впливу зарубіжних інвестицій на основні макроекономічні показники, які доводять, що недосконаліть економічного середовища перешкоджає іноземному капіталу сприяти економічному розвитку країни. Пропонуються шляхи усунення небезпеки процесу іноземного інвестування.

Drawbacks of forms and methods of foreign investments are pointed out. The examples of dangerous and undesirable investors for Ukrainian economy are mentioned. The results of econometric analyses of influence of foreign investments on macroeconomic figures are described. They prove, that the drawbacks of Ukrainian economic environment prevent the foreign capital from encouraging economic development of the country. The ways of preventing from negative trends of foreign investing to Ukrainian economy are offered.

Для економік країн із перехідною еконо-

It is vivid that national economies are ex-

мікою характерна надзвичайна відкритість і вразливість. Їх відкритість обумовлена нагальною потребою залучення капіталу для здійснення економічних та соціальних реформ, а вразливість пов'язана з тим, що вони не мають розвинених інституційних форм та систем безпеки, які б надійно захищали від різного роду загроз. Все це правильно і для економіки України. У більшості країн із перехідною економікою ефективно використані іноземні інвестиції стають ключовим фактором успішного розвитку. Це, в свою чергу, зумовлює необхідність вирішення питань економічної безпеки держави на національному рівні, оскільки в складних умовах перехідного періоду зростає кількість зловживань, пов'язаних з відмиванням і вкладанням капіталу кримінального походження та відкритими широкомасштабними спекуляціями на фінансовому ринку.

Вже не один рік більшість провідних економістів-теоретиків досліджують всезростаючу потребу української економіки в іноземних інвестиціях, а економісти-практики продовжують створювати якомога сприятливіший клімат для зарубіжних інвестицій, не звертаючи увагу на їх походження і призначення. Метою ж даного дослідження є аналіз негативних аспектів іноземного інвестування і пошук шляхів усунення небезпеки зовнішніх інвестицій для української економіки.

Пропонуємо перелік негативних тенденцій процесу залучення іноземних інвестицій в нашу країну. Структура інвестицій в 2002 році показує, що найбільший інтерес до вкладення капіталу в інвесторів викликають харчова промисловість — 795,5 млн. дол. (18,1 % загального обсягу) і внутрішня торгівля — 648,1 млн. дол. (14,7 %). На машинобудування і металообробку припадає лише 11,7 %, на хімічну промисловість — 5,3 %, на металургію — 3,9 % інвестицій. Таким чином, інвестиції вкладаються не в ті галузі, які реально можуть вплинути на економічний ріст, а в ті, які й без зовнішнього капіталу в змозі розвиватися.

Недосконалою залишається і форма залучення інвестицій в країну. Основними формами протягом 2002 року залишалися грошові внески (майже 50 % всіх засобів), внески у формі нерухомості (29 %) і цінних паперів (15 %). Інвестиції у формі об'єктів промислової власності склали менше 2 % загального обсягу. А в промислово розвинутих країнах такі інвестиції становлять основну масу, вони і є найефективнішим рушієм економічного розвитку.

Переважну більшість іноземних інвесторів

tremely open and injurable in the period of transformations. Their openness is caused by high demand in foreign capital for economic and social reforms. And the vulnerability is conditioned by the absence of developed institutional forms and safety systems, which could protect the country from various dangers. All above is appropriate for Ukraine as well. Effectively used foreign investments are considered to be the key factor of successful development of the country with a transforming economy. This in turn causes the need in solving the problems of economic safety on the national level, as in the period of transformation the quantity of crimes, connected with «cleaning» and investing the capital of criminal origin and vivid speculations on the financial market, extremely increases.

During the last 13 years the majority of well-known economists-theoretics have been studying the increasing demand of Ukrainian economy in foreign investments. And economists-practics are still creating the most favorable climate for foreign capitals, ignoring their origin and ways of usage. The goal of this research work is to analyze the negative aspects of foreign investing and to find the ways of guarantying safety of Ukrainian economy in the process of involving foreign investments.

We offer the list of negative trends of involving foreign investments in Ukrainian economy. The structure of the investments in 2002 shows that food industry (795,5 mln USD — 18,1 % of the total investments) and eternal trade (648,1 mln USD — 14,7 %) are considered to be the most profitable spheres for foreign investors. The share of engineering and metal processing equals to 11,7 % (518,3 mln USD), chemical industry has got only 5,3 % of foreign investments. As we see the capitals are invested not in the branches, which really influence the economic rise, but in those, which are able to work without «help».

The forms of investments are not perfect either. The main forms in 2002 were money contributions (50 % of the total amount), contributions in the form of realty (29 %) and securities (15 %). The investments in the form of know-how equaled to less than 2 % of the total amount. In the highly developed countries such investments form the majority of total investments; and they are considered to be the most effective factor of economic development.

The so called «expansionists» are still the majority of the foreign investors: they are importing expensive equipment of low quality and exporting the raw materials and not finished production, produced with their equipment —

рів продовжують складати т.зв. «експансіоністи»: вони імпортують обладнання (дороге і низької якості), натомість експортуючи сировину та напівготову продукцію, виготовлену на їхньому обладнанні — поглиблюється технологічна залежність українського виробника від імпортерів. До них можна віднести і «давальників», які використовують дешеву робочу силу (середня зарплата в Україні 80 ам.дол., в той час, коли в Угорщині 350 ам.дол., в Німеччині — 3000 ам.дол.) і низькі стандарти безпеки праці. Як наслідок, в 2002 році частка готової продукції в експорті України ледве сягала 18 %, а в імпорті — понад 50 %.

Значна частина інвестицій здійснюються за рахунок короткострокових вкладень «гарячих» грошей, про що свідчить той факт, що лише 25 % прибутків реінвестуються в українську економіку, а решта капіталу, «відмитого» і легалізованого, повертається в країни походження.

Викликає сумнів однозначна позитивна оцінка російських інвестицій, адже російські інвестори, реекспортуючи легалізований капітал з офшорних зон, беруть контроль над стратегічними для української економіки галузями промисловості, створюючи, наприклад, цілісний виробничо-збутовий цикл в нафто-газовій (інвестиції LUK Sintez Oil Ltd (Віргінські о-ви) в ВАТ «Лук-ОйлОдеський нафтопереробний завод») і металургійній промисловості (інвестиції Trans World Group в підприємства кольорової металургії) з участю українських та російських підприємств.

Особливу небезпеку становить неконтрольоване безоплатне збирання «фондовими» інвесторами (фонди Сороса, Фулбрайта, «Євразія» та інші) науково-технічної інформації. Мета такої діяльності — моніторинг ситуації у конкурентоспроможних вітчизняних галузях і встановлення контролю над ними з боку відповідних структур.

Серед українських економістів часто вважається, що іноземні інвестиції — основа економічного зростання країни-реципієнта. Але отримані нами результати економетричного аналізу впливу іноземних інвестицій на основні макроекономічні показники (рівняння: $INV = c_1 + c_2G + c_3GDP + c_4TRADE + c_5R$) свідчать, що недосконаліть економічного середовища не дає змоги іноземному капіталу сприяти економічному розвитку нашої держави. Так, з вірогідністю 90 %, можна стверджувати, що зростаючі обсяги ПІІ за останні роки майже в 10 разів (з 483,5 млн ам.дол. в 1995

Ukrainian producers do depend on imported technologies and equipment. Tolling-traders represent this group of foreign investors as well. They use cheap Ukrainian labor force (average wages in Ukraine — 80 USD, in Hungary — 350 USD, in Germany — 3000 USD) and low standards of working safety. Consequently, in 2002 the share of finished commodity in the exports of Ukraine amounted to less than 18 % but in imports — over 50 %.

The large part of investments are affected by short-term contributions of «quick» capital. Only 25 % of profits is reinvested into Ukrainian economy and the rest of incomes «clean» and legal goes back to the countries of origin.

Russian investors are not very desirable for Ukrainian economy either. They invest the «legalized» capitals from off-shores and take control over the strategic branches of Ukrainian industry creating, for example, the whole production-selling cycle in gas-oil and metal processing industry (investments of LUK Sintez Oil Ltd in Open Joint Stock Company Luk-Oil Odessa Refined Petroleum Plant, investments of Trans World Group into Ukrainian metal processing industry).

The fund investors such as Soros, Fullbright, «Eurasia», are dangerous too as they gather scientific-technical information and take control over competitive local branches of Ukrainian industry.

It is commonly agreed that the foreign investments are the basis for economic development in the country–recipient. But the econometric analysis of influence of foreign investments on main macroeconomic figures equality: $INV = c_1 + c_2G + c_3GDP + c_4TRADE + c_5R$

shows, that drawbacks of Ukrainian economic environment prevent the foreign capital from encouraging economic development of the country. With the 90 % probability we can say, that the increasing foreign direct investments for the last 7 years (from 483,5 mln USD in 1995 to 406,2 mln USD in 2002) didn't influence the forming of budget proficit. Moreover, the research proves the inverse dependence between liberal fiscal policy and flows of foreign capital (budget deficit influences 35 % decrease in FDI) — budget deficit means growing risk of crisis for portfolio investors and violation of competitive environment and growing taxes for direct investors. Dependence between FDI and GDP exists only at the level of 20 % with 1-year lag. It is caused by the short-term character of investments and the incomes are not reinvested in our economy. There is also 90 % dependence between foreign trade and FDI. It proves the theory of dependent economy: foreign capital

році до 4406,2 млн ам.дол. в 2002 році) не сприяли формуванню бюджетного профіциту. Більше того, дослідження показали обернену залежність між м'якою фіскальною політикою і потоками іноземного капіталу (бюджетний дефіцит на 35 % впливає на скорочення обсягів ПІІ) — дефіцит державного бюджету для портфельних інвесторів означає підвищення ризику кризи неплатоспроможності, для прямих інвесторів — спотворення конкурентного середови-ща, активізацію податкової системи з метою наповнення бюджету.

Як не дивно, але залежність між обсягами іноземних інвестицій і ВВП простежується лише на рівні 20 % з часовим лагом один рік, що пояснюється тим, що ПІІ переважно є короткостроко-вими, а прибутки з них повертаються в країни походження, а не реінвестуються в еко-номіку України. Простежується також 90 % залежність зовнішньоторговельного оборо-ту України від ПІІ, що підтверджує теорію «залежної економіки»: іноземний капітал сприяє виробництву в зовнішньому секторі. Сприятливим видається вплив притоку іноземних інвестицій на зниження процентної ставки (від 19,96 % в 1995 р. до 1,74 % в 2002 р.), але таке зниження в перспективі обумовить відтік іноземного капіталу.

Отже, іноземні інвестиції не є вирішенням усіх проблем економіки України. Використання іноземного капіталу — неоднозначний за своїми наслідками процес для країни-реципієнта, що проявляється через складну взаємодію комплексу позитивних і негативних тенденцій. Запобігання небажаним наслідкам іноземного інвестування та економічна безпека країни передбачають корекцію комплексу відповідних стратегій, концепцій, програм, коли держава виходить на світові ринки капіталу, здійснюючи свою стабільну цілеспрямовану зовнішньоекономічну політику. Пропонуємо авторське бачення усунення небезпеки процесу іноземного інвестування.

По-перше, політику уряду варто націлити на сприяння формуванню внутрішніх інвестиційних ресурсів з прибутків національних підприємств та приватних заощаджень (скасувати податок на кошти, що інвестуються в національну економіку).

По-друге, державі слід створити надійні економіко-правові механізми для забезпечення стабільного інвестиційного клімату, а також інституційного захисту укра-їнської економіки від загрози деструктивних дій небажаних закордонних інвесторів.

По-третє, необхідно сприяти, перш за

influences the increasing production in the external sector. Influence of FDI on decreasing the money market rate is positive (from 19,96 % in 1995 to 1,74 % in 2002). But such a decrease may cause the outflow of capital.

So foreign investments don't mean everything for Ukrainian economy. Usage of foreign capital has various consequences for the country-recipient, both positive and negative. Preventing undesirable consequences of foreign investing along with economic safety mean correction of the strategies programs, when a country launches the world market of capital and carris out steady international economic policy with a certain vivid aim. We offer the ways of preventing the negative trends of foreign investing for the Ukrainian economy.

— The governmental policy should be aimed at the encouraging of forming national investment resources of enterprises incomes and private savings (to cut the tax on the capital invested in national economy).

1. The state should create a reliable economic-law mechanism providing steady investment environment and institutional protection of the Ukrainian economy from the danger of destructive actions of undesirable foreign investors.

2. It is necessary to encourage FPI rather than FDI.

3. The accordance of every investment transaction with the national interests should be the key criteria in making a decision as to reasonable foreign investments.

все, залученню ПІІ, оскільки прямі іноземні інвестори діють у такому ж середовищі, як і національні економічні суб'єкти, вони зацікавлені у розвитку в країні стабільних та ефективних ринкових умов. Інтересом портфельних інвесторів є повернення у певний термін вкладених власних коштів.

По-четверте, слід вибірково підходити до залучення інвестицій — відповідність тої чи іншої інвестиційної трансакції національним інтересам повинна стати надкритерієм у прийнятті рішення щодо доцільності вкладання іноземних капіталів.

АНДРІЙ МОРОЗ
Житомирський інженерно-технологічний інститут
Факультет економіки і менеджменту, 4 курс

ANDRIY MOROZ
Zhitomir Institute of Engineering and Technology
Faculty of economy and management, 4th year

ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ЗАСАД КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ

PERFECTION OF ORGANIZATION AND ECONOMIC BASES OF CORPORATE MANAGEMENT IN UKRAINE

Дана стаття присвячена пошуку шляхів розв'язання проблеми корпоративного управління. В ній визначено коло основних питань корпоративного керування, що потребують негайного вирішення — це розкриття інформації про діяльність акціонерних товариств і її правдивість, захист прав дрібних акціонерів, неефективне управління державними корпоративними правами. Також розглянуто досвід рішення цих проблем іншими країнами, що мають багатий досвід корпоративного управління, зокрема досвід США, Великобританії і Сінгапура. З огляду на досвід інших країн і національні особливості України, приведено ряд заходів, що дозволили б усунути негативні тенденції в корпоративному управлінні в Україні, а також вдосконалити систему загальноуправлінських відносин.

This article is dedicated to the quest of ways of solving problems of corporate management in Ukraine. There is defined the range of questions in the sphere of corporate management, which must be solved. They are disclosing of the information about activity of joint-stock companies, its truthfulness, protection of the rights of small investors, bad control over state corporate rights. It also examines the experience of foreign countries, which have great experience in the sphere of corporate management, namely the USA, Great Britain and Singapore. Taking into account experience of foreign countries and national features of Ukraine we suggest some actions which help overcome negative tendencies in corporate management and will allow to make the system of management relations better.

На сучасному рівні розвитку економіки України акціонерні товариства відіграють усе важливішу роль. Досить стрімкими темпами акціонерні товариства розвивалися протягом 1997—1999 років — за даний період їх кількість зросла на 4771, тобто на 15,4 %. Це пов'язане з початком приватизації, коли велика кількість державних підприємств була роздержавлена шляхом перетворення їх в акціонерні товариства з подальшим продажем. Починаючи з 1999 року темпи зростання акціонерних товариств стабілізувалися, їх

At present level of development of economy of Ukraine joint-stock companies play the more and more important role. Rather actively joint-stock companies developed during 1997—1999 years, for this period their quantity has grown by 4771 that is by 15,4 %. It is conected with the beginning of privatization when a great number of national enterprises were transformed to joint-stock companies and sold. Since 1999 the rate of growth of joint-stock companies has been stabilized, their quantity in 2002 in comparison with 1999 even decreased and

кількість в 2002 році у порівнянні з 1999 роком навіть дещо зменшилась і склала 35 134.

Слід зазначити, що в межах корпоративного сектору, тільки в активах, які входять в статутні фонди (а це зовсім не адекватно загальній сумі активів), налічується 54 млрд грн.

Наступним фактом, що свідчить про значущість акціонерної форми власності, є те, що на акціонерні товариства припадає 48 % всього промислового виробництва. Слід відзначити, що 18 млн громадян України — акціонери.

З наведених даних ми бачимо, що корпоративний сектор економіки на даний час є вже цілком сформованим, але постає якісний бік проблеми, тобто питання управління ним. Так, незважаючи на Указ президента України від 21 березня 2001 року «Про заходи щодо розвитку корпоративного управління в акціонерних товариствах», де визначено основні напрямки розвитку корпоративного управління в Україні, існує широкий спектр питань як організаційного так і законодавчого характеру, які й досі не вирішені. Так проведені нами дослідження показали, що найсуттєвішими проблемами корпоративного управління як в Україні в цілому так і в регіонах, зокрема в Житомирській області, є:

1) розкриття інформації про діяльність відкритих акціонерних товариств та її достовірність. Досить поширеним є порушення строків подачі фінансової звітності акціонерних товариств, а в деяких випадках має місце перекручення інформації щодо діяльності акціонерних товариств та її результатів. Перекручення даних в звітності підприємств веде до того, що власники акціонерних товариств не отримують інформацію про реальний стан справ в акціонерному товаристві та потенційні інвестори не можуть пройняти рішення щодо здійснення інвестицій в ті чи інші акціонерні товариства, що певними чином стримує розвиток економіки України;

2) захист прав дрібних акціонерів. Досить частими є випадки замовчування інформації про проведення загальних зборів акціонерів, недопущення їх до зборів, а також недопущення дрібних акціонерів до статуту підприємства, фінансової звітності і т. д.;

3) неефективне управління державними корпоративними правами. Держава володіє значними корпоративними правами. Так із 34 942 акціонерних товариств, зареєстрованих станом на 01.01.01, пакети 2121 акціонерних товариств належать державі, що складає по-

made up 35134.

It is necessary to note, that in the corporate sector, only in assets which are included in stock capital (it is not adequate to the total sum of aseets), 54 billion hrn are totaled.

The following fact which testifies the importance of a joint-stock pattern of ownership is that stock companies produce 48 % of total industrial production. Also it is necessary to note, that 18 million citizens of Ukraine are shareholders.

We see, that the corporate sector of economy is completely formed, but there is a qualitative side of a problem, that is a question of management of it. Despite of the Decree of the president of Ukraine of March, 21, 2001 «About actions for development of corporate management in joint-stock companies» where it is determined the basic directions of development of corporate management in Ukraine, there is a wide spectrum of problems both of organizational and legislative character which are not resolvedyet. So the research which we have made show, that most important problems of corporate management both in Ukraine as a whole, and in its regions, namely in Zhitomir area are:

— disclosing of the information about activity of joint-stock companies and its truthfulness. Infringement of terms of delivery of the financial reporting of joint-stock companies is widespread enough, and in some cases the information about activity of joint-stock companies is false. That's why owners of joint-stock companies do not receive the information about the real condition of joint-stock company, and potential investors can't make investment decisions and it constrain the development of economy of Ukraine.

— protection of the rights of small investors. This group of investors can't receive information about meetings of shareholders, can't acquaint with the statute of the enterprise, the financial reporting etc.

— bad control over state corporate rights. The state owns significant corporate rights. So of 34942 joint-stock companies registered on 01.01.01, packages of 2121 joint-stock companies belong to the state that makes more than 6 % of the total quantity. About a unsatisfactory condition of management of the state corporate rights testify the following facts: among joint-stock companies which share holdings are under the control of the state, unprofitable make up by 20 % more than on the average in Ukraine; the debtor, creditor, tax debts, debts on payment of wages increased by 15—20 % in 2001; losses 12 times exceed the profit whereas in joint-stock companies where the state share is less or

над 6 % від всіх товариств. Проте якість управління державними корпоративними правами вимагає бажати кращого. Про незадовільний стан управління державними корпоративними правами свідчать наступні факти: серед акціонерних товариств, пакети акцій яких знаходяться під управлінням держави, збиткових на 20 % більше ніж в середньому по Україні; дебіторська, кредиторська, податкова заборгованість, заборгованість з виплати заробітної плати збільшилась на 15—20 % протягом 2001 року; збитки в 12 разів перевищують прибутки, тоді як в акціонерних товариствах, де державна частка є меншою або взагалі відсутня, — прибутки в 2 рази перевищують збитки.

При розв'язанні вищеперелічених проблем доцільно використовувати досвід зарубіжних країн, зокрема США, Великої Британії, Сінгапуру і ін.

Щодо питання розкриття інформації про діяльність акціонерних товариств та її достовірність, то при цьому слід звернути увагу на спосіб вирішення цієї проблеми США, де згідно введеного в дію з 30 червня 2002 року закону створено Комітет з аудиторської перевірки публічних компаній. Функцією даного комітету є регулювання сфери аудиторських послуг, що надаються публічним компаніям, зокрема контроль за звітами про діяльність аудиторських компаній, які вони повинні подавати до Комітету щорічно, розробляти і ухвалювати стандарти щодо аудиту публічних компаній, стягувати штрафи при виявленні порушень аудиторською фірмою або окремим аудитором норм будь-якого законодавчого акту щодо проведення аудиту (розмір штрафів становить для фізичних осіб — до $ 750 000, для аудиторських компаній — $ 15 000 000) та ін.

Стосовно питання про захист прав дрібних акціонерів, то досить повчальний у цьому аспекті є досвід Великої Британії та США. Законодавство й судова практика цих держав є майже єдиними в світі, що уможливлюють захист права дрібних акціонерів.

Цікаве розв'язання проблеми ефективності функціонування державного корпоративного сектору в Сінгапурі. Сінгапур — одна з небагатьох країн світу, котра не вагається щодо закриття державних підприємств, які завдають збитків. У цій країні державні компанії функціонують виключно з метою отримання прибутку, а управління ними здійснюється професійними менеджерами, які отримують винагороду так само, як працівники державного сектора. При цьому менеджери таких компаній мають статус держ-

absent, profits 2 times exceed losses.

Solving the above problems of corporate management it is expedien to use experience of foreign countries, namely the experience of the USA, England, Singapore etc.

Concerning the question of disclosing the information about activity of joint-stock companies and its truthfulness it is necessary to pay attention to the way of the deciding this problem in the USA. This country created the Committee of auditor checking of public companies in accordance with the law commissioned on June, 30, 2002. The function of the Committee is regulation of the sphere of auditor services which are given to public companies, namely the control of reports about
activity of the auditor companies which they should submit to committee annually, develop and assert standards on audit of public companies, collect penalties at detection of infringements by either an auditor firm or separate auditor of norms of any act on realization of audit (the size of penalties makes up for physical persons to 750000 $, for auditor companies 15000000 $).

As to the question about protection of the rights of small investors in the given direction, the experience of Great Britain and the USA is rather interesting. The legislation and legal practice of these states are practically unique in the world, which allow to protect the rights of small shareholders.

The decision of the problem of efficiency of functioning of the state corporate sector in Singapore is interesting. Singapore is one of few countries where they do not hesitate concerning closing the enterprises which bring losses. In this country the state companies function exclusively with the purpose of receiving profit, also management of these corporation are professional and managers receive compensation just as managers of a private sector do. Managers of such companies have the status of a civil servant.

So having examined the experience in solving problems of corporate management by different countries, we recommend:

1) With the purpose of increase of the level of disclosing of the information about activity of joint-stock companies and its truthfulness:

— to establish financial sanctions concerning the auditor companies at revealing in their estimations unreliable information;

— to raise the control over activity of auditor firms. To increase control over auditor activity is possible in two ways: to deliver control function to regional Departments of the State commission on securities and the share

жавного службовця.

Так, розглянувши досвід розв'язання проблем корпоративного управління різним країнами світу, ми пропонуємо, з метою підвищення рівня розкриття інформації про діяльність акціонерних товариств та підвищення її достовірності:

— встановити фінансові санкції щодо аудиторських компаній при виявленні в їх перевірках недостовірних відомостей;

— підвищення контролю за діяльністю аудиторських фірм. Підвищити рівень контрольованості аудиторської діяльності можливо двома шляхами — покласти контролюючу функцію на територіальні Управління Державної комісії з цінних паперів та фон-
ндового ринку, або створити окремий комітет, який би займався контролем діяльності аудиторських компаній;

— наділити загальні збори акціонерів виключним правом призначення аудиторської компанії (аудитора).

З метою підвищення ефективності управління державними корпоративними правами:

— встановити професійні вимоги до керуючих державними корпоративними правами;

— проводити їх періодичну атестацію;

— ввести систему оплати праці керуючих державними корпоративними правами відповідно до досягнутих ними результатів.

market or to create a separate committee, which would be engaged exclusively in the control over the activity of auditor firms;

— to give meeting of shareholders the exclusive right of assignment of the auditor (the auditor company).

2) With the purpose of increase of management efficiency by the state corporate rights:

— to establish professional requirements to managers who manage the state corporate rights;

— to carry out their periodic certification;

— to set up the system of payment for managers who manage the state corporate rights according to the achieved results.

These actions, to our opinion will provide reduction of negative tendencies in corporate management and will allow to make the system of management relations better.

ДЕНИС МОРОЗ
Академія митної служби України
Економічний факультет, 5 курс

DENIS MOROZ
Ukrainian Academy of Customs
faculty of economics, 5th year

АВТОМАТИЗАЦІЯ АНАЛІТИЧНОГО ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ОБСЛУГОВУВАННЯ АВТОТРАНСПОРТУ В МИТНИХ ОРГАНАХ

AUTOMATIZATION OF THE ANALYTICACCOUNTING FOR TRANSPORT MAINTENANCE EXPENSES IN THE CUSTOMS BODIES

У цій роботі подається оцінка програмного забезпечення, яке сьогодні використовується митними органами для облікових цілей. Також в загальних рисах описується модель нової програми обліку витрат на обслуговування автотраспорту, яка б дала змогу підвищити якість та швидкість ведення бухгалтерського обліку на цій складній ділянці. Багато уваги в роботі приділяється специфічним моментам, які потрібно обов'язково враховувати при автоматизації обліку витрат на обслу-

In the work the author gives his own estimation of the accounting software which is utilized in the customs bodies today. Also in general he describes the model of a new program of the accounting for transport maintenance expenses which would allow to make the accounting process for these expenses more qualitative and quick. In the work griat attention is paid to specific matters which must be taken into account during automatization of accounting for transport maintenance expenses.

Усвідомлення обмеженості бюджетних коштів та необхідності оперативного контролю за їх витрачанням спонукає до активного впровадження інформаційних технологій у бухгалтерських відділах бюджетних установ. Практика показує, що застосування інформаційних технологій в обліковому процесі істотно впливає на його якість, підвищує оперативність контролю за обліковими даними, а, отже, надає можливість задовольняти інформаційні потреби керівництва на значно якіснішому рівні.

Аналіз поточного програмного та технічного забезпечення, що застосовується в митній системі України, виявив багато вад. Застарілі форми видачі звітних даних та відсутність користувальницького інтерфейсу форм вихідних звітів створюють певні перешкоди для аналізу облікових даних та прийняття управлінських рішень. Усе програмне забезпечення було розроблене під операційну систему MS DOS, а звідси — не дуже зручний інтерфейс, який викликає певного роду дискомфорт при роботі. Відсутність підтримки обміну даними між базами даних спричинює дублювання операцій з введення та обробки облікової інформації.

Однією з пріоритетних проблем, яка потребує термінового розв'язання, є автоматизація обліку витрат на обслуговування автотранспорту, оскільки, по-перше, матеріальні елементи витрат на обслуговування автомобілів (бензин, дизельне паливо, запчастини) — високоліквідні та досить дорогі матеріали, а тому потребують ретельного контролю за ними. По-друге, облік цих витрат настільки трудомісткий процес, що в бухгалтеріях та господарських відділах митних установ навіть виділяються окремі штатні одиниці з обліку і контролю виключно цих витрат.

Дану проблему можна ефективно розв'язати з допомогою розробки нового програмного продукту, який би враховував галузеву технологію обліку витрат на обслуговування автотранспорту, містив засоби для генерації різного роду специфічних звітів для потреб управління, а також був орієнтований на роботу з легковими автомобілями, з яких переважно складаються автопарки митних установ. Виходячи з реалій обліку витрат на обслуговування автомобілів, які існують в митній системі, можна запропонувати наступну модель програми

Realizing of the scantiness of budget means and necessity of strict control over their utilization are the grounds for active introduction of the information technologies in accounting departments of budget establishments. Practice shows that utilization of the information technologies in the accounting process has influence on its quality, raises effectiveness of the data control and also gives possibility to satisfy informational needs at a qualitatively new level.

The analysis of the soft- and hardware that are being used in the customs system has revealed a lot of demerits. Out-of-date forms of output data and absence of a user interface to form output reports make some trials for analyzing accounting data and making management decisions. All the software was worked out for OS MS DOS and so it has not a very convenient user interface, which evokes some discomfort during working. Absence of possibilities to exchange accounting data within databases leads to duplication of transactions on a data processing.

So out-of-date software that is used in the customs bodies does not meet contemporary requirements and it demands modernization.

One of the main problems, which must urgently be solved, is the automatization of the accounting for transport maintenance expenses, as at first material elements of these expenses (fuel, oil, spare parts) are high-liquid and expensive things and that is why they demand a strict control over them. Second, the accounting for these expenses is so labor-consuming process that there are even separate accountants engaged to account only transport maintenance expenses in accounting and economic departments of the customs establishments.

This problem can effectively be solved with working out a new program product. The program must take into account branch technology of the accounting for transport maintenance expenses, include means for the generation of different reports for administration and also be directed toward working with passenger cars which mainly form fleets of vehicles in the customs establishments. Taking into consideration the realities of the accounting for transport maintenance expenses existing in the customs system we can offer such model of a program of the analytic accounting for transport maintenance expenses.

The program must consist of five connected modules: accounting for fuel consumption, accounting for oil consumption, accounting for

аналітичного обліку витрат на обслуговування автотранспорту.

Програма повинна складатися з п'яти взаємопов'язаних модулів: облік списання пального, облік витрат автомобільних мастил, облік запчастин, встановлених на автомобілі; облік аксесуарів виданих, облік послуг сторонніх організацій з обслуговування автотранспорту. Аналітичний облік у всіх модулях необхідно здійснюватися в розрізі автомобілів. Конфігурація програми обов'язково повинна передбачати засоби для автоматичного підрахунку дотримання норм витрат паливно-мастильних матеріалів, сигналізувати про необхідність проведення технічного огляду, а також, якщо існує потреба, автоматично формувати бухгалтерські проводки.

Для зручності необхідно розробити довідники рухомого складу (марка, рік випуску, державний номер, норма витрат пального), водіїв (ПІБ, стаж, кваліфікація), паливно-мастильних матеріалів (марка, вартість), запасних частин (назва, вартість), основних маршрутів. Для полегшення роботи з програмою користувальницький інтерфейс програми мусить базуватися на існуючій в митних установах системі документообігу.

З метою забезпечення контролю за фактичними видатками відображення кожного виду витрат необхідно вести за матеріально відповідальними особами. Архівування необхідних облікових даних в кінці кожного року повинно належним чином задовольняти потреби комплексних ревізій та перевірок.

Кінцевим продуктом програми можуть бути різного роду звіти, в тому числі форма № 4-МТП «Звіт про залишки і використання палива та паливно-мастильних матеріалів». При цьому бажано формування в автоматичному режимі подорожнього листа службового легкового автомобіля.

Програма обов'язково будується у відповідності до вимог розподіленої системи обробки даних, тобто підтримує можливість ведення окремих модулів на різних ПЕОМ. Програмне забезпечення з обліку витрат на обслуговування автотранспорту повинно органічно інтегруватись в інформаційну систему бухобліку митної установи та взаємодіяти з програмами обліку основних засобів, складського обліку, обліку оплати праці, синтетичного обліку та складання звітності.

Наступним кроком в напрямку розвитку програмного забезпечення в митних установах є розробка програмних модулів з управління розподілом та резервуванням автотранспорту, паливно-мастильних ма-

spare parts installed to the vehicles, accounting for accessories given out, accounting for services of outside organizations.

The analytic accounting in all modules must be conducted in the context of vehicles. The configuration of the program must content means for the automatic calculation of the norms of fuel consumption, signal about necessity of the technical inspection and be able to form entries.

For a comfort, reference books of vehicles (model, year of manufacturing, number, inventory number etc.), drivers (name, record of service, qualification etc.), fuel (mark, cost etc.), share parts (name, cost etc.), main routes are necessary to work out. The user interface of the program must base on the real system of the circulation of documents existing in the customs system.

With the aim of the control over the active cost reflection of the every type of expenses is necessary to conduct in context of the persons responsible for materials.

Archivation of essential data in the end of every year must satisfy requirements of complex revisions and checks.

The final product of the program is to be different reports including form №4-МТР «The report about remains and fuel consumption». Also formation of the road-sheet of a passenger car in the automatic regime would be desirable.

The program must also be built in accordance with the requirements of the distributed system that is must allow conducting of the separate modules on different computers.

The software of the accounting for transport maintenance expenses must organically integrate into the information system of accounting departments of the customs establishment and interact with the programs of accounting for fixed assets, warehousing accounting, accounting for work payment, synthetic accounting and forming reports.

Working out of the program modules for the administration of the distribution and reserving of vehicles, fuel and spare parts will be next step in the development of the software in the customs system. Methods worked out on the scientific base will allow avoiding unproductive expenses and save the budget means.

теріалів та запчастин. Розроблені на науковій основі методи оптимального розподілу та використання обмежених ресурсів дозволять уникнути непродуктивних витрат та заощадити бюджетні кошти.

ОЛЬГА МУЗИКА
Львівська комерційна академія
Факультет МЕВ, IV курс

OLGA MUZYKA
Lviv Academy of Commerce
Faculty of International Economic Relations, 4th year

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ КОНЦЕПЦІЇ НА РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

PECULIARITIES OF APPLICATION OF MARKETING CONCEPT IN THE MARKET OF INSURANCE SERVICES

У статті розглядається необхідність освоєння маркетингу страховими компаніями і специфіка реалізації його принципів. Обґрунтовано як безпосередньо на страховий маркетинг впливає специфіка самих послуг і особливості страхового бізнесу. Запропоновано конкретні заходи, які сприяють успішній реалізації маркетингової концепції на ЗАТ СП «Галінстрах».

In the article the necessity of marketing development by insurance companies and specification of its principles implementation are considered. It justifies marketing influences specific nature of the insurance services and peculiarities of insurance business. Concrete measures, which favour the actualization of marketing concepts at the Limited Partnership joint-stock insurance company «Galinstrakh», are suggested.

У сучасних умовах господарювання в Україні все більше підприємств невиробничої сфери, в тому числі і страхові компанії, виявляють інтерес до маркетингу. Маркетинг у страхуванні має на меті формування й постійне вдосконалення діяльності страховика завдяки розробці конкурентоспроможних страхових продуктів (послуг) для конкретних категорій споживачів, упровадження раціональних форм реалізації цих продуктів, систематичний збір і аналіз інформації щодо ефективності діяльності страховика у конкурентному середовищі. Специфіка маркетингу в страхуванні зумовлена, передусім, специфікою самих послуг, а по-друге — особливостями страхового бізнесу.

Страхова послуга — це особливий товар, страховий захист інтересів клієнта від збитків, які є наслідком страхових випадків. Страхові послуги володіють високим ступенем корисності для споживачів, але усвідомлення ними потреби в страховому захисті виражено слабко, або зовсім відсутнє. Їм, як і будь-яким послугам загалом, притаманні такі властивості: невідчутність, невіддільність, непостійність, незбереженість. Вони ж зумовлюють і особливості сприйняття страхового продук-

Under present conditions of economic activity in Ukraine more and more enterprises in non-productive sphere, including insurance companies, show interest in marketing.

Marketing in insurance aims at formation and continuous improvement of the activity of the insurer through the development of competitive insurance products (services) for concrete categories of consumers, introduction of rational forms of sale of these products, systematic gathering and analysis of information on effectiveness of activity of the insurer in competitive environment. Specific nature of marketing in insurance is determined, first of all, by the specific nature of the services and, secondly, by peculiarities of insurance business.

Insurance service is a special product, insurance protection of the client's interests against losses caused by insured accidents. Insurance services have a high degree of usefulness for the consumers, yet the customers are hardly aware, if at all, of the need in insurance protection. Similarly to any other services in general they possess such properties as intangibility, inseparability, variability, changeability. They also determine peculiarities of the insurance product: when purchasing the insurance product the customer has no guarantee of using it; in case of no insured accident the reaction of general public is

ту: при купівлі страхового продукту споживач не має гарантії його споживання; при ненастанні страхового випадку реакція загальної маси людей завжди негативна: «Дарма витратив гроші», тож наступного разу людина задумується над тим, чи варто ще раз придбавати страхову послугу; при настанні страхового випадку — думки та відчуття також негативні (хто б радів із нещастя).

Здійснене маркетингове дослідження ринку страхових послуг в Україні, засвідчило, що обсяг охоплення ринку становить приблизно 10—15 % усіх ризиків, тоді як у більшості країн — 90—95 %. Питома вага нашої країни у світовому ринку сягає лише 0,01 % і менше 0,05 % обсягу страхових послуг, що надаються в Європі, хоча в Україні проживає понад 7 % населення Європи та є великий промисловий, аграрний і науковий потенціал. Незважаючи на номінальне зростання обсягів операцій на страховому ринку, галузь забезпечує перерозподіл лише 1,2 % ВВП (аналогічний показник для розвинутих країн — 8—12 %).

Впровадження маркетингових концепцій для підвищення ефективності страхового бізнесу ускладнюється наявними в Україні економічними та соціальними реаліями. На сучасному етапі ми можемо виділити такі групи об'єктивних і суб'єктивних факторів макромаркетингового середовища діяльності страхових компаній: економічні — низький попит на страхові послуги, зумовлений низьким рівнем страхової культури; збитковість значної кількості підприємств; хронічний дефіцит грошових коштів у більшості підприємств і громадян; значна частка тіньової економіки, інфляція, тривала системна та економічна криза, використання в економіці застарілих, ризикованих технологій; законодавчі — недосконаліть законодавчих актів, відсутність достатніх законодавчо визначених механізмів стимулювання як юридичних, так і фізичних осіб до ширшого використання можливостей страхового захисту своїх інтересів; соціально-економічні та психологічні — вкрай низький рівень доходів переважної більшості наших громадян (дослідження показують, що лише приблизно 5 % населення спроможні користуватися страховими послугами), низький рівень довіри до страхування як інституту соціального захисту, недостатній професіоналізм кадрів; слабке використання сучасних маркетингових концепцій ведення бізнесу.

Існуюче в ринковій економіці протиріччя інтересів учасників страхового ринку —

negative: «money wasted in vain», and the next time an individual thinks whether it would be worthwhile to purchase the insurance service; in case of occurrence of an insured accident the thoughts and feelings are also negative (and who would be happy to have a bad incident?)

Marketing research of insurance services market in Ukraine has proved, that the degree of coverage of the market attains about 10—15 % of all risks, while in most of other countries — 90—95 %. The share of our country in the world market attains only 0.01 % and less that 0.05 % of the volume of insurance services provided in Europe, while Ukraine has 7 % of population of Europe and possesses a tremendous industrial, agrarian and scientific potential. Despite nominal growth of the volume of operations in the insurance market, this branch ensures redistribution of only 1.2 % of the gross domestic product (similar index for developed nations is 8—12 %).

Introduction of marketing concepts to enhance effectiveness of insurance business is complicated by economic and social realities existing in Ukraine. At present stage we can distinguish the following groups of objective and subjective factors of macromarketing environment of activity of insurance companies: economic — low demand for insurance services, determined by inadequate culture of insurance; unprofitability of considerable number of enterprises; chronic deficit of cash at most of enterprises and citizens; considerable share of shadow economy, inflation, prolonged system and economic crisis, use in economy of obsolete, risky technologies; legislative — poor quality of legislative acts, absence of sufficient mechanisms of stimulation for legal and natural persons defined by laws for a wider use of opportunities of insurance protection of their interests; socio-economic and psychological — extremely low level of income of prevailing number of our citizens (investigations show, that only about 5 % of population are able to use insurance services), low level of confidence in insurance as the institute of social security, insufficient professionalism of personnel; low level of use of modern marketing concepts of carrying out this business.

The existing contradiction in economy of the interests of participants of insurance market — the insurers, on the one hand, and the insurers and state, on the other hand, can be resolved in favor of both sides provided only, that the needs of population and business in insurance services are understood, and a clear marketing

страховиків, з одного боку, та страхувальників і держави, з другого, можна вирішити на користь обох сторін лише за умови розуміння потреб населення та бізнесу у страхових послугах та побудови на цій основі чіткої маркетингової стратегії.

Сьогодні маркетинг на ринку страхових послуг обмежується лише рекламою і зусиллями щодо стимулювання збуту. Водночас недостатня увага приділяється дослідженням кон'юнктури ринку, виявленню причин, які сприяють чи заважають реалізації завдань маркетингу, розробці новітніх видів страхових продуктів. Ефективність маркетингу страхових послуг значною мірою залежить від людського фактора в обслуговуванні клієнтів, прагненні працівників сприяти зростанню іміджу компанії. У даному випадку важливим завданням маркетингу є розробка стандартів, які б забезпечували високу якість обслуговування споживачів, виховання нових форм внутрішньофірмової культури, філософії, моралі. Необхідно зауважити, що запровадження концепції маркетингу — це не одномоментна, не одноразова процедура чи акція, а тривалий процес, який потребує переосмислення діяльності фірми загалом, зміни пріоритетів, переоцінки цінностей та ін.

Закрите акціонерне товариство страхове підприємство «Галінстрах» (Limited Partnership Joint Stock Insurance Company «GALINSTRAKH») здійснює свою діяльність на ринку страхових послуг України з 1991 року. Основні показники діяльності у 2002 р. були такими: збір страхових премій — 14,68 млн грн; страхові виплати — 6,01 млн грн; страхові резерви — 5,54 млн грн.

Особливу увагу у сфері маркетингу страхова компанія намагається приділити задоволенню потреб ринку. Сьогодні стан вітчизняного страхового ринку потребує формування у свідомості споживача відчуття захищеності. Ринок не є чітко сформованим та структурованим. З цією метою вивчаються настрої, тенденції розвитку фінансових та психологічних факторів платоспроможного населення для відповідного пристосування страхових продуктів до певних цінових категорій населення. Це дає змогу компанії розмежувати відповідні сегменти ринку (за рівнем клієнта: VIP клієнти, постійні клієнти, інші особи; за рівнем прийняття рішень: керівники та власники компаній, підприємці, інші службовці і т. д.) та окремі напрями діяльності.

Компанії необхідно використати усі можливості маркетингу, щоб купівля її страхових продуктів викликала почуття захисту, тобто досягти розуміння населенням того,

strategy is worked out on this basis.

As of today marketing in the insurance services market is limited only to advertising and efforts to promote the sales. At the same time insufficient attention is given to the market situation research, detection of reasons, facilitating or preventing accomplishment of the tasks of marketing, development of new types of insurance products. Effectiveness of the marketing of insurance services to a considerable extent depends on human factor in providing services for the clients, desire of personnel to promote the image of the company. In this case an important task of marketing is elaboration of standards, ensuring a high quality of services for the clients, promotion of new forms of internal company culture, philosophy, morale. It is necessary to note, that introduction of the marketing concept is not a single time procedure or act, but a continuous process, requiring a second look on activity of the company in general, change of priorities, re-estimation of values etc.

Limited Partnership joint-stock insurance company «Galinstrakh» has carried out its activity in the Ukrainian market of insurance services since 1991. Main indices of its activity in 2002 were as follows: collection of insurance premiums — 14.68 million Hrn.; insurance indemnities — 6.01 million Hrn.; insurance reserves — 5.54 million Hrn.

Special attention in the sphere of marketing the insurance company strives to give to satisfying the needs of the market. As of today the condition of the Ukrainian market of insurance requires formation in the consumer's mind of the need of protection. The market is not distinctly formed and structurized. For this purpose the studies are being carried out to determine the mood, tendencies of development of financial and psychological factors of solvent population for appropriate adjustment of insurance products for the needs of certain income categories of population. This enables the company to delineate relevant segments of the market (by the level of the clients: VIP clients, regular clients, other individuals; by the level of decision making: managers and owners of the companies, entrepreneurs, other personnel, etc.) and outline certain trends of activity.

The company must use all opportunities of marketing to make purchase of its insurance products cause a sense of security, i.e., make population understand, that «Galinstrakh» sells not the policies or insurance contracts, but PROTECTION, because the feeling of protection is one of the main biological needs of people, including protection of their families, next-of-kin and all valuables.

що «Галінстрах» продає не поліси чи договори страхування, а ЗАХИСТ, оскільки почуття захищеності — це одна з основних біологічних потреб людини, включаючи захист рідних, близьких та усіх цінних речей.

Нашими пропозиціями щодо застосування маркетингової концепції страховою компанією є: інтеграція маркетингу в усі складові процесу керування страховою компанією; участь маркетологів у всіх розробках та
діяльності кожного відділу стосовно якості та кількості надання послуг, розвитку мережі філій та страхових агентів, підтримки іміджу; постійний аналіз існуючих та розробка нових послуг, які відповідатимуть комплексним інтересам і вимогам споживачів; активна та швидка реакція керівництва на новаторство та зміни кон'юнктури ринку; впровадження нових передових інформаційних технологій у формування клієнтських баз даних; цілеспрямованість дій, пов'язаних із формуванням попиту на страхові послуги; постійне самовдосконалення; створення нетрадиційних видів продажу та просування нових продуктів, що дадуть користь в майбутньому (Інтернет-продажі, комплексні пакети страхування); на маркетинг та рекламу виділяти конкретні бюджети; пошук надійних партнерів. Запропоновані маркетингові заходи зможуть, на наш погляд, забезпечити максимальну ефективність використання потенціалу підприємства на ринку страхових послуг України.

Our proposals regarding application of marketing concept by the insurance company are: integration of marketing in all components of the process of management of the insurance company; participation of marketologists in all projects and activity of every department with respect to quality and quantity of services, development of the network, branches and insurance agents, maintenance of image; continuous analysis of existing and elaboration of

new services, which meet complex interests and requirements of the consumers; active and quick reaction of management to innovations and changes in the market situation; introduction of new advanced technologies in the formation of client databases; purposefulness of actions connected with the formation of demand for insurance services; continuous self-improvement; elaboration of non-traditional types of sale and promotion of new products useful in the future (Internet sales, comprehensive insurance packages); allocation of concrete budgets for marketing and advertising; search for reliable partners. The proposed marketing measures will enable, in our opinion, to ensure maximal effectiveness of using the potential of the enterprise in the Ukrainian market of insurance services.

ЄВГЕН НІКОЛАЄВ
Київський національний економічний університет
Факультет міжнародної економіки і менеджменту, 4-й курс

YEVGEN NIKOLAIEV
Kyiv National University of Economics
Faculty for International Economics and Management, year 4

НЕОБХІДНІСТЬ ТА РЕАЛЬНІСТЬ СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

FORMATION OF INFORMATIONAL SOCIETY: NECESSITY AND REALITY

Реальністю сьогодення у розвинених державах світу є перехід від індустріального до інформаційного суспільства, який розпочався три десятиліття тому. Формування інформаційного суспільства розглядається як необхідна умова підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Оцінку ступеня розвитку саме інформаційного типу господарювання в країні можна здійснювати за показниками, поєднаними у групи: інформаційні,

The transformation from industrial to informational society in developed countries that began three decades ago is the reality of today. The formation of informational society is viewed today as a necessary condition of the growth of national economy competitiveness. The level of development of informational society in a separate country can be measured with the help of indicators which are collected into the following groups: informational, computer, social indica-

комп'ютерні, соціальні показними та Інтернет. Але інформаційне суспільство приносить не тільки переваги, але й проблеми. Їх врахування та запобігання з боку уряду потрібні для гарантування стабільного розвитку країни.

Інформаційне суспільство (ІС) визначається як таке, в якому обробкою інформації зайнято більше людей, ніж обробкою сировини та матеріалів. Дослідження показують, що адаптація країн до умов ІС є необхідною умовою підвищення їх міжнародної конкурентоспроможності та забезпечення стійкого, і безпечного розвитку.

Під «адаптацією» в даному разі мають на увазі подолання розриву в рівнях знань між постіндустріальними країнами та усіма іншими, розвиток відповідної інформаційної інфраструктури. Остання охоплює такі сфери, як виробництво знань та нововведень, включаючи дослідження і розробки; розповсюдження інформації та створення сучасних комунікативних систем; індустрію переробки та передачі інформації; рекламний бізнес; довідкове та бібліотечне обслуговування; галузі, пов'язані із банківською діяльністю та страхуванням; державне управління, тощо.

Ступінь розвитку ІС в окремій країні, зрозуміло, можна визначати за допомогою різних показників та методів. Один з них запропонували компанії World Times та International Data. Відповідно до їх методики, оцінка здійснюється за 21 показником, згрупованими у такі чотири групи:

♦ інформаційна — створення можливостей для відправлення та одержання інформації по телефону, телебаченню, радіо, факсу. Стан цього сектору оцінюється за такими показниками, як власні факси, власні радіоприймачі, підключення до мережі кабельного телебачення, власні телевізори, вартість телефонної розмови, власні сотові телефони, норма збоїв на телефонній лінії, встановлені телефонні лінії;

♦ комп'ютерна — створення доступу до комп'ютерів у школах, на робочих місцях і вдома, створення мереж і використання програмного забезпечення. Для оцінки стану цього сектору використовують такі показники, як персональні комп'ютери для навчання, персональні комп'ютери для державних і комерційних цілей; персональні комп'ютери для дому; комп'ютери, підключені до мережі; витрати на програмне забезпечення;

♦ Інтернет — розширення використання Інтернет у школах, на роботі і вдома, а також створення умов для розвитку електронної торгівлі. Оцінюють такі показники: використання Інтернет у банках; використання Інтернет в освіті; використання Інтернет

tors, Internet. But informational society brings about not only advantages, but also problems. Avoiding them in order to ensure stable development is a task of the state government.

The transformation from industrial to post-industrial (or informational) society in developed countries that began three decades ago is the reality of today. Informational society (IS) is defined as one in which more people are employed in processing information than in processing raw materials. Research shows that the adaptation of countries to the requirements of IS is a necessary condition of increasing their international competitiveness and assuring their stable and secure development.

In this case, «adaptation» means overcoming the gap in knowledge levels between post-industrial and all other countries as well as the development of corresponding infrastructure. The later encompasses such branches as the production of knowledge and innovations (including research and development); the distribution of information and the creation of modern communication systems; information processing branch; advertising business; reference and library services; banking and insurance; state governance, etc.

Obviously, the level of development of IS of a particular state can be evaluated using different indicators and methods. One of them was proposed by the companies World Times and International Data. According to their method, the evaluation is conducted with the help of 21 indicators collected into the following four groups:

— informational — the creation of facilities for sending and receiving information by phone, TV, radio, fax. The state of this sector is evaluated using such indicators as personal faxes, personal radio receivers, connection to cable TV network, personal TV-sets, the cost of phone calls, personal cellular phones, the norm of phone line failures, installed phone lines;

— computing — access to computers in schools, at work, and at home, the creation of networks and the usage of software. For the evaluation of the state of this sector the following indicators apply: personal computers used for educational, state and commercial purposes; home personal computers; computers connected to a network; spending on software;

• Internet — the growth of the usage of Internet at schools, at work, and at home, as well as the creation of prerequisites for electronic commerce. Here the indicators are: the usage of Internet in banks; the usage of Internet in education; the usage of Internet at home;

вдома; витрати по електронній торгівлі;

♦ соціальна — формування людського потенціалу в контексті використання інформації для подальшого розвитку системи освіти, свободи преси і громадянських свобод.

Перелічені показники свідчать про різноманітність шляхів підготовки до ІС, які кожна країна має обирати для себе виходячи зі своїх прагнень та можливостей. Але, якщо зі складовими інформаційного суспільства більш-менш зрозуміло, а яскравим свідченням його прогресивності порівняно з індустріальним суспільним устроєм є те, що воно вже сформувалось у найрозвиненіших державах, то чи є його цілеспрямоване становлення в країні панацеєю у подоланні соціальних та економічних проблем, способом наздогнання найбільш розвинених країн за рівнем розвитку? Які проблеми воно викликає?

Відповісти на подібні запитання можна завдяки аналізу досвіду функціонування постіндустріального суспільства у країнах-лідерах світової економіки. Цей досвід далеко не однозначний. З одного боку, в інформаційному суспільстві вдалося досягти синергічного ефекту, коли розвиток різних галузей промисловості, освіти і науки, культури, соціальної сфери взаємно підтримує і підштовхує один одного. Життєвий рівень населення в країнах інформаційного суспільства є найвищим в світі. В них переоцінюється роль людського капіталу і ростуть капітальні вкладення у освіту, охорону здоров'я, соціальне забезпечення. З іншого боку, основним рушієм розвитку інформаційного суспільства та інформаційної («нової») економіки виступають високотехнологічні компанії. І якраз в цьому полягає основна проблема. Річ у тім, що з часом відбувається послаблення взаємозв'язків між високотехнологічною та традиційною сферами. Іншими словами — зростає дисбаланс між ними.

Причину цього вбачаємо в умовах переходу до інформаційної економіки, якими вважаються лібералізація та глобалізація ринків, посилення мобільності капіталу, поява нового інформаційного простору як єдиної комунікаційної мережі. Все це спричинює надмірний приплив капіталу у високотехнологічні галузі, штучне і невиправдане роздуття котировок їх акцій, формування свого роду спекулятивної «мильної бульки» на ринку акцій «інформаційних» компаній. Крім того, всупереч теоретичним прогнозам, багато експертів відмічають уповільнення росту продуктивності праці у традиційних галузях економіки. Тобто, люди, зайняті у цих галузях,

spending in electronic commerce;

• social — the formation of human potential in the context of using information for further development of education system, civil and press liberties.

The above-listed indicators show the variety of the ways of preparing for IS which every country must choose for itself according to its aspirations and abilities. But if the fact that informational society has already formed in delevoped countries is bright evidence of its progressiveness compared to industrial society, then is its purposeful formation in a country a panacea in solving social and economic problems, a means of catching up with the most developed countries in development level? What problems does IS involve?

This question can be answered by analysing the experience of IS functioning in world leader states. This experience is far from being unambiguous.

On the one hand, informational society countries managed to reach a synergistic effect, whereby the development of different industries hand in hand with education and science, culture, social sphere is becoming more effective. The living standard of the population of IS states is the highest in the world. In these countries the role of human capital is re-evaluated, while investments in education, health care, social security are on a rise as well.

On the other hand, the main driving force behind the growth of informational society and informational («new») economy is high-tech companies. And this is where the main problem lies. The point is that with the flow of time weakening of connections between high-technology and traditional industries comes along. In other words, the disbalance between them increases.

The conditions of transition to informational economy are the reason for this. These conditions are liberalisation and globalisation of markets, strengthening mobility of capital, the appearance of a new informational space in the form of a unified communication network. All this leads to excessive inflow of capital into high-tech industries, artificial and unjustified swell of the quotations of their shares, the formation of a certain speculative «soap bubble» on the market of high-tech companies' shares. Moreover, in spite of theoretical predictions, many experts emphasize the slowing-down of labour productivity in traditional industries. People who are employed in these industries practically do not benefit from the improvement of their welfare or of the output from their work.

Therefore we can see that the formation of

практично нічого в плані росту їх добробуту, віддачі від їхньої праці не отримують.

Отже, ми бачимо, що інформаційне суспільство сьогодні формувати вкрай необхідно, бо це практично єдиний реальний шлях порівнятися із країнами-лідерами за рівнем розвитку. Однак, слід і уникати їхніх помилок. Так, необхідна державна підтримка розвитку прогресивних технологічних галузей, програма сприяння їх розвиткові, але не слід надмірно лібералізовувати фінансові ринки, дозволяти технологічним компаніям виходити з-під державного контролю.

informational society today is very important, since this is the only way to reach the development level of the leading countries. However, one must also avoid their mistakes. State support for the growth of progressive high-tech industries is a necessity. But, at the same time, the state should not excessively liberalise financial markets, allow high-tech companies to get out of its control.

НАТАЛЬЯ ОРЛОВА
Донецкая государственная академия управления
Ассистент кафедри «Фінанси», 3 роки

NATALIY ORLOVA
Donetsk State Academy of Management
assistant of the dep. «Finances», 3 years

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ИНВЕСТИЦИОННО–ИННОВАЦИОННУЮ ПОЛИТИКУ УКРАИНЫ

THE INFLUENCE OF THE GLOBALIZATION ON THE INVESTMENT AND INNOVATION POLICY OF UKRAINE

В работе рассмотрены роль и влияние глобализации на развитие инвестиционно-инновационной политики Украины. Приведен анализ инвестиционной активности важнейших отраслей промышленности (металлургической, машиностроения, пищевой), выделены факторы, влияющие на привлечение иностранного капитала в страну. Предложены основные направления инвестиционно-инновационой политики в Украине.

In the work the role and the influence of the globalization on the development investment and innovation policy of Ukraine is considered. Analysis of investment activity of the most important branches of industry (metallurgy, machine-building, food), is carried out, facts, that influence upon attraction of the foreign capital to Ukraine are discovered. The primary directions of the investment and innovation policy of Ukraine are proposed.

Для эффективной деятельности любой хозяйствующей системы в долгосрочной перспективе и обеспечение высоких темпов ее развития в рыночных условиях, является необходимым создание экономических условий для увеличения долгосрочных инвестиций и привлечения иностранных капиталов. Мобилизация на этой основе средств позволит более интенсивно провести структурную и технологическую перестройку экономики и обеспечить рост эффективности инвестиций.

Инвестиционная деятельность тесно связана с формированием инвестиционного климата — этой важнейшей составной частью в институциональной системе экономики, призванной создать предпосылки для наилучшего использования общественных экономических отношений в развитии и научно — технологическом обновлении производительных сил через активную инвести-

For the effective activity of any economy system in the long-term prospect and providing high rates of its development in the market conditions its necessary to build up an economic conditions for the extension of the long-term investments and attraction of the foreign capital.

Investment activity associated with forming of the investment climate — the most important component of the institutional system of economy, that creates conditions for the best using of the social economic relations in development and technological renovation of the productive forces through investment activity.

Attraction of the foreign capital to the country promotes integration of the national economy into the world economic system.

Connection of the national economy with the world money-market gives wide opportunities for the solving of many topical problems. Ukraine is the member of the international

ционную деятельность. Привлечению иностранного капитала в страну способствует интеграция национальной экономики в мировую систему хозяйствования.

Присоединение национальной экономики к мировому рынку капиталов дает широкие возможности для решения многих актуальных проблем. Украина является участником международного рынка разделения труда, ощущает влияние глобализации финансовых потоков. Инвестиционные контакты установлены с 112 странами. Глобализация имеет свои преимущества, связанные с привлечением огромных объемов иностранных инвестиций, использованием современных методов управления и внедрением новейших технологий. Вместе с этим, глобализация является источником экономической нестабильности, связанной с конъюнктурным поведением транснациональных корпораций. Опыт последних лет показал бесконтрольность мировых финансовых потоков и диспропорции в их структуре. Страны с неблагоприятным инвестиционным климатом, с нереализованными конкурентными преимуществами, в том числе и Украина, выступают как «доноры» мировой экономики.

Процессы глобализации могут дать дополнительные возможности для привлечения дополнительных средств инвестирования в страну, для цивилизованной практики корпоративного управления, для осуществления различных подходов к реструктуризации предприятий, даст возможность стать экономике страны конкурентной, улучшить инвестиционный климат. Для осуществления этого, следует учесть факторы, которые негативно влияют на улучшение инвестиционного климата Украины:

— узкий внутренний рынок, недостаточно платежеспособный спрос предприятий и низкая покупная способность населения;

— убыточность большинства предприятий во всех сферах хозяйственной деятельности, что делает более выгодным импорт в сравнении с привлечением иностранных инвестиций и расширением производства;

— высокий уровень и неэффективная структура затрат на производство;

— недосконального корпоративное и инвестиционное законодательство, неэффективная защита прав акционеров;

— чрезмерный налоговый пресс на легальную экономику при одновременной «тенизации» практически половины национального производства;

— низкая деловая культура и медленное введение современных технологий ведения

about division market. Investment contracts, combined with attraction of the huge volume of foreign investment, using of the modern methods of management and application of the up-to-date technologies.

In the same time, globalization is the main source of the economic instability, combined with the conjunctive behavior of the transnational corporations.

The experience of the last years shows uncontrolled of world financial flows and lack of balance in their structure. Countries with unfavorable investment climate, and outstanding competitive advantages, and Ukraine as well, run out as a «donor» of the world economy.

Processes of globalization in Ukraine can give additional opportunities for the attraction of resources of investment in the country, for the civilized practice of corporate management for realization of different approaches of reformation of enterprises, gives an opportunity to made our economy competitive to make the investment climate better. For realization of all this, we have to consider some facts that have negative influence upon improval of the investment climate of Ukraine:

— narrow inner market, lack of solvent demand of enterprises and low purchasing power of population;

— unprofitableness of major part of enterprises in all fields of the economic activity, that makes import more profitable in comparison with attraction of foreign investment and expansion of production;

— high level and ineffective structure of productive costs;

— imperfect corporate and investment legislation, defense of rights of shareholders;

— excessive pressure of taxation on the legal economy with synchronous high level of shadow economy;

— low business activity and slow introduction of modern technologies of business leading;

— lack of development of market infrastructure.

During the raising of investment potential of Ukraine it's necessary to solve such fundamental problemas:

— providing of advanced rates of economic growth in comparison with economy of developed countries;

— modernization of the economic structure — development of the processing and high-tech branches, financial system and sphere of services;

— solving of pointed social problems, promotion of the life level of population, providing of the rising level of consumption;

— providing appeal of investment in the

бизнеса;

— неразвитость рыночной инфраструктуры и т. п.

При наращивании инвестиционного потенциала необходимо решать следующие фундаментальные задачи:

— обеспечение опережающих темпов экономического роста по сравнению с экономиками развитых стран;

— модернизация структуры экономики — развитие перерабатывающих и высокотехнологических отраслей, финансовой системы, сферы услуг;

— решение острых социальных проблем, повышение уровня жизни населения (в том числе, для обеспечения растущего уровня потребления);

— обеспечение привлекательности вложений в национальную экономику по сравнению с экономиками трех — четырех десятков близких по уровню развития и/или географическому положению стран. Решение этой задачи подразумевает как проведение определенной информационной политики, направленной на укрепление имиджа данной страны в глазах инвесторов, так и реализацию макроэкономической стратегии, обеспечивающей поддержание относительно более высокой нормы прибыли и/или снижение рисков, связанных вложениями в экономику страны.

К одному из основных факторов роста производства относится инвестиционная активность в отраслях промышленности. Инвестиционная и инновационная политика в промышленности направлена на обеспечение модернизации и структурной перестройки. Основными ее направлениями являются:

1) Формирование научной базы и поддержка целевых исследований по государственным заказам.

2) Создание эффективной системы объединения достижений науки, технологии, производства и рынка.

3) Стимулирование опережающего развития производств, основанных на новых технологиях.

4) Поддержка развития принципиально новых энерго- и ресурсосберегающих технологий, создание новых поколений техники, прежде всего — интегральных систем машин для приоритетных отраслей.

5) Расширение межгосударственных научных связей и интеграция научно — технического потенциала промышленного комплекса в мировые хозяйственные связи;

6) Обеспечение материального наполнения нвестиционного рынка.

national economy in comparison with the economy of 30,40 countries with the kindred level of development and geographical situation of the countries.

Solving of this problem means realization of the informational policy, directed upon strengthening the image of this country, as well as realization of macroeconomic strategy, which provides support of the high profit rates and reduction of risks, combined with investment in the economy of the country.

One of the main fact of productive growth is investment activity in the branches of industry.

Investment and innovation policy in structural reorganization goes ii such main directions as:

1) forming of a scientific base and support of purposeful investigations;

2) creation of an effective system, that combines science, technology, production and market;

3) stimulation development of production, based upon new technologies;

4) support of the development of principal new power and resources economy technologies, creation of new techniques, and above all integral machines for the priority-driven branches;

5) expansion of the intergovernmental scientific relations and integration of the scientific and technical potential into the world economic relations;

6) providing of material filling of the investment market.

ДАРЬЯ ОСТАПОВА
Харьковский институт бизнеса и менеджмента
Факультет «Финансы», 3 курс

DARIA OSTAPOVA
Kharkov Institute of Business and Management
Finance department, 3d year

ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

INVESTMENTS AND INNOVATIONS FOR THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

Мой доклад посвящен очень интересной проблеме — развитию предприятий, используя такие методы как инвестиции и инновации. Особенно актуален этот вопрос для нашего государства, так как в Украине происходит реструктуризация экономики. Мы обсудим различные мнения по этому вопросу. Также мы поговорим об инновациях, вспомним наиболее известные из них, их роль на мировом потребительском рынке и влияние на прибыль предприятий. В конце доклада приведены практические советы и наиболее оптимальный план инвестиционного проекта.

The report is devoted to a very interesting problem — development of enterprises using such methods as investments and innovations. It is especially actual for our state, as Ukraine is restructuring its economy. We will discuss different points of view on this problem. We will also speak about innovations, the most famous ones, their role in the world consumer market and influence on the profit of enterprises. At the end of my report some practical advice and a sketch of the most optimal investment project are given.

Слышали ли Вы когда-нибудь о Berkey или Ampex? Возможно и нет, однако их произведения оставили неповторимый след в истории инновационных продуктов. Berkey изобрели первый ручной электронный калькулятор, Ampex- видеомагнитофон, а Chux продали первые одноразовые подгузники. Без этих и множества других продуктов человечество не представляет жизни в 21 веке. Потребительский рынок пронизан их рекламой, однако мало кто интересуется происхождением и авторством этих вещей.

Мировой рынок достаточно жесток к новичкам. Даже если Вы можете спрогнозировать ситуацию на рынке, время — критерий удачи. Существует два основных урока: во-первых, быть первым не всегда главное, а во-вторых, инновация сама по себе не является мощным оружием в конкурентной борьбе. Так успех всемирно известных корпораций — Matsushita, Philip Morris, IBM основан на других вещах: глубине технической экспертизы, маркетинговых знаний. Аккумулируя знания всех областей, эти компании смогли развить стратегию продвижения инновации лучше и эффективнее самих инноваторов. Для получения максимальной отдачи от средств, инвестированных на внедрение инновации необходимо выяснить суть самих понятий «инвестиция» и «инновация», изучить различные стратегии

Have you ever heard of Berkey or Ampex? Maybe not but both of them occupy an important place in the history of product innovation. Berkey produced the first hand-held electronic calculators, Ampex- the first video recorders and Chux sold the first disposable nappies. Consumer market is full of advertising these goods, and the society of 21-st century can hardly imagine life without them. But none of these companies made a commercial success of their innovations. In each of these markets, the innovator was swept away.

The business world is not kind to pioneers. Even if you now how a market will develop, timing is a matter of luck or of quite exceptional skill.

The are two closely related lessons: one is that being first is not very often important, another is that innovation is rarely a source of competitive advantage on its own. Individuals and small companies can make a great deal of money out of good new ideas. The success of world famous corporations- Matsushita, Phillip Morris, IBM is generally based on other things: their depth of technical expertise, their marketing skills. These characteristics enable them to develop the innovative concept far more effectively than the innovations themselves.

To make your investments in innovations more effective and receive the largest yield, you should clear up the terms «investments» and

и выбрать наиболее оптимальный вариант для своего предприятия. Этой проблеме посвящен мой доклад.

К инновациям относятся все изменения (новшества), которые впервые нашли применение на предприятии и приносят ему конкретную экономическую и/или социальную пользу. Поэтому под инновацией понимается не только внедрение нового продукта на рынок, но и целый ряд других нововведений: новые или улучшенные виды продукции (продуктовые инновации); услуги (инновации услуг); производственные процессы и технологии (процессные и технологические инновации); измененные социальные отношения на предприятии (социальные или кадровые инновации); новые или улучшенные производственные системы.

Инновационность чего-либо часто можно установить лишь задним числом. Если бы предприниматель сразу воспринимал идею как инновационную, то поступал бы совсем по-иному, чем в случае отсутствия у него подобного инновационного чутья. В истоке сознательного инновационного менеджмента стоит, таким образом, умение распознавать инновации, ибо только при таком условии ресурсы могут использоваться для стимулирования инновационного процесса.

В принципе малые и средние предприятия для успешного осуществления инновационных проектов могут воспользоваться двумя альтернативами:

1. Предприятия сами разрабатывают инновационно-технические предпосылки и реализуют на рынке полученные результаты. Однако этот подход дорогой, т.к. риск очень высок. Все это по силам в основном только крупным предприятиям.

2. В рамках кооперационной стратегии малые и средние предприятия сотрудничают с другими компаниями. При этом кооперация может осуществляться на всех этапах инновационного процесса.

Успех инновационного менеджмента решающим образом зависит от того, удастся ли предприятию наряду с осуществлением, управлением и контролем инновационного замысла создать стимулирующие внутренние и внешние рамочные условия. Внутренние рамочные условия: позиция, поведение руководителей (высшего) уровня; кадровая политика; организация; информация и коммуникация; финансирование. Внешние рамочные условия: консультации; финансовое стимулирование; стимулирование трансфера; инфраструктурные услуги; кредиты и кредитная помощь.

Создание внутри фирмы климата, в котором будет возможно возникновение инноваций, является важной задачей руководства. Для этого необходимо:

- Создать условия, при которых возникновение новых идей будет возможно;
- Выбрать и обучить специалистов, способных к такой работе;
- Создать программы поддержки малого и среднего бизнеса.

«innovation», investigate different strategies and choose an optimum one for your enterprise. My report is devoted to this problem.

Every change and news that is first used by enterprise and gives it a concrete economical or social profit relates to innovations. That is why innovation is not only promotion of a new product but also:new or improved kinds of production (product innovation), service (service innovation), industrial processes and technologies (process and technological innovation), industrial systems.

Innovation of anything is often settled only antedate. If the businessperson could see an innovative idea at once, he would take other measures than in the case without such intuition. Therefore, the first thing an innovative administrator to do is to distinguish innovations, because only under this condition resources can be used for stimulation of innovative process.

The enterprises of small and middle business can use two methods to reach the best result of innovations:

1. The enterprises work out the new ideas themselves and sell them at markets. However, this method is very expensive as the economical risk is too high. This method is used mostly by large enterprises;

2. Cooperation of small- and medium-sized enterprises. This cooperation can be held at each step of innovative process.

A success of innovative management depends mostly on the ability of «frame « conditions inside and outside the enterprise that will not only control and organize but also stimulate the process.

Inside conditions: the type of behavior of the highest level administrators, personnel politics, organization, information and communication, finance.

Outside conditions: consultations, financial stimulation, stimulation of transfer, infrastructural service, credit.

Making conditions in which new ideas are easily born, is a more important task than punctual invasion in the innovative process. Selection of specialists minded to this work is one of the main tasks for managers.Government programs of economical development offer a rich choice of support especially for the enterprises of small and medium business. For example:

- Programs of supporting small and middle business enterprises in the technical transfer sphere;
- Providing help in the outside innovative consultations;
- Indirect ways of stimulation (decrease of taxes).

ром могут зарождаться и осуществляться новые идеи, намного важнее пунктуального вмешательства в инновационный процесс. Подбор способных и склонных к новаторской деятельности людей является важной задачей инновационного менеджмента. Богатый выбор вариантов поддержки инновационных проектов специально для малых и средних предприятий предлагается в рамках государственных программ развития, например: программы поддержки малых и средних предприятий в области технологического трансфера; предоставление помощи при внешних инновационных консультациях (материального и нематериального характера); косвенные мероприятия по стимулированию исследований и разработок (например, снижение налогов);

Инновации имеют свой жизненный цикл, начинающийся с возникновения новой идеи и завершающийся внедрением и утверждением нового продукта на рынке. В этом цикле можно выделить шесть типичных фаз: 1. стратегия предприятия и инновации; 2. поиски идей и их оценка; 3. продуктовое решение; 4. научные исследования и разработки; 5. освоение производства; 6. Внедрение на рынок.

В стандартной ситуации денежные потоки являются отрицательными на стадии инвестиций и положительными на стадии реализации продукции или услуг. Обычно, кроме того, каждый из инвестиционных проектов (инвестиционных замыслов) имеет определенное время актуальности, т. е. его реализация может быть начата в определенном интервале дат. В случае формирования внутренней инвестиционной стратегии предприятия на первый план выступают динамические прогнозы движения денежных и материальных потоков. В случае принятия инвестиционных решений в рамках предприятия руководству обычно доступна более детальная информация, в частности, бизнес-планы с конкретными оценками будущих денежных потоков. Это позволяет более точно поставить и решить задачу оптимизации инвестиционной деятельности, обеспечив тем самым максимально возможный рост стоимости бизнеса.

Для оптимизации необходимо «взвесить стоимость» инвестиционной стратегии, и выбрать такую, при которой стоимость бизнеса компании максимальна. Можно выделить два основных вида инвестиционных ресурсов: реальные и финансовые. Финансовые ресурсы универсальны, так как с их помощью можно приобрести любой реальный актив, необходимый для реализации инвестиционного проекта. При привлечении инвестиционного капитала особенно важно

Innovations have their own life cycle that starts from the time a new idea was born and ends by selling this product or service on the market. Here we can deal out 6 typical steps: 1. Strategy of an enterprise and innovation; 2. Finding and estimating an idea; 3. Product decision; 4. Scientific exploration; 5. Launching manufacture; 6. Promotion.

In standard situation, cash flow is negative at the step of investments and positive at the step of selling the product or service. Usually each of the investment projects has a fixed term of actuality, so its realization must be started at some particular time. In the case of forming a new investment strategy, the dynamic forecast of finance and monetary flow are first to step out. Usually when the management takes an investment decision inside the enterprise, it is able to use more detailed information such as business-plan with computed future finance flow. This fact helps to formulate and solve the task of optimization, raising the profit of business to the highest level.

Realization of all the projects is impossible because of the high cost, therefore some of them have to be put off. To optimize the project we should «weigh up the cost» of investment strategy and choose one with the hihgest level of profit. There are two main kinds of investment resources: real and financial. Financial recourses are wide-used as we can buy every asset we need. In using investment capital it is very important to take into consideration the share of company's own and gained recourses.A level of financial stability, venture, coefficient of gaining own capital depends on this correlation. That's why the structure of innvestment capital needs being orginized. There are two opinions concerning this problem in Ukraine:

— Financial resources are sorted by the cost, and the cheapest one is chosen;

— Enterprise chooses the structure of investment source that is the best for this particular kind of business;

Having taken into account these opinions and other recommendations of Ukrainian economists, we get a sketch of optimizing investment resources:

— find out the structure of investment resources, at which we can minimize their average cost and maximize the result of financial risk.

— specify the structure of investment resources, at which we can reach optimal finance indexes, which depends on the structure of capital in general.

— correct the optimal structure which can match the ability of attracting funds from different places.

учитывать соотношение собственных и заемных средств. От этого зависит уровень финансовой стойкости предприятия, уровень финансового риска, коэффициент рентабельности собственного капитала. Поэтому необходима оптимизация структуры источников инвестиционных ресурсов. На Украине существует два подхода к этому вопросу:

- Источники финансирования ранжируются по затратам, т. е сначала применяется наименее затратный вариант.
- При финансировании инвестиционного проекта предприятие придерживается структуры источников наиболее оптимальной для данного вида бизнеса.

Убыстряющиеся изменения запросов клиентов, меняющиеся требования к качеству, короткие жизненные циклы продукции и возрастающие темпы ее обновления приводят к необходимости перестраивания программ малых и средних предприятий. Инновации становятся ключевым стратегическим параметром развития любого предприятия и экономики в целом.

Именно поэтому необходимо уделять большое внимание изучению инвестиционных и инновационных вопросов, новшествам в этих областях. Особенно актуален этот вопрос для Украины, переходящей на рыночную форму экономики, ведь двигателем прогресса здесь является развитие мелкого и среднего бизнеса.

Acceleration of changes in clients' claims, demands to quality, and short life cycles of goods and high tempos of production modernization make it necessary to reorganize the program of small- and middle-sized enterprises. Innovations come to be the most important point in the development of either an enterprise or the state economy.

That's why it is so important to investigate the investment and innovative questions, the latest gains in this field. This problem is of special importance for Ukraine in the period of transition to the market economy and one of decisive factor of progress in this field is the development of small- and middle-sized business.

МИХАЙЛО ПАННОВ
Київський національний економічний університет
Факультет економіки та управління, 5 курс

MICHAILO PANNOV
Kyiv National Economic University
Faculty of Economics and Management, 5-th year student

КРИТЕРІАЛЬНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИГОВИМИ ІННОВАЦІЯМИ

THE CRITERIAL ASPECTS OF DEFINING THE EFFICIENT MANAGEMENT OF MARKETING INNOVATIONS

Продукуються теоретичні та методичні аспекти критеріального підходу до визначення ефективності маркетингових інновацій. Концептуальне застосування засноване на використанні комплексного стратегічного планування на підприємствах різних форм власності, масштабів діяльності та галузей господарювання. Наводиться методика оцінки ефективності використання комплексу маркетинг-мікс та основи планування норми прибутку на маркетингові інвестиції в рамках цільового прибутку.
При підготовці були використані праці вітчизняних та зарубіжних вчених, а також ре-

The theoretic and methodical aspects of criterial approach to the definition of efficiency of marketing innovations are stated. Conceptual application is based on wide usage of strategic planning at the enterprises of various forms of ownership, activity scale and branches of economy. The methods of evaluation of fultilment of the marketing-mix complex and basis of planning of income rate for non-marketing innovations within aimed-profit framework are presented.
The works of national and foreign scientists and the results of research are used here. This material is one of the fragments of working out complex methods of management of marketing.

зультати науково-дослідних робіт. Даний матеріал є частиною розробки комплексної методики з управління маркетингом.

Ринкові умови розвитку господарства потребують чіткого стратегічного управління,

Market conditions of economic development demand clear strategic management, which is

що досягається виваженим маркетинговим плануванням. При цьому важливо оцінювати ефективність управління маркетинговими інноваціями на основі чітких критеріїв, що враховують декілька факторів, максимально пов'язаних з виробничими процесами. На думку автора критерії оцінки ефективності управління маркетинговими інноваціями повинні давати можливість синхронізації маркетингових стратегій: товарних, цінових, збутових та стратегій просування, а також служб розробки товарів для забезпечення розширеного відтворювального циклу.

Як показали дослідження, побудова критеріїв по управлінню маркетинговими інноваціями доцільна за допомогою використання «Моделі оптимальних пропорцій комплексу маркетинг-мікс (товар, ціна, просування, розподіл)». При цьому, завдання полягає в максимізація функції S, що оцінює загальний ефект використання комплексу «4Р». Тобто:

$$S = f(x_1, x_2, x_3, x_4) \qquad (1)$$

де: x_1, x_2, x_3, x_4 — кількісно визначена ціль по вибраній продукції.

Дослідження автора доводять, що критерій (1) доцільно будувати у вигляді адитивно-мультиплікативної моделі:

$$S = x_1p_1 + x_2p_2 + x_3p_3 + x_4p_4 \qquad (2)$$

Враховуючи складність ринкових умов, фактори дослідження (х) необхідно брати з коефіцієнтами вагомості (р). Кількісні значення факторів х визначаються (перебираються) експертним шляхом відповідно інтервалу Xni (0; 1]. Коефіцієнти вагомості кожного фактору оцінюються внаслідок експертних досліджень і обираються в інтервалі Pi (0; 1), враховуючи рівень невизначеності, мінливість маркетингового середовища, ризик, надійність інформації, забезпечуючи $\sum p_i = 1$. Проведені автором дослідження на ринку кондитерських виробів показали, що з достатнім рівнем надійності коефіцієнти вагомості критерію (2) доцільно брати слідуючими: $p_1 = 0{,}3$; $p_2 = 0{,}2$; $p_3 = 0{,}15$; $p_4 = 0{,}35$.

Сутність критерію: чим ближчі кількісні значення критерію *S*, тим оптимальніша ефективність маркетингових інновацій.

Ефективність розглянутого критерію доцільно пов'язувати з критерієм, побудованим на основі оцінки взаємозв'язку обсягу збуту, рівнем втрат на маркетинг і прибутком. Для повного розкриття цього критерію розглядається також показник «Норми прибутку».

achieved by cautious marketing planning. For this it is very important to evaluate the efficiency of management by marketing innovations on the basis of strict criteria taking into account some factors connected with production processes.

To the autor's mind evaluation criteria of efficiency of marketing innovation management are to provide an apportunity of simultaneity of market strategies: product, price, supply, promotion strategies and product development departments for ensuring wide reproductive cycle.

As research showed working aut of criteria for marketing innovation management is true in using of «The model of optimal proportions of marketing-mix complex (product, price, promotion, allocation)». The task is to maximize function S which estimates general effect of using complex «4P». That is:

$$S = f(x_1, x_2, x_3, x_4) \qquad (1)$$

Where: x_1, x_2, x_3, x_4 — quantative determined purpose in chosen products.

The author's research showed that the criterion (1) should be drawn up as auditive-multiplicative model:

$$S = x_1p_1 + x_2p_2 + x_3p_3 + x_4p_4 \qquad (2)$$

Taking into consideration complicated market conditions, the factors of research should be taken with indexes of significance (p). Quantative meanings of factor x are determined by expert way in accordance with interval Xni (0; 1]. Significant indexes of each factor are estimated by expert research and are chosen in the interval Pi (0; 1), considering level of undefinition, providing $\sum p_i = 1$.

The author's research in the confectionary market showed that with sufficient level of reability of the indexes of significance criterion (2) are to be taken as follows: $p_1 = 0{,}3$; $p_2 = 0{,}2$; $p_3 = 0{,}15$; $p_4 = 0{,}35$.

The essence of criterion: the closer quantative meanings of the criterion S, the more optimum the marketing innovation effeciency is.

The effeciency of criterion should be connected with the criterion, worked out on estimation of relationship in supply volume, expenditure level of marketing and profit.

For complete description of this criterion we consider the index «The income rate on marketing innovations», that characterizes income amount for an item of marketing investment.

In the coordinate system (Income — Marketing costs) the expenditure costs function for marketing under different income rate (A, B, C) on marketing investment is shown as lines with different angles. Examined relationship in graphic is given in fig.1.

бутку на маркетингові інновації», що характеризує величину прибутку на одиницю маркетингових інвестицій.

У системі координат (Прибуток — Витрати на маркетинг) функція витрат на маркетинг при різних нормах прибутку (А, В, С) на маркетингові інвестиції виражається у вигляді прямих з різним кутом нахилу. Розглянутий взаємозв'язок у графічному вигляді приведений на малюнку

Ефективність обраної маркетингової інноваційної стратегії оцінюється величиною інтервалу між точками перетину функції витрат на маркетинг та функції чистого прибутку. Сутність критерію: чим більше довірчий інтервал, тим більше може компанія варіювати маркетинговими витратами в умовах мінливості зовнішнього середовища, забезпечуючи цільову віддачу на маркетингові інновації. Планування маркетингових інновацій на основі вищеприведених критеріїв дозволить не лише оптимізувати планування та реалізацію маркетингових витрат, а й впливати на стадії ЖЦТ завдяки зміні кута нахилу кривої маркетингових витрат та формуванням на цій основі цілей та ресурсів компанії. Комплексне використання передових маркетингових технологій забезпечить сталий розвиток та лідерство компанії на цільовому ринку.

Ефективність використання наведених критеріїв значно підвищиться при використанні розроблених автором програм моделювання різних ситуацій.

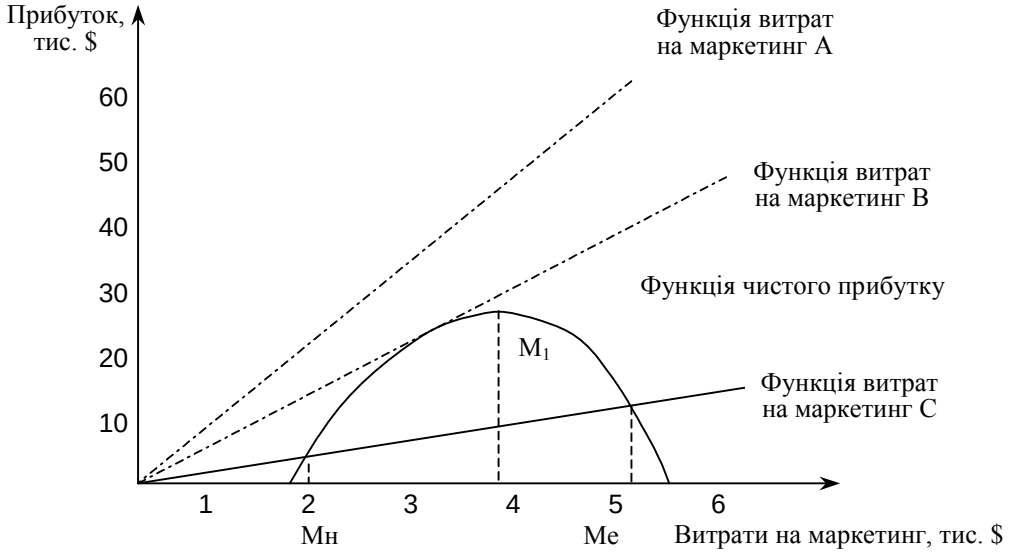
Fig. 1. Interrelatin of net profit and marketing costs function under different planned level of return.

The effeciency of chosen marketing innovation strategy is determined by the interval size between intersection points of marketing costs function and net profit function.

The essence of criterion: the more is optimal interval, the more company can vary marketing costs in fluctuations of environment ensuring target return on marketing innovations.

Planning marketing innovations on the basis of given above criteria will afford not only to optimaze the planning and fulfil marketing costs but to effect at the stage PLC by changing the angle of marketing costs curve and creating purposes and resources of company on this base. Complex using of advanced marketing technology provides steady development and leadership of the company in purpose market.

The effeciency of using given criteria will grow to a great extent in applying the programmes of modeling various situations worked out by the author.



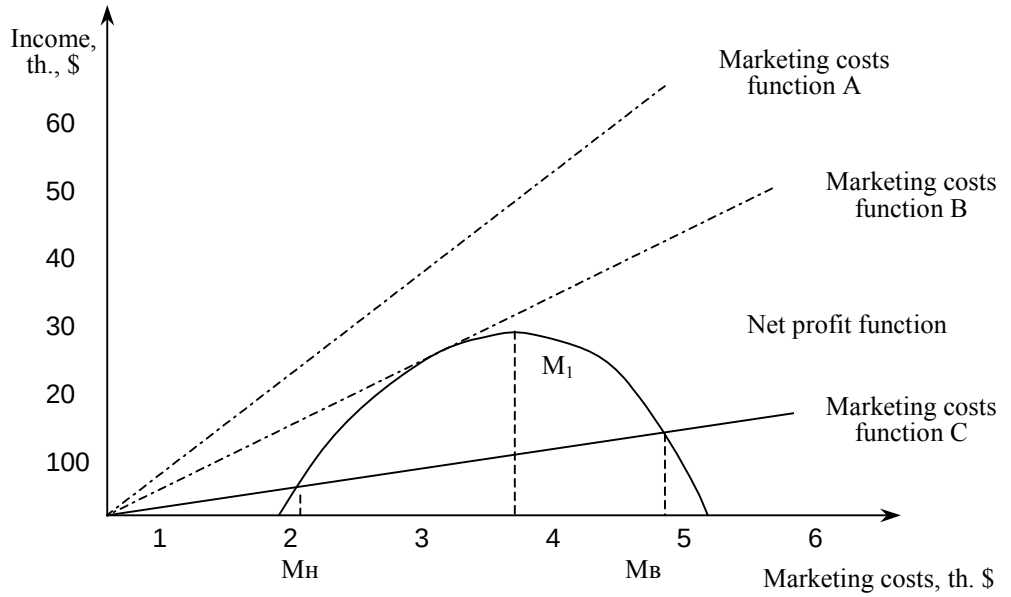


Fig. 1. Interrelation of net profit and marketing costs function under different planned level of return

ОЛЕКСІЙ ПАСІЧНИК
Київський національний економічний університет
Асистент кафедри макроекономіки та державного управління

OLEKSIJ PASICHNYK
Kyiv National Economic University
Macroeconomics and State Management Chair Assistant

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ВАЛЮТНО-КУРСОВОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

PRIORITY DIRECTIONS OF EXCHANGE RATE POLICY IN CONDITIONS INDUCING ECONOMIC GROWTH

Робота присвячена проблемам розробки і проведення ефективної валютно-курсової політики та її впливу на економічне зростання в Україні. Проведено аналіз основних проблем, що обмежують зростання вітчизняної економіки. Визначено пріоритетні напрямки валютно-курсової політики щодо стимулювання економічного зростання. Обґрунтовано ефективність застосування з цією метою політики цільового управління валютним курсом, орієнтованої на ревальвацію гривні.

The work is devoted to problems of development and conducting of efficient exchange rate policy and its influence on economic growth in Ukraine. The analysis of the basic problems which limit possibilities of growth of domestic economy is conducted. The priority directions of exchange rate policy concerning the inducement of economic growth are defined. The effectiveness of application with this purpose of the policy of target management of the exchange rate, oriented on revaluation of hryvnia, is justified.

Упродовж останніх років Національний банк України забезпечує відносну стабільність валютного курсу, однак, актуальною залишається проблема формування ефективної валютно-курсової політики, спрямованої на забезпечення подальшої стабільності гривні та створення на її основі передумов економічного зростання вітчизняної економіки.

Починаючи з 2000 року, після затяжної

During the last years the National Bank of Ukraine ensures relative stability of the course of exchange, however actual is a problem an shaping of effective exchange rate policy directed on maintenance of the further stability of hryvnia and the creation on its basis of the prereguisites of economic growth of domestic economy.

Since 2000, after a long economic crisis, in

економічної кризи, в Україні спостерігається економічне зростання. У 2000 році реальний ВВП зріс на 5,8 %, у 2001 — на 9,2 %, однак у 2002 спостерігалось уповільнення темпів зростання — ВВП збільшився лише на 4,1 % [1]. Основними передумовами позитивних зрушень в економіці у 2000—2002 роках виступали зниження темпів інфляції та попередня глибока девальвація гривні, що створило сприятливі умови для розвитку експортних галузей. Пріоритети валютно-курсової політики у цей період обумовлювались значною відкритістю вітчизняної економіки і зводились до поступової девальвації гривні з метою стимулювання експорту, а валютно-курсова політика спрямовувалась на підтримку зовнішньої конкурентоспроможності економіки, з одного боку, та підтримку низькоінфляційного середовища і запобігання різким курсовим коливанням, з другого. Результатом цієї політики стало досягнення значної курсової стабільності гривні: за 2000 рік девальвація складала 4,2 % (у 1999 році — 52,2 %), у 2001 році курс гривні зріс на 2,5 % (ревальвація), у 2002 році девальвація становила 0,64 %, що, в свою чергу, було одним з найбільш суттєвих чинників зниження інфляції, темпи якої знизились з 25,8 % у 2000 році до 0,6 % дефляції у 2002 році.

Як наслідок, на сьогодні в нашій країні спостерігається значне, у порівнянні з 2000 роком, поліпшення макроекономічної ситуації. Так, у 2002 році інфляція становила — 0,6 % (дефляція), курс гривні знизився на 0,64 %, дефіцит бюджету складав 1,7 % від ВВП, ставки кредитування знизились до 21,2 % на рік, зовнішній державний борг зменшився до 9,6 млрд дол. США [2]. Однак, вітчизняна економіка ще не досягла стабільного економічного розвитку, а стабільність валютного курсу, навіть за значних позитивних зрушень в економіці, і надалі залишається тактичним монетарним орієнтиром Національного банку. Це пояснюється тим, що, враховуючи значну відкритість вітчизняної економіки — частка експорту товарів і послуг у ВВП складає більше 60 % [3], економічне зростання у 2000—2001 роках значною мірою мало кон'юнктурний характер і було наслідком сприятливої ситуації для українського експорту на зовнішніх ринках. Зміни в світовій економіці та погіршення ситуації для вітчизняного експорту на світових ринках безпосередньо відбилися на зниженні темпів зростання економіки України у 2002 році.

Необхідність належного стимулювання

Ukraine the economic growth is observed. In 2000 real GDP increased by 5,0 %, in 2001 — by 9,2 %, however in 2002 the slowing down of growth rates — the GDP was increased only by 4,1 % [1]. The basic premises of positive shifts in economy in 2000—2002 years were decrease of rates of inflation and preceding deep devaluation of hryvnia, that created favorable conditions for development of export branches. The priorities of exchange rate policy in this period were caused by a significant openness of domestic economy and were reduced to gradual devaluation of hryvnia with the purpose of inducing export, and the exchange rate policy was directed on support of external competitiveness of economy, on the one hand, both support of low inflation and prevention of sharp course oscillations, on the other. Outcome of this politics became reaching significant stability of hryvnia: in 2000 the devaluation made 4,2 % (in 1999 — 52,2 %), in 2001 the rate of hryvnia increased by 2,5 % (revaluation), in 2002 the devaluation made 0,64 %, that, in turn was one of the most essential factors of decrease of inflation, which rates decreased from 25,0 % in 2000 to 0,6 % of a deflation in 2002.

As a corollary, today in Ukraine there is significant, in comparison with 2000, improving of macroeconomic situation. So, in 2002 the inflation made — 0,6 % (deflation), the exchange rate of hryvnia decreased by 0,64 %, the deficiency of the budget made 1,7 % of the GDP, the rates of crediting have decreased by 21,2 % annual, the external national debt has decreased up to 9,6 billions of US dollars [2]. However, the domestic economy yet has not reached stable economic development, and the stability of the exchange rate, even if there are significant positive shifts in economy, remains a tactical monetary target of the National Bank of Ukraine. It is explained by taking into account a significant openness of domestic economy — the share of export of goods and services in the GDP makes more than 60 % [3], the economic growth in 2000-2001 main had tactical character and was a corollary of a favorable situation for the Ukrainian export in the external markets. The modifications in the world economy and aggravation of the situation for domestic export were directly reflected in reduction of economic growth rate of Ukraine in 2002.

Necessity of inducing economic growth, and also objective development of domestic economy, reaching macroeconomic and exchange rate stabilization, cause necessity of revision of priorities and principles, on the basis of which the further realization of exchange rate policy will be ensured.

In conditions of positive economic dynam-

економічного зростання, а також об'єктивний розвиток вітчизняної економіки, досягнення макроекономічної та курсової стабілізації, обумовлюють необхідність перегляду пріоритетів і принципів, на основі яких буде забезпечуватись подальше проведення валютно-курсової політики. В умовах позитивної економічної динаміки та макроекономічної стабілізації, що спостерігається у нас протягом останніх років, пріоритетні напрями валютно-курсової політики повинні визначатись необхідністю розв'язання основних проблем, що стоять на шляху економічного зростання в Україні. Серед них особливо потрібно виділити: проблему зниження відсоткових ставок за кредитами комерційних банків та розширення довгострокового кредитування економіки; проблему обслуговування і погашення зовнішнього боргу; проблему поповнення золотовалютних резервів НБУ; проблему підвищення конкурентоспроможності експорту та вдосконалення його структури; проблему здешевлення імпорту енергоносіїв та стимулювання імпорту технологій.

Нині у вітчизняній економіці спостерігається значний розрив між вартістю кредитів для комерційних банків, яка визначається обліковою ставкою НБУ, і вартістю кредитних ресурсів для реального сектору економіки. У 2002 році середня величина ставок кредитування становила 21,2 % на рік. При одночасному зниженні рівня цін на 0,6 % та облікової ставки НБУ до 7 % [1] такий їх рівень є надзвичайно високим і значно обмежує обсяги кредитування вітчизняної економіки, що відбивається на темпах її розвитку. Одна з основних причин завищених кредитних ставок — ризик нестабільності обмінного курсу гривні відносно конвертованих валют і, перш за все, щодо долара США, який базується на довірі до національної валюти і банківської системи в цілому.

Обмеження на розвиток вітчизняної економіки накладає також великий зовнішній борг, обслуговування і погашення якого вимагає значних витрат валютних резервів Національного банку України. Основним джерелом поповнення міжнародних валютних резервів НБУ на сьогоднішній день виступають надходження від експорту. Це змушує НБУ для підтримки його рентабельності проводити політику девальвації гривні, що негативно впливає на вартість обслуговування і погашення зовнішнього боргу, оскільки збільшує гривневий еквівалент бор-

ics and macroeconomic stabilization, which are observed in Ukraine during the last years, the priority directions of exchange rate policy should be defined by necessity of a solution of the basic problems facing the economic growth in Ukraine. Among them in particular it is necessary to allocate: a problem of decrease of the interest rates under the credits of business banks and expansion of long-term crediting of economy; a problem of service and settlement of the external debt; a problem of supplement of international reserves of NBU; a problem of increase of competitiveness of export and improvement of his structure; a problem of price reduction of import of energy products and inducing of import of technologies.

Today in domestic economy there is a significant gap between the cost of the credits for business banks, which is determined by the rate of NBU, and cost of credit resources for real sector of economy. In 2002 the average of the rates of crediting made 21,2 % annually. At simultaneous decrease of a price level by 0,6 % and the rate of NBU up to 7 % [1], such a level is extremely high and considerably limits volumes of crediting of domestic economy, which is reflected in rates of its development. One of the basic reasons of the overstated credit rates is the risk of instability of the exchange rate of hryvnia concerning convertible currencies and, first of all, concerning US dollar, which bases on trust to the national currency and banking system as a whole.

The restrictions in development of domestic economy also are imposed by the large external debt, the servicing and settlement of which requires significant costs of international reserves of the National Bank of Ukraine. The main source of international reserves of the National Bank today is the receipts from export. It forces the NBU for support of his profitability to conduct politics of devaluation of hryvnia, what negatively influences the cost of service and settlement of the external debt, as increases an equivalent of debt payments in hryvnia and realizes additional pressure on the government budget. Besides, the constant devaluation increases exchange risks owing to decrease of trust to the national currency and results in increase of the credit rates in economy of Ukraine. In turn, the decrease of exchange risks, maintenance of long-term stability of hryvnia, and also increase of trust to a banking system and monetary policy of the National Bank of Ukraine is possible only if there is a sufficient level of international reserves.

The solution of these problems requires transition of a tactical directedness of measures

гових виплат і здійснює додатковий тиск на держбюджет. Крім того, постійна девальвація підвищує валютні ризики внаслідок зниження довіри до національної валюти і призводить до зростання кредитних ставок в економіці України. В свою чергу, зниження валютних ризиків, забезпечення довгострокової стабільності гривні, а також підвищення довіри до банківської системи та політики Національного банку України можливе лише за наявності достатнього рівня валютних резервів.

Вирішення цих завдань потребує переходу від кон'юнктурної спрямованості заходів сучасної валютно-курсової політики, орієнтованої на девальвацію і згладжування короткострокових коливань валютного курсу, до розробки довгострокової стратегії валютно-курсової політики, спрямованої на забезпечення довгострокової стабільності гривні та стимулювання економічного зростання. Основою валютно-курсової політики, спрямованої на стимулювання економічного зростання, має стати цільове управління валютним курсом, орієнтоване на ревальвацію гривні. Підвищення внаслідок ревальвації валютного курсу гривні здешевлює обслуговування зовнішнього боргу, оскільки результатом є зменшення гривневих витрат НБУ на поповнення валютних резервів для його погашення, скорочення бюджетного дефіциту і зменшення боргового навантаження на бюджет. Ревальвація курсу гривні здешевлює імпорт енергоносіїв, який займає значне місце у торговельному балансі України і використовується при виробництві більш ніж 60 % вітчизняного експорту [3], що дозволяє підвищити його рентабельність. Враховуючи значну потребу в додатковому імпорті для забезпечення структурної перебудови економіки, політика ревальвації стає надзвичайно ефективною, оскільки ревальвація здешевлює технологічний імпорт машин і обладнання, необхідного для інноваційного розвитку вітчизняної економіки.

Таким чином, пріоритетами сучасної валютно-курсової політики повинно бути вирішення основних проблем, що стоять на шляху економічного зростання та інноваційного розвитку вітчизняної економіки. Надійною основою розв'язання цих проблем виступає застосування цільового управління валютним курсом, орієнтоване на ревальвацію гривні. Враховуючи те, що максимальний ефект від проведення політики ревальвації проявляється у довгостроковому періоді, її застосування

of modern exchange rate policy, oriented on devaluation and smoothing of short-term oscillations of the course of exchange, development of long-term strategy of exchange rate policy directed on maintenance of long-term stability of hryvnia and inducing of economic growth. The basis of exchange rate policy directed on inducing economic growth should become a target management of the exchange rate, oriented on revaluation of hryvnia. The increase of the exchange rate of hryvnia, owing to revaluation, makes cheaper the service of the external debt, as the outcome is a diminution in hryvnia of the the NBU expences on supplement for international reserves for its settlement, reduction of budget deficiency and diminution of a debt load on the budget. The revaluation of the exchange rate of hryvnia makes cheaper import of energy products, which occupies a considerably place in the trade balance of Ukraine and is used by production more than 60 % of domestic export [3], that allows to increase its profitability. Taking into account a significant need for additional import for maintenance of structural reorganization of economy, the politics of revaluation becomes extremely effective, as the revaluation makes cheaper technological import of machines and equipment necessary for innovation development of domestic economy.

Thus, priorities of modern exchange rate policy should become a solution of the basic problems of economic growth and innovation developments of domestic economy. The reliable basis of solution of these problems appears application of a target management of the exchange rate, oriented on revaluation of hryvnia. Taking into account that the maximum effect from realization of politics of revaluation is exhibited in a long-term period, its application creates a reliable basis for effective and duration development of domestic economy.

створює надійне підґрунтя для ефективного і тривалого розвитку вітчизняної економіки.

ОЛЕНА ПАСТУХ
Київський національний економічний університет
Факультет маркетингу, 4 курс

OLENA PASTUKH
Kiyv National Economic University
4 year student of the faculty of marketing

РЕКЛАМА І СУСПІЛЬСТВО: ЕТИКА І РЕГУЛЮВАННЯ

PUBLICITY AND SOCIETY: ETHICS AND REGULATION

Дана доповідь висвітлює основні положення щодо етики реклами як на міжнародному рівні, так і на рівні країни (Міжнародний кодекс реклами, Закон України «Про рекламу») та проблеми, що виникають у рекламному бізнесі. Також в даній роботі аналізується стан етики реклами в Україні та способи її регулювання.

This work elucidates the fundamental positions of the advertising ethics on the international level and on the level of the country (International Advertisement code, the Low of Ukraine «About advertisement») and the problems which appear in the advertising. Also in this work it is analyzed the condition of the advertising ethics in Ukraine and methods of its regulation.

У ринкових умовах виробникам товарів та послуг необхідно приділяти увагу не тільки випуску високоякісної та конкурентноспроможної продукції за прийнятною ціною, але й інформувати споживачів про її переваги, використовуючи різні прийоми та методи спілкування з цільовою аудиторією для отримання позитивної зворотної реакції, і як наслідок цього — задоволення потреб потенційних споживачів та максимізація прибутку компанії. Компанії та організації використовують рекламу як один із способів просування товарів на ринок. Вона існує для того, щоб привернути увагу до товару чи послуги стільки споживачів, скільки необхідно, щоб цей товар чи послугу було вигідно виробляти. Тобто, реклама, сама по собі, нічого не реалізує.

Як і будь-який вид економічної діяльності, рекламна діяльність регулюється різними законодавчими актами та постановами. Відповідно до Закону «Про рекламу» від 3 липня 1996 року визначено обмеження щодо рекламної діяльності:

- поширення інформації щодо продукції, виробництво або реалізацію якої заборонено законодавством України;
- вміщення тверджень, які є дискримінаційними;
- подання відомостей або закликання до дій, які можуть спричинити порушення законодавства, завдають чи можуть завдати шкоди здоров'ю або життю людей та навколишньому природному середовищу;
- наведення тверджень, що дискримінують осіб, які не користуються продукцією,

In the market conditions it is necessary for manufactures of goods and services not only to pay attention to the output of high-quality and competitive production at acceptable price but also to inform the consumers about its advantages, using the different recipe and methods of communication with a target audience for receiving of the positive return reaction and as result of it the satisfaction of needs of the potential consumers and maximization of the profit of the company.

The companies and organizations use the advertisement as one of the sales promotion methods in the market. It exists to attract to the goods or service as many consumers as it is necessary for the beneficial production. That is, advertisement realizes nothing by itself.

As any type of economic activity, advertising activity is adjusted by different legislative acts and resolutions.

According to the Law of Ukraine «About advertisement» from July, 3 of the 1996 the following restrictions are determined in advertising activity:

- spreading information about production, manufacture or realization is forbidden by the legislation of Ukraine;
- concluding of the discriminatory statements are not allowed;
- representations of data or appeal to actions, that can provoke the infringements of the legislation, or cause the damage of the people's health or life, or the environmental nature;
- adducing of statements which discriminate persons who don't use production which is

що рекламується;

- використання або імітація зображення Державного Герба України, Державного Прапора України та звучання Державного Гімну України, зображення державних символів інших держав та міжнародних організацій, а також офіційні назви державних органів України, крім випадків, передбачених законодавством;
- реклама продукції, яка підлягає обов'язковій сертифікації або виробництво чи реалізація якої вимагає наявності спеціального дозволу (ліцензії), у разі відсутності відповідного сертифіката, ліцензії.

Крім чинного законодавства, що регулює рекламну діяльність компаній можна виділити також морально-етичні принципи реклами, які викладені у Міжнародному кодексі реклами, якій був прийнятий Міжнародною торговою палатою у червні 1987 року у Парижі:

- благопристойність;
- чесність;
- правдивість;
- доведеність (відомості не повинні бути сумнівними та застарілими);
- відсутність наклепництва (рекламне послання не повинно обмовляти жодну фірму, її діяльність, продукцію, що виготовляє, чи містити у собі презирство та насміхання);
- захист прав особистості (рекламне послання не повинно містити інформацію про приватне або суспільне життя людей, а також їх приватну власність без дозволу особистостей);
- використання репутації (неприпустимо неналежним чином використовувати ім'я особистості, фірми, тобто використання імені повинно бути законним);
- імітація реклами (рекламне послання не повинно імітувати загальну композицію, текст, салоган, зображення, музику, звукові ефекти інших рекламних послань);
- ототожнення рекламного послання (рекламне послання повинне бути чітко виділене, як таке, і не розцінюватися в засобах масової інформація як загальний інформаційний блок, редакційні матеріали);
- забезпечення безпеки (рекламне послання не повинно містити, без вагомих на те причин, зображень небезпечних ситуацій);
- ставлення до дітей та молоді (рекламне послання не повинне експлуатувати довіру дітей чи недостатність життєвого досвіду молоді, а також почуття відданості та вразливості);
- відповідальність за рекламу (рекламодавці, виконавці рекламних послань,

advertised;

- using or imitation of the image of the State Emblem of Ukraine, the State Flag of Ukraine and the sounding of the national Anthem of Ukraine, the representation of the state symbols of other countries and international organizations, and also official names of the state bodies of Ukraine, except for the cases, stipulated by the legislation;
- advertisement of production which is subject to the obligatory certification, or the manufacture or realization of which demands presence of special permission, in the case of absence of special sanction.

Besides current legislation, which regulates advertising activity of the companies it is also possible to allocate the moral-ethical principles of publicity, which have been stated in the International Advertisement code which was accepted by the International Chamber of Commerce in June, 1987 in Paris:

- decency;
- honesty;
- truthfulness;
- validity (the data shouldn't be doubtful and outdated);
- absentee of slander (the advertising message shouldn't slander any firm, its activity, production it produces; or it shouldn't contain in itself the contempt and mockery);
- protection of rights of the person (the advertising message shouldn't contain the information about private or public life of people and also their private property without the permission of persons);
- using of the reputation (it is inadmissible in the wrong way to use the name of a person, firm; using of the name should be legal);
- imitation of advertisement (the advertising message should not mimic general composition, text, slogan, images, music, sound effects of other advertising messages);
- identification of the advertising message (the advertising message should be accurately allocated as itself and shouldn't be considered in mass media as general information, editorial materials);
- safety (the advertising message should not contain, without important reasons, representations of dangerous situations);
- attitude to children and the youth (the advertising message should not deceive the trust of children or lack of life experience of the youth and the feeling of fidelity and impressionability);
- responsibility for advertising (the advertisers, executors of advertising messages, participants of contracts concerning

учасники контрактів відносно рекламних послань несуть відповідальність за дотримання правил поведінки та чинного законодавства).

В основі рекламної діяльності лежать етичні норми та правила. Необхідно дотримуватись не тільки законодавства щодо реклами, але й правил добросовісної конкуренції на ринку, де виробник пропонує свої товари чи послуги.

Однією з основних проблем, що перешкоджають розповсюдженню єдиних етичних норм у маркетингу та рекламі, є відсутність в Україні цілісного етичного простору. Багаточисленні питання, пов'язані з рекламою залишаються на розсуд рекламодавців та засновані на їх етичних міркуваннях. Тобто, рекламодавці повинні самостійно вирішувати яким чином їм потрібно спілкуватися із споживачами. Необхідно зважити всі «за» та «проти», оцінити, що добре, а що погано, благотворним чи травмуючим буде вплив реклами на споживача, і, на кінець, знайти зважене рішення у нестандартній ситуації. Такі рішення складні, так як не існує чіткого уявлення про етичну поведінку. Більш того, може трапитись конфлікт між особистими етичними уявленнями та успішним веденням бізнесу. Наприклад, з серйозною етичною проблемою стикаються у наш час багато компаній, що пропонують рекламу тютюнових та алкогольних виробів.

Можна виділити 6 основних проблем, які виникають у рекламному бізнесі:

1) «Дута» реклама. Це реклама чи інша торгова пропозиція, в якій можливості товару, що пропонується для продажу, перевищуються з використанням суб'єктивної думки, перевищувального ступеню та інших подібних механізмів, які не засновані на чітко встановлених фактах.

2) «Питання смаку». Кожна людина має свої власні уявлення про гарний смак, що не завжди співпадає із смаками інших людей та суспільства в цілому. Тому рекламодавці повинні ретельно слідкувати за своєчасною та правильно розміщеною подачею рекламних повідомлень.

3) «Стереотипи у рекламі». Стереотипи пов'язані з уявленням певної групи населення у вигляді незмінного штампу, у якому губиться їх індивідуальність. Можна виділити декілька видів стереотипів: гендерні (чоловік — жінка), расові та етнічні, вікові, сексменьшини та ін. Виробники реклами повинні зображувати різні групи населення реалістично, в різних соціальних ролях, і

advertising messages bear the responsibility for observance of the behavioural rules and current legislation).

In the basis of advertising activity the ethical standards and rules are laid. It is necessary to adhere not only legislation about advertising, but also the rules of honest competition in the market where the manufacturer offers its goods and services.

One of the basic problems in spreading uniform ethical standards of marketing and advertising is absence of complete ethical space in Ukraine.

Numerous questions connected with advertisement remain at the discretion of advertisers and are based on their ethical reflections. That is, the advertisers independently should solve in what way to communicate with consumers. It is necessary to weigh the «pros» and «cons», to estimate what is good and what is bad, if it will be beneficial or traumatic influence of the advertisement on the consumer, and find the weighed decision in the non-standard situation. Such decisions are difficult because there is no precise conception about ethical behaviour. It is more than that, there can be a conflict between personal ethical conception and the successful business dealing. For example, many companies, which offer the advertisement of the tobacco and alcoholic products, face presently with a serious ethical problem.

It is possible to point 6 basic problems which arise in advertising:

1) «Exaggerated» advertisement. This is an advertisement or other trading offer, in which the opportunity of the goods offered for sale, are exceeded with the use of subjective idea, a superlative degree and other similar mechanisms which are not based on precisely established facts.

2) «The questions of taste». Each person has his own idea about good taste that not always coincides with the tastes of other people and of the society on the whole. So, the advertisers should watch timely and correctly placed submission of the advertising messages.

3) «Stereotypes in publicity». Stereotypes are connected with the imagination of certain group of a population as a constant stamp in which their individuality is lost. It is possible to allocate some kinds of stereotypes: the gendery (the man — the woman), racial and ethnic, age groups, gays, etc. The manufacturers of advertisement should represent different groups of the population realistically, in different social roles and explode some myths which associate with certain categories of people.

4) «Advertisement for children». It is im-

розвіювати деякі міфи, що асоціюються з певними категоріями людей.

4) «Реклама для дітей». Рекламовиробнику потрібно дуже обережно підходити до реклами товарів, призначених для дітей, тому що вони не мають достатнього досвіду оцінки рекламних повідомлень та вміння правильно приймати рішення про покупку.

5) «Реклама спірних товарів». Виробники реклами мають діло з товарами, які колись вважались незручними для рекламування, але їх сприйняття у суспільстві з часом змінилось (засоби жіночої гігієни, засоби проти геморою та грибків, віагра і т. д.). Але все ж таки ще існує багато спірних питань (реклама тютюну, алкоголю, азартних ігор).

6) «Реклама, що діє на підсвідомість». Це повідомлення, яке не сприймається свідомо, а символи, що містять інформацію, передаються підсвідомо. Вони не чіткі або ж протягом дуже короткого часу привертають нашу увагу для того, щоб бути чітко вираженими. Тут проблема існує в тому, що «підсвідомі вставки», які використовуються у рекламі, маніпулюють споживчою поведінкою.

portant for the advertisement manufacturers to approach the advertisement of goods intended for children very carefully because they haven't sufficient experience in estimation of advertising messages and skills correctly to make a decision on purchase.

5) «Advertisement of the disputable goods». Manufacturers of advertisement deal with the goods which once were considered inconvenient for advertising, but their recognition in a society eventually has changed (means of female hygiene, means against a haemorrhoids and funguses, viagra etc.). But nevertheless there are many questions at issue (advertisement of tobacco, alcohol, gambling).

6) «Advertisement that influences subconsciousness». This is a message that is not perceived meaningly, and symbols which contain the information are transferred subconsciously. They are not precise or during very short time attract our attention to be well defined. Here the problem exists that «subconscious inserts» which are used in advertising manipulate the consumer behaviour.

НАТАЛІЯ ПЕТРІВ
Київський національний економічний університет
Фінансово-економічний факультет, 4 курс

NATALIYA PETRIV
Kyiv National University of Economics
4th year, Finance Faculty

ІНВЕСТИЦІЙНІ ФОНДИ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

INVESTMENT FUNDS IN THE UKRAINIAN FINANCIAL SERVICES MARKET

У цій роботі розкриваються проблеми, пов'язані з діяльністю та розвитком інвестиційних фондів на ринку фінансових послуг в Україні у період масової «сертифікатної» приватизації. Наведено обґрунтування доцільності створення нових інститутів спільного інвестування, діяльність яких спрямовується на роботу виключно з грошовими коштами інвесторів, а також висвітлено факти необхідності залучення вітчизняних та іноземних інвестицій.

This work discloses problems, connected with activities and development of investment funds in the Ukrainian financial services market in the period of mass 'certificate' privatization. It proves expediency of establishment of new collective investment institutes, activity of which is directed exceptionally to work with investors' money funds. Also there are illustrative facts, which prove necessity of domestic and foreign investment attraction.

Індустрія інвестиційних фондів за останнє десятиліття значно зросла і посідає нині друге місце серед фінансових посередників після банківського сектора, причому, розрив за величиною активів стрімко скорочується. В усьому світі фонди мають значні активи, що свідчить про тенденцію інвесторів вкладати

Investment funds industry has considerably grown for the last decade and at present moment it occupies the second place among financial intermediaries after the banking sector, while the gap between assets volumes is rashly decreasing. All around the world funds have considerable assets, which testifies investors' tendency

грошові кошти в ці фінансові інститути незалежно від національності.

Функціонування інвестиційних фондів (далі — ІФ) та інвестиційних компаній (далі — ІК) в Україні введено в правове русло після підписання Президентом Указу, яким було затверджено Положення про інвестиційні фонди та інвестиційні компанії від 19 лютого 1994 року № 55/94. Відповідно до цього документа, ІФ виступали як юридичні особи, засновані у формі закритих акціонерних товариств. Управління такими фондами здійснює інвестиційний керуючий — це торговець цінними паперами, з яким фонд укладає відповідну угоду. ІК, для здійснення спільного інвестування, повинна створити взаємний фонд, який може бути закритого чи відкритого типів.

Запровадження інвестиційних (взаємних) фондів сприяла широкому залученню до приватизаційних процесів громадян України. Це дало можливість здійснити широкомасштабний приватизаційний проект у досить стислі строки. Торгівля акціями приватизованих підприємств становила переважну частку операцій на ринку цінних паперів. Діяльність фінансових посередників на вторинному ринку цінних паперів прискорила процес перерозподілу власності, чим закладено підвалини для розвитку економіки, заснованої на використанні акціонерного виробничого капіталу. Про обсяги та масовість здійснення операцій зі спільного інвестування свідчить такий факт: на 1.01.2000 року ІФ та взаємними фондами ІК було залучено 19 146,174 тис. приватизаційних майнових сертифікатів, що свідчить про те, що майже 42 % громадян України взяли участь у приватизації державного майна через ІФ та ІК.

Українська дійсність не дала змоги ІФ обрати чітку стратегію діяльності. По-перше, використання приватизаційних паперів, як засобу платежу, передбачало орієнтацію діяльності цих посередників переважно на придбання у держави акцій відкритих акціонерних товариств, а, по-друге, державна політика на цьому ринку була досить несприятливою для інституціональних інвесторів. На сертифікатні аукціони спрямовувалися невеликі пакети акцій підприємств досить різноманітних галузей економіки, що заважало концентрації значної частки статутного фонду одним інвестором. При цьому діяли обмеження щодо придбання ІФ (ІК) лише 25 % статутного фонду одного емітента за приватизаційні папери та 10 % за грошові кошти. Разом із тим, в умовах економічної кризи та збитковості багатьох підприємств

to invest money in this financial institutes regardless of nationality.

In Ukraine functioning of investment funds (IFs) and investment companies (ICs) was legislatively launched after signing the Edict by Ukrainian President, which adopted the Provision on Investment Funds and Investment Companies, dated 19 February 1994, No. 55/94. According to this document, IFs are legal entities established in the form of a close company. Such funds are managed by the investment manager — securities dealer, with whom the fund makes an appropriate agreement. For making collective investment IC must establish a mutual fund, which can be close or open.

Introduction of investment (mutual) funds was favourable for a wide engagement of Ukrainian citizens in a privatization process. This factor made it possible to realize a wide-scale privatization project in quite a short period of time. Trade in privatized enterprises' securities made up a major part of securities market operations. Financial intermediaries' activity in the secondary market accelerated the process of property redistribution, which laid a foundation for the development of economy, based on the use of stock productive capital.

Considerable volumes and quantities of collective investment operations are proved by the fact, that on January 1 2000, IFs and investment companies' mutual funds engaged 19146.174 privatization certificates, which testifies, that almost 42 % of Ukrainian citizens took part in state property privatization through IFs and ICs.

Ukrainian reality didn't let IFs choose a distinct activity strategy. First, privatization securities' use as a means of payment stipulated orientation of these intermediaries' activity mostly on buying open companies' shares from the State, and, second, the government policy in this market was quite unfavourable for institutional investors. Small share blocks of enterprises from different branches of economy were sent to certificate auctions, which prevented the concentration of considerable part of authorized capital by one investor. At the same time there were ules, according to which IF (IC) could buy only 25 % of one issuer's authorized capital for privatization certificates and 10 % for money. Moreover, in conditions of economic crisis and unprofitableness of many enterprises it would be more reasonable to let investment structures buy controlling block of shares of one attractive enterprise, than of five unattractive ones. It would assist the development of domestic companies corporate management system.

According to the data available as of January 1 2001, there were 64 investment funds and

доречніше було б дозволити інвестиційним структурам придбати контрольний пакет акцій одного привабливого підприємства, ніж п'яти мало перспективних. Це сприяло б становленню системи корпоративного управління вітчизняних акціонерних товариств.

Станом на 01.01.2002 року налічується 64 ІФ та 78 взаємних фондів ІК і зареєстровано випуск інвестиційних сертифікатів 3 ІФ на суму 40,725 млн грн, у зв'язку з перетворенням — 7 ІФ на суму 19,095 млн грн та 3 ІК на суму 1,44 млн грн. Більшість ІСІ в Україні була зареєстрована в Київській, Харківській, Львівській та Дніпропетровській областях.

ІФ та ІК повністю виконали свою роль як механізм проведення «сертифікатної» приватизації і перспектив подальшого розвитку практично не мають. Протягом 2-х останніх років переважна кількість цих інститутів припинили свою діяльність шляхом ліквідації (реорганізації) відповідно до внаслідок Закону України «Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди)» № 2299-ІІІ, що був прийнятий Верховною Радою України 15 березня 2001 року. Згідно з Законом, інститут спільного інвестування (далі — ІСІ) — це корпоративний інвестиційний фонд або пайовий інвестиційний фонд, який провадить діяльність, пов'язану з об'єднанням (залученням) грошових коштів інвесторів з метою отримання прибутку від вкладення їх у цінні папери інших емітентів, корпоративні права та нерухомість.

Принципова відмінність Закону від Положень вищезазначеного Указу Президента в тому, що він визначає ІСІ як окрему організаційно-правову форму діяльності і вони працюватимуть виключно з грошовими коштами інвесторів. В Законі запропонована доволі складна класифікація цих інститутів за різними критеріями. Основними організаційними формами ІСІ пропонуються корпоративні (далі — КІФ) та пайові інвестиційні фонди (далі — ПІФ). Відмінності цих форм полягають у тому, що інвестор КІФ потенційно має можливість впливати на процеси, які відбуваються у фонді. В ПІФ він залишається лише пасивним спостерігачем.

Одна з привабливих сфер нових інститутів полягає в тому, що вони бувають різних видів, а це дає змогу інвестору вибрати об'єкт інвестування під власні можливості та вимоги. Так, згідно зі ст. 4 Закону № 2299-ІІІ, ІСІ можуть бути: відкритого, інтервального та закритого типів;строковим та безстроковим; диверсифікованим чи не-

78 mutual funds; 3 investment companies registered investment certificates' issue for the sum of UAH 40,725 mln, in connection with reorganization — 7 companies for the sum of UAH 19,095 mln and 3 companies for the sum of UAH 1,44 mln. Most of the collective investment institutes were registered in Kyiv, Kharkiv, Lviv and Dnipropetrovsk regions.

IFs and ICs completely fulfilled their task of being a 'certificate' privatization mechanism and they actually don't have prospects for future development. During the last 2 years most of them finished their activities by liquidation (reorganization) according to the new Law of Ukraine 'On Collective Investment Institutes (Share and Corporate Investment Funds)', No. 2299-III, adopted by the Verhovna Rada of Ukraine on March 15, 2001. According to the law, collective investment institute is a corporate investment fund or share investment fund, which conducts activity, connected with unification (engaging) of investors' money funds at the aim of getting profits from investing them in other issuers' securities, corporate rights and immobility.

The principle difference of the Law from the President's Edict, noticed above, is that the Law defines collective investment institutes as a separate organizational and legal form of activity and they are deemed to deal exceptionally with investors' money funds. The Law proposes quite difficult classification of these institutions according to different criteria. Corporate and share investment funds are suggested as the main collective investment institutes organizational forms. The difference between these forms is that corporate investment fund investor potentially has an opportunity to influence the processes, which take place in the fund. In share investment fund he is only a passive observer.

One of new institutes' attractive sides is that they can be of different kinds, this enables the investor to choose investment object, according to his own opportunities and requirements. Article 4 of the Law No. 2299-III states, that there can be the following types of collective investment institutes: open, interval and close; dated and undated; diversified and undiversified (depending on formation mechanisms and assets structure).

Appearance of forms, clear and habitual to Western and Ukrainian investor, will assist coming of a new capital into Ukraine. Theoretically, banks and brokers can be unsatisfied, because collective investment institutes can really get their clients. But both bankers and brokers and even insurers confessed, that they also planned to establish their own subsidiary collec-

диверсифікованим (у залежності від механізмів формування і структури активів).

Поява на фінансовому ринку зрозумілих і звичних для західного та вітчизняного інвестора форм сприятиме приходу нового капіталу в Україну. Теоретично незадоволеними можуть бути банки і брокери. Адже ІСІ й справді можуть переманювати у них клієнтів. Але і банкіри, і брокери, і навіть страховики призналися, що вони також планують створювати свої власні дочірні ІСІ.

На сьогодні повністю сформована нормативна база для створення ІСІ і для початку їх діяльності. Немає перешкод для тих, хто хоче отримати ліцензію компанії з управління активами, зареєструвати ПІФ або КІФ. Існує проблема з розробкою особливостей бухгалтерського обліку. Це не означає, що вони не можуть здійснювати свою діяльність, однак деякі суперечності повинні бути врегульовані. Проте навіть найкращі в світі правила для роботи фінансового ринку мало чого варті, якщо гроші вкладати нікуди. Поки що в Україні небагато компаній, які мають досвід залучення інвестицій відкритим шляхом — через випуск цінних паперів. А річ у тім, що лише в такі цінні папери можуть вкладати гроші ІСІ.

Якщо врахувати, що найближчим часом на ринку з'являться такі могутні інвестори, як пенсійні фонди, то дефіцит прибуткових об'єктів для вкладення коштів може стати вельми відчутним. І проблема не в тому, що гроші українським промисловим гігантам не потрібні — просто, на жаль, вони, поки що, не готові працювати відкрито, надаючи інвесторам і журналістам широку інформацію про свою діяльність. Держава правила сформувала, і тепер ринок чекає встановлення довірчих стосунків між тими, кому потрібні гроші, і тими, у кого вони є. Українській економіці час розкриватися, інакше великих інвестицій дочекатися їй буде складно.

tive investment institutes.

For today legislative basis for collective investment institutes' establishment and functioning is completely formed. There are no barriers for those, who want to get a license of assets managing company, to register corporate or share investment fund. There is a problem with the development of accounting peculiarities. It doesn't mean, that they cannot act, but some contradictions must be settled.

But even the best financial market regulation is worthless if there is no object to invest in. Yet in Ukraine there are not many companies, which have the experience of attracting investment by securities issue. And the point is, that collective investment institutes can invest exceptionally in such securities. Taking into consideration that in the nearest future such powerful investors as pension funds will appear in the market, the deficit of profitable investment objects can be very tangible. In spite of the fact, that Ukrainian production giants need money, yet they are simply not ready to work publicly, giving full information about their activity to investors and journalists. The State has formulated the rules and now financial market is waiting for establishing confidence between those, who need money, and those, who have it. It is time for the Ukrainian economy to open, otherwise it would be difficult for it to get big investment.

ДМИТРИЙ ПИКАШ
Харьковский институт бизнеса и менеджмента,
экономический факультет
3-й курс, «Технологии мерчендайзинга»

DMYTRO PIKASH
Kharkov Institute of Business and Management
Economic faculty, 3-rd year

ТЕХНОЛОГИИ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

MERCHANDISING TECHNOLOGIES

Доклад посвящен мерчендайзингу — системе продвижения товаров на месте продажи. В работе рассмотрены некоторые принципы и конкретные приемы мерчендайзинга, который без больших дополнительных затрат позволяет увеличивать объем продаж в магазине на 30—40 %.

The report is devoted to merchandising — a system of promotion of goods in the place of sale. Principles and specific methods of merchandising, which allow to increase the sales of the shop by 30—4 % with low additional costs are described in this work.

В условиях роста числа рознично торговых организаций, их представителям приходится искать способы увеличения своих конкурентных преимуществ. Такие преимущества может дать вид коммерческой деятельности, называемый мерчендайзингом.

Мерчендайзинг — это маркетинг торговой точки, т. е. система продвижения товара на месте продажи. Данная система включает следующие понятия:

—атмосфера магазина;

—внутримагазинная информация;

—выкладка товаров;

—поведение продавца.

Цель мерчендайзинга — увеличение прибыльности торговой точки. Хорошо функционирующий мерчендайзинг увеличивает прибыль магазина на 30—40 %.

Задачи мерчендайзинга:

— Создание обстановки в магазине, стимулирующей посетителей к совершению покупок

— Продвижение наиболее прибыльных товаров

— Повышение популярности магазина среди потребителей

Потребители делятся на два типа — активные и потенциальные. У активных и потенциальных потребителей разная степень сформированности потребности. У активных потребность сформирована, у потенциальных — нет. У потенциальных есть только нужда в чем-то. Нужда — это нехватка чего-либо. Потребность — это нужда в каком-то конкретном товаре. Таким образом, осознание потребности зачастую происходит до того, как человек переступает порог магазина. Но иногда осознание потребности происходит тогда, когда он находится в магазине.

In conditions of the growth of retailing organizations their representatives must look for the ways to increase their competitive benefits. Such benefits can be given by a certain kind of commercial activity called merchandising.

Merchandising is marketing of trading outlets, i.e. a system of promoting goods in the place of sale. Such system includes the following:

—shop atmosphere;

—information inside the shop;

—placement of goods;

—shop-assistant behavior.

The main goal of merchandising is increasing the profitability of a trading outlet. A well-functioning merchandising can increase the profits of a shop by 30—40 %.

Merchandising objectives:

— Creating an environment in the shop that stimulates visitors to purchase goods;

— Promotion of the most profitable goods;

— Increasing the popularity of the shop among the customers.

All the customers can be divided in two groups — active and potential. Active and potential customers are on different level of forming their requirements. The requirements of active customers are already formed, but the requirements of potential customers are not yet formed. Potential customers have only a basic need in something. Need is lack of something. Requirement is need in some specific goods. Thus, realization of the requirement often happens before a person comes into the shop. But sometimes realization of the requirement happens when a person is in the shop. That is why one of the functions of merchandising is to turn potential customers into active ones.

All purchases can be divided into strictly planned purchases, partly planned purchases and non-planned purchases. And partly planned

Поэтому одной из функций мерчендайзинга является переведение потенциальных потребителей в активные.

Осуществляемые покупки можно подразделить на четко запланированные покупки, частично запланированные и незапланированные. И как раз частично запланированные и незапланированные покупки — это один из основных объектов, на которых концентрируется деятельность мерчендайзинга.

Организация мерчендайзинга должна ориентироваться также на получение прибыли в долгосрочном периоде путем формирования привязанности покупателей.

Атмосфера магазина — это образ магазина или впечатление, создаваемое его оформлением. Атмосферу нельзя измерить и определить, но ее можно почувствовать. В понятие атмосферы магазина входят следующие компоненты: интерьер, освещение, музыка, запахи и т. д.

Интерьер торгового зала должен отличаться элегантностью, высоким художественным уровнем. Также он должен соответствовать определенному фирменному стилю магазина.

Для усиления впечатления от магазина в мерчендайзинге часто применяют театральные эффекты. В каждом из них существует специальный элемент, превосходящий по зрелищности все остальное. В качестве таких эффектов используют цвет, движение, звук.

Освещение, как метод мерчендайзинга, используют для создания определенного имиджа магазина и уюта в нем, также для приглушения недостатков (не товара, а торгового помещения), и самое главное — для выделения товара.

Правило эффективного расположения. Точка продажи должна быть оформлена в некое единое пространство, составлять единую композицию и соответствовать индивидуальности магазина.

Правило торгового запаса: «Что на витрине, то и в магазине». Склад и витрина должны зеркально повторять друг друга. То есть, это значит, что по ходу продажи товаров, во избежание перебоев товарные запасы должны периодически возобновляться, и заранее, а не тогда, когда весь товар продан. Естественно, с учетом сезонного колебания.

Выкладка. Обычно выкладку разделяют на два типа:

—Товарная выкладка — показ и отпуск товаров (характерно для магазинов самообслуживания)

Декоративная выкладка — нужна для того, чтобы привлечь внимание потребителя. В декоративной выкладке очень важна компо-

and non-planned purchases are one of the main objects, on which the activity of merchandising is concentrated.

Organization of merchandising must also orient on receiving profit in long-term period by forming the attraction of customers.

Shop atmosphere is an image of the shop or impression, created by its design. You cannot measure or define the atmosphere, but you can feel it. Design, lighting, music, smell etc are included in the shop atmosphere.

The design of trading rooms must be elegant and sophisticated. Also it must correspond to an overall style of the shop.

To intensify the impact of the shop merchandising often uses theatrical effects. Each of them has a special element, which stands out among other elements. As such effects color, movement, and sound are used.

Lighting as a method of merchandising is used to create a specific image and comfort of the shop, to hide the shortcomings (not of the goods, but of the trading rooms) and mainly to highlight the goods.

The rule of effective placement. A trading outlet should be designed as a whole, make up a complete composition and to be in accordance with the individuality of the shop.

The rule of commodity supplies: «What is on the stands, the same is in the shop». The warehouse and the stands must be a mirror reflection of each other. It means, that to avoid lack in commodity supply in the process of trading, it must be renewed periodically and in advance but not when all the goods are sold according to season fluctuations.

Placement. Usually the placement of goods can be divided in two types:

— Commodity placement — placing and selling the goods (typical for self-service stores);

— Decorative placement is necessary to attract the attention of the customer. In such placement composition is very important, but it is not the main thing. The main feature is selling the goods. When organizing the placement it is necessary to find the optimal combination of goods from the point of increasing profits (not returns) of the trade outlet and its individuality. The placement must not only be beautiful, it must increase profits.

For convenience of the buyers, the goods are placed in groups by their designation, style, price etc.

«Face the buyer» rule. According to this rule the goods are placed up front taking into account the angle of view of the buyers. The main

зиция, но это не главное. Главное — продажа товаров. При организации выкладки, необходимо найти оптимальную комбинацию товаров с точки зрения общей прибыли

— (не выручки, а прибыли) торговой точки и индивидуальности магазина. Выкладка должна быть не просто красивой, она должна увеличивать прибыль.

Для удобства покупателей, при выкладке товары группируются в блоки по назначению, стилю, цене и т. д.

Правило «лицом к покупателю». В соответствии с этим правилом товар располагается фронтально с учетом угла зрения покупателей. Основная информация на упаковке должна быть легко читаема, не закрываться другими упаковками.

Зона. В мерчендайзинге существует такое понятие — зона. Горячая зона — место, куда всегда попадает взгляд посетителя, и куда он чаще всего направляется, входя в магазин. Теплая зона — клиент либо слишком рано, либо слишком поздно видит, это следующее место, куда он направляется после горячей зоны. И холодная зона — это то место, которое не видно. В горячей зоне располагается товар, приносящий наибольшую прибыль. Существует возможность сделать холодную зону теплой, а теплую зону горячей.

Внутримагазинная информация. Покупатель более склонен к покупке, если он получает о товаре необходимую ему информацию. Информация должна быть сделана таким образом, чтобы покупатель ее воспринимал, как направленную на него. То есть необходимо информировать покупателя не о том, что продается, а о том, что он хочет получить. Средствами информирования могут быть: различное оборудование, плакаты, листовки, ценники, тематические знаки и изображения и т. д. Объем информации должен быть ограниченным. То есть, с одной стороны, человек должен очень хорошо ориентироваться в магазине. С другой стороны, если постоянно сопровождать его большим количеством словесной информации, он просто перестанет ее читать. Лаконичность — одно из правил мерчендайзинга.

Поведение продавца. Решающее значение в покупке — это продавец. Главная задача продавца — не просто продать, а сделать из посетителя приверженца магазина (постоянного покупателя).

Этапы продажи: Сбор информации, выявление потребности клиента. Демонстрация свойств и выгод товара. Работа с возражениями. Завершение сделки. Расширение спроса.

Таким образом, мерчендайзинг — это

information on the packing should be easy to read and should not be covered by other packing.

Zone. A special category of merchandising is zone. Hot zone is a place, the buyer looks at and where he directs most often, when entering the shop. Warm zone — the client sees it either too early, or too late; this is the next place, where the buyer goes after the hot zone. Cold zone is a place that cannot be seen. The most profitable goods are located in the hot zone. There are ways to make cold zone to be warm and warm zone to be hot.

Information inside the shop. The buyer is more inclined to make the purchase if he/she gets all the necessary information about the goods. The information should be presented in such a way, that the customer would see it as directed at him/her. It is necessary to inform the buyer not about the product, but about what he/she wants to receive. The means of information may be as follows: different equipment, poster, price-tables, brochures, theme signs and images. On the one hand, the person must orient very well in the shop. On the other hand, if a customer is constantly accompanied by a large volume of written information, he/she will simply stop reading it. Be short — one of the main rules of merchandising.

Shop-assistant behavior. The decisive point in purchasing is the shop-assistant. The main goal of any shop-assistant is not only to sell, but to make thes client attracted to the shop (to make him a permanent client).

The steps of selling:

1. Gathering information, revealing the requirements of the customer.
2. Demonstration of the features and benefits of the commodity.
3. Working with objections.
4. Closing the deal.
5. Expanding the demand.

Thus merchandising is a complex of measures which interact with each other very closely and therefore with relatively low level of costs produce high results.

комплекс мероприятий, которые при тесном взаимодействии друг с другом при достаточно низком уровне затрат дают высокие результаты.

РОМАН ПЛИСКОВСКИЙ
Киевский национальный экономический университет
Аспирант кафедры Финансов предприятий, 4-й год

ROMAN PLISKOVSKY
Kyiv National University of Economics
Candidate of Enterprises Finance Faculty, 4-th year

ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

AN ENTERPRISE SYSTEM ORGANIZATION INFORMATION

Достичь высоких результатов работы предприятия практично невозможно без своевременного обеспечения руководителей необходимой информацией. Пока компания небольшая и ее руководство может быть постоянно в курсе всех значимых события, проблем с информационным обеспечением не возникает. То же можно сказать и про предприятия, которые работают в малоподвижных секторах рынка — информация, собранная один раз, меняется очень медленно. Со сменой указанных факторов информационное обеспечение менеджеров становиться жизненно необходимым, поскольку принятие решений на основе интуиции часто менее эффективно, чем принятие обоснованных решений. Отсутствие необходимой для принятия решений информации может привести к банкротству компании. Цель исследования — выработать подходы к созданию системы информационного обеспечения менеджеров предприятия.

It is practically impossible to achieve high results of business activities without necessary information for managers of the company. While the company is small and its managers can be constantly involved in all significant business events, the information shortage problems do not arise. The same situation in enterprises which act in inactive sectors of the market — when the information once collected changes very slowly. With the change of specified factors the information shortage for managers become real. Shortage of the information necessary for decision-making process can lead to bankruptcy of the company. The purpose of this research is to find criteria of enterprise information system necessity.

Как правило, управленцы, которые больше других страдают от недостатка, не своевременности и искажения информации — это топ менеджеры и менеджеры среднего звена управления. Проблема возникает, поскольку высшее и среднее звено руководства компании как правило физически оторвано от хозяйственных операций и должны полагаться на обобщенную информацию (при большом количестве хозяйственных фактов), которую им готовят и передают подчиненные. Иногда эта информация проходит через несколько отделов, уровней компании, прежде чем попадает управленцу, в ней нуждающемся. И если не отработаны внутрифирменные связи, не регламентированы сроки и объемы обобщаемой информации, нет стандартов ее представления, то, в результате, менеджеры могут быть вынуждены принимать

As a rule managers who more than others suffer from lack, not timeliness and distortion of the information are top managers and managers of an average control link. The problem arises in consequence of isolation of managers of the company from economic operations. Thus managers should rely on the generalized information (at a plenty of economic facts) which is prepared and transferred by subordinates. Sometimes this information passes through some departments, levels of the company before it gets to the manager requiring it. And if intrafirm connections are not fulfilled, terms and structure of the generalized information are not regulated, there are no standards of its representation managers can be compelled to make decisions blindly. In this situation information system organization can help.

It is conditionally possible to allocate such

решения вслепую. Помочь им должна организация системы внутренней отчетности.

Условно можно выделить такие критерии необходимости создания системы информационного обеспечения на предприятии:

- отдаленность менеджеров от непосредственных хозяйственных операций;
- сектор рынка, на котором работает компания, динамичен;
- необходимость принимать решения быстро;
- компания нацелена на рост или минимум — удержание захваченного у конкурентов рынка.

Прежде чем приниматься за построение системы внутренней отчетности необходимо четко определить конкретные цели ее создания. Просто определить эту цель как сохранение или достижение высокой эффективности деятельности недостаточно. Цели могут быть различными по составу и объему, например такие:

1. Возможность отслеживания поточного состояния проплат и формирования кредитной истории клиентов.

2. Возможность минимизировать запасы на складе при сохранении непрерывности деятельности и не снижении оборотов.

3. Возможность обоснованной материальной стимуляции торговых менеджеров и исключение возможности корыстных нарушений платежной дисциплины.

После постановки целей можно приниматься за состав системы внутренней отчетности. Система может состоять из принципов, процедур, методов, сроков сбора, хранения, обработки и представления информации, проще говоря необходимо найти ответы на вопросы «Что? Где? Когда? Как?».

«Что?» Исходя из поставленных перед системой задач определяется круг объектов для сбора информации.

«Где?» Где брать информацию — это вопрос, решение которого может повлечь за собой существенные расходы. Хорошо, если информации достаточно уже при установившемся способе деятельности. Совсем другое дело, если добыча необходимой информации требует переработки установившихся в компании подходов к сбору информации. Конечно в действующих компаниях, как правило, не возникает вопрос формирования базы сбора информации «с нуля». Значительно чаще встает вопрос детализации существующей информации, которая, правда, тоже может привести к ощутимым расходам. Наименьшие жертвы вызовет небольcriteria of necessity of information system creation at the enterprise:

- Remoteness of managers from direct economic operations;
- The sector of the market on which the company works is dynamical;
- Necessity to make decisions quickly;
- The company is aimed at growth or a minimum: deduction of the market seized from competitors.

The first step of information system construction is a precise definition of its purposes. Simply to determine this purpose as preservation or achievement of high activity efficiency is not enough. Purposes can be various by structure and volume, for example such as:

1. An opportunity of tracking of a line condition of payments and formations of a clients credit history.

2. An opportunity to minimize stocks in a warehouse.

3. An opportunity of the proved material stimulation of trading managers and exception of an opportunity of mercenary infringements of payment discipline.

After defining the purposes it is possible to accept the structure of internal reporting system. The system can consist of principles, procedures, methods, terms of gathering, storage, processing and representation of the information, easier speaking it is necessary to find answers to questions «Object? Where? When? How?».

«Object?» On the basis of determined purposes we determine the objects for gathering the information.

«Where?» Where to take the information is a question the answer to which can cause essential charges. It is good, if it is enough information in already established way of activity. Certainly in working companies, as a rule, there is not need in forming information base «from zero». Oftener arises the question of information detailing.

« When? « Not in due time received by the manager the information loses its usefulness. Allowable duration of an interval between the fact and its representation in the report for the manager is the key factor of information system. There can be less information, it can be excessively generalized, but it should be represented in the terms allowing the manager to make on its basis the necessary decisions. The establishment of deadlines formally can be fixed by a special document which describes by whom, to whom, in what terms and in what kind the information should be transferred.

- «How?» It is not enough to collect the information. If heads of average and top manage-

шое изменение существующих форм бухгалтерского и оперативного учета. Более дорогостоящим будет введение дополнительных форм отчетов, без чего, к сожалению, решение сложных комплексных информационных задач практически невозможно.

«Когда?» Не своевременно полученная менеджером информацию теряет свою полезность. Допустимая длительность промежутка между фактом и представлении его в отчетности менеджера — ключевой фактор информационной системы. Информации может быть меньше, она может быть чрезмерно обобщена, но она должна поступать в сроки, позволяющие менеджеру принять на ее основании необходимые решения. Формально установление предельных сроков может быть закреплено отдельным документом, который описывает кто, кому, в какие сроки и в каком виде должен передавать информацию. Внедрение такого документа в действующей компании, особенно если он серьезно меняет установившиеся взаимосвязи, вызовет противодействие среди работников. По этому на отработку своевременности передачи информации необходимо время. Несколько сгладить накал страстей может предварительное обучение, разъяснение необходимости таковых изменений, описание результатов, которые от них ожидаются.

«Как?» Собрать информацию недостаточно. Если руководители среднего и высшего звена каждый день получают гору документов развернутых в разных проекциях и детализированных по операциям — это значит, что информационная система не работает. Каждый управленец имеет свой уровень и характер знаний, жизненного опыта, интуиции. И для высокой эффективности принятия решений необходима соответствующая информация. Максимального использования способностей и навыков человек достигает, если информация для принятия решений, предоставлена ему в разработанном именно для него виде. Некоторой универсальности в представлении информации можно достичь если все менеджеры одного уровня имеют примерно одинаковую квалификацию в одних и тех же сферах деятельности. Однако на практике такие ситуации встречаются очень редко. По этому внимание предварительной обработке информации уделять необходимо.

Определив какой должна быть система внутренней отчетности желательно эту определенность оформить отдельным документов. В создании комплексных внутрифирменных систем принимают участие много людей. И при наличии написанного проекта

ment echelon every day receive a pile of documents developed in different projections and detailed on operations, is means that the information system does not work. Each manager has his own level of knowledge, life experience, intuition. And the corresponding to it information is necessary for high efficiency of decision-making.

Presence of the project does not guarantee a quick and successful implementation of all changes. Not ideal people will collect and process the information.

It is difficult to calculate the effect of the enterprise information system implementation. Usually such opportunity directly depends on what problems are solved by the information system. Reception of the information should not be more expensive than its real cost. Information searching is not the purpose of the information system, it must allow to make profit with the decision on its basss.

можно избежать множества недоразумений, двояких толкований высказанных идей.

Наличие проекта не гарантирует быстрого и успешного внедрения всех изменений. Собирать и обрабатывать информацию будут не идеальные люди. Не помешает оставить время на обучение и адаптацию персонала к изменениям.

Несмотря на кажущуюся простоту использования специально разработанной системы информационного обеспечения, успех данного мероприятия заранее просчитать очень сложно. Прямо сказать будут ли решения более обоснованными после внедрения сказать нельзя. Хотя можно попытаться выразить эффект в цифрах в виде планируемой общей экономии средств по компании, захвате доли рынка сбыта, повышении доходности деятельности. Универсальных способов такой оценки не существует, поскольку тут идет речь о выражении качественных параметров деятельности через количественные результаты деятельности. В большинстве случаев такая возможность напрямую зависит от того, какие задачи ставит перед системой компания. Получение информации не должно быть дороже ее реальной стоимости. Информация это не самоцель и ее использование должно давать возможность получать прибыль в том или ином виде.

ОЛЬГА ПОВСТЕНКО
Національний університет «Львівська політехніка»,
Інституту економіки та менеджменту, 5 курс

OLHA POVSTENKO
Lviv Polytechnic National University
5th year student of the Institute of Economics and Management

КЛАСИФІКАЦІЯ КРЕДИТНИХ ЛІНІЙ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ ПРОЦЕСОМ В БАНКАХ УКРАЇНИ

CREDIT LINES CLASSIFICATION AS AN EFFECTIVE METHOD OF CREDIT MANAGEMENT IN UKRAINIAN BANKS

У роботі висвітлено особливо актуальні на сьогоднішній день проблеми розвитку банківського обслуговування, і як один із засобів їх розв'язання запропоновано класифікацію кредитних ліній за рядом класифікаційних ознак, подано можливі переваги та недоліки кожного з видів кредитних ліній.

Major problems of bank services development are widely covered in this article and credit lines classification on the bases of various approaches is suggested as one of possible means to solve them. All the advantages and disadvantages of each type of credit lines are also highlighted.

Аналіз банківської діяльності в Україні на сучасному етапі дає можливість відстежити важливі проблеми, розв'язання яких сприятиме створенню розвинутої вітчизняної банків-

Analysis of modern banking in Ukraine gives us an opportunity to reveal its main problems. Solving these problems will promote the creation of highly developed banking system in

ської системи ринкового типу, що відіграватиме основну роль в утворенні оптимального середовища для мобілізації і вільного переливу капіталу, нагромадження коштів для структурної перебудови економіки, приватизації і розвитку підприємництва. Одна з найвагоміших проблем банківської діяльності — недосконало розроблена система надання кредитів та їх обслуговування, що не дає змоги повною мірою використовувати потужність банківських ресурсів. Розв'язати її кредитна установа може, впровадивши чітку класифікацію кредитів, що нею надаються.

Оскільки найперспективнішою формою надання кредитів дисциплінованим позичальникам банку є відкриття кредитних ліній, то відсутність їх чіткої класифікації та оцінки ефективності кожної з них спричиняє погіршення діяльності Банку та не дає можливості клієнту обрати оптимальний для себе варіант одержання позичкових коштів.

Удосконалення кредитної політики комерційного банку, яка враховуватиме пропоновану класифікацію кредитних ліній, сприятиме росту попиту на кредитування у формі кредитної лінії (адже споживач отримає індивідуальний підхід і зможе обрати той вид кредитної лінії, який максимально задовольнятиме його потреби) і, як наслідок, пожвавленню ділової активності в економіці, покращанню фінансового становища і очікувань економічних агентів, що в свою чергу збільшуватиме їх шанси на отримання банківських кредитів.

Пропонується класифікація кредитних ліній за такими ознаками:

1. **За термінами кредитування**

❖ короткострокові — до 1 року — надаються для фінансування короткострокових потреб, що виникають у позичальників у зв'язку з витратами виробництва і обігу, що не забезпечені надходженнями коштів у відповідному періоді;

❖ середньострокові — до 3 років — можуть надаватися для оплати устаткування, поточних витрат, фінансування капітальних вкладень;

❖ довгострокові — понад 3 років — надаються для формування основних фондів, оплати устаткування, фінансування капітальних вкладень, реконструкції і модернізації виробництва, капітального будів-ництва і т. п.

2. **За поновлюваністю**

❖ непоновлювана — в межах встановленого Банком ліміту по лінії Клієнт отримує кредити на певну, передбачену договором, суму по кредитній лінії. Ліміт кредитування встановлюється у вигляді ліміту видачі кредитних засобів, що надаються за заявками позиUkraine. It will also play the main part in creation of optimal milieu for capital mobilization and free mobility, accumulation of funds for basic economical adjustment, privatization and private enterprise development. One of the main problems of banking in Ukraine is incorrectly worked out system of credit arrangements and loan servicing which doesn't have proper tools to entirely use the bank resources capacity. Credit institution can solve this problem by introducing an efficient classification of credits that it gives.

As credit lines have the greatest potential among forms of credit arrangements granted to the disciplined borrowers, the lack of their efficient classification causes deterioration of bank services and doesn't give clients a chance of choosing the most suitable variant of drawing up.

Improvement of commercial bank credit policy on the bases of implementing efficient credit lines classification will increase the demand for credit lines (as a customer will obtain individual approach and opportunity to choose the most suitable variant). That will lead to revival of trade activity in economy, improvement of financial situation and covenanters' expectations.

Credit lines classification is suggested on the basis of:

1.credit terms

❖ short-term — are opened for the period up to 1 year for financing short-term customers' needs that arose from current inputs into production and turnover which are not secured by earnings in by relevant period;

❖ medium-term — client can use it for the period up to 1 year to cover temporary cash-flow needs, finance receivables, equipment purchase, or take advantage of seasonal opportunities;

❖ long-term — are opened for the period of more than 3 years to cover key assets creation, equipment purchase, capital financing, manufacture reconstruction and modernization, capital construction etc.

2. revolving ability:

❖ non-revolving — bank's client receives line of credit in the amount noted in agreement within the bounds of definite credit limit. As soon as the credit is exhausted, consumer crediting stops. A client can use this type of credit lines to cover expenditures on contract execution (for example: customs duty payments, transport costs etc), financial and economic transactions, and temporary lags in money turnover of mercantile business, manufacturing, agricultural and transportation enterprises;

❖ revolving — bank's client receives line

чальника в обумовленому розмірі на умовах, визначених кредитним договором. Після видачі обумовленої суми, кредитування позичальника припиняється. Відкривається для здійснення різних платежів, пов'язаних з одним чи декількома контрактами, чи партією товару (наприклад, для оплати митного очищення, транспортування й інших витрат); регулярних фінансово-господарських операцій, а також для покриття періодично виникаючих тимчасових розривів у платіжному обороті торгових, промислових, сільськогосподарських і транспортних підприємств.

❖ поновлювальна (револьверна) — в межах встановленого Банком ліміту по лінії Клієнт отримує кредити, а погашення частини чи всіх раніше отриманих кредитів дає можливість отримання нових кредитів в межах діючого ліміту по кредитній лінії і на визначених договором умовах (тобто передбачається вільний графік одержання і погашення кредиту). Ліміт кредитування визначається у вигляді ліміту позичкової заборгованості, встановленого в гривні. Заборгованість позичальника в такому випадку не може перевищувати визначений у кредитному договорі ліміт на будь-яку дату його діяльності. Поновлювана кредитна лінія встановлює ліміт заборгованості та надається юридичним особам і підприємцям для фінансування регулярних фінансово-господарських операцій, спрямованих на покриття загального розриву в платіжному обороті.

❖ Поновлювана кредитна лінія з диференційованою процентною ставкою — при встановленні диференційованої процентної ставки клієнт оплачує відсотки за користування кредитом по ставці, що залежить не тільки від валюти кредиту, але і від терміну існування непогашеного залишку по кредиту в конкретній валюті;

3. **За типом валюти**:

❖ в національній валюті (в грошовій одиниці України, тобто гривні);

❖ в іноземній валюті (в валюті, іншій, ніж грошова одиниця України);

❖ мультивалютна (кредит може надаватися в різних валютах відповідно до потреб клієнта). Мультивалютна кредитна лінія дозволяє підприємству, якому необхідні кредитні засоби в різних валютах, користатися декількома видами валют у рамках однієї кредитної лінії. При цьому між банком і клієнтом полягає тільки один кредитний договір, що дозволяє оптимізувати документообіг і витрати на оформлення забезпечення по кредитах у різних валютах.

of credit within the bounds of definite credit limit, and full or partial repayment of credit gives him an opportunity to obtain new credit within the bounds of the same credit limit (free time-table of credit obtaining and repayment is available). Credit limit is determined as limit of loan indebted-

❖ ness in UAH. Indebtedness of a borrower shouldn't exceed the credit limit within any particular period of his activity. Revolving credit lines are frequently used by large-volume purchasers buying goods through local agents or trading companies.

❖ revolving with differential interest rate — establishing a differential interest rate means that the client repays credit interest using crediting rate that depends not only on currency and period of a contract but also on the duration of indebtedness.

3. currency type:

❖ national currency — opened in monetary unit of Ukraine, UAH;

❖ foreign currency — opened in any definite currency, except monetary unit of Ukraine;

❖ multicurrency — can be opened in several currencies due to the client needs. This kind of credit lines gives the enterprise a possibility to obtain the wherewithal in various currencies in the framework on one credit line. One of the most important advantages of multicurrency credit line is that only one agreement is signed by the client and the bank, that allows to optimize the paper work and costs of guarantee execution on multicurrency agreements.

4. 4. revocability:

❖ revocable (can be amended or cancelled without the client's consent in some cases);

❖ irrevocable (these credit lines, once established, cannot be amended or cancelled without the consent of all parties of the contract). All credit lines are irrevocable unless the otherwise is stated.

5. 5. credit pattern:

❖ purpose — client can use this type of credit line to cover goods delivery costs in the framework of the only one contract being held by a venture during some period of time or cover expenditures on commercial projects realisation;

❖ usual — frequently used by large-volume purchasers buying goods in the framework of various contracts through local agents or trading companies and by ventures to cover temporary cash-flow needs.

4. **За можливістю відклику**

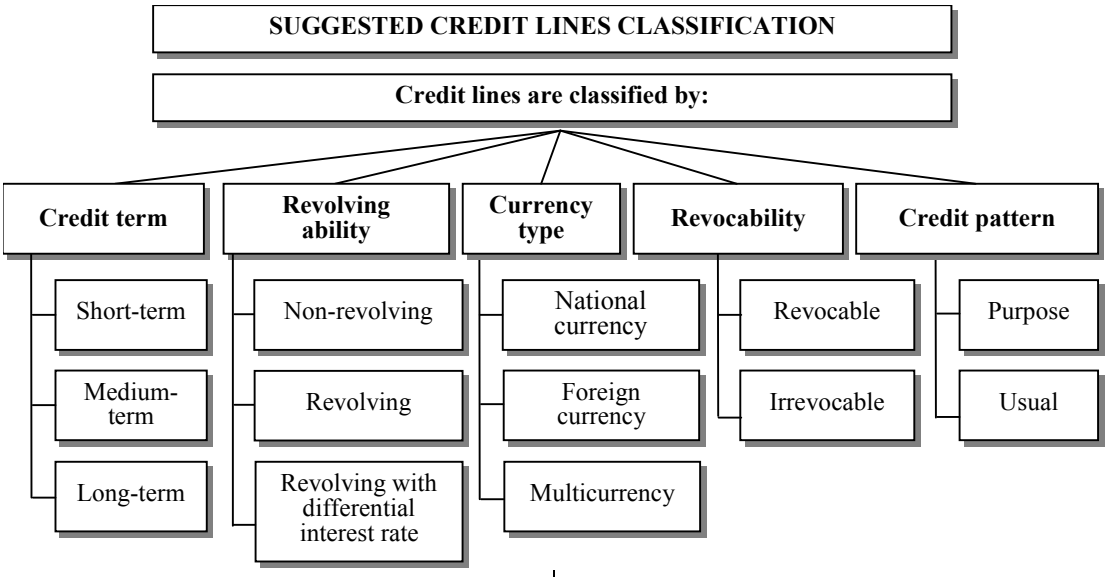
❖ відклична (передбачає безумовне право банку припинити фінансування клієнта за певних умов);

❖ безвідклична (не передбачає безумовного права банку припинити фінансування клієнта за будь-яких умов).

5. **За спрямованістю кредитних коштів**

❖ рамкова (цільова) — відкривається клієнту для оплати ряду поставок певних товарів в рамках одного контракту, що реалізується на протязі певного періоду часу, а також фінансування етапів здійснення витрат, зв'язаних з реалізацією цільових (комерційних) програм організації-позича-льника;

❖ звичайна — відкривається позичальнику, що здійснює оплату товарів в межах різних контрактів, а також на поповнення обігових коштів підприємства, не передбачає цільового використання коштів тільки в межах певного контракту.



МАРИЯ ПОДКОЛЗИНА
Ялтинский институт менеджмента,
Магистрант специальности «Финансы»

MARIA PODKOLZINA
Yalta Management Institute
Master's degree in Finance

РОЛЬ ЛИЗИНГОВЫХ КОМПАНИЙ В РАЗВИТИИ РЫНКА РЕАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

THE ROLE OF A LEASING COMPANY IN DEVELOPMENT THE OF MARKET OF REAL INVESTMENTS

Робота спрямована на дослідження діяльності лізингових компаній, як складової частини небанківської фінансово — кредитної системи. Основна ідея — показати значущість розвитку лізингових послуг для нормального функціонування економіки. Визначається об'єктивна необхідність у створенні лізингових компаній, покликаних сприяти розвитку ринку реальних інвестицій.

This work is directed at research of activity of leasing companies, as component part non-bank financial credit system. Basic idea is to show meaningful development of leasing services for normal functioning of economy. Definition the objective necessity in creation of the leasing companies, assisting the development of the market of real investments.

В условиях крайнего дефицита бюджетов всех уровней, ограниченности инвестиционных потоков, узконаправленности банковского кредитования реального сектора экономики необходимо изыскивать новые пути для увеличения инвестиционно — инновационной активности. Сложившийся инвестиционный климат в Украине в следствие ряд причин нельзя считать благоприятным как для отечественных, так и для иностранных инвесторов. В связи с этим заслуживает внимания вопрос повышения роли небанковских финансово-кредитных учреждений в развитии отечественной экономики. Они являются составной частью финансово-инвестиционного рынка, важным элементом

In conditions of extreme deficit of budgets of all levels, limitation of investment streams, narrow-ness of bank crediting of real sector of economy it is necessary to find new ways of increasing investment — innovation activity. Present investment climate in Ukraine dueto a number of reasons can not be considered favorable for both home and foreign investors. It is worth attention the question of rising the role of extrabanking financial and credit institutions in the development of home economy. They are a component part of financial-investment market, important element of bank infrastructure. This creates additional possibilities for the intermediary activity in the process of accumulation facilities of population and expansion possibilities

банковской инфраструктуры. Это создает дополнительные возможности для посреднической деятельности в процессе аккумулирования средств населения и расширения возможностей предприятий в выборе источника финансирования. Опыт многих стран убеждает, что при участии небанковских финансовых посредников удается минимизировать некоторые негативные последствия процесса перехода к рыночным отношениям.

К финансовым посредникам инвестиционного типа можно отнести лизинговые компании, деятельность которых направлена на реальное инвестирование денежных средств. Ведущие банки мира крайне заинтересованно относятся к лизинговому бизнесу и практически каждый крупный банк имеет одну или несколько лизинговых компаний. Проведение лизинговых операций позволяет банкам эффективно реструктуризировать свою деятельность, смещая акценты в сторону кредитования инвестиционных проектов с более высокими гарантиями, поскольку сдаваемое в лизинг имущество остается в собственности лизингодателя до истечения срока лизинга.

По своей сути, лизинг — это предпринимательская деятельность, которая направлена на инвестирование собственных или привлеченных финансовых средств и заключается в предоставлении лизингодателем в исключительное пользование на определенный срок лизингополучателю имущества, что является собственностью лизингодателя или приобретается им в собственность по доверенности и согласованию с лизингополучателем у соответствующего продавца имущества, при условии уплаты лизингополучателем периодических лизинговых платежей.

Сущность лизинга, как и любой экономической категории, проявляется в его функциях:

1. Финансовой;
2. Производственной;
3. Сбытовой.

Финансовая функция лизинга заключается:

— в освобождении предприятия — лизингополучателя от полной одномоментной платы за приобретенные основные фонды и предоставление имущества на условиях долгосрочного кредита;

— в использовании предприятием налоговых и амортизационных льгот.

• Производственная функция заключается в оперативном решении проблемы переоснащения производства не через приобретение машин и оборудования, а путем их

of enterprises in the choice of a source of financing. Experience of many countries convinces, that with participation of extrabanking financial mediators it is possible to minimize some negative consequences of transition to the market relations.

To the financial mediators of investment type it is possible to attach leasing companies, the activity of which is directed to real investing money facilities. Leading banks of the world are extremely interested in the leasing business, and practically every large bank has one or some leasing companies. Conducting leasing operations allows banks to restructure effectively its activity, displacing accents toward crediting of investment projects with higher guaranty, as the property handed over in leasing remains of the leasertaker own to expiration of leasing term.

By its essence leasing is entrepreneurial activity which is directed at investing of the personal or attracted financial funds and consists in granting by the leasertaker the exceptional use for a definite term his property to the leaserholder, that is of the leasertaker own or acquired for them by the proxy and by the concordance with the leaserholder at the proper salesman of property, under condition of payment by the leaserholder periodic leasing payments.

Essence of leasing, as well as any economic category, shows up in its functions:

1. Financial;
2. Production;
3. Sale.

The financial function of leasing consists:

— in releasing the enterprise — leaserholder from the complete unimoment payment for acquired general funds and granting property under condition of a long-term credit;

— in the use by the enterprise of tax and depreciation deductions.

The production function consists in operative decision of problem of retooling production not through acquisition of machines and equipment, but by their temporal use on the terms of leasing. This is an effective method for providing access for enterprises to new technologies and technique.

• The sale function consists in expansion of the circle of users and mastering new markets of sale due to bringing those enterprises which have no possibility to acquire that or other property.

In the aggregate the financial, production and sale functions of leasing are characterized by difficult system of economic relations — leasing, auction and credit. These functions can be considered as a stimulant factor for devel-

временного использования на условиях лизинга. Это эффективный способ для обеспечения доступа предприятий к новым технологиям и технике.

• Сбытовая функция заключается в расширении круга потребителей и освоении новых рынков сбыта за счет привлечения тех предприятий, которые не имеют возможности приобрести то или иное имущество.

В совокупности финансовая, производственная и сбытовая функции лизинга характеризуются сложной системой экономических отношений — арендных, торговых, кредитных. Данные функции могут рассматриваться как стимулирующий фактор для развития лизинга в целом и наделяющим его рядом преимуществ в сравнении с альтернативными формами финансирования инвестиций.

Таким образом, исходя из основных функций лизинга ключевая цель функционирования лизинговой компании — получение доходов от инвестиционной деятельности посредством приобретения оборудования и сдачи его в лизинг.

Лизинговая компания в рамках осуществления своей деятельности предоставляет следующие услуги контрагентам:

Услуги по проектированию лизинговых сделок.

Разработка механизмов по привлечению средств для финансирования лизинговых проектов.

Консультации предприятиям — поставщикам и потребителям по установлению прямых взаимосвязей на лизинговой основе.

Экономико — правовая экспертиза и оказание услуг по организации финансирования лизингового проекта.

Установление договорных отношений со страховыми компаниями по предоставлению им права страховать: имущество сдаваемое в лизинг; транспортировку оборудования.

Проведение аудита лизингополучате-ля, анализ финансового состояния предприятия.

Оценка имущества лизингополучателя по международным и отечественным методикам.

Подготовка проектов и проведение операций непосредственно по лизингу имущества.

Проектирование лизинговых операций, консалтинговое и экономико — правовое сопровождение лизинговых проектов ведется на основе договорных отношений с клиентами.

Кроме того, функционирование межбанковских лизинговых компаний позволяет

opment of leasing on the whole and allotting leasing alongside advantages by comparison with the alternative forms of financing investments.

Thus, coming from the basic functions of leasing key purpose of the functioning of leasing company: receipt of profits from the investment activity by means of acquisition of equipment and handing this equipment over in leasing.

The leasing company within the framework of realization of its activity provides the following services to contractors:

Services in planning leasing transactions.

Developing mechanisms on bringing facilities in for financing leasing projects.

Consultations to enterprises — suppliers and users on establishment of direct intercommunications on the leasing basis.

Economic and legal examination, and providing services in organization of financing leasing project.

Establishing contractual relationships with the insurance companies to grant them the rights to insure the property handed over in leasing; transporting of equipment.

Conducting audit of the leaserholder, analysing financial state of the enterprise.

Estimation of property of the leaserholder by the international and home methods.

Preparation of projects and conducting operations direct on the property leasing.

Planning leasing operations, consulting and economic and legal accompaniment of leasing projects are conducted on the basis of contractual relationships with clients.

In addition, functioning of interbanking leasing companies allows operatively to accumulate a considerable capital for realization of large-scale projects, diversify the risks, effectively co-operate with the western contractors, use different forms of leasing. Within the framework of functioning interbanking leasing company, chart leasing can become more various by means of expansion of mortgage and future operations.

оперативно аккумулировать значительный капитал для реализации крупномасштабных проектов, диверсифицировать риски, эффективнее взаимодействовать с западными контрагентами, использовать различные формы лизинга. В рамках функционирования межбанковской лизинговой компании схемы лизинга посредством расширения залоговых и факторинговых операций могут стать более разнообразными.

РОСТИСЛАВ ПОДОЛЬСКИЙ
Донецкий национальный университет
Ассистент кафедры «Маркетинг», 4 год

ROSTYSLAV PODOL'SKY
Donetsk national university
«Marketing», 4-th year

ОЦЕНКА РЕАЛИЗАЦИИ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ АСПЕКТОВ УПРАВЛЕНИЯ В АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВАХ

ESTIMATION OF REALIZATION OF THE ORGANIZATIONAL MANAGEMENT ASPECTS IN JOINT-STOCK COMPANIES

В работе анализируется использование различных организационных тематических аспектов управления маркетинговой деятельностью в акционерных обществах. Опираясь на методику экспертного опроса и рейтинговой оценки, исследованы формы ценностно-поведенческой базы, формы профессионального и организационного развития, формы информационной достаточности, формы управленческой идеологии с целью определения стиля управления, наиболее часто используемого в практике управления маркетингом на акционерных обществах разного типа.

In the article the use of various organizational thematic aspects of management by marketing activity in joint-stock companies is analyzed. Leaning on a technique of expert interrogation and a rating estimation, forms of valuable and behavioural base, form of professional and organizational development, and form of information sufficiency, the form of administrative ideology are investigated with the purpose of defining the style of management most frequently used in practice of marketing management at different joint-stock companies.

Переход к новым методам хозяйствования поставил перед производственными и коммерческими структурами в Украине новые задачи по выявлению устойчивых тенденций в модификациях конъюнктурной среды и приспособлении ее к деятельности каждого субъекта хозяйствования. В связи с этим возникла потребность в маркетинге, как особой системе хозяйствования и метода принятия наиболее эффективных управленческих решений в условиях проявления разных факторов микро и макроуровня.

Система управления маркетинговой деятельностью должна не только сочетать в себе как традиционные, так и нетрадиционные подходы к реализации управленческих функций и процедур, но и быть достаточно адаптабельной в случаях возникновения значительных отклонений в работе предпри-

Transition to new methods of managing has put before industrial and commercial structures in Ukraine new problems in revealing steady tendencies in updating the tactical environment and its adaptation to activity of each enterprise. In this connection there was a demand for marketing, as a special system of managing and method of acceptance of the most effective administrative decisions in conditions of display of different factors at micro- and macro-levels.

The system of marketing activity should not only combine both traditional, and non-conventional approaches to realization of administrative functions and procedures, but also to be enough adaptable in case of occurrence of significant deviations in the work of the enterprise.

In connection with this the most important and priority task is the change or optimization

ятия.

В связи с этим наиболее важной и первоочередной задачей является изменение или оптимизация традиционных методов и приемов управления маркетингово-коммерческой деятельностью, с целью повышения эффективности функционирования предприятия в целом. При этом совершенствованию организационных аспектов управления (реализуемой на предприятии управленческой идеологии; ценностно-поведенческой базе управленческого персонала; степени совершенства информационной подсистемы управления; уровню профессионального и организационного развития персонала управ-

ления) должна отводиться ключевая роль, поскольку именно они ответственны за уровень развития и эффективности функционирования всей системы управления маркетингом.

С целью определения наиболее используемого стиля управления был проведен анализ реализации организационных аспектов на предприятиях акционерной формы собственности. В ходе проведения маркетингового исследования были изучены особенности управления маркетинговой работой в открытых акционерных обществах (ОАО), олигопольных акционерных обществах с концентрацией основной массы акций в руках одного или нескольких собственников (ЧАО), и акционерных обществах закрытого типа (ЗАО). Оценка проводилась по пятибалльной рейтинговой шкале в зависимости от частоты реализации на предприятии того или иного организационного аспекта управления. Результаты представлены на рис. 1—4.

Как показали исследования, в настоящее время в ОАО наблюдается тенденция преобладания использования инактивного стиля управления (второй показатель на рисунках 1—4) с элементами преактивизма (третий показатель) и, в основном, применением теории управления типа X. Подобное управление направленно на поддержание в равновесном состоянии предприятия с ограничением действий, которые могли бы кардинально изменить существующее положение, что зачастую приводит к кризисным ситуациям, решаемым лишь в том необходимом минимуме, который только стабилизирует возникшее положение. Хотя подобный менеджмент и исключает ошибки катастрофического характера, тем не менее, он не дает возможность эффективно реализовать нововведения в коммерческой работе предприятия, что способствует ограниченному использованию элементов маркетинго-

of traditional methods and receptions of marketing and commercial activity management with the purpose of increasing the functioning efficiency of the enterprise as a whole. Thus to perfection of the organizational aspects of management (administrative ideology at the enterprise; valuable and behavioral base of the administrative personnel; degrees of perfection of an information management subsystem; level of professional and organizational development of the administrative personnel) should be given the key role, as they are responsible for the level of development and efficiency of functioning of the whole system of marketing.

With the purpose of definition of the most used style of management the analysis of realization of organizational aspects at joint-stock companies has been carried out. During the carrying out of marketing research, features of marketing management in open joint-stock companies (OJSC), oligopoly joint-stock companies with concentration of a great bulk of shares in hands of one or several proprietors (PJSC), and close joint-stock companies (CJSC) have been investigated. The estimation was carried out on a five-ball rating scale depending on frequency of realization at the enterprise of this or that organizational aspect of management. Results are submitted in fig. 1—4.

As researches have shown, now in Open Joint-Stock Companies the tendency of prevalence of inactive style of management (the second parameter in figures 1—4) with elements of preactivism (the third parameter) and, basically, application of the theory of management such as X are observed. Similar management is directed at maintenance in an equilibrium condition of the enterprise with restriction of actions, which cardinally could change the existing position, that frequently goes to crisis situations. Though similar management excludes mistakes of catastrophic character, nevertheless, it does not enable us to realize effectively an innovation in commercial work of the enterprise, that promotes limited use of elements of marketing activity. Besides the given approach to management also creates additional difficulties in an objective estimation of marketing work efficiency by the supreme administrative part of the enterprise, that finally renders destabilizing influence on functioning of any subject of managing.

At the same time Joint-Stock Companies basically use the same inactive style of management, but with elements of reactive methods (the first estimated parameter in figures 1—4). Similar management does not allow to introduce

вой деятельности. Кроме того, данный подход к менеджменту создает и дополнительные трудности в объективной оценке эффективности маркетинговой работы высшим управленческим звеном предприятия, что в конечном итоге оказывает дестабилизирующее воздействие на функционирование любого субъекта хозяйствования.

В тоже время на ЗАО в основном используют тот же инактивный стиль управления, но уже с элементами реактивизма (первый оценочный показатель в рисунках 1—4). Подобное управление не позволяет в полной объеме внедрять и реализовывать наиболее прогрессивные методы и приемы маркетингово-коммерческой деятельности, поскольку управленцы традиционно привыкли мыслить не качественными, а количественными категориями. Кроме того, при подобном подходе управление теряет целостность и системность, поскольку возникающие проблемы рассматриваются только с субъективной точки зрения высшего управленческого звена. А это, в конечном итоге, приводит к накоплению ошибок как стратегического, так и тактического характера и существенно замедляет процесс развития предприятия в целом. Использование самого действенного управленческого стиля наблюдается только на предприятиях ЧАО, на которых используется преактивно-интерактивное управление.

and realize the most progressive methods and receptions of marketing and commercial activity, as managers have traditionally got used to think by not qualitative, but quantitative categories. Besides with the similar approach management loses integrity and system features as arising problems only are considered from the subjective point of view by the supreme administration. And, finally, it results in accumulation of mistakes of both strategic and tactical character and essentially slows down the development of the enterprise as a whole.

Use of the most effective administrative style is observed only at PJSC enterprises at which preactive and interactive management is used.

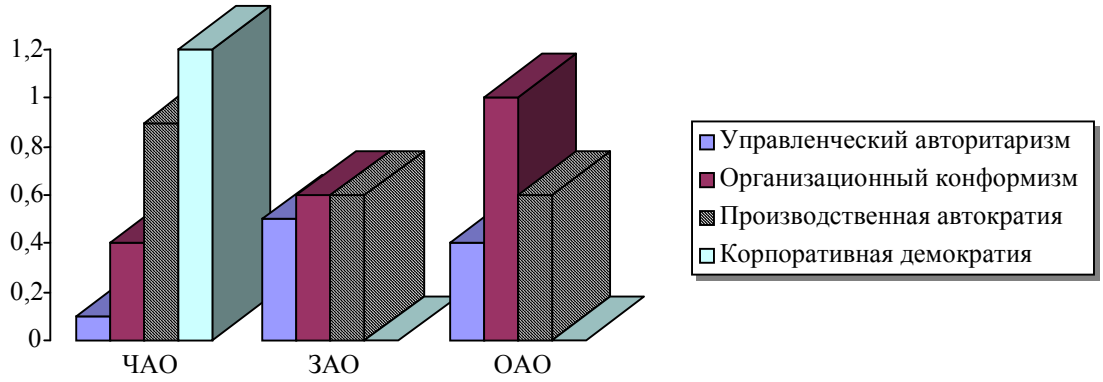


Рис. 1. Формы управленческой идеологии

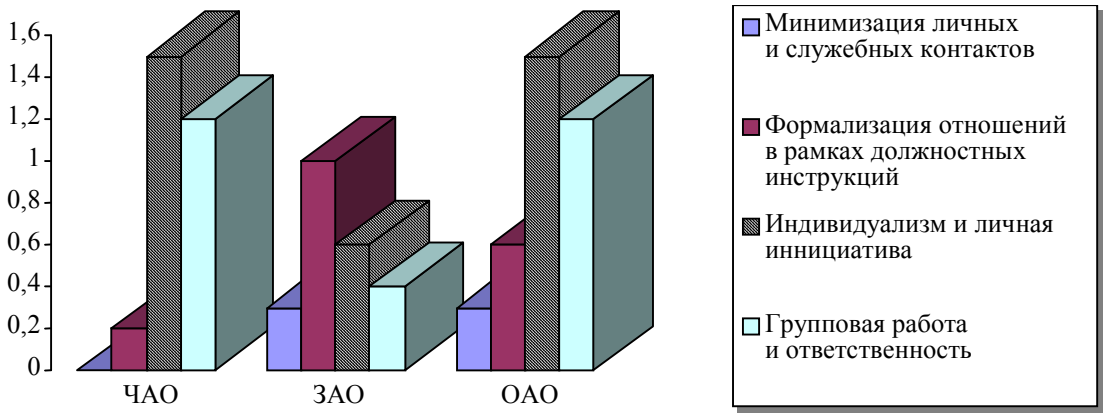


Рис. 2. Формы ценностно-поведенческой базы

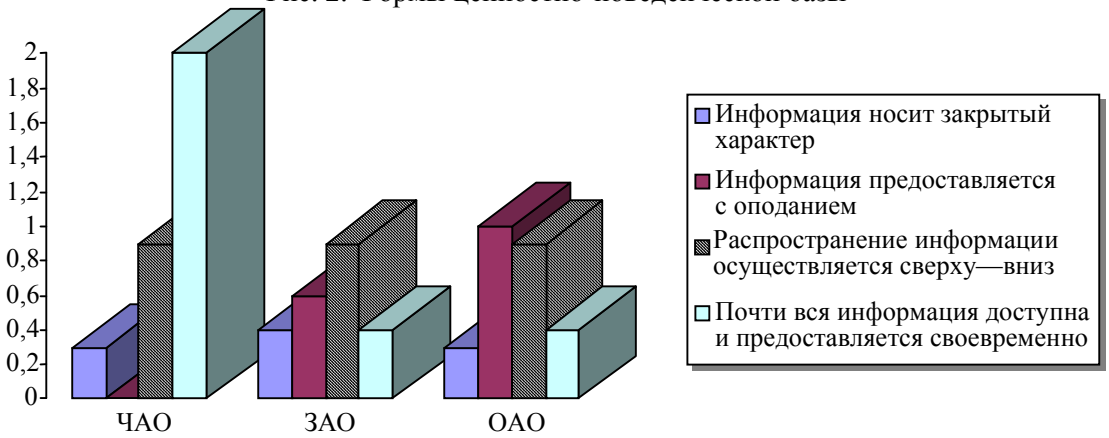


Рис. 3. Формы информационной достаточности

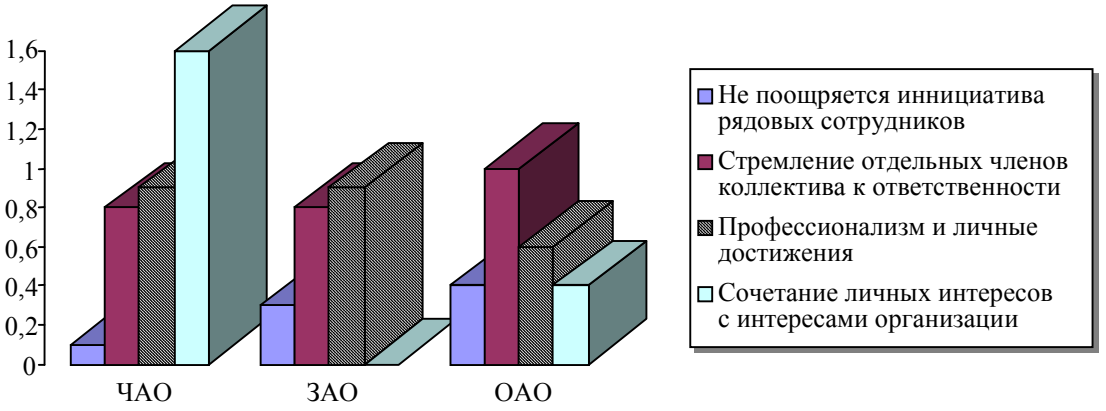


Рис. 4. Формы профессионального и организационного развития

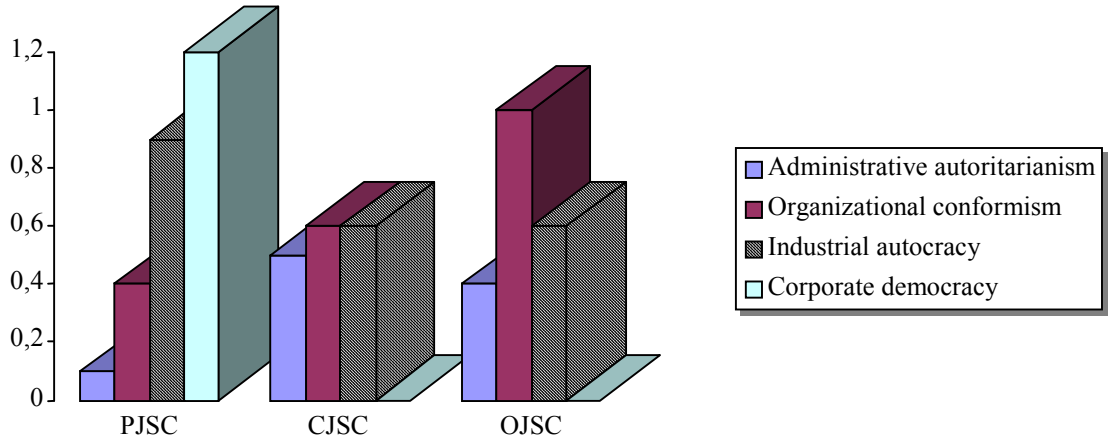


Figure 1. Administrative ideology forms

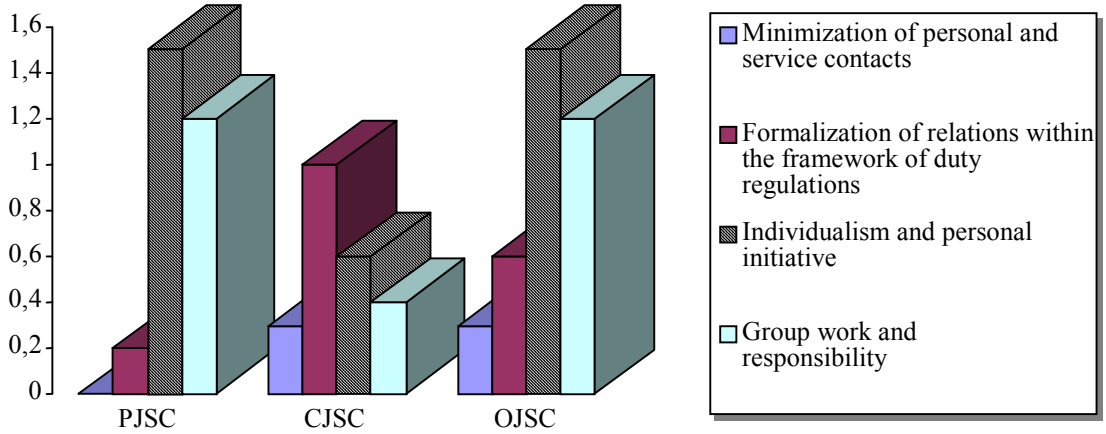


Figure 2. Forms of valuable and behavioral base

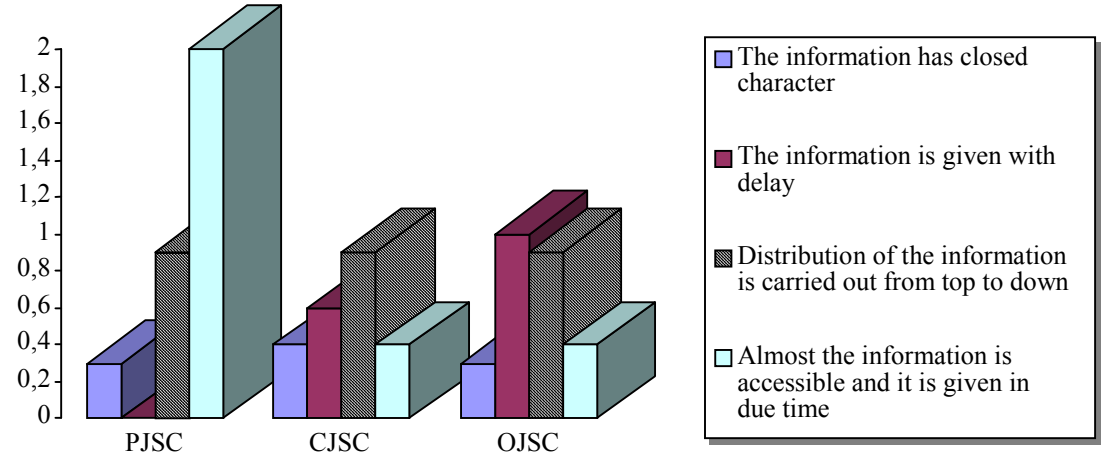


Figure 3. Forms of information sufficiency

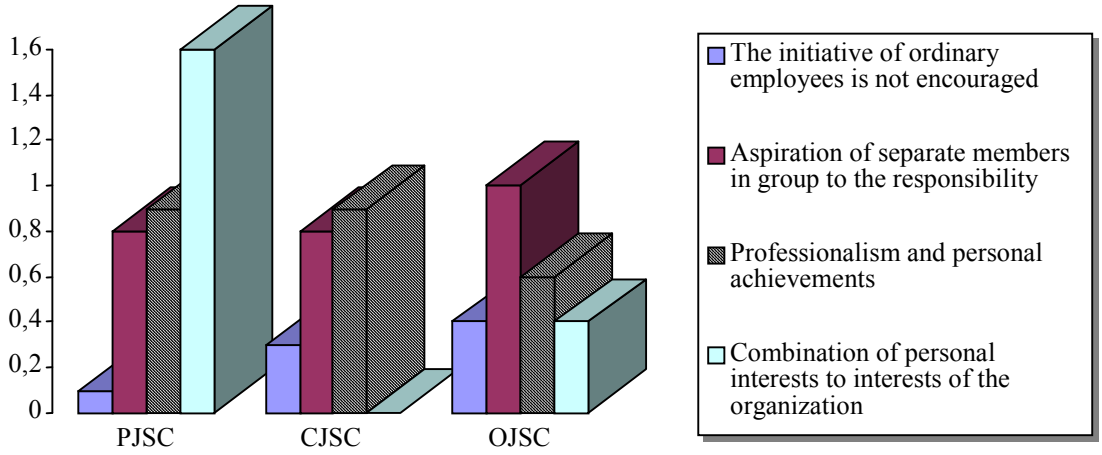


Figure 4. Forms of professional and organizational developments

ВЛАДИМИР ПОЛОНЕЦ
Киевский национальный экономический университет
Аспирант кафедры маркетинга 1 год

VLADIMIR POLONETS
Kiev National Economic University
Chair of marketing, 1st year of post graduate study

МАРКЕТИНГОВАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ

ADVERTISING EFFECTIVNESS

Эта статья посвящена новой тенденции в определении маркетинговой эффективности, в частности эффективности рекламы. В зарубежных странах определение долгосрочного эффекта рекламы занимает одно из основных мест при планировании деловой активности. Компании, использующие модели определения маркетинговой эффективности рекламы, оценивают их как высокоэффективный управленческий инструмент. Сегодня пришло время внедрить эти маркетинговые технологии на наших отечественных компаниях. Статья иллюстрирует все преимущества маркетингового подхода в определении эффективности рекламы в деловой практике и описывает его необходимость во время маркетингового стратегического планирования.

The article is dedicated to the new trend in measuring marketing effectiveness, in particular advertising effectiveness.In foreign countries, the determining of a long-term advertising effect occupies one of the leading positions in business activity planning. The companies that use the models of determining marketing advertising effectiveness have found it to be a highly effective management tool. But nowadays it's time to implement these technologies of marketing at our domestic companies. The article illustrates all favourable sides of marketing approach in determining advertising effectiveness in business practice and describes its necessity during marketing strategic planning. Marketing is a philosophy of modern business, it has its effectiveness and this effectiveness should be measured.

Маркетинг это философия современного бизнеса, она имеет свою эффективность и эта эффективность должна быть измерима. Значительные маркетинговые издержки, необоснованные информацией необходимой для принятия комплексных долгосрочных и краткосрочных решений; отсутствие ключевой информации, которая может подсказать

Are you facing important marketing spending decisions without all the information you need to address both the short-term and long-term ramifications of your decisions? Do you find yourself frustrated by the absence of diagnostic information, beyond scanner data, that would tell you not only the quantitative volumetric results of your marketing activity, but

не только результаты в количественном объёме, но и как маркетинговый план работает; построение рекламных компаний, и рекламных обращений, полагаясь на внутреннее чутьё, в связи с отсутствием доступа к данным, необходимым для ориентации медиа плана на рыночную эффективность, многие маркетологи часто встречаются с вышеперечисленными проблемами. Маркетологи так же понимают, что иногда возникает необходимость продажи в убыток, с целью выполнения финансовых обязательств, но остаётся неясным, как такие решения повлияют на ведение дела в будущем. Хуже, когда значительные ресурсы вкладываются с целью достижения определённого целевого рынка, совершенно без оценки того, на сколько маркетинговые средства действительно достигли поставленных задач. Но сейчас оценка становится менее проблематичной, что обеспечивается использованием обширных баз данных, включающих необходимую информацию о потребителях.

Такие базы данных позволяют маркетологам проводить анализы с всё более возрастающей степенью детализации, тем самым, обеспечивая адекватное принятие решений вышестоящими маркетинг-менеджерами. Крупные базы данных обычно представлены несколькими типами: 1) базы данных покупателей, состоящие из частоты покупок миллионов потребителей в сети супермаркетов; 2) базы данных, полученные в результате специальных маркетинговых исследований (как правило, проводятся специализированными маркетинговыми исследовательскими компаниями); 3) базы данных сети Internet, которые регистрируют посещаемость сайтов, потраченное время, сделанные покупки, и другие данные, поступающие от миллионов пользователей сети.

Обширные базы данных позволяют развивать новые маркетинговые модели, позволяющие ответить на маркетинговые вопросы, на которые раньше было тяжело получить ответ. Используя уровень потребительской способности, маркетологи могут определить, насколько их маркетинговые тактики достигают стратегических целей. Более того, маркетологи могут определить стоимость краткосрочных маркетинговых действий на сегодняшний момент с учётом необходимой для компании сегментации рынка. Неизбежные расходы, связанные с выполнением поточных обязательств, теперь могут быть оценены не только по степени их воздействия в поточном квартале, так же определяется их влияние в будущем.

also how and why your marketing plan is working? Are you still making critical advertising and copy decisions on the basis of a gut feeling because you don't have access to the kind of data you really need to track the in-market effectiveness of your media plan?

Unfortunately for most marketers, the answer to all of the above questions is «yes.» We marketers recognize the need to sacrifice short-term sales to achieve current financial obligations, but are uncertain how those decisions will affect business beyond the current quarter. Worse, significant resources are deployed to ensure that the appropriate marketing tactics and messages are reaching the identified consumer target—all without the tools to evaluate if those tactics indeed have achieved their goals. But now, evaluation is becoming less problematic with the use of massive transaction-level databases.

Such databases enable market modelers to analyze data with ever-increasing levels of «granularity» leading to superior decision making by marketing managers. The large databases are generally of two types: 1) frequent shopper databases consisting of transaction-level data from the millions of households in a supermarket chain which present their loyalty/frequent shopper cards whenever they shop, and 2) Internet databases that measure click-throughs, time spent, and other variables from the millions of households already using the Internet and the World Wide Web.

Large databases enable the development of new marketing models, which can answer marketing questions that couldn't be answered previously. Using household-level purchasing behavior, marketing researchers can discover if their marketing tactics indeed are delivering their strategic intent. Further, marketing researchers can unlock the future value of the short-term marketing volume delivered today—knowledge that will change the way marketing researchers view their spending allocation decisions. The inevitable spending cuts needed to meet today's obligations now can be evaluated not only in terms of their contribution to the current quarter, but also to provide insight into how far-reaching those cuts indeed might be.

How Advertising Works. Retailing tycoon John Wanamaker once said, «I know that half of my advertising doesn't work. The problem is, I don't know which half.» Your company may be spending millions of dollars on advertising, but how do you know which ads are effective? A thorough evaluation of your company's television advertising would likely show that some of the current advertising is not effective, while other ads are moderately helpful, and still others

Промышленный магнат Ждон Ванамакер однажды сказал: «Я знаю, что половина моей рекламы, не работает. Проблема в том, что я не знаю какая именно». Компания может тратить миллионы долларов на рекламу, но актуальным остаётся определение эффективности. Детальная оценка телевизионной рекламы часто носит абстрактный характер, с разбиением рекламных мероприятий на: эффективные, умеренно эффективные, очень эффективные.

Исторически сложилось так, что наиболее сложной с маркетинговой точки зрения является оценка рекламы. Одна из причин — двойственность эффекта рекламы, которая имеет как краткосрочный, так и долгосрочный эффект. Так в 90-х годах внедрённые цифровые сканеры в супермаркетах сделали доступными данные о покупках потребителей и позволили смоделировать краткосрочный эффект рекламы. Это было достигнуто путём внедрения аналитических моделей, получивших название модели «маркетинг микс».

Модели «маркетинг микс» успешно зарекомендовали себя при оценке краткосрочных периодов. Нерешённым осталось определение количества потребителей которые составляют основную массу, так же ощущение того, что долгосрочный маркетинговый эффект всё же реален, но он не был оценён краткосрочными «маркетинг микс» моделями, данные которых базировались только на информации со сканеров супермаркетов.

Цифры, которые полностью отображают события, могут быть получены методом повторных оценок, оценка возрастающего краткосрочного эффекта показывает эффективность рекламы только от 3 до 6 %.

Эксперты полагают, что деньги потраченные на рекламу имеют более сильный эффект по крайней мере в 2 раза. Затруднительность определения результативности, в виду нехватки источников данных и детализации данных, заставляет полагаться на внутреннее чувство, при принятии решений.

Данные со сканеров супермаркетов подходят для составления краткосрочных моделей, но на самом деле они не объясняют то, как маркетинговый план работает (с постоянными клиентами, временными клиентами, теми, кто колеблется при покупке), так же они бесполезны при определении долгосрочного маркетингового эффекта. Данные о потребительских покупках так же часто называют панельными данными:

Цикл покупки товара

- Пробные покупки, повторные покупки

are very helpful.

Historically, the most difficult marketing variable to measure accurately was advertising. A major part of the reason for this shortfall is the effects of advertising consist of both short-term and long-term drivers. Starting in about 1990, the availability of supermarket scanner data has allowed these short-term effects of advertising to be modeled and assessed with good accuracy by use of a sophisticated set of marketing analyses, called «marketing mix» models. These models have employed the combined data sets of: scanner data reflecting sales of specific brands and stockkeeping units (SKUs); information about the presence of features, displays, and other trade deals often referred to as «causal data»; coupon information; and the marketer's media plan in terms of scheduling and gross rating points (GRP) levels. The mix models generally have done a good job at computing the short-term effects of these marketing variables and have helped marketers make better spending allocation decisions than they did in the past.

Unresolved Issues. Yet, as well as the mix models have done in this «short-term» arena, three broad areas of concern remain in the form of unresolved questions/issues. These are: 1) Where exactly does the «everyday» or «base» volume come from? And related to that, can we quantify more precisely the variables that actually make up that base volume? 2) There is a general feeling that a longer-term effect of most marketing variables is «real», but is not being captured by the short-term oriented mix models that are based only on store scanner data. 3) Specifically, there is a gnawing feeling held by both brand managers and their advertising agency counterparts that there is potentially a substantial long-term effect of advertising that is simply not being accounted for by the scanner-based models. The numbers that generate the highest concern are the repeated findings that the incremental short-term effect of advertising almost always ranges from just 3 % to 6 %.

For all the money spent in this area, most of us have felt—but couldn't quantify—that the «real» effect of advertising was perhaps larger by a factor of two to three. However, because we couldn't actually quantify the amount because of limited data sources and lack of data granularity, we had to leave that idea as a gut feeling and couldn't make tough quantitative decisions in this area with data we didn't have.

Household Transaction Level Data. This is the point where the massive sizes of the frequent shopper's databases come in. Scanner data is fine for developing short-term models, but it neither explains

• Уровень потребления (какое количество товара приобретается при покупке)

Панельные данные могут помочь объяснить то, как маркетинговые усилия на самом деле работают, дают детальную информацию о динамике долгосрочных покупок. Только с использованием панельных данных, данных, полученных со сканеров, и каузальных данный, становится ясным действительный вклад маркетинга. Необходимо заметить, что реклама играет чрезвычайно важную роль для товара. Большая часть эффекта рекламы заключается в новом подходе. Только получение данных на уровне потребителя, где специфические покупки являются результатом потребительского поведения, могут быт получены ключевые результаты. Панельные данные так же полезны при демонстрации необходимости последовательных маркетинговых программ.

Долгосрочный эффект рекламы описывается следующим образом. Краткосрочный эффект рекламы для базовых товаров, при использовании данных сканеров супермаркетов составляет 3.7 % от эффективности рекламы. Совокупный дополнительный эффект от возможности рекламы генерировать более быстрое использование товара составляет 0,7 %. Эффект от повторного использования, который является результатом возрастающей рекламной компании составляет 6 %. Совокупное воздействие этих трёх факторов обеспечивает определение «Действительного» эффекта рекламной компании, который составляет 10,4 %

Маркетинговые знания о том, какой действительный эффект рекламы, являются противоположными представлению только о краткосрочности ее эффекта. Детальное изучение долгосрочного эффекта маркетинговых мероприятий постепенно меняет представление о маркетинговой поддержке компаний.

Детальное изучение эффективности маркетинга, изучение механизма работы рекламы помогает объяснить высшему руководству целесообразность вложения средств в маркетинг и определить ожидаемый эффект. Изучение методики оценки эффективности маркетинговых мероприятий и рекламы в частности позволяет определить, какая часть маркетинговых усилий действительно эффективна и почему.

how our marketing plan actually is working (with heavy users, light users, brand switchers, etc.), nor is it useful to model long-term effects of marketing for a variety of mathematical reasons.

Household transaction level data, often shortened to the expression «panel data, » addresses both of these shortcomings. Panel data can help explain how the marketing variables actually are working and lend itself to meaningful analysis of longer-term purchase dynamics such as:

- Brand purchase cycle
- Trial buying vs. repeat buying
- Buying rate (how much is bought at each purchase occasion)

Briefly put, only by overlaying panel data with scanner data and causal data does the real value/contribution of marketing's impact on brand sales become clear.

It is important to note that advertising plays an absolutely critical role for brand. Most of its power is in driving new trial, which is exactly what advertising is generally designed to accomplish. However, only by accessing data at the household level, where specific purchases can be linked to specific buying context, can this crucial outcome be found. Panel data also has been useful for demonstrating the need for consistent marketing programs.

When advertising is working, it should have significant long-term, downstream effects. These effects can be broken down. To recap, the short-term advertising effect for this brand based on a scanner data model is 3.7 % range for advertising effectiveness. The computed additional effect from the ad's ability to generate more rapid brand use-up is 0.7 %. Finally the effect due to additional repeat purchasing that comes from the incremental, advertising-caused triers is a full 6%. The combined influence of these three measures produces the overall «true» effect of advertising at 10.4 %.

As we suggested in the beginning, marketers' knowledge of what the real effect of advertising is, as opposed to their current knowledge of only what the short-term effect is, will systematically change and improve the way marketing support allocation is done today.

The Future. If you approach all of your advertising by constantly questioning all assumptions and testing those assumptions to determine validity, you will be that much more confident of how well your advertising is working. Not all advertising will be effective, but you may be able to modify Wanamaker's plaint and say, «I know that half of my advertising doesn't work, but at least I now know which half.»

СЕРГІЙ ПОТАПЕНКО
Київський національний економічний університет

SERGEY POTAPENCO
Kiev national economic university
graduate student

ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЕФЕКТУ ІНВЕСТУВАННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

DETERMINATION OF ECONOMIC EFFECT OF INVESTING ADVERTISING

У доповіді розглянуто підхід до визначення економічного ефекту комерційної діяльності з урахуванням розповсюдження рекламних повідомлень. Показано взаємозв'язок маркетингової стратегії і рекламної діяльностей. Розглянуто особливості кількісної оцінки якісних показників рекламної діяльності. Визначено подальші шляхи використання результатів розглянутого підходу.

Approach to determination of economic effect taking into account distribution of advertising messages is considered in a report. Relationship of marketing and publicity activity is shown. The features of quantitative estimation of quality publicity performance indicators are considered. The further ways of the use of results of the considered approach are defined.

Діяльність, пов'язана з економічною сферою людського життя, завжди має за мету отримання прибутку. Збільшення прибутку може бути досягнуто багатьма шляхами — розширенням виробництва, зменшенням витрат, стимулюванням збуту продукції. Розглянемо процес стимулювання збуту, який пов'язаний з поширенням інформації про підприємство, його діяльність та якості продукції, що вирізняють її для потенційних споживачів. Витрати підприємства на рекламу своєї продукції чи послуг можна розглядати як певні інвестиції. Інвестиції в рекламу можуть бути як заплановані, так і незаплановані, тобто такі, що відповідають нагальним потребам.

У будь-якому разі встановлення доцільності інвестицій засноване на виборі такої ставки дисконтування, за якої чиста теперішня вартість інвестицій дорівнюватиме нулю. Інвестувати можна як з власних коштів, так і з залучених. У випадку залучених та позичених фінансових ресурсів дисконтна ставка визначається на основі відсоткової ставки на використання таких фінансових ресурсів. У разі власних фінансових ресурсів, дисконтна ставка встановлюється штучно, оскільки підприємство може мати збитки втрачених можливостей, через відмову від прибутку, який можна отримати, вклавши кошти в інші заходи.

Мета реклами — стимулювання збуту продукції. Все інше можна віднести до її завдань.

Крім реклами, на збут товарів великий вплив має загальна маркетингова політика

The activity related to the economic sphere of human life always has the purpose of receipt of income. The increase of income can be attained by many ways — by expansion of production, reduction of charges, sales promotion of products. We will consider the process of sales promotion, which is related to distribution of information about an enterprise, its activity and qualities of products, that select it for potential users. The charges of enterprise on advertising of the products or services can be examined as certain investments. Investments in advertising can be both planned and unplanned, that is such, that answer urgent necessities.

In any case the establishment of expedience of investments, based on the choice of such a rate of discounting, at which the present net cost of investments will equal a zero. Investing is possible from both the personal funds and from attracted. In the case of the attracted and lent financial resources a discount rate is determined on the basis of interest rate on the use of such financial resources. In the case of own financial resources, a discount rate is set artificially, as an enterprise can have the losses from the lost possibilities, through the waiver of income which is possible to get, inlaying facilities in other measures.

The evaluation of investments in advertising must be executed in two directions — analysis of the communication influencing and analysis of economic effect of advertising. Taking into account these features, we will consider approach to determination of sizes of the expected receipts from investments in advertising.

Sales promotion of products is an advertis-

підприємства, згідно якій визначається рівень цін, рівень якості обслуговування покупців, просування продукції на ринок тощо. Тому є підстави стверджувати, що економічний ефект від реклами може бути позитивним лише за виконання такої умови: підприємство повинно мати виважену маркетингову політику свого розвитку, враховуючи, що реклама виступає каталізатором збуту товарів.

Розглянемо можливі часткові випадки:

1. Навіть коли реклама не виконує всіх своїх завдань — все одно може спостерігатися зростання збуту товарів. У такому разі це цілковита заслуга маркетингової політики підприємства.

2. Реклама виконує всі свої завдання, але може спостерігатися відсутність зростання збуту товарів, якщо рівень цін або якість обслуговування не задовольняє потенційних клієнтів підприємства.

Виходячи з даних міркувань, можна стверджувати, що якість виконання завдань реклами та кількісні показники маркетингу підприємства (наприклад, ціна товару) пов'язані певною функціональною залежністю.

Одна з головних складностей у з'ясуванні такої залежності полягає у визначенні кількісних значень показників із сукупності комунікативних показників реклами. Для з'ясування таких показників зручно використати підхід, розглянутий вище [2]. Кількісний аналіз комунікативних показників реклами уможливлює визначення комунікативного впливу рекламного повідомлення та прогнозування факту купівлі товару чи послуги. При цьому слід відзначити, що прогнозування факту купівлі — основа оцінки економічного ефекту реклами.

Отже, вимірявши комунікативний вплив рекламного повідомлення та оцінивши фактори, що спонукають споживачів до купівлі товару, можна оцінити майбутній економічний ефект реклами, враховуючи зважену маркетингову політику підприємства. Для визначення кількісних значень якісних показників реклами можна спиратись на дослідження, результати яких висвітлено [3].

Встановивши розміри очікуваних надходжень від реклами, можна визначити показники, які застосовуються при аналізі ефективності рекламування, а саме:

— обсяг приросту товарообігу за період після рекламування;

— відношення приросту обсягу продаж до суми витрат на рекламу;

— відношення приросту прибутку, який

ing objective. All other it is possible to attribute to its tasks.

Except for advertising, on the sale of commodities a large influence comes from the general marketing policy of enterprise, which the standard of prices is determined in obedience to, level of quality of maintenance of buyers, advancement of products to the market and others like that. It is therefore possible to assert that an economic effect from advertising can be positive only for implementation of such condition: an enterprise must have the weighed marketing policy of the development, taking into account, that advertising comes forward the catalyst of sale of commodities.

We will consider possible partial cases:

1. Even when advertising does not execute all the tasks — however there can be growth of sale of commodities. In such case it is the complete merit of marketing policy of enterprise.

2. Advertising executes all the tasks, but there can be absence of growth of sale of commodities, if the standard of prices or quality of service dissatisfies the target audiences of enterprise.

Coming the given reasonings from, it is possible to assert that quality of implementation of tasks of advertising and quantitative indexes of marketing of enterprise (for example, cost of commodity) are bound by certain functional dependence. One of main difficulties in finding out such dependence consists in determination of quantitative values of indexes from the aggregate of communications indexes of advertising. For finding out such indexes it is comfortable to take approach considered in [2]. The quantitative analysis of communication indexes of advertising allows us to measure the communication influencing of advertising and forecast the fact of a purchase of commodity or favour. It is thus necessary to notice, that prognostication of the fact of purchase is the basis of estimation of economic effect of advertising.

Consequently, measuring the communication influencing of advertising and estimating factors, which induce users to the purchase of a commodity, it is possible to estimate the future economic effect of advertising, taking into account the weighed marketing policy of enterprise.

For determination of quantitative values of high-quality indexes of advertising it is possible to lean against researches the results of which are reflected in [3].

Setting the sizes of the expected receipts from advertising, it is possible to define indexes which are used in the analysis of efficiency of advertising, namely:

отримано після рекламної кампанії, до суми рекламних витрат;

— витрати на рекламу у розрахунку на 1000 споживачів, які були під впливом реклами;

— кількість покупок, що викликані рекламою.

Крім того, особливість розглянутого підходу полягає в тому, що обсяг інвестованих фінансових ресурсів в рекламну діяльність можна розглядати в якості критерію оцінки майбутніх надходжень, що пов'язані з рекламою.

— volume of increase of commodity turnover for period after advertising;

the relation of increase of volume of the sale to the sum of charges on advertising;

— relation of increase of income, which is got after a publicity campaign, to the sum of publicity charges;

— charges on advertising in a calculation on 1000 users which were under act of advertising;

— amount of purchases, that are caused by advertising.

In addition, the feature of the considered approach consists in that the volume of the invested financial resources in ADVERTISING can be examined as a criterion of estimation of the deferred incomes, that are related to advertising.

КАТЕРИНА ПРИХЛЕНКО
Дніпропетровський державний фінансово-економічний інститут
Фінансовий факультет

KATERINA PRYKHLENKO
Dnipropetrovsk State Finance and Economics Institute
Financial faculty

СУЧАСНІ ПРОГРАМНІ ТЕХНОЛОГІЇ АНАЛІЗУ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ДОСЛІДЖЕННЯХ ПРОБЛЕМ МАЛОГО БІЗНЕСУ

MODERN PROGRAM TECHNOLOGIES OF ANALYSING ECONOMIC INFORMATION USED IN RESEARCHING THE ISSUES OF SMALL BUSINES

За допомогою статистичного пакету SPSS проведено аналіз анкетування керівників малих підприємств міста Дніпропетровська. У результаті дослідження, в якому застосовувався частотний аналіз з використанням категоріального методу аналізу множинних відповідей та факторний аналіз, визначено соціальний портрет керівника типового малого підприємства міста. Отримання такої інформації може допомогти у вихованні в сьогоднішніх студентів економічних вназів, на яких покладається надія у розвитку малого підприємництва регіону, бажання, готовності та здібності мати свою власну справу, зробити свій внесок у соціальні та економічні перетворення, що відбуваються в державі.

This work deals with the results of interviewing the heads of small enterprises in Dnipropetrovsk region, these results being processed with the help of SPSS package. With the help of the frequency analysis of the results of questioning done by the method of category analysis of multiple responses and Factor Analysis the social portrait of a head of a typical small enterprise in the city of Dnipropetrovsk was drawn. Such information can be helpful for cultivating in students of economics (on whom we pin our hopes as to the development of small business in the region), of such important features as desire, readiness and ability to have one's own business, thus contributing to social and economic transformations taking place in the state.

Нова парадигма економічної науки передбачає, що глибокі економічні дослідження не можливі без використання сучасних комп'ютерних технологій аналізу інформації. На ринку програмних продуктів є багато статистичних та економетричних пакетів, найбільш популярні з яких SPSS, STATISTIKA, Econometric Views, STATA, SAS та інші. Су-

The new paradigm of economic science implies that profound economic researches are not possible without using modern computer technologies for the analysis of information. In the contemporary software market, there are a lot of packages on statistics and econometrics, the most popular of which are SPSS, STATISTIKA, Econometric Views, STATA, SAS

часні статистичні пакети містять такі методи аналізу даних, як частотний аналіз, розрахунок статистичних характеристик, таблиць кореляцій, методи регресійного аналізу, дисперсійного аналізу, лог-лінійного аналізу, різноманітні методи аналізу часових рядів, методи багатовимірного шкалювання, методи дискримінантного аналізу, факторного аналізу, кластерного аналізу та інші. Використання статистичних та економетричних пакетів дає змогу дослідити кількісні взаємозв'язки між різноманітними економічними факторами, на новому рівні проаналізувати економічні процеси та явища.

У даній роботі за допомогою пакету SPSS проведено аналіз результатів анкетування керівників малих підприємств Дніпропетровської області. Таке анкетування проводилось у 2001 та 2002 роках вченими Дніпропетровського державного фінансово-економічного інституту з метою виявлення факторів, що сприяють або заважають розвитку малого бізнесу в регіоні. У проведенні анкетування приймали також участь студенти інституту.

Актуальність теми дослідження зумовлена великим значенням розвитку малого бізнесу у становленні ринкової економіки країни. Чому саме малому бізнесу приділяється так багато уваги, чому надається перевага малим підприємствам у порівнянні з великими? Пояснити це можна тим, що невеликі підприємства мають низку переваг, їм властива сприятлива атмосфера розвитку, а саме: свобода пошуку, заохочування ініціативи, відсутність бюрократизму у вирішенні питань, готовність до ризику; швидка перевірка на практиці запропонованих оригінальних рішень, швидка адаптація до зміни подій у мінливому економічному середовищі.

До переваг малих підприємств слід віднести також і те, що вони створюються за будь-яких умов, незважаючи на економічні спади, інфляцію, високу платню за кредит, відсутність інфраструктури, невизначеність майбутнього і високий ступінь ризику. Малі підприємства не потребують значного фінансування та особливих зусиль з боку держави для свого розвитку, але вносять неоціненний здобут у розв'язання проблем перехідної економіки, проблем трансформаційного, економічного та соціально-психологічного характеру. Розвиток малого підприємництва розглядається як один із найважливіших факторів сприяння виходу з кризи, забезпечення економічного зростання та соціальної стабільності в суспільстві.

Усе це переконує в тому, що розвиток

and others. Modern statistics packages contain such methods of data analysis as the frequency analysis, calculation of statistical characteristics, cross tabulation and correlations, methods of regressive analysis, variance analysis and log-linear analysis, various methods of time series analysis, methods of multidimensional scaling, methods of discriminant analysis, factor analysis, cluster analysis and others. The use of packages on statistics and econometrics makes it possible to investigate quantitative interrelations between various economic factors and analyse economic processes and phenomena at a new level.

This work deals with the results of interviewing the heads of small enterprises in Dnipropetrovsk region, these results being processed with the help of SPSS package. The scientists of Dnipropetrovsk State Finance and Economics Institute carried out such questioning in 2001 and 2002 with the purpose of revealing factors that assist or hinder the development of small business in the region. The Institute students took part in conducting interviews.

The urgency of the subject under consideration is determined by the importance of small business for the development of market economy in the country. Why is it small business that a lot of attention is paid to nowadays? Why are small enterprises given preferences to? The possible answer is that small enterprises have a number of advantages resulting from the special atmosphere characterizing the development of small business — freedom of search, encouragement of inventiveness, absence of bureaucracy in settling issues, readiness to risk; immediate try out of suggested original decisions, and quick adaptation to changes in the unstable economic environment.

Among the advantages of small enterprises is also their ability to appear under any conditions — in spite of economic recession, inflation, high credit rates, absence of infrastructure, uncertainty about the future and high riskiness. Small enterprises do not demand considerable financing and special efforts on the part of the state for their development, but they make valuable contribution in the solution of problems accompanying transitive economy — problems of economic and socio-psychological character. The development of small entrepreneurship is considered as one of the major factors of overcoming crisis, providing economic growth and ensuring social stability in the society.

All this proves that the development of small business is an important factor of reforming the economy, a necessary condition and a

малого підприємництва — важливий фактор реформування економіки, необхідна умова та відправний пункт формування повноцінного ринкового середовища, економічного зростання та збереження соціально-політичної стабільності в країні. Але розвиток цього сектору економіки в Україні не можна вважати задовільним.

Так, незважаючи на наявне зростання, хоча й повільне, кількості малих підприємств у Дніпропетровській області (з 33 малих підприємств на 10 000 осіб наявного населення у 1998 році до 43 підприємств у 2001 році), стан розвитку малого підприємництва не відповідає соціальним та економічним потребам регіону. Обсяг продукції (робіт, послуг), виробленої на малих підприємствах у 2001 році, в діючих цінах становив 3,9 % до загального обсягу виробництва регіону, а кількість працездатного населення, зайнятого у малому бізнесі у 2000 році, склала тільки 5 %.

Метою даного конкретного дослідження було визначення соціальних аспектів характеристики підприємця міста Дніпропетровська. Отримання такої інформації може допомогти у вихованні в сьогоднішніх студентів економічних вузів, на яких покладається надія щодо розвитку малого підприємництва регіону, бажання, готовності та здібності мати свою власну справу, зробити свій внесок у соціальні та економічні перетворення, що відбуваються в державі.

Частотний аналіз результатів анкетування з використанням категоріального методу аналізу множинних відповідей [1] дозволив отримати соціальний портрет керівника типового малого підприємства міста Дніпропетровська — це чоловік віком 30—50 років з вищою освітою, у більшості випадків інженерною. У порівнянні з 2001 роком типовий керівник малого підприємства трохи помолодшав (якщо у 2001 році молодшими за 30 років були 8 % керівників, то у 2002 році — вже 12 %; керівники віком 31—50 років у 2001 році складали 66 %, у 2002 році — 79 %). Також можна відзначити, що у 2002 році майже на 6 % збільшилась кількість бізнесменів, які мають економічну освіту. Найважливішими цінностями для керівника типового малого підприємства є сім'я (17 %), здоров'я (15 %) та матеріальне благополуччя (15 %), найважливішими моральними цінностями є чесність і порядність (15 %) та свобода (12 %). Найбільш приваблює підприємців у посаді, яку вони займають, можливість реалізувати свої здібності (17 %), можливість діяти самостійно (14 %) та можливість

starting point of creating market environment, economic growth and preservation of socio-political stability in the country. Yet, the level of development of this sector of economy in Ukraine is far from being satisfactory.

For example, despite some growth, though slow, of the number of small enterprises in Dnipropetrovsk region (from 33 small enterprises per 10,000 of population in 1998 up to 43 in 2001), the situation with small business meets neither social nor economic needs of the region. In 2001, the volume of output (production and services) at small enterprises made 3.9 % of the total output of the region, and the number of people engaged in small business was only 5 % of the able-bodied population.

The purpose of this research was to ascertain social characteristics of a businessman in the city of Dnipropetrovsk. Such information can be helpful for cultivating in students of economics (on whom we pin our hopes as to the development of small business in the region), of such important features as desire, readiness and ability to have one's own business, thus contributing to social and economic transformations taking place in the state.

The frequency analysis of the results of questioning was done by the method of category analysis of multiple responses [1]. With its help, the social portrait of a head of a typical small enterprise in the city of Dnipropetrovsk was drawn. It is a man of 30-50 years old with higher education, for the most part in engineering. In comparison with 2001, a typical head of a small enterprise became a little younger (in 2001 only 8 % of heads were at the age below30 years, whereas in 2002 this group amounted to 12 %; heads aged 31-50 years made 66 % in 2001 but 79 % in 2002). Also, it should be noted that in 2002 the number of businessmen with economic education increased almost by 6 %. The major values for a head of a typical small enterprise include family (17 %), health (15 %) and material welfare (15 %); the most important moral values are honesty and decency (15 %) and freedom (12 %). Among the attractions of their position, businessmen point out the opportunity to realize their abilities (17 %), the opportunity to operate independently (14 %) and the opportunity to receive high incomes (10 %). In comparison with 2001, these figures almost did not change. It is necessary to note that less than 5 % of businessmen in Dnipropetrovsk mentioned patriotism and belief in God as major values for them.

To determine complex factors that reflect the social portrait of the head of a typical small enterprise, and which strongly correlate between

отримувати високі доходи (10 %). У порівнянні з 2001 роком ці результати майже не змінилися. Слід запам'ятати, що менше 5 % бізнесменів міста Дніпропетровська відзначили як найважливішу для них цінність патріотизм та віру у Бога.

З метою отримання комплексних факторів, які містять характеристики соціального портрету керівника типового малого підприємства, що сильно корелюють між собою, застосовано факторний аналіз. Факторний аналіз проведено за допомогою розділу Factor Analysis опції Data Reduction пункту меню Analysis [1]. У результаті аналізу відповіді на питання, які цінності є найважливішими, отримано 4 комплексних факторі: фактор 1 — «Віра у Бога», який додатньо корелює із змінною «Віра у Бога» (факторне навантаження дорівнює 0,714) та від'ємно корелює із змінною «Матеріальне благополуччя» (факторне навантаження дорівнює — 0,734); фактор 2 — «Чесність і порядність», який додатньо корелює із змінною «Чесність і порядність» (факторне навантаження — 0,779) та від'ємно корелює із змінною «Лідерство» (факторне навантаження — 0,710); фактор 3 — «Здоров'я», який додатньо корелює із змінною «Здоров'я» (факторне навантаження — 0,691) та від'ємно корелює із змінною «Суспільна справедливість» (факторне навантаження дорівнює — 0,854); фактор 4 — «Авторитетність», який додатньо корелює із змінною «Авторитетність» (факторне навантаження — 0,574) та від'ємно корелює із змінною «Свобода» (факторне навантаження дорівнює — 0,818). Як виявилось, фактор 3 «Здоров'я» є важливим для жінок-керівників малих підприємств, фактор 4 «Авторитетність» вважається важливим для підприємців з вищою освітою.

themselves, the factor analysis was used. The factor analysis was done with the help of the unit Factor Analysis of the option Data Reduction in the menu item Analysis [1]. As a result, the answer to the question «Which values are the most important for you?» was found to contain 4 complex factors: factor 1 — «Belief in God», which positively correlated with the variable «Belief in God» (factor loading equalled 0.714) and negatively correlated with the variable «Material welfare» (factor loading equalled -0.734); factor 2 — «Honesty and decency», which positively correlated with the variable «Honesty and decency» (factor loading made 0.779) and negatively correlated with the variable «Leadership» (factor loading equalled — 0.710); factor 3 — «Health», which positively correlated with the variable «Health» (factor loading equalled 0.691) and negatively correlated with the variable «Social justice» (factor loading equalled –0.854); factor 4 — «Authoritativeness», which positively correlated with the variable «Authoritativeness» (factor loading made 0.574) and negatively correlated with the variable «Freedom» (factor loading equalled — 0.818). It appeared that factor 3 «Health» was important for business women, and factor 4 «Authoritativeness» was valuable for businessmen with higher education.

НАТАЛЬЯ ПРУТЧИКОВА
Днепропетровская национальная металлургическая академия Украины,
Экономический факультета,
4 курс

NATALIJA PRUTCHIKOVA
Dniepropetrovsk National Metallurgical academy of Ukraine,
the 4th year student of economic faculty

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА В УСЛОВИЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

STATE ECOLOGO-ECONOMIC POLICY IN CONDITIONS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Дослідження питань економічного розвитку та можливостей його забезпечення є в су-

The research of questions of economic development and opportunities of its maintenance is

часних умовах надзвичайно актуальним. Після завершення етапу ринкових трансформацій Україна стоїть перед проблемою прискореного проходження індустріального етапу розвитку та переходу від індустріального до постіндустріального суспільства. Можливість ефективного здійснення такого переходу пов'язана із застосуванням стратегій економічного розвитку. Автор розглядає експортоорієнтацію як одну з таких сучасних стратегій розвитку, націлену на вигоди, які отримає країна від використання своїх порівняльних переваг у світовій торгівлі та конкуренції, від інтеграції до системи світового господарства. В статті проаналізовано переваги й огріхи даної стратегії та виявлено її межі. Особлива увага приділяється можливостям, умовам і проблемам застсування експортоорієнтації в Україні.

very urgent in modern conditions. After end of the stage of market transformations Ukraine faces a problem of the accelerated passage of an industrial stage of development and transition from industrial to postindustrial society. The opportunity of effective realization of such transition is connected weth the use of strategy of economic growth. The author considers export orientation as one of such modern strategies of development aimed at benefit, which will be received by the country from use of the comparative advantages in global trade and competition, from integration in system of a world economy. Here advantages and lacks of the given strategy are analysed and its borders are determined. Special attention is given to opportunities, conditions and problems of the use of export orientation in Ukraine.

Концепция «устойчивого развития» была принята на Конференции ООН в 1992 г. в Рио-де-Жанейро и зафиксирована в Декларации по вопросам окружающей среды и развития «Повестка дня на XXI век». Под устойчивым развитием понимают такой тип национального хозяйствования, который удовлетворяет социальные, экономические и экологические потребности нынешнего и будущих поколений. Другими словами, это такое развитие, при котором воздействия на окружающую среду остаются в пределах допустимого антропогенного воздействия на биосферу, так что не разрушается природная основа для воспроизводства жизни человека.

В основу стратегии устойчивого развития Украины должна быть положена интеграционная политика в экономической, социальной и экологической сферах на всех уровнях функционирования государства. Так как состояние окружающей среды является фундаментом развития социально-экономической системы государства, то экологизация производства и рациональное использование природных ресурсов должны стать приоритетными направлениями государственной и региональной политики на пути к устойчивому развитию. Экологизация экономики предполагает структурные преобразования, суть которых состоит в ликвидации неэффективных экологоопасных предприятий и внедрении эффективных конкурентоспособных производств и видов деятельности.

Для осуществления экологизации экономики и рационального использования природных ресурсов необходима законодательная политика, содействующая становлению

The concept of «sustainable development» was accepted at the Conference of the United Nations in 1992 in Rio de Janeiro and is fixed in the Declaration on problems of the environment and the development «Agenda for XXI century». The sustainable development supposes such type of national management, which satisfies social, economic and ecological needs of present and future generations. In other words, it is such a development, when influences on the environment remain within the limits of allowable anthropogenous pressure on biosphere, so the natural basis for reproduction of human life does not collapse.

The integration policy in economic, social and ecological spheres should be taken as a principle of sustainable development strategy in Ukraine at all the levels of state functioning. As the condition of the environment is the base of social and economic development of the state system, the ecologization of production and rational use of natural resources should become the priority directions of the state and regional policy on the way to sustainable development.

The ecologization of the economy provides structural transformations, consisting in liquidation of inefficient ecologically dangerous enterprises and introduction of effective competitive industries and forms of activity.

The economy ecologization realizing and rational use of natural resources require legislative policy, assisting the formation of national ecocapital, stimulating businessmen of all ranks to ecologization, creating the most favourable conditions for enterprises engaged in reconstruction of manufacture with the purpose of its ecologization, stimulating the development of ecological business both on national, and re-

национального экокапитала, стимулирующая предпринимателей всех рангов к экологизации, создающая режим наибольшего благоприятствования предприятиям, занимающимся реконструкцией производства в целях его экологизации, стимулирующая развитие экологического предпринимательства как на национальном, так и на региональном уровнях.

Переход Украины к модели устойчивого развития связан с поиском и привлечением, прежде всего, внутренних резервов, что предусматривает пересмотр критериев и механизмов планирования расходов на охрану окружающей природной среды; координацию механизмов распределения средств из бюджетов разного уровня на природоохранные цели; определение границ расходов бюджета на охрану окружающей природной среды не ниже суммы ресурсных поступлений в бюджет; установление фиксированного процента отчислений с общегосударственных налогов в местные бюджеты (плата за землю), направляемого на воссоздание и охрану местных природных ресурсов; создание Национального экологического фонда с региональными подразделениями для концентрации в нем всех экологических сборов для реализации природоохранных программ; налаживание торговли квотами на выбросы; завершение административной реформы и усовершенствование государственной системы управления в сфере охраны окружающей среды и экологически сбалансированного природопользования.

В современных условиях у отечественных природопользователей отсутствует стимул инвестирования средств в повышение экологической безопасности, поэтому необходим переход к стимулирующей экологизацию налоговой системе, предусматривающей создание полноценного и действенного института экологических налогов путем увеличения доли рентного налогообложения в общих налоговых поступлениях; освобождения от налогообложения инвестиций на создание и освоение новых перспективных технологий; налаживания механизмов привлечения неналоговых поступлений от эксплуатации природноресурсного потенциала для финансирования природоохранных программ; налаживания механизмов регионального экологического налогообложения (расширение местных налогов за счет экологических с правом их выбора на усмотрение органов местного самоуправления); закрепления за бюджетами базового уровня некоторых общегосударственных экологических

gional levels.

The transition of Ukraine to the model of sustainable development is concerned with the search and the attraction, first of all, of internal reserves that provides for the revision of criteria and mechanisms of planning of charges on the environmental protection; coordination of mechanisms of distributing means from budgets of different levels for nature protection purposes; determinating budget limits of the charges on environmental protection not lower than the sum of budget resource receipts; determination of the fixed percent of allocations from nation-wide taxes in local budgets (the payment for the land), which should be directed at local natural resources reconstruction and protection; creation of the National ecological fund with regional departments for concentration in it of all ecological payments for realization of nature protection programs; adjustment of trade by quotas on emissions; completion of administrative reform and improvement of the state management system in the sphere of environmental protection and ecologically balanced using of natural resources.

In contemporary conditions the domestic users of natural resources have not stimulus to invest in ecological safety increasing, therefore it is necessary to carry out the transition to the tax system, stimulating the ecologization, providing the creation of effective ecological taxes institute of real value by increasing a share of the rent taxation in common tax revenues; clearing taxation of investments on creation and development of new perspective technologies; adjusting mechanisms of attraction of non-tax revenues from exploitating a natural resources potential for financing nature protection programs; adjusting mechanisms of the regional ecological taxation (expansion of local taxes due to the ecological ones, with the right of their choice at the discretion of local government institutions); attaching some nation-wide ecological taxes to base level budgets.

In conditions of management decentralizing and increasing role of the regional development, the territorial regulation of using natural resources, which assumes the economic estimation of the natural resources potential on the basis of aggregation of the differential and absolute rents, synthesizing a degree of the contribution of this or that resource in efficiency of social production, is getting special urgency.

It is expedient to carry out and legalize the ecological dividing the territory of Ukraine into districts, having developed the standards of allowable technogenic loadings on the environ-

налогов.

В условиях децентрализации управления и повышения роли регионального развития особую актуальность приобретает территориальное регулирование природопользования, которое предполагает экономическую оценку природноресурсного потенциала на основе агрегирования дифференциальной и абсолютной рент, синтезирующих степень вклада того или иного ресурса в эффективность общественного производства.

Целесообразным представляется осуществить и узаконить экологическое районирование территории Украины, разработав для каждого из регионов нормативы допустимой техногенной нагрузки на окружающую среду и соответственно ввести территориальные коэффициенты для сборов за использование природных ресурсов. В стратегии природоохранного инвестирования важную роль играет активизация разработок и применения новейших ресурсосберегающих технологий, создание высокотехнологичных и конкурентоспособных производств, прежде всего, в приоритетных отраслях (энергетика, агропродовольственный комплекс, современное машиностроение, наука, образование, здравоохранение) и специальных экономических зонах (СЭЗ) как территорий приоритетного развития. Целесообразно разработать программы по оздоровлению окружающей среды в зонах экологического кризиса и по нормализации обстановки на экологически неблагоприятных территориях, осуществить сплошную экспертизу экологически опасных предприятий и установить за ними действенный контроль.

Частью работ по экологизации на региональном уровне должна быть комплексная переработка отходов, переход к внутри- и межотраслевому принципу создания территориальных промышленных комплексов, когда возникающие отходы своевременно включаются в единый производственный процесс их последовательного использования, создание центра радиационного мониторинга. В конверсии военной сферы приоритетным направлением становится создание и внедрение экофильных технологий, разработка и производство экологического оборудования, приборов и аппаратов контроля за использованием ресурсов и загрязнением окружающей среды, разработка локальных и территориальных систем мониторинга для объектов военной сферы, представляющих угрозу окружающей среде и здоровью населения, а также для объектов ядерно-топливного цикла.

Ввиду перехода на модель устойчивого

ment for each region and to introduce the corresponding territorial coefficients for the payments from using natural resources.

In strategy of nature protection investment the activization of development and employment of the newest resource saving technologies, creation of hi-tech and competitive manufactures, first of all, in priority branches (power engineering, agro-food complex, modern mechanical engineering, science, education, public health services) and in special economic zones (SEZ), as territories of priority development, are of great importance.

It is expedient to develop programs on environment normalization in zones of ecological crisis and in ecologically unfavourable territories, carry out an overall examination of ecologically dangerous enterprises and put them under effective control.

As a part of work on ecologization at a regional level there should be the complex processing of industrial wastes, the transition to inside- and inter-branch principle of the creation of territorial industrial complexes, when arising

industrial wastes are included in unified production process of their consecutive use, the creation of radiating monitoring center.

In conversion of military sphere by the priority direction there should be creation and introduction of ecofeeling technologies, development and production of the ecological equipment, devices and apparatus, controlling the use of resources and environmental pollution, development of local and territorial systems of monitoring for the objects of military sphere, endangering the environment and the health of the population, and also for objects of the nuclear-fuel cycle.

Because of the transition to the model of sustainable development it is necessary to carry out systemic, organizational, structural, technically-technological reorganization and modernization of national and regional agro-industrial complexes on the basis of ecologo-economic principles by the accelerated development on the base of additional investments attraction of those economic structures, which can provide high ecologo-economic efficiency of agro-industrial production.

Thus, a way out for Ukraine from economic crisis and the achievement of economic growth are possible only under the condition of the development of national ecological doctrine in the context of macroeconomic models of stabilization and sustainable development.

развития следует осуществить системную, организационную, структурную и технико-технологическую перестройку и модернизацию национального и региональных АПК на основе эколого-экономических принципов путем ускоренного развития на базе привлечения дополнительных инвестиций тех хозяйственных структур, которые могут обеспечить высокую эколого-экономическую эффективность агропромышленного производства.

Таким образом, выход Украины из экономического кризиса и достижение стабильного экономического роста возможны только при условии разработки национальной экологической доктрины в контексте макроэкономических моделей стабилизации и устойчивого развития.

ОЛЕНА ПШЕНИЧНА
Національна металургійна академія України
Економічний факультет, 4 курс

OLENA PSHENICHNA
National metallurgical academy of Ukraine
economic faculty, 4th year

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА БЕЗПЕКА РОЗВИТКУ

GLOBALIZATION OF ECONOMICAL TRANSFORMATION AND SAFETY OF GROWTH

Робота висвітлює основні напрями державної політики в сфері глобалізації економічної трансформації, розглянуті можливі наслідки інтеграційного процесу України. Виконана конкретизація політики в сферах економіки, політики та міжнародних інтеграцій. Визначена роль держави в економічній трансформації України.

The article deals with the basic directions of state politics in the sphere of globalization of economic transformation, the possible consequences of integration process of Ukraine are determined. The concrete definition of policy in the spheres of economy, politics and international integrations is executed. The role of the state in economic transformation of Ukraine is defined.

У контексті глобальних трансформаційних процесів, що відбуваються у різних країнах світу, наша країна змінила напрями свого соціально-економічного розвитку, стала на шлях системних економічних та політичних реформ і економічного зростання у поєднанні з активною соціальною політикою. Складність завдань соціально-економічної трансформації поступу України, її інтеграції в світогосподарські зв'язки викликає гострі дискусії серед науковців, державних та політичних діячів щодо реформ, їх ефективності й адекватності сучасному цивілізаційному процесу.

Наслідки індустріальної епохи супро-

In the context of global transformation process witch is happening in different countries of the world today Ukraine has changed its socio-economical growth, Ukraine begun economical and political reforms in connection with social policy.

Difficulties of social-economical transformation movement of Ukraine and integrity to world connections cause sharp disagreements between researchers, in regard to reforms, their effectiveness and adequate, up-to-date civilized process. Results of industrial era come along with a deep structural and macroeconomic crises'. The experience of developed countries shows that, high level of need in industrial

воджуються глибокими структурними та макроекономічними кризами. Досвід розвинутих країн показав, що високий рівень споживання на індустріальній основі досягається непомірно дорогою ціною: розтратою земельних ресурсів; нераціональним використанням людського потенціалу; порушенням рівноваги між діяльністю людини та природним середовищем.

Структурна перебудова покликана сприяти створенню засад нової постіндустріальної цивілізації з наступними ознаками: перехід до нового технологічного способу виробництва і нового типу економічного зростання; гуманізація і соціалізація економіки; наявність різних форм власності та економічних укладів, еволюція економічних відносин та інститутів; посилення інтеграційних процесів.

Вітчизняна економіка переповнена суперечностями, найбільш значними з яких є: суперечності між соціально-економічними потребами і суспільно-економічним потенціалом, який реально використовується; між виробництвом та інвестиціями, необхідними для розширеного відтворення; реальним попитом на продовольчі товари і станом агропромислового виробництва; системою цін, зорієнтованою на існуючи світові стандарти і витратами вітчизняних товаровиробників; фінансовими потребами та доходами підприємств; зовнішнім боргом та експортом держави.

Стратегія розвитку України на першу чверть XXI сторіччя не може бути сформована і прийнята без повного врахування чинників силової глобалізації і глобальної інтеграції, які справлятимуть вирішальний вплив на життя нації. Для вибору оптимальної політики по відношенню до глобалізації необхідно оцінити можливі здобутки та втрати від неї для конкретної країни. Позитивними наслідками для України будуть: можливості більш повніше використовувати переваги міжнародного розподілу праці; отримання допомоги від міжнародних фінансових організацій для вирішення внутрішніх проблем; вихід на світові ринки конкурентоспроможних наукомістких виробництв; використання досвіду економічних перетворень в інших країнах для ринкової трансформації економіки України. До негативних можна віднести: зменшення «коридору» свободи вибору економічних та політичних дій; визнання свого периферійного місця в світі, та затвердження цього положення; деградація неконкурентоспроможних виробництв, зріст безробіття; втрата національного колориту та

foundation reached a non-worldly expensive price: the use of land resources; irrational use of human potential; disturbing the balance between what humans do and the nature sphere.

Structure of rebuilding called to assist the foundation of a new post-industrial civilization with the following signs: movement to new technological abilities to process and new types of economic growth; humanization and socialization of the economy, shown in different forms of owners and economical structure, evolution of economical connections and institutes; strengthening integration processes.

Native economics is overfilled with disagreements. They are: disagreements between social-economical needs and social-economical potential which in reality is used between the money made and money invested, system of pricing, orientation on existing standard and spending of natural makers of a product; financial needs and earnings; exterior loan an export.

The strategy of development of Ukraine in the first quarter of the 21st Century can't be formed and accepted without taking into account factors of strong globalization and global integration, which make the final command on the life of the nation. For optimal choice of political strategy on globalization, it is very important to evaluate possibilities of earning and spending for countries. Positive traces for Ukraine will be: possibilities are more full to use better international division of labour; help from international financial organizations for decisions on interior problems; exit to world market opponents; the use of knowledge in economical remakes in other countries for transformation of economic market in Ukraine. Negatives can be: making the «hall» smaller, free votes in economic and political ideas; knowing your place in the village in the world, and finalizing this situation; degradation of the out-of-business, and partial losing of national integrity.

Very important state policy in the sphere of global economic transformation have to be:

in economic sphere:

— state upholding those companies, which are able to compete with other companies in other countries to have a part the world market and earn needed capital from absolute economic monopoly

— defense of native products, producers of which in the interior market can't effectively compete with international companies

— movement to innovation type of economic growth using existing technology and potential education in the country

часткова втрата національної культури; втрата права на пошук, помилку а можливо й на успіх.

До основних напрямів державної політики у сфері глобальної економічної трансформації повинні належати —

в економічній сфері:

— державна підтримка тих галузей та виробництв, які в змозі на рівних конкурувати з провідними виробниками світу для здобуття частини світового ринку та отримання користі від абсолютних економічних переваг (виходячи з кон'юнктури світового і внутрішніх ринків та наявності факторних умов, до пріоритетних галузей промисловості віднесено деякі виробництва машинобудування, металургійної промисловості, хімічній і нафтохімічній, деревообробній, промисловості будівельних матеріалів та легкій);

— захист вітчизняного ринку продуктів, виробники яких на внутрішньому ринку не в змозі ефективно конкурувати з іноземними фірмами з одночасним стимулюванням підвищення їх конкурентоспроможності;

— перехід до інноваційного типу економічного зростання на засадах використання існуючого в країні науково-технічного та освітнього потенціалу;

— створення рівних інвестиційних умов для вітчизняних та іноземних інвесторів, заохочування іноземних інвес-тицій в грошовій формі для досягнення внутрішнього мультиплікаційного ефекту;

— розширення можливостей використання внутрішніх джерел для інвестиційної діяльності й державних позик, використання зовнішніх державних кредитів лише під такі інноваційні проекти, які спроможні наблизити економіку до Центру світової спільноти;

у політичній сфері:

— послідовне зміцнення політичної незалежності країни, її державності;

— наближення вітчизняного законодавства до загальноприйнятих у розвинутих країнах норм;

— послідовне проведення політики неприєднання до воєнних блоків та щільна співпраця з міжнародними організаціями в рамках ООН, об'єднаної Європи та інші;

у сфері міжнародних ініціатив:

— кооперація зі світовою спільнотою для прийняття рішень відносно найгостріших проблем валютно-фінансової сфери, екології, охорони здоров'я, боротьби з тероризмом;

— зміцнення двосторонніх відносин з найближчими сусідами, часткове відновлення ринків збуту в СНД, в майбутньому — вступ до Європейського союзу.

— creation of equal investing conditions for native and foreign investors, attracting foreign investments in the money form for earning interior multiplication effect

— widening abilities to use interior sources for investment and state loans, using circular state credit for these types of investing projects, which could bring economics closer to the world community in political sphere

— step-by-step political independence policy of the country

— oncoming of the native low to accepted in developed countries legislation

— step-by-step movement to the policy of non-connecting with war blocks and tense cooperation with international organizations under the influence of OON, Union Europe the and others

in sphere of international initiatives:

— cooperation with the world community for solving sharpest problems in financial-money sphere, ecology, protection of health, war with terrorism

— strengthening bilateral relations with the nearest neighbors, partial restoration of the selling markets in CIS, in the future —in the European union.

A natural element of transformation is the qualitative change of the role of state, due to realization of thorough administrative and law reform.

Optimum for Ukraine is to consider such policy, which allows it to take the most for realization of the interests of new opportunities of globalization and to minimize its negative consequences.

The transformation at the end should result in more effective interaction between socio-economic factors, as the role and importance of market institutes considerably grow during large-scale public changes. And in connection with such a situation in business it is not reasonable to rely on automatic, spontaneous and quick formation of institutes of civilized market economy.

Органічний елемент трансформації є якісна зміна ролі держави, що відбувається завдяки проведенню ґрунтовної адміністративної та судової реформи. Оптимальною для України можна вважати таку політику, яка дає змогу максимально використовувати для реалізації своїх інтересів нові можливості, що відкриваються глобалізацією, та мінімізувати її негативні наслідки.

Трансформація в кінцевому підсумку має вести до ефективнішої взаємодії між соціально-економічними чинниками, а держава не може втрачати свою роль у зв'язку з тим, що роль і значення ринкових інститутів помітно зростає в період великомасштабних суспільних перетворень. А за такого становища не варто розраховувати і покладатися на автоматичне, спонтанне і достатньо швидке формування інститутів цивілізованої ринкової економіки.

ІННА РАДІБОВА
Інститут держави і права ім. В. М. Корецького НАН України
Здобувач відділу історико-політологічних досліджень держави і права України

INNA RADIBOVA
The institute of government and law after V. M. Korezkij,
post graduate student, department of historical and researches of the Ukrainian law

ВПЛИВ МАГДЕБУРЗЬКОГО ПРАВА НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК МІСТ ТЕРНОПІЛЬЩИНИ

THE INFLUENCE OF MAGDEBURG LAW ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF CITIES OF TERNOPIL REGION

У тезах на основі першоджерел та спеціальної літератури простежується вплив магдебурзького права на економічний розвиток міст Тернопільщини.

In the article on the basis of the primary sources and special literature the influence of Magdeburg law on the economic development of cities of Ternopil region is traced.

Становлення України як незалежної держави стало поштовхом для пошуку оптимальних моделей самоврядування для населених пунктів та окремих регіонів країни. В умовах проведення соціально-економічних реформ виникає низка проблем, розв'язанню яких може допомогти правильне використання історичного досвіду, зокрема багатовікової практики існування на українських землях магдебурзького права. Винесення уроків з минулого і врахування їх у непростих умовах сьогодення дозволяє уникнути помилок і прорахунків, ефективніше скористатися історичним шансом остаточного утвердження України як демократичної соціальної правової держави.

Варто підкреслити, що проблематика магдебурзького права є однією з провідних у вітчизняній історико-юридичній науці. Проте, незважаючи на наявність класичних досліджень В. Б. Антоновича[1][i], Д. І. Багалія[2][ii], І. М. Каманіна[3][iii], А. І. Яковліва[4][iv] та деяких інших авторів, ряд досить суттєвих аспектів цієї проблеми досі не дістав належного висвітлення у науковій літературі.

Яку роль відіграло магдебурзьке право у розвитку міст України? Чи надання німецького права сприяло економічному розвитку міст? Дослідники по різному відповідають на ці питання. Метою даного дослідження є аналіз окремих досягнень вітчизняної та зарубіжної історіографії, а також самих привілеїв, наданих містам Тернопільщини.

Магдебурзьке право — важливе джерело права на українських землях, так зване феодальне міське право, за яким міста звільнялись від управління і суду феодалів. У його основі — скодифіковані в XIII ст. норми звичаєвого права і судові ухвали німецького міста Магдебурга, перейняті згодом багатьма містами Німеччини, Чехії, Польщі, Литви,

The formation of Ukraine as an independent state became a push for the search of optimum models of self-management for settlement and separate regions of the country. In conditions of realization of social economical reforms there are a number of problems, which can be solved by the correct use of historical experience, in particular a centuries-old practice of the existing in Ukraine Magdeburg law. The lessons of the past in uneasy conditions of today allow avoiding mistakes and miscalculations, more effective use of historical chance of the final statement of Ukraine as a democratic social legal state.

It is necessary to emphasize that the problematic content of Magdeburg law is one of the main in domestic historical law literature. However, despite existing classical experiences by V. B. Antonovych, D. I. Bagalyi, I. M. Kamanin, A. I. Yakovliv and some other authors a number of the important aspects of this problem are not enough dedicated in the scientific literature.

What role has Magdeburg law played in the development of Ukrainian cities? Did the German right help economic development of cities? Scientists answer these questions in different ways.

The aim of this scientific work is the analysis of separate achievements of the domestic and foreign historiography, and also privileges inherent in cities of Ternopil region.

Magdeburg law is the important source of the law on the Ukrainian grounds, so-called feudal urban right, for which the cities were released from management and court of the feudal lords.

It represents norms coded in the XIII century from the customs and judges' decisions of German city Magdebourg, which were taken by many cities of Germany, Czech Republic, Po-

України та Білорусі[5][v].

Не виникає сумнівів, що магдебурзьке право мало вплив на соціальний побут, економічний розвиток, право багатьох міст не лише Тернопільщини, а й України.

М. Владимирський-Буданов стверджує, наприклад, що при запровадженні магдебурзького права переслідувалася економічна вигода. Однак цими привілеями користувалися насамперед німці та євреї[6][vi]. В свою чергу привілей про надання польським магнатом Адамом Сенявським магдебурзького права М. Гримайлову від 27 червня 1720 р. не розмежовує громадян міста за національністю чи віросповіданням[7][vii].

До надання магдебурзького права розвиток економіки на західноукраїнських землях був призупинений страшними татарськими нападами. Торгівля галицьких міст також зазнала різних перешкод і з боку львівських купців, які «косо» дивилися на торговиці, що піднімались і розвивались навколо Львова, тому намагалися всіляко ослабити їх конкуренцію. Це спричинило значний занепад багатьох міст[1][viii]. Лише привілеї магдебурзького права сприяли економічному розвитку міст.

Так, у привілеї короля Сигізмунда І місту Бережани 1530 року вказано: «… на користь міста з цього часу встановлюються два щорічні ярмарки. Один відбувався на Великдень, а другий на Святого Петра. Щотижневі торги мали бути по п'ятницям, однак без порушення прав інших найближчих міст та містечок. Дозволяється кожному окремо і всім в загальному: купцям, візникам і людям будь-якого стану, віросповідання й проживання до вищевказаного м. Бережани для закупівлі прибувати, як у вказані торгові, так і в будь-які інші дні для торгу і всі вищевказані товари купувати, продавати, міняти …»[2][ix].

Проведення ярмарок в містах приводило до «прибільшення числа мешканців зі сіл і купців та ремісників в особливості»[3][x]. Це в свою чергу приносило великі прибутки не лише власникам міста, а й мешканцям. Розвиток торгівлі сприяв швидкому збільшенню чисельності населення. У Теребовлі до середини XVII ст. кількість мешканців становила майже три тисячі чоловік. До верхівки належали багаті купці, власники броварень, млинів, ґуралень, шляхтичі[4][xi]. Міщани отримували різноманітні пільги щодо торгівлі та промислів (на вільне виробництво горілки, пива і меду, навіть на торгівлю заморськими винами). Для поповнення місцевої казни було введено низку міських податків: торгове мито з усякого роду привізних товарів, вагове від ваги, помірне від міри, мостове. Міська казна поповнювалася за рахунок податку з купців та

land, Lithuania, Ukraine and Belarus.

There is no doubt, that Magdeburg law is the law of many cities not only in Ternopil region, but also in Ukraine strongly influencing the economic development.

M. Vladimyrsky-Budanov emphasizes, that Magdeburg law pursued the economic benefit was. However, the privileges first of all were used by Germans and Jews. In turn privileges about Magdeburg law, done by Adam Senyavsky to city Grymailov June 27 1720, did not divide the citizens of city by the nationality or religion.

Before Magdeburg law in Ukraine, the development of economy in the West Ukraine was stopped by terrible Tatar attacks. The trade of Galich cities has felt different infringements on the part of Lviv merchants, who tried to weaken their competition. It caused decline in many cities. Only privileges on Magdeburg law stimulated the growth of economy in cities.

In conditions of the market economy the majority of the citizens of Ukraine earn from trade, as it was many years ago. As many years ago taxes do not stimulate and they are the source of many offences. The experience of the history will help to avoid mistakes in today's conditions of the state creation.

ремісників відповідно до їх доходів[5][xii].

Негативно оцінює привілеї М. Сенявського, надані місту Гримайлову, І. Франко: «… обтяживши міщан данинами і повинностями на користь своєї власної кишені, не соромиться повчати їх про «добрий і справедливий» обов'язок плачення ще й понад те всіх публічних податків і поношення всяких державних тягарів»[1][xiii].

За ринкової економіки більшість громадян України отримують прибуток за рахунок торгівлі, як і багато років тому. Як і у далекому минулому, сьогодні накладання податків на фізичних та юридичних осіб не стимулює а породжує велику кількість порушень законодавства. Звернення до історії допоможе уникнути помилок і прорахунків у державотворенні.

ВЛАДИМИР РЕЗНИК
Восточноукраинский национальный университет имени В. Даля
студент 3 курса финансово-экономического факультета

VOLODYMYR RESNIK
East-Ukrainian National University named after V. Dal
Student, 2nd year

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

MODERN TENDENCIES IN BANK ACTIVITY

В работе освещены основные тенденции развития современной банковской системы, отмечены негативные последствия для экономики в целом, и для банковской системы в частности, шаги непродуманной политики кредитования юридических лиц. Указана тенденция к увеличению выдаваемых кредитов, снижению количества действующих банков за вторую половину девяностых годов и начало XXI века. Также уделено внимание тенденции концентрации в разрезе функционирования банковской системы.

In the work basic tendencies of development of modern bank system are covered, the negative consequences for economy as a whole, and for bank system in particular, made by steps of unreasoned politics of crediting for the juridical person, are marked. Tendency of increasing the amount of given credits and decreasing quantity of working banks in the second part of the ninetieth and beginning of the XXI century is indicated. Concentration in the work of the bank system is noticed.

Переход на инвестиционную модель развития был объявлен как главный приоритет нового правительства. Современный этап развития экономики Украины ставит перед банками, новые довольно сложные задачи, особенно в сфере инвестиционного обеспечения экономического роста. Решение этих задач требует новых подходов, касающихся разработки и реализации денежно-кредитной политики, организации и функционирования самих банков, прежде всего их кредитной и инвестиционной деятельности.

Удовлетворение какой-либо потребности является смыслом банковского продукта, по

The transition to investment model of development was announced as the main priority of the new government. Present stage of the development of economy of Ukraine set before banks new rather difficult problems especially in the sphere of investment maintenance of economic growth. The decision of these tasks demands new approaches pertinent to development and realization of monetary and credit policy, organizing and functioning banks, first of all their credit and investment activity.

Satisfaction of any of the requirements is the sense of a bank product, by the form it represents the certain set of properties, which are able to sat-

форме он представляет собой определённый набор свойств, которые дают возможность реализовать эту потребность. Сегодня универсальные банки предлагают большое количество продуктов, которые охватывают почти все сферы, деятельности и финансовые услуги. Разнообразие предоставляемых банками количества продуктов увеличивается посредством предоставления целиком одинаковых услуг отдельными банками, осуществляемых по-разному. Быстрый темп роста предоставляемых банковских услуг требует сегодня детального изучения тенденций в этой сфере и их динамики в общем как таковой. Кредитные операции являются важнейшим доходообразующим звеном в деятельности отечественных банков.

Хотя за последние несколько лет количество кредитных операций возросло, как видно из графика № 1, структура банковского портфеля в Украине сегодня очень своеобразна [1, с. 6]. Он почти целиком состоит из краткосрочных рисковых займов сроком до 6 месяцев с большой степенью концентрации кредитов в сфере торгово-закупочного бизнеса. Подобная ориентация банков продиктована реалиями сегодняшней экономической ситуации в стране. При этом неразборчивость в формировании кредитного портфеля угрожает серьезными негативными последствиями. Характерной особенностью современных украинских банков является то, что они предоставляют клиентам краткосрочные услуги. Для развития долгосрочного кредитования отечественными банками не хватает свободных ресурсов и эффективных самоокупаемых программ. Потому долгосрочное кредитование осуществляют в основном большие банки. Снижение для Украинских банков нормы резервирования на 1 % привело бы к увеличению их инвестиционного потенциала на 600 млн гривен.

Сейчас вне банковской системы находятся наличные средства, которые превышают плановый объём привлечения инвестиций в экономику Украины до 2010 года (82,6 млрд гривен) определённый в программе развития инвестиционной деятельности, утверждённый Кабинетом Министров Украины в 2001 году.

Снижение норм резервирования на инвестиционные кредиты и снижение налогового давления — необходимые предпосылки развития инвестиционного кредитования.

Хотя из приведенных выше данных прослеживается динамика увеличения остатков задолженности по долгосрочным кредитам, по сравнению с общей суммой задолженности, начиная с 10,6 % в 1995 г., заканчивая 19,8 % в 1999 г., но

isfy the requirements. Today universal banks propose large quantity of products, which cover almost all spheres of activity and financial services. A variety of rendering of bank products growth by means of rendering the same facilities by different banks, accomplishing in different ways. Quick growth rate of rendering of bank products demands today detailed studying of the tendencies in this sphere and their dynamics in general. Credit operations are most yield factor in activity of domestic banks.

For the last some years the amount of credit operations has increased, as you can see from the schedule №1, but structure of a bank portfolio in Ukraine today is very specific [1, p. 6]. It almost wholly consists of short risk borrowing for a term of not longer than 6 months, with the great part concentrated in the credits in the sphere of trading business. Such orientation of banks is connected with economic situation in the country. With all this going on unscrupulousness forming of credit portfolio threatens with serious negative consequences. Characteristic feature of modern Ukrainian banks is that they are rendering to clients short term facilities. For development of long term crediting by domestic banks there is not enough resources, and effective self-supporting projects. That is why long term crediting is made in general only by big banks.

Reduction of standard of emergency funds by 1 %, could make an increase of investment potential by 600 millions of grivnas. Now out of the banking system there are available funds, which exceed planned value of attracting investments to economy of Ukraine till 2010 year (82.6 milliard grivnas) determined in program of developing of investment activity, ratified by the Cabinet of Ministers in 2001.

Reduction of standard of emergency funds for investment credits and tax burden are necessary prerequisites for developing of investment crediting.

According to this data we can trace the dynamics of increasing rest value of indebtedness for long-term credits, in comparison with the whole value of indebtedness, beginning from 10.6 % in 1995, to 19.8 % in 1999, but the primary part of indebtedness belongs to short-term credits[2 p. 14].

Inseparable from the dynamics of bank products is the dynamics of quantity of banks.

One of the tendencies traced on bank services market is concentration. Such tendency develops in connection with falling level of liquidity of banking activities, which is connected with competition, and some other reasons, to which we can add stabilization of market and instability of small banks [2, p.13]. We can trace the changes

всё же основную часть задолженности составляют краткосрочные кредиты [2, с. 14].

Неразрывно от динамики кредитных продуктов находится динамика количества банков, которая указана в таблице № 2 [1, с. 6]. Одной из тенденций, чётко прослеживающихся на украинском рынке банковских услуг, является — концентрация. Такая тенденция развивается в связи с падающим уровнем ликвидности банковских операций, обусловленных большой конкуренцией и рядом причин, к которым можно отнести также стабилизацию рынка и неустойчивость мелких банков [2, с. 13]. Так эти изменения можно проследить на том же рынке кредитных услуг.

Рассмотрев рынок кредитных услуг, мы увидели значительное превосходство первых 10 банков над остальными [3, с. 55]. О чём говорит их рыночная часть, составляющая 53,88 %. Нельзя не отметить, что крупные банки имеют достаточно разветвлённую сеть филиалов, и их услуги максимально приближены к потребителю и потенциальным клиентам.

on the market of credit facilities.

Having considered the market of credit services for 9 months of the last year we can see significant superiority of the first 10 banks over others [3, c.55]. Their part of the market is about 53.88 %. It is impossible to ignore, that big banks have very divaricated net of the offices and their facilities as much as possible approached to customers and would-be customers.

График 1

ДИНАМИКА ОБЪЁМОВ КРЕДИТНЫХ ВЛОЖЕНИЙ (%)

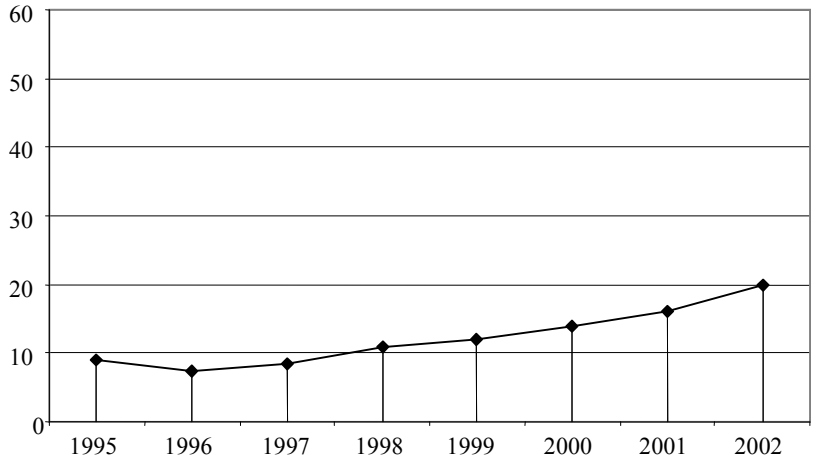


Таблица 1

ЗАДОЛЖЕННОСТЬ КОММЕРЧЕСКИМ БАНКАМ ПО КРЕДИТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (млн грн)

	1995	1996	1997	1998	1999
Остатки задолженности на конец периода в национальной и иностранной валюте	4078	5452	7295	8885	11080
В том числе по краткосрочным кредитам	3644	4845	6522	7221	8883
В том числе по долгосрочным кредитам	434	607	773	1633	2197

Таблица 2

ДИНАМИКА ЧИСЛЕННОСТИ БАНКОВ

Год	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Количество банков	230	229	227	214	203	195	189	185

Таблица 3

РЫНОК КРЕДИТНЫХ УСЛУГ В УКРАИНЕ ЗА 9 МЕС. 2002

Количество банков (нарастающим итогом)	Рыночная часть CRc (%)	Кредитный портфель (млн грн)
1 (АППБ «АВАЛЬ»)	9,07	3757 847
3	30,21	12 513 927
5	39,84	16 503 399
10	53,88	22 317 542
20	67,50	27 957 916
50	84,52	35 009 486
100	96,61	40 015 244
Всего	100	41 421 141

Schedule 1

DYNAMICS OF VOLUMES OF CREDIT INVESTMENTS (%)

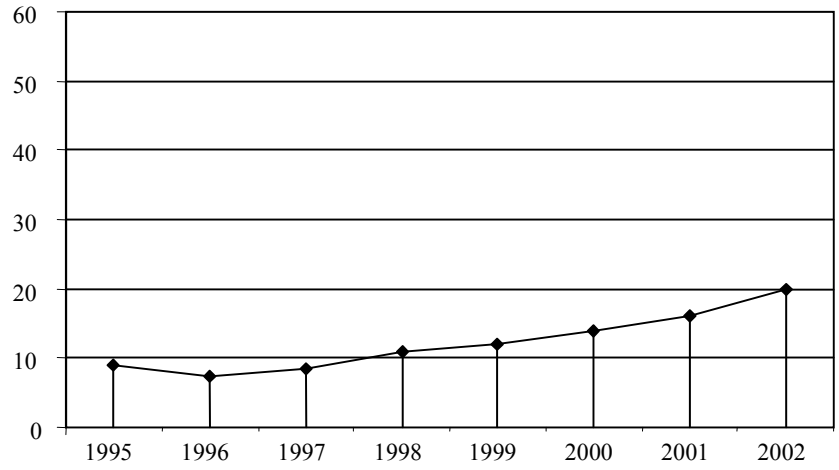


Table 1

INDEBTEDNESS TO COMMERCIAL BANKS BECAUSE OF THEIR CREDITING ACTIVITY (MILLIONS OF GRIVNAS)

	1995	1996	1997	1998	1999
The rest of indebtedness for the end of the period in national and foreign currency	4078	5452	7295	8885	11080
Including short-term credits	3644	4845	6522	7221	8883
Including long-term credits	434	607	773	1633	2197

Table 2

DYNAMICS OF QUANTITY OF BANKS

Year	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Quantity of banks	230	229	227	214	203	195	189	185

Table 3

MARKET OF CREDIT FACILITIES IN UKRAINE FOR 9 MONTHS IN 2002

Quantity of banks (By increasing result)	Part of the market CRc (%)	Credit portfolio (millions of grivnas)
1	9,07	3 757 847
3	30,21	12 513 927
5	39,84	16 503 399
10	53,88	22 317 542
20	67,50	27 957 916
50	84,52	35 009 486
100	96,61	40 015 244
Total	100	41 421 141

ЯНА РЕЗНИКОВА
Луганский государственный педагогический университет, Институт Экономики и Бизнеса

YANA RESNIKOVA
Luhansk Taras Shevchonko State Pedagogical University, Institute of Economics and Business, *2nd year*

ПРЕТЕНЗИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: УЧЕТ РАСХОДОВ

CONSUMERS' CLAIM: ACCOUNTING OUTGOING

В тезисах доклада рассмотрен порядок отражения предприятиями розничной торговли, затрат по операциям, связанных с удовлетворением требований покупателей, предъявляемый согласно статье 14 Закона о защите прав потребителей. Рассмотрены функции продавца и действия покупателя, связанные с обменом товара или возврате денег за некачественный товар.

The theses touch upon the order of businesses retail trade reflection of their expenses on operations connected with the article 14 in «The Law on the consumer's rights protection». There are considered the seller's function and customer's actions in the situation of the goods exchange or reimbursement for goods of low quality.

Основным документом, регулирующим отношения между потребителем и продавцом товаров, является Закон о защите прав потребителей. Рассмотрим отражение в бухгалтерском и налоговом учете предприятия розничной торговли (далее — продавец) выполнение каждого из требований, которые потребитель может предъявить согласно ст. 14 Закона о защите прав потребителей.

I. Бесплатное устранение недостатков товара (гарантийный ремонт).

The main document that regulates relationship between a consumer and a goods seller is the Protection of Consumers Law.

Let's consider rights and possible claims that the consumer is able to lodge to a retail trade enterprise (further — the Seller) according to clause 14 of the Consumers' Protection Law.

I. Free elimination of goods defects (warranty repair)

The order of expenses in the Seller's business and tax accounting, concerning the realization of consumer's claim depends on the pro-

Порядок отражения в бухгалтерском и налоговом учете продавца расходов, связанных с выполнением данного требования потребителя, зависит от договорных отношений между производителем (оптовым поставщиком) товаров и продавцом.

Продавец оказывает производителю услуги по гарантийному ремонту.

Если продавец в договоре поставки (купли-продажи) товаров назван исполнителем работ по гарантийному ремонту (бесплатному для потребителей устранению недостатков товара), то это значит, что он помимо торговой деятельности занимается еще и деятельностью по оказанию услуг. Как правило, на оказание услуг по гарантийному ремонту заключается отдельный договор с производителем. В этом договоре определяются:

- сроки, в течение которых производитель обеспечит исполнителя необходимой для ремонта документацией, запасными частями, нестандартным оборудованием, создаст обменный фонд и т. д.;
- порядок проведения взаиморасчетов между производителем и исполнителем;
- сроки оплаты выполненных работ;
- перечень документов, подтверждающих произведенные работы (отрывные гарантийные талоны, акт об использованных запасных частях и др.).

Производитель (оптовый поставщик) возмещает продавцу убытки, понесенные при бесплатном устранении недостатков товара.

Если продавец приобретает товары у отечественного производителя и согласно договору поставки (купли-продажи) товаров не является исполнителем работ по гарантийному ремонту, то все расходы (убытки) продавца, возникшие в результате рассмотрения претензий потребителей, подлежат возмещению производителем в сроки, определенные договором (п. 10 ст. 14 Закона о защите прав потребителей).

Если продавец продает товары, изготовленные за пределами Украины или приобретенные у посредников, то претензии потребителей удовлетворяются за счет продавца. Но и в этом случае продавец имеет право требовать от поставщиков возмещения понесенных убытков (п. 11 ст. 14 Закона о защите прав потребителей). Убыток предприятия, полученный вследствие удовлетворения требований потребителей по устранению недостатков товаров, определяется как сумма расходов, связанных:

- с приобретением запчастей, комплектующих изделий;
- начислением заработной платы за выполнение работ по устранению недостатков

ducer (wholesale provider) and the Seller contractual relationship.

The Seller renders producer a warranty repair service if the Seller (in supply agreement (purchase and sale)) is called a warranty repair work performer. Furthermore it means the Seller is a render of service. Generally, a separate warranty repair work treaty is concluded with the Producer.

The Producer (wholesale provider) recovers the Seller's losses incurred while free elimination of goods defects.

If the Seller buys domestic manufacture goods and according to a supply agreement (purchase and sale) is not a warranty repair service producer, then all the Seller's expenses (losses), which appeared after consideration of Consumers' claims, are to be indemnified by the Producer in time, specified by agreement. (p. 10 clause 14 of the Consumers' Protection Law).

The loss of enterprise incurred as a result of complying with consumers' claims, concerning the elimination of goods defects, is identified with a sum of expenses, connected with:

- buying spares;
- paying a salary for the work and assignments to obligatory social insurance;
- secondment of workers for elimination of goods defects work;
- transportation of this good from the Consumer back to the Producer for elimination of goods defects work;
- service payment of other organizations for elimination of goods defects work etc.

The Seller realizes warranty repair against concession the provided by Producer (provider).

In this case, all the Seller's expenses concerning the complying with consumers claims, are covered by a given concession. Concessions are given especially for warranty repair due to an agreement.

In this case, the Seller is able to refer expenses of warranty repair to the gross diversion, taking into account limitations declared in p. 5.4.3 of Profit Law.

II. Reduction of purchasing good value

In case of detection good defects during a warranty period, the Consumer has the right to demand from the Seller an appropriate reduction of the purchasing price.

The order of realization of decrease in purchase good price operation is specified neither by the Consumers' Protection Law nor Regulation № 506. It could be the following:

- enterprise makes price-off merchandising, and data are put on the act-list of decreasing purchase good price. Act form is affirmed by the Praecipe № 120;

товара, отчислениями на обязательное социальное страхование;

• командированием работников предприятия для проведения работ по устранению недостатков товаров (командировочные и транспортные расходы) у потребителя;

• транспортировкой этого товара от потребителя и обратно для проведения указанных работ в месте нахождения продавца;

• оплатой услуг сторонних организаций по устранению недостатков товара и др.

Продавец выполняет гарантийный ремонт за счет скидки, предоставленной ему производителем (поставщиком).

Согласно договору на поставку (купли-продажи) товаров продавец назван исполнителем работ по гарантийному ремонту, но в отличие от первого случая отсутствует договор между продавцом и производителем на оказание последнему услуг по гарантийному ремонту. В данном случае все расходы продавца, связанные с удовлетворением требований потребителей, покрываются за счет предоставленной ему во время приобретения товаров скидки с продажной цены. Скидка делается целенаправленно на гарантийный ремонт (обслуживание) товаров, о чем указывается в договоре. В этом случае продавец может отнести затраты по гарантийному ремонту на валовые расходы, но с учетом ограничений, установленных п. 5.4.3

II. Уменьшение покупной стоимости товара.

При обнаружении потребителем недостатков товара в течение гарантийного срока он (согласно ст. 14 Закона о защите прав потребителей) имеет право потребовать от продавца соответствующего уменьшения покупной цены товара.

Порядок осуществления продавцом операции по уменьшению стоимости проданного товара не определен ни Законом о защите прав потребителей, ни Постановлением № 506. По нашему мнению, он может быть следующим:

— предприятие производит уценку товара, данные о которой вносятся в опись-акт уценки товара. Форма акта утверждена Приказом № 120;

— потребителю возвращается разница между старой и новой ценой товара. Возврат денег регистрируется через РРО (в случае их применения);

— в гарантийный талон вносится отметка о проведении уценки (дата, номер описи-акта уценки товара) и указывается новая цена за подписью материально ответственного лица, заверенная печатью.

Сумма уменьшения продажной стоимо-

• Consumer realizes the difference between an old and new good price. Refund of money is registered RRO;

• The mark of realizing decreasing is added in a guarantee stub (date, act-list number of good discount) and a new price is denoted with the signature of a responsible person, and attested with a stamp.

The sum of decreasing purchase good price concerns to:

• the Seller's account;

• the goods Dealer, if it is specified in the goods supply agreement.

If the Seller satisfy Consumers' claims on his own account, then — in tax accounting:

• tax burdens on the Tax Added Cost are corrected due to the Tax Added Cost Law (p. 4.5);

• gross revenue decreases by the sum of funds, returned to the consumer, excluding the Tax Added Cost;

• gross diversions don't change, if the discount of the off-loaded goods is made in the limits of the sum of commercial extra. If price-off of original good value is made, then goods remains (for the beginning of an accounting quarter) are to be decreased by the sum of its price-off during the compilation of Report of book value of goods supplies for the accounting period.

• in business accounting, the sum of funds, repaid to the Consumer is declared as other charge-offs from income.

If the Seller satisfies claims of consumers for dealer's account, the sum of decreasing purchase good price concerns to accounts claims of business accounting. If the current sum isn't mentioned in the Seller's business accounting for the data of satisfaction consumer's claims, the sum of funds got from dealer as the Seller's expenses compensation, concerning the satisfaction of consumers claims, isn't included in the gross receipt, due to p. 4.2.3 Gain Law.

III. Substitution for the similar mark good (model, marking of goods, modification) of the proper quality.

During the exchange of a good with defects for the similar mark good (model, marking of goods, modifications), which price has changed, the reappraisal of cost isn't made (p.14 of the Consumers' Protection Law).

IV. Substitution for the same mark good (model, modification) with equal reappraisal of buying price.

Gross diversions in the result of operation of the substitution of rejects for the good of the

сти товара может относиться:

— либо на счет продавца товаров;

— либо на счет поставщика товаров, если это определено договором на поставку товаров.

Если продавец удовлетворяет требования потребителей за свой счет, то:

в налоговом учете:

— налоговые обязательства по НДС корректируются согласно п. 4.5 Закона об НДС;

— валовой доход уменьшается на сумму возвращенных потребителю денежных средств за минусом НДС;

— валовые расходы не изменяются, если производится уценка реализованного товара в пределах суммы торговой наценки предприятия. Если же производится уценка первоначальной стоимости товара, то на сумму ее уценки необходимо будет уменьшить остаток товара на начало отчетного квартала при составлении Сведений о балансовой стоимости товарных запасов за отчетный период в бухгалтерском учёте сумма средств, возвращенная потребителю (сумма уценки), отражается как прочие вычеты из дохода.

Если продавец удовлетворяет требования потребителей за счет поставщика товаров, то сумма уменьшения продажной стоимости товара относится в бухгалтерском учете на расчеты по претензиям. Если данная сумма не отражается в налоговом учёте продавца на дату удовлетворения требований потребителя, то сумма средств, полученная от поставщика товаров как компенсация расходов продавца, связанных с удовлетворением требований потребителей, не включается в его валовой доход согласно п. 4.2.3 Закона о прибыли.

III. Замена на товар аналогичной марки (модели, артикула, модификации) надлежащего качества.

Во время замены товара с недостатками на товар надлежащего качества аналогичной марки (модели, артикула, модификации), цена на который изменилась, перерасчет стоимости не производится (ст. 14 Закона о защите прав потребителей).

IV. Замена на такой же товар другой марки (модели, модификации) с соответствующим перерасчетом покупной цены.

Валовые расходы в результате операции замены бракованного товара на товар надлежащего качества откорректируются согласно п. 5.9 Закона о прибыли на разницу между себестоимостью товара надлежащего качества, выданного в обмен, и себестоимостью бракованного товара.

Налоговые обязательства по НДС пересчитываются в соответствии с изменением базы налогообложения (увеличиваются на сумму

proper quality are corrected due to p. 5.9 of the Gain Law.

Tax burdens with the Tax Added Cost are counted over due to a change of the taxing base.

V. Agreement rescinding and compensation paid

The cost of the returned good is identified as the difference between its value of sales and the sum of commercial extra, that is product of value of sales of the good and average percent of commercial extra for the month it was sold.

НДС, исчисленную из суммы доплаты, или уменьшаются на сумму НДС, исчисленную из суммы, возвращенной потребителю).

V. Расторжение договора и возмещение причиненных убытков.

Потребитель при выявлении недостатков товара в течение гарантийного срока эксплуатации имеет право потребовать от продавца расторжения договора и возмещения причиненных ему убытков (в частности, затрат, понесенных потребителем на приобретение товара). В случае повышения цены на товар расчеты с потребителем производятся исходя из его стоимости на время предъявления соответствующего требования, а в случае снижения цены — исходя из стоимости товара на время покупки.

При возврате потребителем бракованного товара продавец в налоговом учете корректирует возникшие при его продаже:

— налоговые обязательства по НДС (п. 4.5 Закона об НДС);

— валовой доход. Валовые расходы предприятия при этом корректируются согласно п. 5.9 Закона о прибыли на основании сведений о балансовой стоимости товарных запасов, составленных за отчетный период по данным бухгалтерского учета. Себестоимость возвращенного товара определяется как разница между его продажной стоимостью и суммой торговой наценки, определенной как произведение продажной стоимости товара и среднего процента торговой наценки за месяц, в котором он был продан.

СЕРГЕЙ РУДЬКО,
АЛЕКСАНДР КОТОВСКИЙ
Одесский государственный экономический университет
Кредитно-экономический факультет, 1 курс

SERGEY RUDKO,
ALEXANDER KOTOVSKY
The State economic university of Odessa
Credit-economical department, 1-st course

ВСТУПЛЕНИЕ УКРАИНЫ ВО ВСЕМИРНУЮ ТОРГОВУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ

ENTERING OF UKRAINE INTO THE WORLD TRADE ORGANIZATION

В работе освещены основные моменты, относящиеся к вступлению Украины во Всемирную Торговую организацию. Приведены основные возможности развития экономики Украины в рамках этой организации, первоочередные задачи и проблемы, подлежащие разрешению, последствия (позитивные и негативные) интеграции Украины в ВТО. В качестве выводов даются рекомендации к последующим действиям государственных структур по вопросу вступления.

In the work the basic moments, which relate to the entrance of Ukraine into the world commercial organization, are illuminated. Are given the basic possibilities of development of the economy of the Ukraine within the framework of this organization, the first priority tasks and the problems, which are subject to permission, the consequences (positive and negative) of the integration of Ukraine in the WTO. As a conclusion we give recommendations on subsequent actions of state structures regarding the entrance.

За 12 лет независимости Украина достигла ощутимого прогресса в развитии отечественных предприятий, налаживания внешнеэкономических связей и расширения экономической деятельности в международной торговли. Однако сегодня существует много проблем, решение которых по мнению руководства страны возможно в рамках Всемирной Торговой организации.

Сотрудничество Украины со странами-участницами ВТО в рамках этой организации открывает перед нашей страной огромные возможности. Сегодня эта организация насчитывает более 135 стран равноправных участников. Эта одна из наиболее демократических организаций, которая обеспечивает административное управление торговыми соглашениями, проведение встреч для переговоров, обработку результатов диспутов и дискуссий, мониторинг национальной торговой политики стран-участниц, техническая помощь и обучение, предназначенные для развивающихся стран, сотрудничество с другими международными организациями и т. п.

Сегодня наша страна, являясь одним из членов мирового сообщества, продаёт и покупает товары, услуги и объекты интеллектуальной собственности. Мы стремимся активно развивать торговые отношения с другими государствами. Сотрудничество Украины с ВТО устранило бы дискриминацию в международной торговле, нечестной конкуренции и некоторых других негативных явлений в мировой экономике, так как именно эти цели являются основными целями деятельности ВТО. Украина подала заявление о вступление в ВТО еще в 1993 году и, первоначально планировала завершить этот процесс до 1998 года. На сегодняшний день, согласно официальным заявлениям, Украина планирует завершить вступление до середины 2004 года. На сегодняшний день Украина уже подписала протоколы с 8 из 22 необходимых стран. Однако с каждой из оставшихся 14 стран ведутся достаточно сложные переговоры.

Теперь остановимся на положительных и отрицательных моментах вступления Украины в ВТО:

— Прежде всего, как новый член в системе, вы будете обладать всеми правами и обязанностями, которые означают, например, что вы будете иметь условия доступа на рынок на одних и тех же условиях, которыми обладают другие члены организации.

— Если вы уже находитесь на рынке, вы пользуетесь положениями национального режима, означающего, что к производимой вами продукции не могут относиться иначе, как к продукции уже существующей на рынке.

— На наш взгляд, ключевым аспектом прав участника ВТО является принудительность сис-

In 12 years of independence Ukraine reached the perceptible progress in the development of domestic enterprises, adjusting of foreign economic connections and expansion of economic activity in international trade. However, today there are many problems, the solution of which in the opinion of the management of the country is possible within the framework of world commercial organization. The collaboration of Ukraine with the WTO participating countries within the framework of this organization offers our country enormous possibilities. Today this organization counts more than 135 countries of equal participants. This is one of the most democratic organizations, which ensures administrative control of commercial agreements, conducting negotiations, processing the results of debates and discussions, monitoring the national commercial policy of participating countries, technical assistance and instruction, intended for the developing countries, collaboration with other international organizations and the like. Today our country, being one of the members of the world association, sells and buys goods, services and objects of intellectual property. We attempt to actively develop commercial relations with other states. The collaboration of Ukraine with the WTO would remove discrimination in the international trade, the dishonest competition and some other negative phenomena in the world economy, since precisely these targets are the basic purposes of the WTO activity. Ukraine declared the entrance in the WTO as early as in 1993 and, initially it planned to complete this process up to 1998. Today, according to official statements, Ukraine plans to complete entrance prior to the middle of 2004. Today Ukraine has already signed protocols with 8 of 22 necessary countries. However, fairly complicated negotiations are conducted with each of the remaining 14 countries. Now let us dwell on the positive and negative moments of the entrance of Ukraine in the WTO — first of all as a new member in the system, you will possess all rights and responsibilities, which indicate, for example, that you will have conditions of access to the market under the same conditions, which other members of organization possess: if you have already been located on the market, you use the national conditions, which mean that to the production produced by you they cannot relate but as to the production already existing on the market. In our view, the key aspect of the rights of the WTO participant is compulsion of the system: in the WTO Ukraine can impose its rights by regulating debate. At the same time other countries can impose their rights to the export for the

темы: в ВТО Украина может навязать свои права путем урегулирования диспутов. В то же время другие страны могут навязать свои права на экспорт на внутренний рынок Украины.

— Все страны-участницы ВТО, как развитые, так и развивающиеся, равноправны в принятии решений в рамках ВТО.

— Торговля без дискриминации. Согласно принципам ВТО, страны-участницы этой организации не должны проводить дискриминационные меры по отношению к другим странам, являющимися торговыми партнерами. Каждая отдельно взятая страна осуществляет торговые взаимоотношения со всеми другими государствами в режиме наибольшего благоприятствования. Таким образом, принцип равноправного участия в ВТО надлежащим образом соблюдается.

— Устранение искусственных барьеров на пути развития торговых отношений путем переговоров с заинтересованными государствами.

— Обеспечение свободной конкуренции путём «несправедливой» практики экспорта товаров по демпинговым ценам в целях освоения определенного сегмента рынка.

— Создание благоприятных условий торговли для менее развитых в экономическом отношении стран за счёт предоставления некоторых специальных привилегий и льгот.

Наиболее негативной стороной присоединения к ВТО мы считаем тот факт, что произойдёт приток относительно дешёвой импортной продукции, которая, с одной стороны, приведёт к потере рентабельности ряда национальных производителей, в то время как с другой — не станет фактором значительного удешевления продукции для отечественных потребителей. С учётом того, что у нас неконкурентоспособное производство и мы технологически отстаём от стран Запада, отдельные отечественные производители могут существенно пострадать. Промышленность работает по старым технологиям, банковская система и финансовые рынки не либерализированны. К вступлению в ВТО следовало бы ещё хорошо готовиться. Однако обратим внимание на краткосрочность денных проблем, решение которых будет осуществлено в более долгосрочные термины.

Чтобы членство в ВТО было успешным, необходимо обеспечить стабильную нормативноправовую базу, так как ВТО — это правовая система, и следует проследить за тем, чтобы государственные структуры, правовая система полностью соответствовали правилам ВТО и взятым в рамках этой организации обязательствам.

Итак, наш основной долг заключается в том, чтобы обеспечить соответствие между

internal market of Ukraine — all participating WTO countries both developed and developing are equal in decision making within the framework of the WTO — trade without discrimination. According to the WTO principles, the participating countries of this organization must not carry out discrimination measures with respect to other countries, as their commercial partners. Each separately taken country achieves commercial interrelations with all other states under the most favored nation policy. Thus, the principle of equal participation in the WTO is observed properly — the elimination of artificial barriers in the way of the development of commercial relations via negotiations with the interested states — the guarantee of free competition via the «wrong» practice of the export of goods at dumping prices for purposes of the mastering of a specific segment of market — the creation of the favorable conditions of trade for economically less developed countries due to some special privileges. The most negative side of attachment to the WTO is the fact that the inflow of relatively cheap imported production will occur, which from one side will lead to the loss of profitableness of the number of national producers, while on the other — it will not become the factor of significant reduction of prices of production by domestic users. Taking into account the fact that we have noncompetitive production and we technologically lag behind the countries of the West, individual domestic manufacturers can suffer essentially. The industry works by old technologies, the bank system and financial markets are not liberated. It is necessary for us to prepare for the introduction into the WTO well. However we should pay attention to brevity of the problems which will be carried out in more long-term period. To make membership in the WTO successful, it is necessary to provide stable normatively-legal base as the WTO is a legal system, and it is necessary to track that the state structures, legal system fully comply with the rules of the WTO and obligations taken within the framework of this organization.

So, our basic duty consists in providing conformity between internal and international legislation. Entering in the WTO we cannot incur more duties, than that level which will be determined by negotiations. Concessions on which will be made at negotiations by Ukraine, have been coordinated inside the country. Also it is necessary by no means what to stop before arising problems, and, having solved them move forward to the entering into the World Trading organization.

внутренним и международным законодательствами. Вступая в ВТО мы не можем брать на себя больше обязанностей, чем тот уровень, который будет определён на переговорах. Уступки, на которые пойдёт на переговорах Украина, были согласованы внутри страны. И Необходимо ни за что не останавливаться перед возникающими проблемами, а, решая их, двигаться вперёд — к вступлению во Всемирную Торговую организацию.

МАРИЯ СИРОТА
ЧП «Интердайв»
Директор, 2 мес.

MARIA SIROTA
PE «Interdives»
Director, 2 months

СТРАХОВАНИЕ ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА: УКРАИНА, СНД, МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

THE INSURANCE OF EXTREME TOURISM: UKRAINE, CIS,INTERNATIONAL EXPERIENCE

Травмы, полученные вследствие экстремального отдыха (экстремального спорта) трудно отнести как к страховому случаю медицинского страхования, так и к случаю страхования от несчастного случая. К сожалению, страховые компании (по крайней мере Украины), которые действительно занимаются страхованием и планируют заниматься им в дальнейшем, не придают должного значения исследованию рынка страховых услуг и не замечают реальных ниш на некоторых сегментах страхового рынка. В то время как многие Украинские компании и компании стран СНГ сконцентрированы на увеличении объемов реализации своих услуг и завоевании следующих сегментов рынка, в мировом сообществе происходят более серьезные экономические процессы и инновации, которым недостаточно просто следовать, ибо в них не только необходимо принимать участие, но и предсказывать их.

Traumata received owing to or during extreme rest (or extreme sports) hardly relate to an insurance case of medical insurance or an insurance case of accident insurance. Unfortunately, insurance companies (at least Ukrainian) which really are engaged in insurance and planning to be engaged in them further do not give due attention to the research of the market of insurance services, and real niches on certain segments of the insurance market are not noticed. While many Ukrainian companies and companies of the countries of CIS concentrate on a gain of other segments of the market, in the world community there are more serious economic and innovation processesit, is necessary to take part in them and to predict them.

Согласно закону Украины «О туризме» № 324-95-ВР от 15.09.95, ст. 17 п. 1 — «страхование туристов (медицинское и от несчастных случаев) является обязательным и осуществляется субъектами туристической деятельности на основании договоров со страховыми компаниями, которые имеют право на осуществление такой деятельности». Травмы, полученные вследствие или входе экстремального отдыха (экстремального спорта), сложно отнести как к страховому случаю медицинского страхования, так и к страховому случаю страхования от несчастного случая.

В международном опыте проблем со страхованием таких видов спорта не возникало и не возникает по сей день, т. к. рынок страхования достаточно развит и содержит огромный ассортимент страховых продуктов. Страховые компании пользуются большим доверием страхователей. Каждый человек, прежде чем заняться той или иной деятельностью обязательно рассмотрит возможность наступления страхового случая и посоветуется со своим страховым агентом.

В нашей стране, как и в странах СНГ, экстремальный спорт основывается на зару-

According to the law of Ukraine «About tourism «№ 324-95-BP of 15.09.95, clause 17 item 1 «the insurance of tourists (medical and against accidents) is obligatory and is carried out by the subjects of tourist activity on the basis of the contracts with the insurance companies, which have the right to realisation of such an activity».

Traumata received owing to or durind extreme rest (or extreme sports) hardly to relate to an insurance case of medical insurance or insurance case of accident insurance.

In international experience problems with insurance of such kinds of sports did not arise and do not arise to today, since the market of insurance is advanced enough and contains huge assortment of insurance products. The insurance companies get strong trust of clients. Each person before to engage in this or that activity rily will consider an opportunity of an insurance case and will consult the insurance agent.

In Ukraine and CIS countries the extreme sports are based on foreign experience. At a professional level this kind of occupations has spread only recently (beginning of the 90s in Russia, end of the 90s in Ukraine).

бежном опыте. На профессиональном уровне этот вид занятий получил распространение совсем недавно (начало 90-х годов — в России, конец 90-х — в Украине).

Так уж сложилось, что страховой рынок в Украине работает в основном на обслуживание компаний, для которых страхование является обязательным — установленным в нормативном порядке (туристические компании, владельцы транспортных средств и прочие). Развитие же электронной коммерции позволяет приобрести любой страховой продукт у любой страховой компании мира в считанные минуты. Данную тенденцию нельзя назвать выгодной для Украины, т. к. страховые компании не конкурентоспособны на таком уровне и потребуется не один год, чтобы достичь соответствующего качества оказания услуг и ассортимента. Однако одного времени в этом случае недостаточно. К сожалению, страховые компании (по крайней мере Украины, действительно занимающиеся страхованием и планирующие заниматься им в дальнейшем не уделяют должного внимания исследованию рынка страховых услуг и не замечают реальные ниши на определенных сегментах страхового рынка). Примером тому является страхование экстремальных видов спорта.

В последнее время широкое распространение получил такой вид туристических услуг как организация экстремальных туров (горнолыжные курорты, серфинговые состязания, погружения с аквалангом в различных климатических условиях, подводная охота и прочее).

Степень страховой защищенности клиента, пользующегося таким видом услуг, минимальна в странах СНГ. Причин тому несколько:

изначальная неполная осведомленность клиента об уровне риска такого тура — многие компании (клубы) привлекают клиента именно экстремальностью данного вида занятий, но не акцентируют его внимание на возможных последствиях, физических требованиях, определенных навыках;

многие компании не имеют статус туристических организаций (клубы, центры, студии) и, следовательно, вообще не страхуют своих клиентов;

страхованием случаев, связанных с дайвингом на территории СНГ занимается всего лишь одна компания, а за рубежом известны только три;

страхованием альпинистов, серфингистов и прочих видов экстремального спорта как таковым не занимается ни одна компания. Травмы, полученные в результате, относятся

It has happened, that the insurance market in Ukraine very often just serves the companies, for which the insurance is obligatory (established in the normative order), for example for tourist companies. The development of electronic commerce today allows to get any insurance product from any insurance company of the world in a few minutes. It is impossible to name the given tendency favourable for Ukraine, since insurance companies are not competitive at such level and more than one year is required to achieve the appropriate quality of rendering services and assortment. However only time in this case is not enough. Unfortunately, insurance companies (at least Ukrainian) really engaged in insurance and planning to be engaged in further do not pay due attention to the market of insurance services, and real niches in certain segments of the insurance market are not noticed.

Recently there have widly spread by such kinds of tourist services as extreme rounds (mountain-skiing, surf-riding, diving in various climatic conditions, skin diving and others).

The degree of insurance security of the client using such kind of services, is minimal in the countries of CIS. The reasons for that are:

Primary incomplete awareness of the client of the risk level of such a round — many clubs attract the client with extremeness of the given kind of occupation, but they don't pay attention to possible consequences, physical requirements, certain skills.

Many companies have no status of tourist organisations (clubs, centres, studios) and therefore do not insure the clients at all.

In insurance of cases connected with diving on the territory of CIS only one company is engaged and only three are known abroad.

In insurance of climbers, surfers and other kinds of extreme sports people as such a few companies are engaged. The traumata received in result, concern either to an insurance case of insurance against accidents (with a raising factor of risk) or medical insurance — depending on legal knowledge of the company and client. Any of the considered insurance companies does not offer the clients the complex insurance (for example, medical insurance, insurance against accident and insurance of cases connected with diving, that sould be very favourable for many tourist companies). Nor the professional skills and status of health insurance are considered at definition of the insurance tariff and insurance covering.

General tendency to globalisation of economy as a whole and the market of goods and services separately creates rigid competitive

либо к страховому случаю страхования от несчастных случаев (с применением повышающего коэффициента риска) либо медицинского страхования — в зависимости от юридической образованности страховщика и страхователя.

Ни одна из рассмотренных страховых компаний не предлагает своим клиентам комплексную страховку (например, медицинское страхование, страхование от несчастного случая и страхование случаев, связанных с дайвингом, что было бы очень выгодно для многих туристических компаний). Также не принимаются во внимание профессиональные навыки и состояние здоровья страхователя при определении страхового тарифа и страхового покрытия.

Всеобщая тенденция глобализации экономики в целом и рынка товаров и услуг в отдельности создает жесткие конкурентные условия, выдержать которые развивающейся стране, несомненно, непросто. В данном случае агентские соглашения утрачивают свою полезность, которая заключалась в обслуживании определенного регионального сегмента рынка. Электронная коммерция и интернет-магазины стирают границы и любой товар или услуг можно заказать непосредственно у изготовителя (оператора), минуя ценовые надбавки в виде постоянных издержек агента и информационные шумы.

conditions, uneasy for a less developed country. In this case agency agreements lose the utility, which consists in servicing certain regional segment of the market. Electronic commerce and Internet — shops erase borders, and any goods or services are possible to order directly with operators, passing the price extra charges as constant costs of the agent and information noise.

While many Ukrainian companies and companies of the countries of CIS concentrate on a gain of other segments of the market, there are more serious economic and innovation processes in the world community, it is necessary to take part in them and to predict them.

ІРИНА СМЕРТИГА
Львівський національний університет ім. І. Франка
Кафедри економіки підприємства, аспірант 1 курсу

IRYNA SMERTYHA
Ivan Franko National University of L'viv
Chair of economy of enterprises, 1st year of post-graduate course

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК СИСТЕМА ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В РИНКОВИХ УМОВАХ

FRANCHISING AS A SYSTEM OF BUSINESS ORGANIZATION AT MARKET

У роботі висвітлено суть франчайзингу, інструменти і механізми здійснення франчайзингових угод. Зазначено галузі, в яких доцільно застосовувати франчайзингові схеми просування товарів і послуг. Наведено переваги і вади франчайзингу для всіх учасників цієї системи. В кінці роботи згадано про перешкоди для розвитку франчайзингових взаємин, які маємо в Україні.

In the work the essence of franchising, instruments and mechanisms of a realization of franchise is widely covered. Fields of business which can use franchising scheme, advantages and disadvantages of franchising are determined in this work. At the end of the work obstacles for development of franchising in Ukraine are determined.

Посилення конкуренції на ринку потребує від українських підприємств застосування у своїй практиці інструментів і механізмів, які давно й успішно використо-вуються в краї-

Because of intensifying competition in home and foreign market Ukrainian enterprises have to use instruments and mechanisms which have been used by enterprises in western coun-

нах Заходу. В умовах конкурентного ринку все більшої ваги набуває маркетингова активність підприємства. Після вибору загальної стратегії досягнення конкурентних переваг маркетологи формують маркетинговий комплекс, який включає в себе чотири групи змінних: товар, ціна, методи розповсюдження і просування товару (так звані 4Р: product, price, place, promotion).

Одним із методів розповсюдження товарів і послуг на світовому ринку є франчайзинг. В наші дні франчайзинг трансформувався в цілісну систему організації бізнесу, яка дозволяє своїм учасникам досягти ряду суттєвих переваг: одній стороні — швидко розширювати свій бізнес без додаткових капіталовкладень, іншій — розпочати новий бізнес під уже відомою торговою маркою, тим самим мінімізувавши ризик банкрутства. Свідченням популярності франчайзингу в світі, і особливо в економічно розвинутих країнах, може бути той факт, що річний дохід 800 тис. франчайзингових підприємств США перевищує 1 трильйон доларів. Франчайзинг становить 40 % всієї роздрібної торгівлі США і забезпечує роботою понад 8 млн американців.

Франчайзинг — це система договірних відносин, при яких одна фірма (франчайзер) надає іншій (франчайзі) за оплату і на визначений термін комплекс виключних прав (франшизу) на використання в межах обумовленого ринку визначеного товарного знаку, технології, ноу-хау. Франшиза — це дозвіл (ліцензія) на використання комплексу виключних прав правовласника (визначеного товарного знаку, операційних систем, ноу-хау тощо).

Разом із правом на використання торгової марки франчайзер надає франчайзі певний набір послуг, а в деяких випадках і товарів. Цей набір може змінюватися в залежності від умов договору. В той же час найбільш стандартний варіант включає такі види товарів і послуг:

— оцінку і вибір розміщення торгової точки;

допомогу в переговорах про лізинг, сублізинг чи оренду;

— допомогу у виборі транспортних засобів;

— проведення початкового курсу навчання для персоналу франчайзі;

— проведення маркетингових досліджень на території діяльності франчайзі;

— консультативну допомогу в виборі приміщення, доставці необхідного обладнання і підготовці його до роботи;

tries. In the condition of competitive market marketing activity of enterprise is more significant.

After choosing general strategy of achieving a competitive the advantage marketing manager shapes the marketing mix which includes 4P — product, price, place, promotion.

Franchising is one of the ways to distribute goods and services at the global market. Nowadays franchising is converted into a system of business organization which permits participants of the system to achieve essential advantages. One partner can widen his business without additional investment and another partner can start his own business under a well-known trademark and minimize the risk of failure. Franchising is very popular way of running business in the world especially in economically developed country. Annual income of 800 thousand of the US franchising enterprises is more than USD 1 billion. Franchising accounts for about 40 % of all retailing in the US economy and 8 million of Americans work in this sector of economy.

Franchising is a kind of contractual relationship where one partner (franchiser) gives another partner (franchisee) a complex of exclusive rights to use his trademark, technology and know-how on a determined territory for pay and for fixed time.

Franchise is a license for using the complex of exclusive rights of a franchiser.

Franchiser gives franchisee certain complex of services and sometimes goods with the right of using his trademark. The most standard variant includes goods and services like:

— Evaluation and selection a place for business

Assistance in negotiations about leasing

— Selection transport

— First training course for staff of franchisee

— Market research on the territory of the franchisee activity

— Consulting on selection a building and installing equipment

Regular training for the franchisee staff

— Delivering raw materials if it is necessary

— Assistance in looking-for financing

— Assistance during the first week in franchisee activity

— Consulting on organization of PR and publicity.

— Franchisee makes two kinds of payment. First is entrance fee and second is royalty.

Franchising develops in such industries as car industry, consulting, building, training services,

— проведення систематичної перепідготовки працівників франчайзі з питань управління і технологічних проблем;

— забезпечення постачання необхідної сировини і обладнання на замовлення франчайзі;

— допомогу у визначенні джерел фінансування;

— допомогу в роботі протягом першого тижня з моменту відкриття фірми на франшизній основі;

— консультаційну допомогу в організації і підтримці зв'язків із ЗМІ і проведенні реклами.

За користування франшизою франчайзі сплачує два основних види платежів:

— вступний внесок (фіксована разова плата, розмір якої коливається в межах 5—10 % від загальної суми затрат на організацію торгової точки);

— роялті (регулярні виплати франчайзеру, розмір яких коливається в межах від 3 % до 45 % від обсягу продажу франчайзі).

Франчайзинг інтенсивно розвивається в таких галузях промисловості і сфери послуг, як автомобільна промисловість і послуги автосервісу; допомога в організації і веденні бізнесу (бухгалтерія, діловодство, реклама і т. д.); будівництво, послуги, пов'язані з ремонтом і обслуговуванням будинків; послуги, пов'язані з освітою; відпочинок і розваги; ресторани швидкого обслуговування; медичні і косметичні послуги; послуги в сфері домашнього господарства; роздрібна торгівля і багато інших видів діяльності.

За способом і сферою використання можна виділити чотири види франчайзингу: виробничий франчайзинг, збутовий франчайзинг, сервісний франчайзинг і франчайзинг бізнес-формату.

Як і будь-який інший спосіб ведення бізнесу, франчайзинг має низку переваг і вад.

Франчайзеру система дає можливість розвивати свою мережу, розширювати виробництво і/або збут своїх товарів і послуг при обмежених власних коштах. Крім цього підвищується почуття відповідальності в учасників мережі: франчайзі є більш мотивованими, ніж наймані працівники, оскільки франчайзі, як власник підприємства, отримує весь дохід від його діяльності (за винятком роялті), і його успіх залежить від власних зусиль.

Переваги для франчайзі полягають в отриманні відомої марки і пов'язаних з нею технологій. Франчайзі, який придбав франшизу, не потрібно думати про рекламу свого

recreation business, fast-food and restaurants, medical aid, domestic services, retail trade etc.

There are four kinds of franchising — processing franchising, product franchising, service franchising, business format franchising.

As any other way of running business franchising has some advantages and disadvantages.

Franchising system permits a franchiser to develop his network and enlarge manufacturing and distributing of his goods and services without his own investment. Moreover a franchisee is more motivated than an employee because the franchisee is an owner and gets all the income except royalty, and success of his business depends on him.

The franchisee gets a known trademark and technology. The franchisee doesn't have to think about advertising, creating of trademark, technology a running business because he gets it from the franchiser. Besides that the franchiser can't sell one more franchise to another enterprise on the territory of the franchisee.

Franchising also is advantageous for consumers. They get possibility to use quality goods and services at the united price.

But franchising has some disadvantages. The franchiser's income is limited by royalty. He can't singly close a franchising enterprise which works badly. If a franchisee works badly he can damage the image of trademark of the franchiser.

Disadvantages for the franchisee are control from the outside of franchiser, additional cost item (royalty), attachment to trademark and commercial policy of the franchiser.

Restriction of competition is the main disadvantage for consumers. The second is deterioration of goods and services when a franchisee works badly.

In Ukraine franchising appeared in the middle of the 90s. There are some obstacles for franchising in our country: lack of legislation for franchising, problems with crediting, low level of business culture, lack of information infrastructure. But this way of running business has wide prospects in Ukraine.

підприємства, розробку іміджу, створення технологій роботи, оскільки все це в готовому і перевіреному часом вигляді він купує у франчайзера, а реклама здійснюється централізовано. Крім цього, франчайзі захищений від корпоративної конкуренції: відповідно до договору франчайзер на цій території не продасть франшизу комусь іншому.

Від франчайзингу виграє і споживач: він отримує можливість в своєму районі користуватися товарами (послугами) відомої товарної марки визначеної якості і за єдиною ціною. Одночасно франчайзинг має певні недоліки. Для франчайзера це: обмеження доходів підприємства розміром роялті; складність контролю за діяльністю мережі; географічна негнучкість (у тому разі, якщо франчайзингове підприємство працюватиме погано, франчайзер не зможе його закрити самостійно); небезпека того, що торгова марка потрапить у руки до людей, які не зможуть правильно її використовувати і тим самим нашкодять іміджу всієї мережі. До недоліків для франчайзі можна віднести: наявність контролю з боку франчайзера; додаткову статтю витрат франчайзі (роялті); прив'язаність до торгової марки (у випадку, якщо репутація її зіпсується, постраждає і франчайзі); прив'язаність до комерційної політики франчайзера і відсутність можливості впливати на неї.

Споживач може бути незадоволеним у першу чергу обмеженням конкуренції. Крім того, якщо франчайзі буде недобросовісно виконувати свої обов'язки, може погіршитися якість товарів і послуг, які ним надаються.

Незважаючи на перешкоди, які гальмують розвиток франчайзингу (відсутність адекватної нормативної бази, проблеми з отриманням кредитів, низький рівень культури ведення бізнесу і відсутність відповідної інформаційної інфраструктури), цей спосіб ведення бізнесу, що з'явився у середині 90-х, в Україні має великі перспективи.

ОКСАНА СТАХОВА
Восточноукраинский национальный университет им. Владимира Даля
Финансово-экономический факультет, 4-й курс

OKSANA STAKHOVA
East Ukrainian National University named after V. Dal
Faculty of Finance and Economy the forth year student

ЕВРОИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ: НЕОБХОДИМОСТЬ РАСШИРЕНИЯ ЕВРОСОЮЗА НА ВОСТОК

EUROINTEGRATION PROCESSES: THE NECESSITY OF THE EU EXPANSION TO THE EAST

В данной работе в контексте интеграционных процессов в Европе автор рассматривает предполагаемые последствия присоединения к ЕС стран с реформированной экономикой на примере стран Балтии. Автор предполагает, что неравенство стран-кандидатов по сравнению со странами-членами ЕС изначально обусловлено более низким и менее стабильным социально-экономическим положением первых. Такая ситуация возможно вызовет негативные социально-экономические и политические последствия в странах как Западной, так и Восточной Европы. В конце работы с целью предотвращения возможных негативных последствий рекомендуется проведение ряда мероприятий с целью подготовки стран-кандидатов ко вступлению в ЕС.

In this work the author examines assumed consequences of joining by the reformed economy countries the EU in the context of integration processes in Europe. The author makes the conclusion with the example of Baltic countries. The author supposes that inequality of candidates in comparison with the EU members is initially conditioned by lower and less stable social economic position of the former. Such a situation is likely to provoke negative social economic and political consequences in the countries of both Western and Eastern Europe. At the end of the work it is recommended to conduct certain actions with a goal of preparation of the candidates to entering the EU in order to escape possible negative consequences.

Необходимость интеграционных процессов в Европе особенно обострилась после Второй Мировой войны, когда большая часть европейских государств была значительно разрушена. Идея создания Европейского Сообщества таким образом сформировалась достаточно четко как один из основных способов обеспечения мирного сосуществования государств на европейском континенте. При этом необходимо было учитывать равноправие стран-участниц для избежания новых конфликтов. Источником равноправия явился примерно одинаковый уровень экономического развития стран-членов и политическая стабильность в совокупности с гарантиями демократии и верховенством закона.

Интеграционные замыслы стран Европы воплотились в создании Европейского Союза, который был учрежден в 1992 г. в соответствии с Маастрихтским договором на базе 3-х европейских сообществ: Европейского объединения угля и стали, Европейского экономического сообщества и Европейского сообщества по атомной энергии. Целью создания ЕС является содействие экономическому и социальному прогрессу путем соз-

The necessity of integration processes in Europe became especially aggravated after the Second World War when the biggest part of European states were considerably destroyed. Therefore, the idea of creation of the European Community was formed clearly enough as one of the main ways of providing peaceful coexistence of the states of European continent. Here, the equality of rights of the countries-participants should have been taken into consideration to escape new conflicts. The source of equal rights was almost the same level of economic development of the members and political stability along with democracy guaranteed and the law supreme.

The integration intentions of European countries came true through creation of the European Union that was established in 1992 according to Maastricht pact on the base of three European communities: European Union of coal and steel, European economic society and European society of atomic energy. The goal of its creation is the assistance to economic and social progress through creation of space without internal borders and intensification of economic and social rapprochement of members

дания пространства без внутренних границ и усиления экономического и социального сближения стран-участниц на основе сближения уровней развития регионов. Кроме того, предусматривается общая внешняя политика и политика безопасности, а также сотрудничество в сфере юстиции и внутренних дел. Таким образом, ЕС определяют как наднациональную организацию, которой страны-члены отдали часть своих суверенных прав и вместе с тем, и часть своей самостоятельности, а также своей возможности осуществления независимой деятельности.

Среди стран Европейского Союза безусловно нет полной однородности, при этом экономически более развитые страны являются двигателем интеграции. Реализация внутренней региональной политики ЕС направлена на подтягивание менее развитых стран-членов и ликвидацию территориальных диспропорций социально-экономического развития. При этом разрыв в уровнях развития национальных экономик стран-участниц не должен быть слишком большим, иначе это не будет выгодно более экономически развитым странам, поскольку, если благосостояние всех стран-членов Евросоюза усреднится, то уровень благосостояния последних ухудшится.

В настоящее время стремление стран с реформированной экономикой вступить в ЕС наталкивается на определенное сопротивление со стороны западноевропейских государств. Таким образом, имеет место определенный эгоизм более развитых европейских стран, который выражается в оттягивании сроков рассмотрения заявок на вступление, а также окончательных дат принятия в ЕС стран Центральной и Восточной Европы. Бывший министр Великобритании Хезлтайн по этому поводу заметил: ЕС является сообществом богатых, хорошо функционирующих экономик и такое положение необходимо сохранить [2].

Такую позицию не сложно понять. Принципы и условия вхождения в ЕС стран с реформированной экономикой были приняты на заседании Европейского Совета в Копенгагене в июне 1993 г. Одним из требований при этом было обеспечение нормально функционирующей рыночной экономики, способной выдержать конкуренцию внутри единого рынка ЕС, эффективное управление и стабильное финансово-экономическое положение. В июне 1997 г. Комиссия ЕС приняла Повестку дня 2000 года — фактическую программу расширения Евросоюза, также были определены 6 стран первой волны расширения [1]. На основе выше изложенного возникает вопрос о необходимости расширения ЕС на Восток?

on the base of rapprochement of the regional development levels. Besides, common external politics and security politics are foreseen, as well as cooperation in the sphere of justice and internal politics. Therefore, the EU is defined as an over national organization to which its members have given some part of their sovereign rights and independence as well as opportunity to realize independent acts.

Undoubtedly, the countries of the EU are not homogeneous, and more economically developed countries are the engine of integration. The realization of internal regional politics of the EU is directed to the pulling up less developed members and liquidating the territory disproportion of the social economic development. For all this the gap between the levels of national economic development of the members shouldn not be very large. Otherwise, it won't be profitable to more economically developed countries. If well-being of all EU members becomes average the well-being level of the latter could get worse. Nowadays, aspiration of the countries which have had their economy reformed to enter the EU faces certain resistance of Western European countries. Thus, there is a certain selfishness of more developed countries expressed in delaying the terms of examination of entry application as well as final dates of adoption the Central and Eastern European countries into the EU. Ex-minister of Great Britain Hezeltein noticed, «The EU is a community of rich well functioning economies and this situation should be saved». That thesis is easily understood.

Principles and conditions of entering the EU for the countries with reformed economy were taken at the meeting of the EU in Copenhagen in June, 1993. One of the demands was the establishing of normally functioning market economy which is able to stand competition inside the united EU market, effective governing and stable financial economic position. In June 1997 the EU Commission adopted «The Agenda of the Year 2000», which is in fact a program of the EU expansion. The first six countries of the first wave were defined too.

Here arises a question about the necessity of the EU expansion to the East. Let's examine possible consequences of this process at the example of Baltic countries. The year 2003 is the year of preparation base for them before entering the EU. In September each Baltic country will have a referendum on this question. These countries have higher level of life among other post Soviet countries but it is not enough for equal in rights coexistence in the EU. To my opinion, the countries of Eastern Europe both in

Рассмотрим возможные последствия присоединения к Евросоюзу стран с реформированной экономикой на примере стран Балтии, для которых 2003-й год станет подготовительным этапом перед вступлением в ЕС. В сентябре в каждой из 3-х стран состоится референдум по вопросу присоединения к ЕС. Страны Балтии имеют более высокий уровень жизни населения среди всех стран бывшего соцлагеря, однако, он не является достаточным для равноправного сосуществования в ЕС. На мой взгляд, страны Восточной Европы в политическом и экономическом плане не готовы к суровым реалиям полноправного членства в ЕС. При этом нельзя не отметить боязнь стран-кандидатов потерять недавно полученную независимость, а также возможную необходимость внесения изменений в конституции. Однако, основными, по нашему мнению, являются возможные опасности экономического плана для национальных хозяйств стран-кандидатов, которые заключаются в следующем: необходимо значительное привлечение средств для удовлетворения требований ЕС, высокая степень конкуренции на внутреннем европейском рынке, при этом неокрепшая экономика рискует быть ввергнута в кризис.

Накануне вступления стран Балтии в ЕС наблюдалось, например, значительное повышение цен до уровня средних в странах ЕС [4]. Само по себе повышение цен на товары и услуги без соответствующего изменения уровня заработной платы может значительно снизить уровень жизни потребителей, кроме того, необоснованное повышение цен может дать толчок инфляционным процессам, росту безработицы. Поскольку в планы ЕС не входит развитие промышленности стран Балтии, а сельскохозяйственное производство планируется ограничить квотами, то напрашивается вывод о роли присоединяемых стран — рынки сбыта и места туризма. Кроме того, введение квот на сельхозпродукцию отрицательно скажется на экспорте, а, следовательно, и на доходах страны от внешней торговли. Необходимо учитывать и значительные ежегодные взносы за членство в ЕС. Нельзя также не признать возможными некоторые отрицательные последствия и для стран-членов Евросоюза, так, например, в случае возникновения негативных экономических явлений, таких как, инфляция в одной из вновьприсоединенных стран, данные явления могут значительно повлиять на экономики западноевропейских стран из-за высокой степени интегрированности национальных экономик в рамках ЕС.

По нашему мнению, интеграционные

economic and political situation are not ready for severe reality as enjoying full rights countries in the EU. Besides, these countries are afraid of loosing their recent independence and opportunity of changing their constitution. But as the matter of fact, possible economic danger for the national economy of the future members is the main thing they are afraid of. Though there is need in having means to satisfy the EU demands, high level of competition at the internal European market, that is why their weak economy is in risk of crisis. The day before Baltic countries enter the EU they wait a considerable rise in the prices for goods and services to the middle level in the countries of the EU. The rise itself without any changes in salaries can reduce the life level, besides, groundless prices rise can provoke the inflation processes and increase unemployment. So far as the EU doesn't plan to develop Baltic industry and agriculture will have only quota it is quite possible to make a conclusion about the role of the joining countries. In fact, they are only markets and places for tourism. Besides, quota for agricultural products will tell negatively upon export so that on the country income received for external trade. It is necessary to account considerable annual fees for membership in the EU. It exists some negative consequences for the EU members as well. For example, in case of inflation in one of the recently joined countries it will strongly influence economy of Western European countries because of the high integration of national economies in borders of the EU.

To draw the line, it is necessary to consider the integration processes in Europe as a progressive phenomenon. The pacts of partnership and cooperation made by countries and organizations are positive. But to speak about joining the EU for Eastern European countries is rather early. The reason is that the level of social economic development of the latter is insufficient and this initially causes inequality of candidates in comparison with members of the EU. So, for prevention from the negative consequences, it is necessary to raise the demands to the candidates and prolong preparation period.

Today we can't talk about the opportunities of Ukraine to join the EU but there are certain positive changes according to the development of two-side partnership and cooperation in different branches.

процессы в Европе необходимо считать несомненно прогрессивным явлением особенно в контексте их контролируемости. Положительными также являются договора о партнерстве и сотрудничестве, заключаемые между странами и организациями. Однако, говорить о присоединении к ЕС стран Восточной Европы еще рано. Причиной тому является недостаточный социально-экономический уровень развития последних, а это изначально обуславливает неравенство стран-кандидатов по сравнению со странами-членами ЕС. Таким образом, для предотвращения негативных последствий необходимо повысить требования к странам-кандидатам и продлить подготовительный период.

О присоединении Украины к ЕС в настоящее время речь не идет, но все же имеются положительные сдвиги относительно развития двухстороннего сотрудничества в различных отраслях.

ВОЛОДИМИР СТЕФІНІН
Тернопільська академія народного господарства
Студент 4 курсу інституту фінансів

VLADYMYR STEFININ
Ternopil academy of national economy
Student of the 4 year of institute of finance

КРЕДИТНІ СПІЛКИ ТА ЇХНЄ МІСЦЕ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

CREDIT UNIONS AND THEIR PLACE AT THE MARKET OF FINANCIAL SERVICES

У роботі висвітлено діяльність кредитних спілок як фінансових посередників на ринку фінансових послуг. Розкрито їхню суть та принципи діяльності, показане місце серед учасників ринку. Проведений аналіз функцій фінансових посередників та висвітлено соціальну спрямованість діяльності кредитних спілок як специфічних небанківських фінансово-кредитних установ.

The author considers credit unions operations as financial intermediaries on financial services market. Their essence, principles of activity, and their place amongst other members of financial markets are shown. Functions of financial intermediaries and social orientation of credit unions as specific non-bank financial and credit establishments are analyzed.

У нашій країні перші кредитні спілки з'явились у 60-х роках XIX сторіччя у формі ощадно-позичкових і кредитних товариств, які розвивались надзвичайно швидко, полегшуючи життя широких верств населення. Стрімкий розвиток кредитної кооперації тривав до жовтня 1917 року. Другий етап — «етап відродження» — розпочинається з моменту проголошення Україною незалежності, що дозволило представникам української діаспори США та Канади сприяти становленню в Україні кооперативних організацій взаємодопомоги громадян у фінансовій сфері — кредитних спілок [1].

In Ukraine the first credit unions appeared in the 60th of the XIX century in the form of savings and loans, and credit societies which developed at an extraordinarily rapid rate, facilitating the life of wide layers of the population. Rapid development of credit co-operation proceeded till October, 1917. The second stage is the «stage of revival», begining with the moment of Ukraine, independence, proclamation allowed representatives of Ukrainian Diaspora from the USA and Canada to facilitate the development of co-operative organizations of financial assistance to citizens in the form of credit unions [1].

Діяльність громадських організацій, як правило, носить негосподарський характер. Тому кредитні спілки стикнулися з низкою труднощів щодо організації роботи та відносин з державними органами. Діяльність кредитних спілок з надання кредитів під відсотки, приймання грошових вкладів на різних умовах та нарахування відсотків на них більш схожа до діяльності фінансової установи, ніж громадської організації, а сама діяльність такого роду установи є інститутом фінансового посередництва з певними правилами та нормами «гри». Даний факт викликає багато суперечностей щодо статусу та юридичного підгрунтя спілок: чим же є кредитна спілка — громадська організація чи фінансова установа? Насправді ж кредитна спілка не є громадською організацією чи фінансовою установою в традиційному розумінні. Кредитна спілка — це фінансовий кооператив, який одночасно є і громадською, і фінансовою організацією та являє собою специфічну форму господарювання, відмінну від інших форм. Із соціальної точки зору кредитна спілка — це форма фінансової взаємодопомоги та економічного самозахисту людей; із організаційної — громадська організація; з економічної — фінансова установа; а разом — це фінансовий кооператив [2].

Кредитні спілки як суб'єкти фінансового ринку працюють на ньому поряд з іншими суб'єктами: комерційними банками, ощадно-позичковими асоціаціями, взаємними ощадними банками, взаємними фондами грошового ринку, пенсійними фондами, страховими, інвестиційними й трастовими компаніями та іншими фінансовими установами, кожна з яких має свою специфіку діяльності. Ці фінансові установи відіграють надзвичайно важливу функцію у фінансовому посередництві, насамперед у формуванні додаткового фінансового продукту через добросовісну конкуренцію.

Фінансові посередники загалом поділяються на дві великі групи: банки та небанківські фінансові посередники.

Кредитні спілки — це суб'єкти фінансового ринку, які надають фінансові послуги подібні до банківських: залучають кошти шляхом прийняття депозитів, відкриття пайових, ощадних та чекових (розрахункових), пенсійних та інших рахунків і за рахунок цих коштів видають кредити різних видів, розміщують тимчасово вільні кошти на депозитах банків, які мають ліцензію на право роботи з вкладами фізичних осіб, у казначейські зобов'язання, державні цінні папери. Крім цього, кредитні спілки мають право

Activity of public organizations, as a rule, carries a non-profit character. Therefore credit unions ran into the row of difficulties as to organization of work and relationships with state bodies. Activity of credit unions in providing credits, acceptance of deposits on different terms and at different interest rates is more common for a financial institution, than a public organization, and such a kind of activity is nothing but financial intermediation with the set of rules and norms of the «game». The given fact causes a lot of contradictions in relation to status and legal basis of credit unions: what is a credit union — a public organization or financial institution? As a matter of fact, a credit union is neither a public organization, nor a financial institution in their usual understanding. A credit union is a financial cooperative that has the features of both a public and financial organization and is a specific institution different from the others. From a social point of view, a credit union is the form of financial assistance and economic protection of people; in sense organizational — a public organization; in economic a sense — financial institution; and a all together it is a financial cooperative [2].

Credit unions operate on financial market along with other financial institutions: commercial banks, savings and loans associations, mutual savings banks, mutual money-market funds, pension funds, insurance, investment and trust companies and other financial institutions, each of which has own specifications. These financial institutions have an extraordinarily important function in financial intermediation, above all, in creating additional financial product through fair competition.

Financial intermediaries on the whole are divided into two large groups: banks and non-bank financial intermdiearies.

Credit unions are the subjects of financial market, which provide financial services similar to bank: capital is attracted by acceptance of deposits, opening of shared, savings and checking, pension and other accounts, provide credits of different kinds, and deposit temporarily free capital with banks, which have a license to accept individual money holdings, or buy treasury bills and state securities. In addition credit unions have the right to carry out calculation-cash service, exchange of cheques, sale of traveller's cheques, issue of credit cards, and a number of other operations.

As a financial cooperative, a credit union substantially differs from other business entities with its objectives, principles of organization and management, rights and interests of proprietors and clients, public and legal statuses.

здійснювати розрахунково-касове обслуговування, обмін чеків, продаж дорожніх чеків, випуск кредитних карток, та здійснюють низку інших операцій.

Як фінансовий кооператив кредитна спілка суттєво відрізняється від інших форм господарювання цілями своєї діяльності, принципами організації та управління, правами та інтересами власників і клієнтів, суспільним та юридичним статусами.

Кредитні спілки є найчисельнішими із всіх суб'єктів фінансового ринку. Так в 2002 році в США налічувалось 11,4 тисячі кредитних спілок, членами яких було 62,2 млн чол. або 37,7 % населення, у Франції — 2 тисячі спілок, які об'єднували 5 мільйонів членів (13,2 % населення), в Канаді — відповідно 978 спілок та 4 мільйони членів (21,3 % населення), в Україні — 236 зареєстрованих кредитних спілок, які об'єднують менш, ніж 1 % населення.

Однак кредитні спілки є порівняно невеликими фінансовими установами з точки зору активів. В 2002 році у світі, в середньому, на долю кредитних спілок припадало лише 5,09 % активів усіх суб'єктів фінансового ринку, в той час як на комерційні банки припадало 42,88 %, ощадно-позичкові асоціації — 11,53 %, страхові компанії — 11,05 %, приватні пенсійні фонди — 5,53 %, державні пенсійні фонди — 5,2 %, ощадні банки та фінансові компанії — по 5,43 % та 5,32 % відповідно, взаємні фонди грошового ринку — 4,56 %, інвестиційні компанії — 3,4 %. Незважаючи на це, кредитні спілки є досить популярними фінансовими установами серед населення [3].

Аналіз діяльності кредитних спілок показує, що вони займають важливе місце на ринку фінансових послуг і успішно конкурують з іншими фінансовими установами. Завдяки існуванню кредитних спілок дрібні заощадники, в основному це середній прошарок суспільства, так званий «кістяк», мають можливість перерозподіляти свої кошти (причому на комерційній основі) через фінансові ринки, гарантуючи при цьому собі додатковий соціальний захист. При цьому основний акцент фокусується на соціальному партнерстві, на тих чи інших формах підвищення рівня та якості життя усіх і кожного, зокрема. Ідеї соціальної справедливості стали елементом основних вимог, які ставляться до кредитних спілок, і які сконцентровані навколо моделі загального добробуту, що реалізується через належне виконання таких функцій:

Акумуляція заощаджень. Пряме залучен-

Credit unions are most numerous amongst all subjects of financial market. In 2002, there were 11,4 thousand credit unions with 62,2 million members, or a 37,7 % of population, in the USA, in France — 2 thousand unions which united 5 million of members (13,2 % population), in Canada — accordingly 978 unions and 4 million members (21,3 % population), in Ukraine — 236 registered credit unions unite less, than 1 % population.

However, credit unions are comparatively small financial institutions considering the amount of assets. In 2002 in the world, on the average, credit unions accounted for only 5,09 % assets of all subjects of financial market, at the same time, commercial banks accounted for 42,88 %, savings and loans associations — 11,53 %, insurance companies — 11,05 %, private pension funds — 5,53 %, state pension funds — 5,2 %, saving banks and financial companies — for 5,43 % and 5,32 % accordingly, mutual money-market funds — 4,56 %, investment companies — 3,4 %. Nevertheless, credit unions are quite popular financial institutions[3].

The analysis of activity of credit unions shows that they play and important role on the market of financial services and successfully compete with other financial institutions.

Due to existence of credit unions, small savers, mainly middle class, are able to profitably allocate their capital on financial markets with the guaranty of additional social protection. At the same time, a main focus is on social partnership and increasing level and quality of life of all participants. The ideas of social justice became the basic requirements to the credit unions and are concentrated around the model of public welfare, that will be realized through the proper implementation of the following functions:

Accumulation of savings. The direct attraction of capital is not profitable, as a rule, since it is associated with significant costs. Financial intermediaries largely improve efficiency of investment process by accumulating small savings.

Redistribution of risk — first, due to accumulation of large amounts of financial resources, intermediaries can reduce the investment risk. Secondly, financial institutes can trade the risk by redistributing the risk from more risk-averse to less risk averse investors.

Meeting assets and liabilities. Financial intermediaries, by accumulating large amounts of financial resources, even if most of them are short-term, are able to grant long-term loans, thus overcoming gaps between demand and

ня коштів, як правило, не вигідне, оскільки пов'язане із значними витратами. Фінансові посередники, акумулюючи малі заощадження, в значній мірі підвищують ефективність інвестиційного процесу.

Перерозподіл ризику — це: по-перше, за рахунок акумуляції великих обсягів фінансових ресурсів, посередники мають можливість знижувати ризик інвестицій для окремих економічних суб'єктів. По-друге, фінансові інститути мають можливість торгівлі ризиком, перерозподіляючи ризик від більш схильних до менш схильних. Узгодження тривалості активів та зобов'язань. Фінансові посередники, акумулюючи великий обсяг фінансових ресурсів, навіть якщо більшість цих зобов'язань є короткотерміновими, мають можливість надання довгострокових позик, скорочуючи цим розриви між попитом та пропозицією на ринках фінансових активів з різною тривалістю.

Забезпечення ліквідності інвестицій. Фінансові посередники своєю діяльністю забезпечують існування ліквідних ринків фінансових ресурсів. Підвищення ліквідності об'єктивно сприяє зростанню обсягів вкладів.

Підсумовуючи вище висвітлене, можемо зробити такі узагальнення. По-перше, фундаментом формування ринкових відносин і ринкових структур є створення фінансового ринку, який акумулює і перерозподіляє фінансові ресурси суспільства між різними секторами і галузями, створює умови ефективного їх переливання і використання, сприяє капіталізації додаткової вартості. По-друге, важливе значення на фінансовому ринку багатьох країн світу відіграє фінансове посередництво, прискорюючи кругообіг фінансових потоків в економіці та забезпечуючи її ефективний розвиток. По-третє, кредитні спілки, як один з фінансових посередників, активно стримують соціальне розшарування, задовольняють нагальні соціальні потреби, забезпечують матеріальне благополуччя членів фінансового кооперативу і в кінцевому результаті торкаються матеріального інтересу суспільства, забезпечуючи соціальну стабільність держави.

supply on the markets of financial assets with different lives.

Providing investments liquidity. Financial intermediaries provide liquidity to financial markets. The increase of liquidity attracts larger deposits.

Considering all stated above, we can draw the following conclusions. First, financial market creation, which accumulates and redistributes the financial resources of society between different sectors and industries, is the foundation of market relations and market structures, creates the conditions for their effective redistribution and use, and facilitates capitalization of added value. Secondly, financial intermediation plays an important role on the world financial markets by accelerating the turnover of financial flows in an economy and providing its effective development. Thirdly, credit unions, as one of financial intermediaries, actively restrain social stratification, satisfy urgent social needs, provide welfare to the members of financial cooperative and eventually result in increased public welfare thus securing social stability in the country.

АНДРЕЙ ТКАЧЕНКО
Восточноукраинский национальный университет имени В. Даля
Финансово-экономический факультет
3 курс

ANDREW TKACHENKO
The East-Ukrainian National University named after V. Daly
3-year student
of Financial-Economic Faculty

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ РЫНКА ДЕРИВАТИВОВ

FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE DERIVATIVES MARKET

В работе освещены основные тенденции динамики развития рынка деривативов, причины возникновения и перспективы их развития в мире. Показаны основные проблемы развития и функционирования рынка производных ценных бумаг в Украине. Рассмотрена макроэкономическая и страховая сущность, влияние интеграционных процессов. Рассмотрены основные виды производных ценных бумаг, их место среди финансовых инструментов в мировой, а также национальной экономике.

The thesis reveals the basic tendencies of the derivatives market development, the causes of ist formation and prospects of its development in the world. There are shown the main problems of development and operating of the derivative floaters market in Ukraine. There are revealed microeconomic and insurance aspects, the influence of the integration and also the kinds of derivative floaters, their position among financial instruments in the world and in native economy.

Кризис финансовых рынков конца 80-х начала 90-х гг. продемонстрировал необходимость взаимодействия, создания работающих механизмов размыкания цепи в случаях нарушения процессов нормального перелива капитала или возникновения угрозы стабильности мировой экономики и финансовой системы. Изменчивость финансовых условий требовала нового подхода к повышению конкурентоспособности и принятию мер для минимизации риска.

Возникнув в процессе вполне традиционных финансовых отношений и категорий (кредит, заем, акция и др.), деривативы, по сути, представляют собой традиционные инструменты. Они ориентированы на новые договорные отношения, связанные с преодолением ограничений, вытекающих из обычных обязательств по будущей покупке или продаже, или прав на покупку/продажу финансовых инструментов по фиксированным на данный момент ценам.

Динамика рынка производных инструментов за последние годы (с 1986 по 1997 гг.) по статистике биржевой торговли в стоимостном объеме открытых позиций (по номиналу) на конец года свидетельствует о значительном его росте — в 19 раз (с 618,8 млрд до 12,2 трлн долл. США) [1, с. 86].

Структура торговой активности производными контрактами характеризовалась преобладанием фьючерсных контрактов, на долю которых в 1986 г. (по стоимости) приходилось 63,83 %, в 1993 г. — 65,18 %, а в 1996 г. — 64,36 %, остальная часть — на опционы. Под-

The crisis of the financial markets at the end of the 80s in the beginning of the 90s demonstrated the need for collaboration, creating of operating mechanisms for the chain breaking in the case of violation of the normal capital flow processes or under the threat to the stability of the world economy and the financial system. Changeable financial conditions demanded another approach to the competitiveness increase and undertaking measures for risk minimization.

Having appeared in the process of quite traditional financial relations and categories (a credit, loan, share etc), derivatives, as a matter of fact, are traditional instruments. They are oriented on contractual relations, connected with the limitations overcoming, caused by ordinary commitments on the prospective purchase or sale, or by the right to purchase or sale of financial instruments at the prices stated at that moment.

From 1986 to 1997 market dynamics of the derivative instruments, according to the stock trading statistics in the cost volume of the open positions (at face value) by the end of the year, justifies its rapid growth — 19 times as much (from 618,8 billiard to 12,2 billion USA dollars [1, p. 86].

The trade operating structure of derivatives contracts is characterized by mostly futures contracts which share (in cost) was 63,83 % in 1986, 65,18 % in 1993, 64,36 % in 1996. The rest was in options. The futures and options division into the interest, currency ones and the contracts into the fund indices justified the prevailing of the interest instruments over the index

разделение фьючерсов и опционов на процентные, валютные и контракты на фондовые индексы свидетельствовало о преобладании процентных инструментов над индексными и валютными, причем как в абсолютных, так и относительных показателях, взятых в динамике с 1986 по 1996 г [1, с. 87].

Изменилось соотношение удельных весов региональных рынков (в стоимостном и в качественном выражении) и биржевого рынка деривативов. Это объясняется тем, что в Европе активное развитие биржевых рынков, начавшееся с 80-х гг., связано с увеличением числа бирж и расширением спектра контрактов. Американский же рынок находился к тому моменту на гораздо более высоком уровне развития, и темпы его роста были объективно ниже.

На финансовом рынке в последние годы наблюдается рост важности и динамичности сектора производного валютного рынка. Особенно заметна названная тенденция на национальных рынках. Многие биржи в настоящее время предлагают одинаковые финансовые инструменты, а поскольку эффективность третичного рынка зависит от ликвидности, важно, чтобы он не стал настолько фрагментарным, что перестал существовать вовсе.

С перспективой образования экономического и валютного союза и введения единой валюты в Европе ожесточается конкуренция между биржевой торговлей и внебиржевым рынком (Over the counter Market — OTC). Объединение валютных систем одиннадцати ведущих промышленно развитых стран Европы на базе единой валюты — евро, приведет также к тому, что операторы внебиржевого рынка деривативов практически должны лишиться одиннадцати своп инструментов и одиннадцати форвардных курсов.

Отметим тенденции, имевшие место в последнее время на мировом рынке деривативов:

- доминирующая и направляющая роль внебиржевого рынка деривативов.
- консолидация, как на биржевом, так и на внебиржевом рынках.
- стандартизация контрактов.

Исходя из представленной динамики развития рынка деривативов и его функций в рыночной экономике, можно с уверенностью прогнозировать дальнейший рост масштабов и уровня его организации. В последнее время характерными чертами развития рынка производных финансовых инструментов стали процессы, связанные с усложнением инструментов. Среди них сегодня можно выделить [1, с. 122]:

and currency ones, both in absolute figures and relative ones, taken in the dynamics from 1986 to 1996. [1, p. 87].

The correlation of the regional markets and the exchange markets of derivatives scales (in cost and quality showings) has changed. The matter is that in Europe the rapid growth of the exchange markets, started in the 80s, was connected with the increasing of exchange numbers and expansion of the contract spectrum. Yet the American market at that moment had much higher development level, and the rates of its growth were considerably lower.

Recently in the financial market there has been the importance and the dynamics rise of the derivatives currency market sector. The tendency mentioned is mostly evident at the national markets.

Nowadays many exchanges propose similar financial instruments, and as the efficiency of the «tertiary» market depends on its liquidity, so it should not become fragmentary for not to be cancelled at all. While the economic and the currency union is forming and the single currency is being introduced in Europe the competitiveness between the exchange trade and non-exchange market is getting embittered.

The unification of the currencies of 11 highly developed European countries on the basis of the single currency — Euro, will lead to the fact that the non-exchange market derivatives operators must be deprived of 11 swap instruments and 11 forward rates.

The tendencies recently taking place in the world market of derivatives are the following:

- leading and dominating role of the non-exchange derivatives market;
- consolidation, both at the exchange and the non-exchange markets;
- contracts standardization.

Stimulating factors are the following:

- the development of the world market of derivatives is inseparably connected with liberalization of financial sector of the national economies of western countries;
- the derivatives markets are highly concentrated on the world scale;
- there are several basic world centers of derivatives trade;
- considerable advances in the IT field urged on the derivations market development;
- the rise of active derivatives trade has been contributed by the ability to form with their help synthetic positions when the transactions in the spot-markets are distinguished in higher rates.

Accounting the dynamics of the derivatives market development and its functions in the

• опционы на свопы (свопционы — swaptions);

• форвардные свопы;

• открытые свопы;

• возрастающие компенсационные ценные бумаги (step recovery floaters);

Темпы роста внебиржевого рынка значительно выше, чем темпы роста биржевого. Это определяется следующими причинами:

• увеличением спроса на инструменты хеджирования из-за неустойчивости процентных ставок и валютных курсов;

• увеличением спроса на сложные инструменты, позволяющие получать прибыль от относительно больших разниц процентных ставок в разных странах и для различных групп инвесторов;

• увеличением спроса на сложные инструменты для диверсификации риска и изменения характеристик риска портфелей в быстро изменяющихся инвестиционных условиях.

Что касается Украины, финансовые деривативы только начинают внедряться в практическую деятельность, и поэтому большинство связанных с ними проблем организационного и методологического характера. Доминирование биржевой формы финансовых деривативов на международных рынках значительной мерой обусловило тот факт, что в Украине срочный рынок, в отличие от мировой практике, сразу начал формироваться как биржевой с превалированием спекулятивных мотивов.

Отечественная торговля деривативами фактически была представлена только фьючерсным валютным рынком, функционирование которого на данное время приостановлено из-за повышенного риска. С форвардами и опционами проводятся только отдельные операции, а такие финансовые инструменты как своп контракты отсутствуют вообще [2; ст. 79].

В нормальном функционировании внутреннего рынка финансовых деривативов Украины заинтересованы не только национальные предприниматели, но и иностранные инвесторы, которые, вкладывая деньги в национальную экономику, заинтересованы в страховании (хеджировании) валютных рисков. Дальнейшее развитие этого сектора рынка зависит от дальнейшей политики Правительства в этой области.

market economy, we are to predict the further growth of its area and organizing level.

Lately the main features of the derivatives market development have become the following: [1, p. 122]

• swap-options;

• forward swaps;

• open swaps;

• increasing step recovery floaters.

The growth rates of non-exchange market are considerably higher than the ones of the exchange market. This is caused by the following:

• increasing demand on hedge instruments because of unsteadiness in the interest and currency rates;

• rising demand on complicated instruments enabled to get profit from relatively big margins of interest rates in different countries and for different groups of investors;

• the rise in demand on complicated instruments for the risk diversification and changes of risk characteristics in changeable investing atmosphere.

Concerning Ukraine, financial derivatives are only starting to operate and so the most problems are of organizing and methodological character.

The domination of the exchange form of derivatives in the world markets caused the fact that in Ukraine the urgent market was founded as an exchange one at once.

In fact, the native derivatives trade was characterized only by futures currency market, which is not operating because of high risk. There are rare operations with forwards and options, and swap- contracts do not exist at all.[2, p. 79].

Not only native entrepreneurs but also foreign investors are interested in the normal operating of home market of derivatives in Ukraine. Further development of this market sector depends on the government policy in this field.

ІВАН ТОБІЛЕВИЧ
***Тернопільська академія народного господарства**, 4 курс*

IVAN TOBILEVYCH
***Ternopil Academy of National Economy**, 4-th year student*

ПРОБЛЕМА БІДНОСТІ В КОНТЕКСТІ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

THE PROBLEM OF POVERTY WITHIN THE CONTEXT OF THE ECONOMY'S MARKET TRANSFORMATION

Проблема бідності населення як соціально-економічний феномен має місце певною мірою в кожній країні. Але я маю намір зупинитися тут не просто на побутово-прозорій антигуманістичній сутності цього явища, а на аналізі причин і форм прояву масової бідності в нашій країні (до речі, характерної і для більшості інших пострадянських держав), яка вже стала одним із найсуттєвіших гальм подальшого конструктивного руху на шляху ринкової трансформації економіки.

Нині стало аксіомою, що внутрішній імпульс динамізму національного ринку криється в розвитку сукупного попиту в країні. Але в українській ситуації виникає далеко не риторичне запитання: «Про який сукупний платоспроможний попит можна вести мову, коли громадянин проживає за межею бідності?». В такому контексті аналіз проблеми бідності актуалізується і через пошук відповіді щодо можливості створення взагалі в більш-менш прийнятній перспективі засад соціально-орієнтованої ринкової економіки в Україні.

Аналіз теоретико-практичних підходів та реалій ринкового реформування вітчизняної економіки протягом 90-х рр. приводить до ось яких узагальнень: по-перше, на цьому (початковому) етапі не були чітко визначені цілі та конкретні засоби їх досягнення, бо домінувало гасло: «Давай ринок!», а він, мовляв, сам усе розставить на місця; по-друге, науково не була спрогнозована соціальна спрямованість ринкових перетворень і можливі наслідки їхнього впливу на соціально-економічну ситуацію в країні. І, по-третє, під кутом досліджуваної мною проблеми, слід наголосити, що на той час не були достатньо враховані науковцями та практиками інтеграційні тенденції відтворення економічних умов і факторів життєзабезпечення населення, тобто — загального стану, динаміки повсякденного рівня та якості його життя.

У нашій літературі бідність часто визначається як неможливість внаслідок нестачі економічних (грошових, матеріальних) коштів підтримувати необхідний рівень і якість життя, притаманні конкретному суспільству

The problem of poverty of population as a socio-economic phenomenon can be found to this or that extent in almost every country. But in my work I intend to focus not only on clear antihuman essence of this phenomenon but also on analysis of the reasons and forms of mass poverty display in our country (which is by the way typical for most post-soviet countries as well), that has already become one of the most essential obstacles in further constructive movement on the way of the economy's market transformation.

In our days it has become obvious that the inner impulse of the national market's dynamism is the development of total demand in the country. But in Ukraine we can't speak of any total solvent demand while citizens live under the level of poverty.

In this aspect the problem of poverty becomes pressing also because of search of ways of solving the problem of creating in more or less acceptable perspective the basis for socio-oriented market economy in Ukraine.

The analysis of theoretic and practical approaches and realities of market reforms of the Ukrainian economy during the 90-s leads to the following conclusions: firstly, on this stage there weren't clearly defined the objectives and concrete ways of their achievement, for the appeal «Let's get to market» was the leading one, and the market was expected to put everything in the right places; secondly, the social direction of the market transformations wasn't scientifically forecasted as well as possible consequences of their influence on the socio-economic situation in the country.

And thirdly, from the standpoint of the problem I investigate, I should emphasize that by that time the scientists hadn't paid enough attention to integration trends of reproduction of economic conditions and factors of life sustenance of population that's general state, dynamics of everyday level and quality of life.

In the national literature poverty is often defined as impossibility as the result of lack of economic (money, material) resources to maintain the necessary level and quality of living

в конкретний період. До категорії бідних відносять тих людей, які не з власної волі позбавлені найнеобхіднішого — належного житла, одягу та елементарних умов для підтримки свого здоров'я. Тобто — це ті групи населення, які не мають змоги на необхідному рівні задовольнити навіть свої первинні (фізіологічні) потреби. Крайній прояв бідності — злиденність.

Характеризуючи дане явище, західні фахівці роблять трохи інші висновки. Бідність, за визначенням відомих американських економістів П. Самуельсона і В. Нордхауза — це рівень доходу, що забезпечує прожитковий мінімум. Оскільки, за їхніми підрахунками, бідні сім'ї звичайно витрачають 1/3 свого доходу на продукти харчування, то, збільшивши цю величину втричі, можна вирахувати суму, необхідну для існування на рівні прожиткового мінімуму. При цьому прожитковий мінімум, або межа бідності, характеризує не межу виживання, а необхідний мінімальний рівень стандарту життя.

Щодо характеристики стану заробітної плати, то ще одним із найболючіших питань маємо невчасну її виплату. Хоча, за даними Міністерства праці і соціальної політики, на початку 2000 р. ситуація щодо виплат поліпшилась і заборгованість зменшилась на 20,9 %, тобто майже на 1 млрд грн, але 70 % працюючих одержують зарплату, меншу за прожитковий мінімум (у 2000 р. — 311 грн). До того ж, зростання цін у декілька разів перевищувало рівень зростання заробітної плати.

Про необхідність конструктивного й дійового посилення соціальної спрямованості наших реформ свідчить і той факт, що, незважаючи на певні позитивні зрушення в економіці, 2000 р. не став переломним у сфері соціальних відносин, підвищенні добробуту широких верств населення, що й було відзначено у Посланні Президента до Верховної Ради. За таких умов однією з дійових складових соціального регулювання й особливо проблеми ліквідації бідності мало б стати регулювання процесів розподілу та перерозподілу доходів, хоча абсолютизувати роль перерозподілу також не варто.

Наступний суттєвий елемент програми ліквідації бідності полягає в системі дійових заходів із забезпечення раціональної зайнятості населення та боротьби з хронічним (як прихованим, так і явним) безробіттям. В Україні фактично домінує пасивна політика зайнятості. А ринок передбачає здійснення активної політики зайнятості — це створення нових робочих місць, підготовка, підвищення кваліфікації та перекваліфікація

typical for appropriate society at the appropriate period. People are called poor if they are against their will deprived of the most necessary things — living, food, clothes and elementary conditions for maintaining their health. So the poor are the groups of population that don't have opportunity to satisfy their primary (physiological) needs at the socially necessary level. The extreme side of poverty is misery.

Western scientists put a bit different stresses while defining this phenomenon. After famous American economists P. Samuelson and W. Nordhouse, poverty is the level of income that provides the living wage. As according to their calculations poor families usually spend 1/3 of their income on food, by increasing this sum by 3 times, we can calculate the sum necessary for existing at the level of the living wage. So the living wage or the edge of poverty characterizes not the edge of surviving but the necessary minimum level of the standard of living.

As to the state of the level of wages, their retaining is still one of the most pressing problems today. However, according to the data of the Ministry of Labour and Social Policy of Ukraine at the beginning of the year 2000 the situation with paying wages improved to some extant and the debt decreased by 20,9 % i.e. almost 1 billion UAH. At the same time 70 % of workers still get less than subsistence wage (in the year of 2000 it was established at level of 311 UAH). Besides, the of increasing the level was several times lower than the level of increasing prices.

More evidence of the constructive and active reinforcement of social direction of our reforms is the fact that despite some positive changes in the economy, the year of 2000 didn't become a turning-point in the sphere of social relations as it was noted in the Message of the President of Ukraine to the Verkhovna rada.

One of the effective components of social regulation and especially the problem of liquidation of poverty is regulation of the process of allocation and reallocation of income.

The optimization of income allocation in the transitional economy should become the central element of the state program of combating poverty, though its role doesn't have to be overestimated.

The next important component of the program of combating poverty should become the system of effective measures that will provide rational employment of the population and combat chronic (hidden as well as evident) unemployment. In Ukraine it is passive employment policy that in fact dominates. But the market demands conducting active employment

робо
чої сили. Принциповим для економіки України є відновлення та посилення у працюючих стимулів до високопродуктивної праці.

Головний орієнтир пропонованої нами програми на сучасному етапі — всілякими способами стимулювати економічну активність працездатної частини населення, створювати передумови, за яких людина здатна своєю працею, ініціативою забезпечувати гідні умови життя для себе та своєї сім'ї. Це повною мірою відповідає як вимогам економічної ефективності, так і принципу соціальної справедливості.

Третьою складовою програми боротьби з бідністю має стати система соціального захисту та соціальних гарантій. Серед цілого комплексу заходів такої системи, абстрагуючись від інших її складових, правомірно звернути увагу на особливу роль у програмі трансфертів — безоплатної передачі частки доходів (чи майна) індивіда чи організації в розпорядження інших осіб.

У конструктивній реалізації всього комплексу напрямів соціального регулювання суттєво посилюється регулювально-створювальна роль держави перехідної економіки. Це зумовлено тим, що держава має створювати достатньо широкий набір засобів, форм, методів для посилення соціальної спрямованості реформ, які одночасно мають специфічну цільову спрямованість.

policy — creating new working places, training, raising the level of qualification and requalification of the labour force. The matter of principle is resumption and reinforcement of incentives for work among workers.

The main point of our program on the present stage is stimulating economic activity of able-bodied part of the population, creating conditions for one to provide with his work and initiative proper life conditions for him and his family. This fully conforms to requirements of economic effectiveness as well as the principle of social justice.

The third element of the program of combating poverty has to become the system of social protection and social guaranties. Among the complex of measures of this system one should pay attention to the specific role of transfers i.e. free transfer of a part of income (or property) of a person or organization to other persons.

In the process of constructive realization of the whole complex of directions of social regulation the regulative and creative role of the state in the transitional economy is considerably increasing. This is caused by the fact that the state has to create a wide set of means, forms, methods of strengthening social direction of reforms that at the same time have their specific objective direction.

ТАТЬЯНА ТОМАШЕВИЧ
г. Минск, Белорусский Государственный экономический университет

TATYANA TOMASHEVICH
Minsk, Belarus State Economic University

ПОДГОТОВКА К ВСТУПЛЕНИЮ БЕЛОРУССИИ В ВТО

BELARUS: PREPARATION FOR JOINING THE WTO

В тезисах рассмотрены вопросы подготовки к вступлению Белоруссии в ВТО.
Автором отмечены основные факторы, обуславливающие медленность и сложность переговоров Правительства страны с ВТО по получению членства в организации. Намечены также основные пути активизации процесса присоединения Беларуси к многосторонней системе регулирования торгово-экономических отношений.

The abstracts are devoted to the problem of preparation of Belarus for joining the WTO.
The author draws attention to the main factors that cause the slowlyness and complexity of negotiations of the State Government with the WTO on Belarus' membership in the organization.
The main paths of stimulation of the process of Belarus' accession to the multilateral regulative system of trade and economic relations are also outlined in the abstracts.

Одной из основополагающих тенденций,

One of the major tendencies, determining

определяющих развитие мировой экономики в последние два десятилетия, является процесс глобализации мирового хозяйства. Мировая практика показывает, что глобализация носит весьма противоречивый и неравномерный характер, в связи с чем наряду с позитивными содержит и негативные аспекты. Тем не менее, современное экономическое объединение мира — процесс необратимый, а возможность избежать отрицательного влияния глобализации напрямую связана с развитием инфраструктуры регулирования международной торговли.

В связи с наметившейся тенденцией, стратегически важной целью для РБ выступает определение ее места в международном разделении труда и обеспечение плавности вхождения в мирохозяйственные связи в качестве равноправного участника. А так как ведущую роль в регулировании торгово-политических отношений на международном уровне играет ВТО, присоединение Республики Беларусь (РБ) к этой организации рассматривается как важнейший этап интеграции в мировую экономику.

Медленность и сложность переговоров Правительства страны с ВТО (начатых в 1995 г.) обусловлены рядом проблемных вопросов присоединения, связанных, главным образом, с условиями получения членства Беларуси в организации. Среди них:

- присоединение к ВТО создает угрозу госбюджету РБ: во-первых, снижение таможенного протекционизма повлечет за собой уменьшение бюджетных доходов; а во-вторых, издержки экономического и социального плана, которые проявятся в период адаптации экономики РБ к достаточно жестким правилам международного рынка. Речь идет о расходах, связанных с изменением отечественной законодательной базы в духе уважения международных норм, с созданием институционального механизма контроля за выполнением взятых на себя многосторонних обязательств, а также с осуществлением взносов в регулярный бюджет ВТО и работой делегации РБ в ее рамках;
- выполнение жестких требований по снижению действующего уровня ставок таможенных пошлин может означать для государства ослабление таможенно-тарифной защиты ряда уязвимых отраслей экономики, прежде всего аграрного сектора. Серьезную обеспокоенность в этом аспекте вызывает попытка ряда стран-членов ВТО, включая ключевую группу «квадро» (США, ЕС, Канада, Япония), навязать Беларуси присоединение к плюрилатеральным соглашениям по

development of the global economy in the last two decades, is the process of globalization of the world economy. International experience proves globalization to be of rather controversial and unsteady character. Along with positive features it provides negative aspects as well. Nevertheless, modern world economic unity is an irreversible process, and the opportunity to avoid negative influence of globalization directly depends on the development of regulation infrastructure of international trade.

Regarding the outlined tendency finding of its place in the international division of labour and providing smooth entry to the world economic relations as an equal partner are strategic goals for the Republic of Belarus (RB). And as the WTO plays the leading part in regulation of trade and political relations on the international level, joining this organization is considered to be the crucial stage of integration into the world economy.

The slow, complex negotiations of the State Government with the WTO (started in 1995) are caused by a number of problematic issues that arise mainly because of the admission process that Belarus has to face if it wants to receive membership in the organization. Among them are:

- joining the WTO creates a threat to the RB budget: in the first place, it means decrease in customs protectionism that will cause a reduction of budgetary incomes; and secondly, increase of the economic and social costs which will appear during adaptation period of the Belarusian economy to rather rigid rules to international market. These costs include the charges connected with: changes of domestic legislation in the spirit of respect of the international norms; with creation of the institutional mechanism that would control the performance of multilateral obligations; with realization of regular payments to the WTO's budget and functioning of Belarussian delegation within the organization;
- meeting strict requirements on decreasing the working level of customs rates can result in weakening in customs-tariff protection in some vulnerable branches of economy, first of all in agrarian sector. A serious concern is caused, regarding this problem, by the attempt of some countries — members of the WTO, including key group «quadro» (the USA, the EU, Canada, Japan) — to force Belarus acceding to plurilateral agreements on the governmental purchases and trade in civil airtechnics as well as in other non-obligatory agreements («sectoral initiatives») which provide zero rates of import duties or their significant decrease on 13 integrated commodity groups;
- separate accession to the WTO could be a

правительственным закупкам и торговле гражданской авиатехникой, а также к другим юридически необязательным соглашениям («секторальным инициативам»), которые предусматривают нулевые ставки ввозных пошлин или их значительное снижение по 13 укрупненным товарным группам;

• вступление в ВТО сепаратно может стать предпосылкой краха Союзного государства между РБ и РФ;

• отсутствие решения вопроса о статусе присоединения Беларуси к ВТО как существенного фактора, определяющего условия членства в организации;

• принятие обязательств ВТО заставит Белоруссию проводить неолиберальную политику, последствия которой для стран с переходной экономикой крайне противоречивы.

В ходе реализации выбранного курса на преодоление изоляции от мирового сообщества членство в ВТО может предоставить РБ необходимый инструментарий для защиты и продвижения национальных интересов в рамках системы международной торговли. То, насколько страна сумеет воспользоваться преимуществами работы в безопасной и предсказуемой международной торговой среде, будет зависеть от успеха мероприятий, проводимых по следующим направлениям:

• проведение независимого исследования НАН РБ с тем, чтобы определить реальные выгоды и возможные риски присоединения РБ к ВТО, а также научно обосновать выбор итоговых обязательств страны в качестве полноправного участника организации;

• совершенствование экспертизы всех разрабатываемых законопроектов на соответствие требованиям ВТО, в том числе в области механизма применения защитных мер;

• экономически обоснованный выбор приоритетных для жизнеобеспечения и роста отраслей, а также реализация «пакетного» принципа в ходе достижения сбалансированного размера уступок;

• привлечение к разработке и реализации белорусской позиции на переговорах с ВТО авторитетных объединений деловых кругов РБ;

• создание на базе технического содействия ВТО общенациональной системы внешнеэкономической информации для белорусского бизнеса, ориентирующей его в нормах и правилах организации, а также в конъюнктуре основных рынков товаров и услуг;

• повышение уровня профессиональной подготовки деловых кругов и участников переговоров с ВТО, работающих в эпоху развития телекоммуникационных систем и гибкой автоматизации;

premise of ruin of the Allied State, probable union of the RB and the Russian Federation;

• absence of the decision on the status of Belarus joining the WTO though it is the essential factor determining conditions of membership in the organization;

• acceptance of the WTO's obligations will make Belarus carry out neoliberal policy which consequences for the countries with transitive economy are extremely inconsistent.

Following the chosen policy of overcoming isolation of the world community Belarus can use its membership in the WTO as a necessary implement for protection and promotion of national interests within the system of international trade. Whether the country would manage to take into advantage operating within the safe and predictable international trading surroundings depends on the success of the actions taken in the following directions:

• to conduct the independent research by the NAS of the RB in order to determine the real benefits and probable risks of Belarus accession to the WTO, as scientifically well as to prove a choice of final obligations of the state as a full member of the organization;

• to improve expertise of all processed bills on their correspondence to the requirements of the WTO, including the domain of the applied protective means;

• to make economically justified choice of prior branches for life-support and development, and simultaneously to follow a «package principle» in order to achieve balanced size of concessions;

• to encourage participation of influential groups of Belarussian business elite in elaborating and realization of the Belarusian position in negotiations with the WTO;

• to create a national system of the external economic information for Belarusian business, directing it towards standards and rules of the organization as well as guiding within conjuncture of the basic commodity and services markets. All on the basis of the WTO's technical assistance;

• to improve professional qualification standards for business circles and for negotiators with the WTO, due to high-level standards of working in the age of flexible automation and telecommunication systems development;

• to take into account during negotiations the factor of Belarus international obligations as a member of the Allied State and Customs Union, and to use the GATT/WTO's experience in development of optimum integrational model for the states with significant structural distinctions;

• to develop financial programs, backing the projects on creation of powerful specialized

• учет в ходе переговоров фактора международных обязательств РБ как участника Союзного государства и Таможенного союза, а также использование опыта ГАТТ/ВТО в выработке оптимальной модели интеграции государств со значительными структурными различиями;

• выработка программ финансовой поддержки проектов создания в РБ на научной базе мощных специализированных корпораций-холдингов;

• участие страны без права вето в новом Раунде многосторонних торговых переговоров для продвижения позиции белорусской стороны по выработке мер дальнейшего совершенствования ВТО, позволяющих ей стать действительно универсальной организацией как с точки зрения участия в ней максимального числа стран, так и за счет предоставления государствам-соикателям справедливых условий членства, учитывающих их национальную специфику.

При проведении всех вышеназванных мероприятий РБ следует отказаться от «мобилизирующих дат» приема в ВТО. Очевидно, что только тщательно подготовленная работа может обеспечить предсказуемый процесс присоединения к многосторонней системе регулирования торгово-экономических отношений и позволит извлечь определенные выгоды от полноправного участия в мирохозяйственных связях.

corporations — holdings in the RB on a scientific foundation;

• o participate without the right of the veto in a new Round of multilateral trade negotiations in order to promote the position of the Belarusian counterpart on the development of methods for further WTO's improvement. That would contribute to its development as a really universal organization with the perspective of maximum number of states participating, as well as offering fair conditions of membership to applying states, taking into account their national peculiarities.

Carrying out all actions mentioned above it is necessary that the RB declines the «mobilizing dates» enrolment in the WTO. It is obvious, that only thorough preliminary analysis ensures predictable process of accession to the multilateral regulative system of trade and economic relations and allows to make certain benefits out of full participation in the world economic relations.

СЕРГЕЙ ФИЛИППОВ
Санкт-петербургский государственный университет экономики и финансов
Факультет финансовых, кредитных и международных экономических отношений, 4 курс

SERGEY PHILIPPOV
Saint-Petersburg State University of Economic and Finance
Department of Financial, Credit and International Economic Relations, 4th year

ОСНОВНЫЕ УСЛОВИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИЙ НОВЫХ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

THE MAIN CONDITIONS OF INNOVATIVE DEVELOPING OF COMPANIES IN NEW NATIONAL ECONOMIES WITHIN GLOBALIZATION FRAMEWORK

В работе освещены основные условия инновационного развития компаний новых национальных экономик в условиях глобализации. Поставлены конкретные проблемы, с которыми сталкиваются компании при своем становлении и развитии в условиях наличия конкурентных преимуществ и недостатков. В конце работы даны рекомендации по возможному решению поставленных проблем.

In the work, the main conditions of innovative developing of companies in new national economies within globalization framework are widely covered. There are particular problems of modern companies concerned with competitive advantages and disadvantages in the essay.

Современные условия ведения бизнеса в

The modern conditions of running business

странах с так называемой переходной экономикой обладают большим количеством спе-
цифических особенностей и имеют различные нюансы. Поэтому современные западные теории менеджмента во многом не приемлемы для новых национальных экономик. Предприятия, компании, корпорации — далее мы будем называть их унифицировано компаниями, абстрагировавшись от особенностей организационно-правовых форм — можно разделить на три условные категории. Первая — компании, имеющие более чем десятилетнюю историю а, значит, чаще всего, приватизированные. Возникли такие компании в советское время и обслуживали, в основном, интересы оборонной промышленности. Ориентированы они были на единственного потребителя в лице государства. Вторая — компании, зародившиеся уже в новых рыночных условиях и, соответственно, ориентированные уже на рыночную экономику и на многочисленных потребителей. И, наконец, третья — иностранные компании, имеющие свои представительства и филиалы. Компании из последней категории управляются, как правило, иностранными специалистами и чаще всего весьма эффективно. Поэтому нас они не интересуют, оставим их за пределами нашего рассмотрения.

Теперь необходимо поставить проблемы, которые будут актуальны для двух вышеуказанных категорий в ближайшие как минимум десять лет. Во-первых, как ни противоречиво это звучит, но это глобализация и интеграция. Далеко не все предприятия будут способны вести конкурентную борьбу с подчас более эффективными зарубежными компаниями, обладающими, зачастую, абсолютными или относительными преимуществами. Во-вторых, это технический прогресс. Общеизвестно, что мировая экономика движется в направлении к high-tech. Вложения в эту отрасль достигают десятков миллиардов долларов, у нас же — и миллионов нет. В-третьих, это общая отсталость экономики. Ни по уровню жизни, ни по степени развития важнейших институтов не одна из стран бывшего Советского Союза и близко не приблизилась даже к самым отсталым странам Европы. На этом проблемы не заканчиваются. Однако же, попытаемся теперь найти ответы хотя бы на эти вопросы.

Итак, в чем же тогда наш шанс, если указанные выше причины могут привести экономику в состояние глубочайшей экономической зависимости от зарубежных производителей, что грозит национальной безопасности? Осмелимся утверждать, что

in transforming countries conclude many special features. We can reduce all the companies to three categories. The first are companies, which were founded in the times of the Soviet Union. They served the interests of defense industry. They were directed toward the only consumer — the state. The second are companies, which were founded in times of a modern Russia. They are oriented on many consumers' interests. Finally, the third category is international companies. International specialists manage them. This category is not under our consideration.

Now, we have to name the problems, which would be urgent for these two categories. At first, it is a problem of globalization and integration. Free competition with more effective foreign companies might be the end for many Russian companies. The second is technological progress. It is common knowledge that the world economy goes in high-tech direction. Investments in this sphere obtain billions of dollars. We do not have even millions. The third is a general backwardness of economy. We do achieve neither standard of living nor level of developing of main institutions of even the worst European countries.

Therefore, we only have the chance to avoid a number of problems, which might be fatal for our economy. We make up our minds to assert that it will be human resources, particularly, ideas. It would not be the capital or a level of developing main economic institutions. The idea will prevail over the capital.

Nevertheless, there is an essay of solving the problems: where and how to get money. It is generally known that it needs a particular amount of money to run a business. Therefore, we come to a contradiction. On the one hand, the an ideas prevail over the capital; on the other hand, idea does not exist without capital. The question arises: what to do and how to solve this problem.

The answer is not so difficult. We have to create special funds, which will finance companies like our company with ideas but without money. In addition, funds as these have been already created. Moreover, the second way is to amnesty capitals, which were removed out of the country. This is a contradictory suggestion but we suppose it will be of benefit.

It is obvious that the creation of funds as we have already said do not solve the problem. However, it will give a general direction to developing for new national economies. We do not take into consideration the state's influence.

в современных условиях не капитал и не степень развития важнейших экономических институтов будут определять конкурентоспо-
собность экономики. Это будут, прежде всего, человеческие ресурсы, в частности, идеи. Капиталу без идеи будет намного сложнее, чем идее без капитала.

Большинство экономистов характеризуют современное общество как постиндустриальное. Теперь не только промышленность «правит» миром, а еще и сфера услуг. От того, насколько инновационна будет эта сфера и зависит общий успех экономики. Безусловно, основные игроки на рынке будут существовать и в будущем — это крупнейшие национальные сырьевые компании, естественные монополии и т. д. Однако без «новых» компаний этим игрокам не вытянуть за собой всю экономику.

Старые компании в лице переживших приватизацию советских предприятий, скорее всего, рано или поздно, но умрут. На смену им придут более мобильные, более инновационные компании, ориентированные на успех, у руля которых будут стоять менеджеры — выпускники бизнес-школ, обладатели степени MBA, короче говоря, люди с «идеями». Компании, зародившиеся уже в новых условиях — из второй, выделенной нами категории — имеют шансы на успех только если они мобильны и инновационны. Это они придут на смену старым советским предприятиям. Если же нет — шансов на независимое существование у нас нет.

И тогда мы подходим к основной проблеме — где же взять деньги для создания и развития таких предприятий? К сожалению, приходится констатировать, что данная проблема не может быть решена современным путем, — либо выпуском акций, либо привлечением заемных средств другой категории — средств финансовых институтов. Получается, что мы пришли к противоречию. С одной стороны, практически невозможно добиться финансирования новых идей, а с другой — без идей экономика обречена. И тогда мы приходим к решению, которое уже найдено и оно успешно применяется. Это создание различных инновационных инвестиционных фондов с привлечением не только национального, но и зарубежного капиталов. Во время трансформации из стран бывшего Советского Союза были вывезены огромнейшие средства, не нашедшие применения там, куда они вывозились. Принятие законов об амнистии капиталов, безусловно, способствовало бы созданию подобного рода фондов.

We suppose that the state operate efficiently. It helps new companies and to new sectors of economy.

In addition, we would like to repeat our thought that the ideas will govern out economy. That is our future.

Очевидно, что создание такого рода фондов полностью не решает озвученной нами проблемы. Однако, оно дает направление развитию, а это самое, пожалуй, важное. Не учитывая, правда, воздействия государства. Мы считаем, что государство, заинтересованное в собственной конкурентоспособности, действует эффективно и поддерживает «новые» компании и «новые» отрасли. Потому что без помощи государства шансов на победу в конкурентной борьбе у нас еще меньше.

Итак, в заключение, повторим нашу мысль: основное наше конкурентное преимущество — это человеческий капитал, а точнее, идеи. В них наше будущее.

ЮЛИЯ ФОМИНА
Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов
Факультет экономики и управления, 4 курс

JULIA FOMINA
St.-Petersburg state university of finance and economics
a student of the 4th year with a major in management

ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

INVESTMENT-INNOVATION SUPPLY OF DEVELOPMENT OF ST.-PETERSBURG ENTERPRISES

Данная работа начинается с обоснования факта значительности инвестиционно-инновационного обеспечения развития предприятий. Затем приведены примеры конкретных мероприятий местных органов власти города Санкт-Петербурга по стимулированию инвестиционно-инновационной деятельности. Этот город обладает одним из наиболее благоприятных инвестиционных климатов по сравнению с другими регионами Российской Федерации. В связи с этим обобщение данного ценного опыта может иметь практическую полезность.

The work starts with the statement of importance of investment-innovation supply of development of enterprises, which is proved by some examples. Then the question of development of policy by local authorities is discussed. St-Petersburg's authorities have a big experience in stimulating investment-innovation activities, and they managed to achieve some positive results in this area. That's why knowledge about the efforts, which were undertaken in St-Petersburg, can be very useful and helpful.

Общепризнанным является факт, что внедрение инноваций является стимулом и основанием расцвета экономики. Оно обеспечивает развитие предприятий, а в условиях высокой динамичности рыночной среды и постоянного роста требований со стороны потребителей, если предприятие не успевает за временем, то оно становится нежизнеспособным. Однако, как показывает практика, для лидерства и этого недостаточно, надо удивлять, идти на шаг впереди времени.

Санкт-Петербург одним из первых осознал важность обеспечения инновационно-инвестиционной деятельности. Во все времена

In a modern world it's evident that innovations stimulate the economy growth. Investment-innovation activity provides development of enterprises, and in conditions of very unstable and changeable market environment and constant increase of consumer's requirements, if the enterprise is unable to catch the moment, it becomes unprofitable and inefficient. However, the life shows, that it's not enough to become a leader. In order to be the first, it's necessary to amuse, to go a step ahead the time.

St.-Petersburg was one of the first in Russia, that realized the importance of supplying the investment-innovation activity of enterprises and

этот город находился в авангарде различных новшеств и начинаний. Петербург обладает 15 % российского научного потенциала, и, со слов губернатора, «просто так его растерять нельзя».

В свое время активная инвестиционно-инновационная деятельность стала ключевым фактором, обеспечившим успех Японии. Кроме того, у нашего города есть сосед, от которого в данной области есть чему поучиться. Финляндия, согласно данным Institute for management development, входит в первую пятерку стран по затратам на исследования и разработки в области на душу населения, финские предприятия ежегодно подают 2500 заявок на получение патентов, половина из которых удовлетворяется. Высок процент внедрения разработок в производство. В результате, в 2002 Финляндия согласно The world competitiveness scoreboard 2002, занимала второе место по конкурентоспособности страны.

Очевидно, что в активизации инвестиционно-инновационной деятельности предприятий большую роль играет продуманная политика и поддержка со стороны государственных органов. На основе лишь рыночных принципов невозможно кардинально преобразовать материально-техническую базу общества. Ставка на реализацию задач научно-технического прогресса без вмешательства государства — опасное заблуждение, особенно в России. Ряд функций, и прежде всего разработка и осуществление научно-технической и инвестиционной политики, должны оставаться функциями государственного регулирования. В нашем городе это давно осознали, и в подтверждение данного факта можно привести много доводов. Прежде всего, стоит сказать о политике местных органов по стимулированию и обеспечению инновационной деятельности, которая включает в себя множество направлений.

Очевидно, что государственными и местными вложениями здесь не обойтись, следовательно, необходимо создать условия благоприятные для привлечения частного капитала. Однако, заинтересованность российских промышленных предприятий в новых технологиях пока недостаточна для того, чтобы они выступали как стратегические инвесторы, поэтому необходимо также создать условия для привлечения иностранного капитала.

Органами государственной власти Санкт-Петербурга созданы широкие возможности для размещения нового бизнеса во всех сферах деятельности условия ведения предпринимательской деятельности предсказуемы и последовательно улучшаются. В частности, создана нормативно-правовая база, предусматривающая постепенное снижение налогов для инве-

organizations. The city always was in the center of various innovations and undertakings. It posses 15 % of Russian scientific potential, and as the governor said, «we should try not to lose it».

One day high investment-innovation activity became the key factor, which has ensured Japanese economic success. Besides, our city has a neighbor, which can be an excellent example and ideal it this respect. According to the Institute for management development, Finland ranks among leading five countries by expenses on research and developments per capita. Finnish firms annually apply for 2500 patents, and actually receive half this amount. This activity gives positive results to the country, according to the world competitive scoreboard 2002, Finland occupies second place as a country with one of the most competitive economies.

Obviously a big role in stimulating investment-innovation process belongs to the government, which works out a detailed policy in this area. On a basis of market principles and forces only, it's hardly possible to change the material base of the country, especially in Russia. A number of functions, and first of all the development and applying of scientific-technical and investment policy should belong to the state. In our city it has been realized for a long time, this fact can be confirmed by some examples. In the beginning it's worth telling about the policy of stimulating and supplying investment-innovation activity by local authorities, which includes a lot of measures.

It's evident that federal and local state investments are not enough, so it's necessary to create favorable conditions for attraction private capital. However, Russian investors are not yet interested enough in investing in new technologies, that's why it's also necessary to create good conditions for foreign investors.

St-Petersburg local authorities created a lot of opportunities for setting new business almost in all industries. Business regulation and tax environment are stable and predictable, and the policy of improving the situation in adopted for some years ahead. Particularly, taxes are gradually reduced. So, for example from 2000 to 2003 the income tax rate that goes to the local budget has been decreased from 19 % to 17 %. Our city was the first to undertake this in order to higher investment attractiveness of the region. The present system of governmental support of investment activities consists of a complex of measures and tools, including the guarantees from local bodies for important projects, loans to small enterprises in the frames of the program of small business support and others.

сторов и предпринимателей. Так с 2000 по 2003 год ставка налога на прибыль предприятий, зачисляемой в бюджет Санкт-Петербурга, снизилась с 19 до 17 %. Наш город был
первым, сделавшим подобный шаг, с целью повышения своей инвестиционной привлекательности. Действующая система государственной поддержки инвестиционной и предпринимательской деятельности включает в себя комплекс мероприятий и инструментов, в том числе: поручительства Санкт-Петербурга для реализации значимых для развития города проектов, кредиты малым предприятиям и организациям по Программе поддержки малого предпринимательства. Также плюсом является то, что процедуры оформления инвестиционных проектов очень просты. Инвесторам не приходится согласовывать проекты с местными властями.

Большое внимание уделяется установлению связей с регионами РФ и зарубежными странами. Важную роль в данном направлении играют выставки, которые довольно часто проводятся в нашем городе, среди них можно особенно отметить следующие: «Российский промышленник», «Высокие технологии. Инновации. Инвестиции. 2000», «Санкт-Петербург» и др. Они также имеют значение, как информационная поддержка инновационно-инвестиционной деятельности, наряду с некоторыми другими мероприятиями, направленными на развитие информационной инфраструктура: постоянно обновляется справочник «Как инвестировать в Санкт-Петербурге», издаются каталоги инвестиционных предложений, проводятся ярмарки инвестиционных проектов, действует информационно-консультационный центр, организована общественная приемная для инвесторов.

Распространена политика государственных заказов, особенно связанных с подготовкой города к трехсотлетнему юбилею. Причем, размещение данных заказов осуществляется на основе проводимых конкурсов. В настоящие время выиграть такой конкурс, как правило, возможно предложив интересную технологию, которая отражала бы условиям практичности, экологичности, надежности и т.д. В результате такие тендеры способствуют привлечению лучших существующих технологий или разработке новых. Так, например, во время строительства резиденции Президента в Санкт-Петербурге, одной фирмой была предложена интересная технология промышленных полов. Успешное участие в данном строительстве способствовало повышению спроса на данную технологию со стороны частных заказчиков.

Another advantage is that the paper formalities are very simple, and investors usually don't need to coordinate the projects with local authorities.

Great attention is paid to establishing relationships with other regions of the Russian Federation and foreign countries. In this respect exhibitions, which are often organized in the city, contribute a lot to creating new business connections. Some of them are the following: «Russian industrialist», «High technologies. Innovations. Investments. 2000», «St.-Petersburg» etc.

Such exhibitions have also informative meaning in investment-innovation process, along with some other activities directed to the development of information infrastructure, for example the periodical magazine «How to invest in St.-Petersburg» is published, the information consulting center works, a public reception office for investors is organized.

Since 1997 several innovation-technological centers have been set up. The first were opened at the factory «Svetlana» and at the Electronic University.

The practice of state orders is very popular. Especially the projects, which are connected with the 300 anniversary, have big support. The placement of the orders goes according to the results of the competition. At present time, to win such a competition, as a rule, it is possible to offer a new technology, which would be practical, ecology-harmless, realistic an so on. As a result, such a competition stimulates creating new ideas, or attracts existing good ones. For instance, during the cjnstructing and reconstructing of the president palace, one company offered a new technology of applying industrial flooring. They did there successfully, and then the interest from private customers for this flooring increased a lot. So, it's possible to say that authorities, placing such orders, give a chance to innovations and promote them.

Summarizing, we should say that investment-innovation activity is of great importance in development of enterprises. Authorities have a serious power in stimulation of this process, by creating the conditions attractive for investors. All these factors have positive influence not only on the organizations, but also on the whole region.

Таким образом, государственная поддержка на первоначальном этапе, дает толчок к самостоятельному развитию и привлечению инвестиций, повышает доверие и является как бы рекламой при внедрении новых технологий.

Подводя итог, можно сказать, что создание благоприятного инвестиционного климата, поощрение инноваций, создает определенный настрой и повышает инновационно-инвестиционную деятельность предприятий, что является сегодня важным фактором в развитии самих же предприятий Санкт-Петербурга, и в дальнейшем положительно влияет на рост экономики города в целом.

ЕВГЕНИЙ ХОРОШАЕВ
Киевский национальный экономический университет
Факультет Международной экономики и менеджмента, курс 5

EVGENIJ KHOROSHAEV
Kiev National Economic University
Specialization:International Economy, a 5th year student

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПРОВЕДЕНИЯ ПОЛЕВЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

THE FOREIGN EXPERIENCE OF FIELD MARKETING RESEARCHES

Представлена суть процесу збору й аналізу інформації. Особлива увага приділена правилам побудови анкет та інтер'ю, виділені умови ефективного збору даних. Розкрита інформація про форми й типи питань, про послідовність постановки питань. Проаналізовані звичайні помилки при побудові анкети.

The key points are the gathering and analysis of information. The rules of questionnaire's building and interviewing are taken into account. The conditions for effective data gathering are marked out. A piece of information about the forms and types of questions, succession of questions is given. The most common mistakes in marketing building are analyzed.

Целенаправленность превращает сбор информации в исследование. Известен закон Парето, согласно которому 20 % потребителей обеспечивают 80 % продаж. Главная проблема — это определить целевой сегмент, который обеспечит желаемый результат. Крупные международные фирмы проводят в среднем 3—4 специализированных маркетинговых исследований в год. Наиболее целесообразными методами проведения исследований в условиях глобализации и информатизации бизнеса являются интервью и анкетирование, дающие ценную первичную информацию. Однако и к ним следует относиться с осторожностью. Так, в 60-х DuPont опросила 5 тыс. женщин на предмет намерений покупки, и только 30 % купили товары именно тех торговых марок, которые заявили.

Опрос можно проводить в устной или письменной форме. Устные и телефонные

Purposefulness turns gathering of information into a marketing research. According to the Paretto's law: only 20 % of clients make 80 % of sales. The main goal is to determine the target segment, which will provide a desirable result. Large international firms organize 3—4 specialized marketing researches a year average. Interview and questionnaire's building are the most expedient methods of researches in the era of globalization & informatisation as they give first-hand information. Although they have to be treated carefully. In the 60-s DuPont questioned 5000 women what they were going to buy. Only 30 % bought the goods by the firms they had mentioned. Questioning can be either oral or in a written form. Oral & telephone questionings take the form of interviews. For a written questioning a special questionnaire is built. That is a chain of questions, to which answers has to be given. The structure of a questionnaire, target audience, form & type of ques-

опросы принимают форму интервью. Для письменного опроса готовят специальные анкеты, то есть ряд вопросов, на которые опрашиваемый должен дать ответ. На точность полученных данных могут повлиять следующие факторы: структура анкеты, форма и тип вопроса, целевая аудитория, место и время проведения опроса, личность интервьюера. Хорошая анкета должна облегчить ответ опрашиваемого лица, сформулировать вопрос с учетом его влияния на ответ опрашиваемого, позволить легко провести анализ.

Как показывает анализ, анкеты состоят в среднем из 10—11 вопросов и один из них является открытым, который размещается одним из последних. Особого внимания требует установление последовательности вопроса. Первый из них должен по возможности пробудить у опрашиваемого интерес к бесседе: («Знаете ли Вы, какое главное событие этой компании стимулирования продаж?», — анкета АУОН; или вводное слово анкеты Блиц — Информ, где речь идет о возможности выиграть приз). Трудные или личные вопросы в анализируемых анкетах были заданы вторыми -третьими, пока опрашиваемые не успели замкнуться в себе. Вопросы должны задаваться в логической последовательности, а вопросы, классифицирующие опрашиваемых на группы, задают в последнюю очередь, поскольку с клиентом уже установился контакт и вероятность того, что ответ будет правдивым увеличивается. Это особенно важно для фирмы, так как именно эти данные в последующем используются для сегментирования рынка.

Исключительно важен и тип вопроса: закрытый или открытый. *Закрытый вопрос* включает в себя все возможные варианты ответов, и опрашиваемый просто выбирает один из них, а *открытый вопрос* дает опрашиваемым возможность отвечать своими словами.

В практике проведения полевых маркетинговых исследований зарубежными фирмами чаще всего используются следующие вопросы:

да — нет вопросы (иногда предусматривается ответ типа «не знаю» или «ни да, ни нет»);

альтернативные вопросы, при которых нужно выбрать из ряда возможных ответов один, иногда несколько;

ранжирование объектов сравнения, например автомобилей, на базе субъективно ощущаемых преимуществ;

вопросы — шкалы, дающие дифференцированную оценку похожести или различия

tion, place and time of questionnaire and of course the person, who interviews, may influence an answer. A well-built questionnaire has to make the answer easy, takes into account the influence of the question on the answer, and makes the analysis easy. The anlysis shows that there are 10—11 questions in a questionnaire on the average and one of them is open, which is placed as one of the last. As to the succession of questions — the first of them has to arouse an interest. («Do you know what the main event of this promotion campaign is?» — AVON questionnaire or parenthesis of Blitz-Inform's questionnaire where they speak about an opportunity to win a prize). Difficult or personal questions were ranked second or third before people retreated into themselves. The questions have to be asked logically and those, which classify people into groups were the last while a contact with a client has already been found and a probability to get a true answer grows. It is very important for a firm because namely these data are used for a market segmentation. The type of question is of great importance: closed or an open one. When someone gives an answer to a *closed* question, he/she simply chooses one of the alternative answers. An open question gives a possibility to answer in his or her own words. In the practice of field marketing researches by foreign companies the following questions are usually used:

Yes-no questions (sometimes an answer may be «do not know» or «neither yes nor no»);

Alternative questions (when they have to choose one or several answers from the whole range);

Ranging questions, which are based on emotionally subjective points of view;

Scale questions for an estimation of similarity or differences of objects. In our questionnaires 90 % of questions are alternative and 7 % make up yes-no questions, because of their simplicity.

Besides, there are section statistic questions in each questionnaire about a person (as usual it is a block of questions) which are used for a further questionnaire classification. The questions that can provoke unpleasant feelings or willingness to embellish the reality have to be put in an indirect form. For instance, Samsung instead of «What is Your Income?» asks «What is Your Family Income?» They suggest that a person should describe a situation or express the possible reaction of another person to this situation. As a rule, people ascribe their own features of character to others. Identifying the target audience sex, age, education, place of work, annual income and other information is taken into consideration and after the data are got they determine the place and time of questionnaire. As a rule, in Ukraine questionnaires are taken place at the exhibitions, at the

исследуемых объектов. В анализируемых анкетах 90 % вопросов составляют альтернативные вопросы и еще 7 % вопросы типа да — нет, так как они являются самыми простыми для опрашиваемых.

Кроме того, обязательно используются статистические вопросы, касающиеся личности опрашиваемого (обычно блок коротких вопросов) для дальнейшей группировки анкет.

Вопросы, которые могут вызвать недовольство или желание приукрасить реальность, лучше всего ставить не в прямой, а в косвенной форме. Например, компания Samsung вместо вопроса «Ваш годовой доход?» задает вопрос «Каков годовой доход вашей семьи?». При исследовании реальных мотивов и мнений часто используются методы проекции и ассоциации. Тестируемому лицу предлагается описать какую-либо ситуацию или выразить возможную реакцию третьего лица на эту ситуацию. Как правило, люди приписывают другим те особенности характера, которыми они обладают сами.

При определении целевой аудитории учитывают пол, возраст, образование, место работы, годовой доход и т. д. опрашиваемых, и, исходя из полученных данных определяют место и время проведения опроса. Опросы в Украине, как правило, проводятся на выставках, в местах продаж товаров, среди клиентов компании или же создаются фокус-группы. Например, одним издательством для проведения фокус группового интервью было отобрано 23 человека, которые соответствовали следующим требованиям: возраст 18—26 лет; покупатели развлекательных журналов, образование — высшее. Из них 9 мужчин и 12 женщин; некоторые из них читали новый развлекательный журнал, остальные нет. Однако, полученные данные рекомендовалось уточнять на массовых опросах, что свидетельствует об определенных недостатках метода фокус-групп.

В маркетинговых исследованиях зарубежными фирмами на украинском рынке активно применяется устный опрос, или интервью. Прежде чем начинать опрос, нужно проверить анкету на небольшом числе лиц, чтобы окончательно доработать ее методом постепенного приближения, и избежать многих ошибок, о которых речь пойдет ниже. Для этого фирмы обычно проводят внутренний опрос.

По статистике результативной является каждая третья попытка взять интервью или каждый третий звонок. Репрезентативность подобной формы сбора данных во многом зависит от лица, проводящего интервью. С одной стороны, хорошая его подготовка спо-

places where the goods are sold, among the clients in the databases or focus-groups are organized. For example, one publishing-house for a focus Group interview selected 23 persons who met the Following requirements: 18—26 years old, buyers of entertainment magazines, with higher education. There were 9 men and 14 women. Some of them have already read a new magazine, the others haven't. But it was recommended to prove the facts with the mass questionnaires. It gives evidence about some disadvantages of focus-group method.Purposefulness turns gathering of information into a marketing research. According to the Paretto's law: only 20 % of clients make 80 % of sales. The main goal is to determine the target segment, which will provide a desirable result. Large international firms organize 3—4 specialized marketing researches a year average. Interview and questionnaire's building are the most expedite methods of researches in the era of globalization & informatisation as they give first-hand information. Although they have to be treated carefully. In the 60-s DuPont questioned 5000 women what they were going to buy. Only 30 % bought the goods by firms they had mentioned. Questioning can be oral or in a written form. Oral & telephone questionings take the form of interviews. For a written questioning a special questionnaire is built. That is a chain of questions, to which an answer has to be given. The structure of a questionnaire, target audience, form & type of question, the place and time of questionnaire and of course the person, who interviews, may influence an answer. A well-built questionnaire has to make the answer easy, takes into account the influence of the question on the answer, and makes the analysis easy. The analysis shows that there are 10—11 questions in a questionnaire average and one of them is an open one, which is placed one of the lasts. As to the succession of questions — the first of them has to arouse an interest. («Do you know what the main event of this promotion campaign is?» — AVON questionnaire or parenthesis of Blitz-Inform's questionnaire where they speak about the opportunity to win a prize). Difficult or personal questions were ranked second or third before people retreated into themselves. The questions have to be asked logically and those, which classify people into groups were the last while a contact with a client has already been found and a probability to get a true answer grows. It is very important for a firm because namely these data are used for a market segmentation. The type of question is of great importance: closed or an open one. When someone gives an answer to a *closed* question, he/she simply chooses one of the alternative answers. An interview is the most common in marketing researches of international firms on the

собствует уменьшению доли лиц, отказывающихся участвовать в опросе. (Например, в фирме АУ(Ж для операторов были разработаны специальные инструкции). С другой стороны, нужно учитывать влияние интервьюера на опрашиваемых, которое может исказить результаты опроса, то есть «запрограммировать» на определенный ответ.

Анализ показал, что самыми распространенными ошибками при проведении анкетирования являются: постановка вопросов, на которые невозможно ответить;

включение в анкету вопросов на которые не захотят ответить или которые не требуют ответа, и отсутствие вопросов, на которые следовало бы обязательно получить ответ. Неконструктивные вопросы следует вообще опускать, поскольку они затягивают процедуру опроса и могут вызвать негативную реакцию респондента. Нужно учитывать также тот факт, что на вопросы отвечают, как правило, лояльные потребители. Поэтому, при анализе данных всегда нужно учитывать доверительный интервал — погрешность выборки.

Международные компании на украинском рынке достаточно широко используют методы полевых исследований, которые являются дополнением к маркетинговым обзорам по вторичным источникам информации.

Ukrainian market. Before the interview begins, a questionnaire has to be tested and then finished off. In such a case it is possible to avoid a lot of mistakes which will be mentioned below. For these purposes the firm usually interviews their staff. According to the statistics each third attempt to interview or each third telephone call is effective. The effectiveness of such a method of gathering information depends on an interviewer. On one hand, his good approach promotes the quantity of participants in the interview. For example, there are some instructions for AVON'S operators. On the other hand, the interviewer influences people, and it sometimes distorts the results, i.e. «programmes» a defined answer. It has to be taken into account. The analysis has shown that there are some common mistakes in the questionnaire's building. Some questionnaires have questions impossible to give an answer to, questions which people don't want to answer, or which do not require any answer and absence of questions the answer to which is necessary. Unstructured questions should not be included because they drug the procedure in and can provoke negative reaction of a correspondent. It should also be taken into consideration that people who are loyal to the firm mostly give answers to the questions. So analyzing the data a faithful interval has to be considered as well. International companies on the Ukrainian market widely use the field marketing research methods which are an addition to marketing reviews through secondary sources of information.

МАРИЯ ЧЕЛОВА
Одесский национальный университет им. И. И. Мечникова
Кафедра теоретической экономики, I год обучения

MARIYA CHELOVA
Odessa National Mechnikov University
Theoretical economy department, I year

КЛАСТЕРЫ КАК МОДЕЛЬ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

CLUSTERS AS A REGIONAL ECONOMIC POLICY MODEL

В последнее десятилетие кластеры и региональная политика, основанная на них служат наиболее успешным инструментом экономического развития регионов в западных странах. Кластерные инициативы, поддерживаемые формы кооперации между предприятиями, государственным сектором и институциями (университетами, исследовательскими центрами) движут экономическим ростом и ростом занятости многих регионов мира. Для Украины, которая только начинает строить свою региональную политику, представляется особенно актуальным изучение региональной политики развитых стран, основанное на кластерном подходе в

In the past decade clusters and a clusterbased regional policy have become the most successful tool of regional economic development in western countries. Cluster initiatives, the fortifying forms of co-operations between enterprises, governmental sector and institutions (institutions, R&D centers) drive economic and employment growth in many regions of the world. For Ukraine, which just starts to create her own regional policy it seems to be actual to familiarize with regional cluster-based policies of developed nations in terms of European integration orientation.

свете ориентации на европейскую интеграцию.

В последние три десятилетия в мире наметилась тенденция к преобладанию регионального подхода в экономической политике. Одной из причин является наличие в большинстве стран неровности развития регионов. В тоже время после успешного американского эксперимента внедрения кластерного подхода в региональную политику (Силиконовая Долина), волна кластеризации захватила и Европу. Новый, альтернативный неоклассическому, кластерный подход видения экономики региона пришел и в Украину. Поэтому основной задачей нашей региональной политики должно стать постижение потенциала новых производственных кластеров, а также скорейшая поддержка их будущего развития мерами экономической политики.

Кластеры — это сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций (например, университетов, агентств по стандартизации, а также торговых объединений) в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу[1]. Из определения видно, что данный подход в корне отличается от привычного для нас видения экономики страны сквозь призму отраслевой структуры. Кластеры отличаются и от промышленной политики государства, которая основной своей задачей видит оказание поддержки определенным отраслям промышленности, регионам или крупным предприятиям. Поэтому промышленная политика имеет тенденцию к нарушению конкуренции в пользу определенного региона, в то время как теория кластеров фокусируется на устранении ограничений, накладываемых на производительность и рост производительности.

Теория кластеров придает особое значение не доле рынка, а его динамическому развитию. Для Украины, не имеющей достаточного опыта в разработке и применении региональной политики в условиях рыночной экономики (Концепция Государственной Региональной Политики была принята лишь в июне 2001 г.), кластерная теория регионального развития может послужить опорной базой. Ведь очевидно, что отраслевое деление экономики, сохранившееся со времен Советского Союза, не оправдывает себя,

In the last three decades a regional approach tendency in economic policy has been outlined throughout the world. One of the reasons is the presence of regional disparities in many countries. At the same time after the successful American experiment of cluster approach application to the regional policy (Silicon Valley) a wave of clusterization occupied Europe. A new, alternative to the neoclassical, approach seeing of economy of a region reached Ukraine too. That is why our main task should become the recognition of new production clusters potentials and support of their further development by menas of economic policy.

Clusters are geographically concentrated groups of interconnected companies, particularized suppliers, services suppliers, firms in corresponding sectors and also different organizations related to their activity (universities, standardization agencies, and trade associations) in certain regions, competitive but at the same time working together[1]. It is obvious from the definition that such an approach is completely different from the one we are used to seeing a nation's economy through the prism of industrial sectors structure. Clusters differ from the state industrial policy which sees its main task in supporting of certain industrial sectors, regions or big enterprises. That is why industrial policy shows a tendency to break competitiveness in favor of certain region while cluster theory focuses on limitations removals which are put on productivity and on the growth of productivity. Cluster theory does not concentrate on a market share but on its dynamic development. For Ukraine that does not have much experience in elaboration and application of a regional policy in market economy conditions (The Concept of State Regional Policy was adopted only in June, 2001) cluster theory of regional development could serve as a base. It is obvious that the dividing of economy in sectors inherited from the times of the Soviet Union does not justifies itself and only results in the fact that Ukraine leads in the list of post-Soviet countries that subsidize unprofitable sectors.

Clusters provide innovations development: innovation capital quickly expands to all enterprises — cluster members through their active interaction. For Ukraine this as pect is of a special importance: if a large partof foreign and domestic direct investments would be turned to innovation production, to high-tech elaborations this would let Ukrainian enterprises

[1] *Портер М. Э.* Конкуренция: Пер. с англ.: Уч. пос. — М.: Изд-й дом Вильямс, 2000, С. 212.

поскольку оно привело к тому, что Украина занимает лидирующие позиции по показателю субсидирования убыточных отраслей среди всех постсоциалистических стран.

Кластеры способствуют развитию инноваций: инновационный капитал очень быстро распространяется на все предприятия кластера через активное взаимодействие участников кластера. Для Украины это представляет особую важность: если большая часть прямых зарубежных и внутренних инвестиций будет направлена на развитие инновационного производства, на высокотехнологические разработки, это позволит украинским предприятиям конкурировать на мировом уровне, развивать впоследствии и традиционные отрасли с учетом нововведений, а также обеспечить стабильный экономический рост. Данный тезис подтверждается опытом промышленно развитых стран и моделью экономического роста Солоу: для обеспечения экономического роста, а также устойчивого развития страны необходимо наличие не только таких факторов производства как труд и капитал, но и технологии. Кроме того, технологическая развитость одного региона зачастую приводит к экономическому росту страны в целом. Итак, главной задачей для Украины должно стать развитие новой национальной инновационной системы, которая сможет соединить «старую» и «новую» экономику.

В качестве экспериментального региона можно взять Одесский. Одна из основных специализаций — морская, однако явно сложившемуся в регионе морскому кластеру пока не уделяется внимание со стороны правительства и не оказывается поддержка со стороны бизнес ассоциаций. Кроме того, созданная недавно новая бюрократическая структура Укрморпорт под руководством министра транспорта Украины призвана не только дополнительно контролировать работу всех морских портов, но и «уравнять» их. Данная структура якобы обеспечит сглаживание существующей неравномерности развития отдельных сфер морского транспорта региона. Опыт западных стран показывает, что экономически обоснованным шагом сегодня будет «построение интегрированной системы торговых отношений» между морскими портами Украины, «основанную на конкурентных, а не на сравнительных преимуществах»[1], а тем более созданных искусственно. Поэтому по нашему мнению, сейчас

to compete on the worldwide markets, and then to develop traditional sectors, taking into account innovations, and to provide economic growth. This thesis is proved by the developed industrial countries experience and by Solou's economic growth model: to provide economic growth and sustainable development a country needs to possess not only labor and capital factors, but also technology. Besides, as a rule, a technologically developed region leads all the country to economic growth. Thus the main task of Ukraine as a nation is to develop new, national, innovation system that can link the old economy with the new economy.

As an experiment one may take Odessa region. One of its main specializations is a Marine Port, but the government does not pay enough attention yet and business associations do not support the marine cluster which already exists. Besides, a new recently created bureaucratic structure Ukrmorport under the direction of the Transportation Minister is called not only to control all the ports' activities but also to «equalize them». It is said that this structure would provide evening out of excising disparities in regional marine transport development. Western countries experience shows that today an economically grounded step would be «to create an integrated system of trade relations» between Ukrainian ports «based on competitive rather than comparative advantages»[2] especially on artificially created ones. That is why we see it now to be worthwhile paying certain attention and capital to creation and support of a new high tech cluster, to attract both foreign and domestic direct investments, which would help to legalize national capital and let the middle class develop. Here seems necessary to study and to try to implement an experience of Finnish city-port of Oulu, Odessa's twin-city. In the 80's while trying to get out of crisis in Finland the city started to invest in new technologies and knowledge — based industries, hoping to increase national employment and welfare. «Nokia Electronics and development of the telecommunications industry have played a major role in the development of Oulu as a technology center, which got later the name of «Oulu Phenomenon»[4]. As in many cases of cluster theory application into practice the initiative in regional development rested no more on the government but on regional hands, authorities and enterprises. In due course, about 40 managers and other key people of the region played an active role in elaboration of the re-

[1] Там же

[2] *Kai Bohme*, Age Mariussen, Lars Olof Persson. Strategies for Competition and Cooperation Between Metropolises in The Baltic Sea Region // Regional Studies Association Report, September, 2001.

целесообразно основное внимание и капитал сосредоточить на формировании и поддержании кластера новых высоких технологий, привлечь иностранные и внутренние инвестиции, что выведет из тени национальный капитал и позволит развиваться среднему классу. Здесь необходимо изучить и попытаться применить опыт финского города-порта Оулу — побратима Одессы. В 80-х годах, пытаясь выйти из кризиса, охватившего Финляндию, город начал инвестировать средства в новые технологии и отрасли, базирующиеся на знаниях, надеясь увеличить, тем самым занятость и благосостояние. «Nokia Electronics, а также рост масштабов телекоммуникационной отрасли сыграли важную роль в развитии Оулу как технологического центра, который после получил название Феномен Оулу»[1]. Как и в большинстве случаев внедрения кластеров в практику, в Оулу инициатива регионального развития не надолго задержалась в руках правительства, а перешла в руки региональных властей и предприятий. В свою очередь, около 40 менеджеров и других известных людей региона сыграли активную роль в разработке региональной экономической политики.

Таким образом видно, что несовершенства существующей системы могут быть использованы в качестве начальной точки развития инновационной региональной политики, основанной на кластерах. Существующая система отраслевого подхода фокусируется на горизонтальных связях, в то время как кластерный подход фокусируется также и на важности вертикальных отношений между предприятиями разных сфер и на взаимозависимом симбиозе, основанном на синергизме. Кроме того, кластерная перспектива изменяет роль правительства и характер государственного вмешательства. А это важный момент для Украины, которая должна построить свою региональную политику в соответствии с определенными ею стратегическими приоритетами, а именно европейской интеграцией.

gional economic policy.

In such a way it is seen that imperfection of the existed system can be used as a starting point for developing cluster-based innovation regional policy. The existed system of the sectoral approach focuses on horizontal relations and competitive interdependence, while the cluster approach also focuses on the importance of vertical relations between dissimilar firms and symbiotic interdependence based on synergism. Besides, the cluster perspective redefines the role of government as well as the character of the government interference. That is a key issue for Ukraine which has to create ist regional policy in compliance with appointed by its authorities strategic priorities, namely European integration.

[1] *Martti Hyry, Petri Ahokangas, Pekka Rasanen*. The Evolution of A Technology-Oriented Cluster — The Case of Oulu// Regional Studies Association Report, September, 2001

КОСТЯНТИН ЧЕРНЯВСЬКИЙ
Київський національний економічний університет,
аспірант 2-го року навчання

KONSTANTIN CHERNYAWSKY
Kyiv National Economic University,
The post-graduate student of the 2d grade level

ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ КРЕДИТУВАННЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

PROBLEMS OF IMPROVEMENT OF THE MECHANISM OF CREDITING REAL SECTOR OF ECONOMY OF UKRAINE

В роботі висвітлено основні причини низького кредитування банківською системою реального сектору економіки України. Наведено пропозиції удосконалення грошово-кредитної системи країни та кредитної політики Національного банку України. В кінці роботи зроблено обгрунтування необхідності першочергового кредитування пріоритетних галузей з тривалим виробничим циклом.

In this work the main causes of low crediting by the banking system of actual sector of economics of Ukraine are lighted. The proposals of advancing the monetary-credit system of the country and credit policy of the national Bank of Ukraine are adduced. Substantiation of necessity of prime crediting priority branches with a long-lived production cycle is made.

Як свідчить практика останніх років, фінансовий сектор економіки України, фактично з початку свого формування, розвивався в умовах деформованого зв'язку з сектором матеріального виробництва. Фінансові потоки йдуть переважно з виробничого сектора у фінансовий, який існує незалежно і автономно від матеріального виробництва, чому сприяє 3—4-х кратний розрив їх прибутковості. Причина цього розриву криється в різновидах динамік росту, характерних для кожного з цих секторів економіки, що в спрощеній формі наведено на рис. 1.

Крива «а» показує динаміку росту в природі, де на певному проміжку часу кількісні зміни переходять у якісні. Крива «б» ілюструє механічний чи «лінійний» ріст, який характерний для екстенсивного типу матеріального виробництва в нашій країні. Але важливою для нашого аналізу є крива «в» для так званого експоненційного росту, яку можна назвати прямою протилежністю кривій «а». За рахунок стягнення високих відсотків та складних відсотків за кредити комерційних банків грошові стани подвоюються через регулярні проміжки часу, тобто вони мають експоненційну динаміку росту, а це пояснює, чому, в минулому, через регулярні проміжки часу виникали складнощі з системою грошового обігу, що й спричинило деформацію між реальним і фінансовим сектором економіки України.

Крім того, в ході аналізу міжгалузевого

As the practice of the last years shows, the financial sector of economy of Ukraine, actually from its beginning developed in conditions of the deformed communication with the sector of material production. The financial streams go mainly from the industrial sector to financial, that exists independently from material production, that assists 3—4 times gap in their profitabilities. A reason for this gap lays in various dynamics of growth, characteristic of any of these sectors of economy, which in the simplified form is indicated in fig. 1.

The curve «a» shows dynamics of growth in the nature, where in a definite period of time the quantitative modifications transform into qualitative. The curve «b» illustrates the mechanical «linear» growth, which characteris an extensive type of material production in Ukraine. But important for our analysis is curve «c» for the growth, which is possible is to name the direct contrast to curve «a». At the expense of collection of high and compound interests for the credits of commercial banks the money are doubled in regular periods of time, that is they have dynamics of growth, which explains why in the past regulary diffeculties with the system of the money circulation arose that, was the reason for a strain between real and financial sector of economy of Ukraine.

Besides in the analysis of the interindustry balance in a value form strictly it is necessary to prove, that the impulse perturbation in the cost of a credit resource inevitably disorganizes any

балансу у вартісній формі математично строго доводиться, що імпульсне збурення у вартості кредитного ресурсу невідворотно розвалює будь-який міжгалузевий комплекс. Цей розвал починається з випадання галузей з тривалими виробничими циклами (військово-промисловий комплекс, будівництво, сільське господарство), що не можуть оперативно замістити кредитні ресурси, які завжди зв'язані в оборотних засобах і в незавершеному будівництві. В такій ситуації можуть зберегтися тільки підприємства зі швидким обігом капіталу і насамперед ті, які працюють на задоволення спектру потреб другорядного значення. Тому важливо зрозуміти, що тільки дві функції кредитно-фінансової системи мають управлінську суспільно корисну значимість:

1. Бути об'єднуючим засобом окремих юридичних осіб у певну цілісну систему.

2. Бути інструментом супроводження товарних потоків, забезпечуючи саморегуляцію розподілу товарів в умовах їх недостатності по відношенню до потреб суспільства.

Гроші, як і будь-який інший товар, повинні зазнавати примусу до пропозиції. Як відомо, ті хто надає свої грошові ресурси в обіг, заохочуються за рахунок відсотків, а відповідно ті, хто їх не надає в обіг, повинні сплатити за користування, тобто потрібно ввести «витрати на зберігання». Наприклад, це може бути реалізовано таким чином, що емісійний банк буде оголошувати визначені банкнотні серії і обмінювати їх по невеликому курсу. Таким чином, кожен буде змушений чи безпосередньо надавати свої гроші в обіг, розраховуючись ними, чи опосередковано — безвідсотково розмінюючи гроші в банку, які потім той надає так само безвідсотково і за низького збору.

Для запобігання грошовому знеціненню емісійному банку необхідно через спостереження індексу оптової торгівлі регулювати необхідну масу грошей (індекс оптової торгівлі визначає ціни, які оптова торгівля платить за кредит; на всі зміни вона реагує значно швидше, так що грошова маса може бути впорядкована до того, як зміняться споживчі ціни). Показовим у цьому аспекті є досвід Японії, де відсоткова ставка за кредит комерційних банків становить 0,15 % річних (в Китаї ставка рефінансування має від'ємне значення (– 10 %). Цьому сприяє стабільна економічна ситуація в цих країнах та розвинуті товарно-грошові відносини. Це принципово нова схема ведення бізнесу, яка теж позичає гроші в банках. Але банки при цьому можуть претендувати лише на частину прибутку.

interbranch complex. This disorder begins with shedding of the areas with durating production cycles (military-industrial complex, construction, agriculture). They can not operatively substitute credit resources, which are always connected in circulating assets and in uncompleted construction. In such a situation enterprises with a fast turn-over of the capital and first of all those sufficient to the spectrum of needs of minor significance work. Therefore it is important to understand, that only two functions of the credit and financial system have administratively useful significance:

1. To be a means of joining separate legal persons in a definite complete system;

2. To be the tool of attending the flows of commodities by ensuring self-regulation of distribution of goods in conditions of their insufficiency in relation to the needs of the company.

Money, as any other goods, should test coercion to the offer. As it is known, those, who grant the money resources to a turn-over, are encouraged due to the interest and accordingly those who, do not grant them to a turn-over, should pay for the use, that is to enter «the costs of preservation». For example, it can be realized when the issuing house announces definite notes and exchanges them at a small rate. Thus, either directly to grant the money into a turn-over, settling up by them, or indirectly interest free exchanging money in the bank, and receiving it back at a low tax and without the interest.

For prevention money depreciation it is necessary for an issuing house through observation of the wholesale trade index to adjust a necessary mass of money (index of wholesale trade defines the prices, which wholesale trade pays for the credit; it reacts to all modifications considerably, so that money supply can be settled before the consumer costs are changed). Exponential in this aspect is the experience of Japan, where the interest rate for the credit of business banks constitutes 0,15 % annual (in China that of a pond of refunding has negative significance (– 10 %)). This is assisted by stable economic situation in these countries and developed commodity-money relationship. This in essencially new circuit of business dealing: borrowing money in banks too. But banks can claim only for a part of the profit, which will be created in common during realization of the investment project.

In Ukraine at a rate of a national Bank of Ukraine (NBU) 7 % (for 05.03.2003 year) the average interest rate behind the credits of business banks constitutes 17,7 % annual. It testifies that outcomes are not adequate to measures, which conducted in this direction by the NBU.

бутку, який буде спільно створений в процесі реалізації інвестиційного проекту.

У нашій країні при обліковій ставці Національного банку (НБУ) 7 % (на 05.03.2003 року) середня процентна ставка за кредитами комерційних банків становить 17,7 % річних. Це свідчить про те, що результати не адекватні заходам, які проводив у цьому напрямку НБУ. Причина цього явища, скоріше всього, криється у тому, що в Україні не розвинутий комерційний кредит та, відповідно, вексельний обіг, який є індикатором розвитку торгівлі. Треба відмовитися від системи прямого розподілу кредитів, де значну роль відіграє суб'єктивний фактор (в сучасних умовах у формі тендеру, що значно скоротив обсяги рефінансування комерційних банків НБУ в порівняні з кредитними аукціонами), а під заставу векселя надавати кредитні ресурси тому, хто виробив товар і реалізував його споживачу. В свою чергу НБУ повинен здійснювати рефінансування комерційних банків під заставу векселів, що випливає із визначення поняття «облікова ставка» (стаття 1 Закону України «Про Національний банк України»).

Для поліпшення кредитування суб'єктів господарської діяльності пріоритет у кредитній підтримці ліквідності має надаватися тим комерційним банкам, діяльність яких зорієнтована на першочергове кредитування життєво важливих і ефективних виробництв. Одним із таких пріоритетних виробництв, яке в першу чергу потребує кредитування, є сільське господарство, що забезпечує всі інші галузі сировиною. Будь-які інші галузі виробництва являються по своїй суті споживаючими. Можливість кредитування сільського господарства, за штучного створено диспаритету цін через банківську систему (через так званий іпотечний кредит під заставу землі), не видається логічним.

Як відомо, всі країни світу дотують сільське господарство, або застосовують опосередковані системи субсидування та підтримки (в Японії — на 80 %, Фінляндія — на 70 %, США — не менше 40 %). Це пов'язано з конкурентною боротьбою і боротьбою за ринок збуту. Справа в тому, що до сільськогосподарських технологій мають доступ практично всі країни. Тому розвинуті країни свідомо встановлюють диспаритет цін, занижуючи ціни на сільськогосподарську продукцію, тим самим намагаючись зробити неконкурентною аналогічну продукцію країни-конкурента. Таким чином дотації правильніше називати компенсаціями, які відновлюють статус-кво і ставлять працю сільсько-

The reason for this phenomenon, most likely, lies in the fact that in Ukraine there is no advanced commercial credit and circulation of bills, which is the indicator of development of trade in the country. It is necessary to refuse the system of direct distribution of credits, in which significant is a subjective factor (in modern conditions in the form of tender that considerably has reduced volumes of refunding of the NBU business banks in comparison with credit auctions), and under bill guarantee to grant credit resources to thase, who have produced the goods and realized them to the consumer. In turn the NBU should carry out refunding of business banks under the lien of the bills, which «rate» (article 1 of the Law of Ukraine «About the national Bank of Ukraine»).

For improving crediting of the subjects of economic activity the priority in credit support of liquidity can be granted to business banks, which activity is oriented on prime crediting of the vital and effective production.

One of such priority spheres, which first of all requires crediting, is agriculture, which provides all other areas with raw material. Any other areas of production are in their essence consuming. A possibility of crediting of agriculture with artificially created discordance of prices through banking system (through a so-called real estate credit under the lien of ground) is not logical.

As it is known, all countries of the world make grants to agriculture, or apply an indirect system of subsidizing and support (in Japan — on 80 %, Finland — on 70 %, USA — not less than 40 %). It is connected with competition and struggle for the seller's market. Agricultural technologies are accessible practically to all countries. Therefore developed countries consciously establish discordance of the prices, underestimating the prices for agricultural production, thereby trying to make noncompetitive similar production of the country — competitor. Then, in the essence of the grant more correctly to speak about indemnifications, which restore the status and put the job of an agricultural manufacturer in one line with any job in other areas.

So, in a result it is necessary to note, that there is a need in qualitative modifications in the relations between real and financial sectors not on the basis of competitiveness, but cooperation, having defined priority crediting to real sector of economy. Therefore the basis of association of mechanisms of market self-regulation and state regulation can find an optimum solution of a problem of improvement of the crediting mechanism of real sector of economy of

господарського виробника в один ряд з працею в інших галузях.

Отже, в підсумку треба відзнати, що вкрай необхідні якісні зміни у взаєминах між реальним і фінансовим сектором не на основі принципу конкуренції, а співробітництва, визначивши пріоритетним кредитування реального сектору економіки. Тому державі на основі поєднання механізмів ринкового саморегулювання та державного регулювання необхідно знайти оптимальне розв'язання проблеми удосконалення механізму кредитування реального сектора економіки.

Ukraine.

АЛІНА ШАЙХЕТ
Донецька державна академія управління,
Студентка факультету МНС, 4 курсу, спеціальності «Фінанси»

ALINA SHAIKHET
Donetsk State Academy of Management,
Student of the faculty of MUS, 4th year, speciality «Finance»

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ УКРАЇНИ

INVESTMENT CLINMAT OF UKRAINE

В работе освещены особенности привлечения прямых иностранных инвестиций в экономику Украины на современном этапе. Проведен анализ направлений прямых иностранных инвестиций, рассмотрены наиболее инвестиционно привлекательные и перспективные с точки зрения иностранного инвестора регионы и отрасли народного хозяйства Украины, а также крупнейшие инвесторы и основные тенденции их деятельности. В конце работы рассмотрены основные препятствия для увеличения объема прямыхиностранных инвестиций в экономику Украины.

In the work peculiarities of the direct foreign investment in present time are illustrated. Analysis of the directions of the foreign investment is carried on. The most attractive and promising from the point of view of the foreign investors regions and fields of the national economy of Ukraine as well as the biggest investors and the basic tendency of their activities are considered. At the end of the work the main obstacles for the growth of the direct foreign investments in the economy of Ukraine are taken up.

Вітчизняні та зарубіжні фахівці, вивчаючи стан інвестиційного ринку України, звертають увагу на парадокс. З одного боку, Україна є чи не найбільшим ринком Центральної та Східної Європи, країною з надзвичайним потенціалом, багатою на людські та природні ресурси. За оцінками авторитетних міжнародних інституцій, потреби України в інвестиціях у наступні 4 роки становлять близько $40 млрд. І лише першочергові інвестиції у окремі сфери, такі як телекомунікації, енергетика, сільське господарство, хімічна промисловість та інші, — «тягнуть» на $10 млрд. Реально ж до сьогодні Україна не змогла привабити зовнішніх інвесторів, аби покрити суттєву частку власних потреб у інвестиціях. Загальний обсяг прямих іноземн-

When studying Ukraine's investments market both Ukrainian and foreign experts note a shocking paradox. On the one hand, Ukraine is the biggest market in Central and Eastern Europe, a country of extraordinary potential, rich in hums- and natural resources. According to estimates by authoritative international institutions, Ukraine's investment needs in the nearest four years will add up to approximately $40 billion USD. For example, first priority investments in a few spheres such as telecommunications, the energy producing sector, agriculture, the chemical industry and others «swell» to $10 billion USD. In reality, up until now Ukraine has been unable to attract foreign investors in order to cover a substantial part of its own investment needs. Beginning with 1992 and up to

них інвестицій в Україну, які були зроблені починаючи з 1991 року, становлять на 1 січня 2002 року 4406,2 млн доларів США (таблиця 1). Ми маємо один з найнижчих у Європі та серед країн СНД показників обсягу прямих іноземних інвестицій (ПІІ) на душу населення — трохи більше $83 на рік. Це перевищує аналогічні дані лише таких країн, як Білорусь, Узбекистан і Таджикистан

З кожним наступним роком обсяги інвестицій постійно падали. Так, наприклад, приріст ПІІ у 1997 році склав лише 1/5рівня 1990 року. У 2000-му уряд країни сподівався, що обсяг ПІІ становитиме $700 млн. Проте стабільна позитивна тенденція збільшення іноземних інвестицій, що трималася протягом року, різко змінилася на негативну, коли в Україні спалахнула політична криза. ПІІ склали лише $471 млн. Як завжди за умов політичної та економічної невизначеності частина інвесторів вирішує не ризикувати і залишає країну. В лютому з України пішли два впливові банки — Rabobank NB і Sociele General SA, а також інвестиційна компанія — Wood & Co.

За всю історію інвестування економіки незалежної України інвестиції надходили зі 110 країн світу, значна частина серед яких — країни з низьким та пільговим оподаткуванням та офшори (таблиця 2). Причому доля західних країн у загальному обсязі інвестицій постійно знижується, а доля офшорів — росте. За вісім років доля США в іноземних інвестиціях знизилась з 20 % до 17 %, доля Німеччини — з 20 % до 6 %.

З різних причин, насамперед аби знизити ризик капіталовкладень, сьогодні інвестор намагається як найшвидше отримати прибуток. Отже, його пріоритет — виробництво, яке забезпечує швидку окупність — підприємства, що випускають ліквідну продукцію та, дуже бажано, з експортною спрямованістю. Саме тому майже всі українські пивоварні заводи викуплені іноземними компаніями, і лише завдяки вчасному втручанню Антимонопольного комітету України вдалося уникнути монополізації українського ринку пива. Нідерландська компанія викупила пакет акцій пивзаводів «Рогань» і «Янтарь»; компанії з Бельгії та Нормандських островів придбали акції чернігівського пивзаводу «Десна», люксембурзька — Ніжинського пивзаводу. Таж ситуація і в тютюновій промисловості. Швидко знайшли інвесторів харківська (належить американській компанії Philip Morris), київська і черкаська (німецькій Reemstma), кременчуцька (американській RJ Reynolds) і львівська фабрики.

the 1st of January 2002 the total volume of the direct foreign investment into Ukraine came to $4,406 billion. Ukraine's indexes for the volume of direct foreign investment (DFI) per capita are among the lowest in Europe and the CIS, amounting to a little more than $83 USD per annum. It only exceeds similar indicators in the countries such as Belarus, Uzbekistan and Tajikistan (table 1).

The amount of DFI invested in Ukraine's economy was dropping with each subsequent year. Thus, for example, the growth rate in DFI in 1997 was only 1/5of that it was in 1990. The government expected that the DFI in the year 2000 would amount to $700 million USD. However, the stable positive trend in increasing foreign investments witnessed during the year began decreasing abruptly when Ukraine was overwhelmed by political crisis. DFI came to $471 mln. As is always the case with political and economic uncertainly, some investors choose not to take a risk and pull out of the country. In February, two influential banks — Rabobank NB and Sociele General SA, as well as Wood & Co., a western Investment company left the Ukrainian market.

Throughout the history of investment in the economy of independent Ukraine, investments have come from 110 countries of the world, with a substantial part coming from offshore territories and countries with low and privileged taxation rates (table 2). By the way, it has bee known, the share of the Western countries in the total volume of the investment permanently comes down, while the share of the offshore territories comes up. During the last eight years the share of the USA in DFI has come down from 20 % to 17 %, the share of Germany — from 20 % to 6 %.

Due to various reasons, but mainly to decrease investment related risks, the investor today is oriented on quick profits. Thus, the investor's priority lies in production that brings rapid payback — i.e., an enterprise manufacturing liquid goods, which are export-oriented. This is why foreign companies have bought out almost all Ukrainian breweries. However, thanks to a timely interference by the Ukrainian Antimonopoly Committee we succeeded in preventing the monopolization of the Ukrainian beet market. A Dutch company bought up the share holdings of the Yantar and Rohan breweries. Belgian and Norman Islands companies purchased shares of the Chernihiv brewery Desna, and a company from Luxemburg bought shares of the Nizhyn brewery. The situation is pretty much the same in tobacco industry. Among those who quickly found investors are the

З тих же причин дуже популярні серед інвесторів нафтовидобувні та нафтопереробні підприємства: у 1999—2000 роках придбані пакети акцій українських компаній Укрнафтопродукт, Суминафтопродукт, Кіровограднафтопродукт, Житомирнафтопродукт, Миколаївнафтопродукт та інших. Також активно скуповувалися акції елеваторів і хліборобних підприємств. Іноземні компанії, стратегічні плани яких пов'язані з Україною, виявляють зацікавлення щодо банківських установ, адже завжди вигідніше мати «власний» надійний банк для розрахунків з партнерами, операцій з акціями тощо. Отже, не випадково доволі активно скуповують невеликі, досить дешеві, як на західний погляд, українські банки. Вже придбані ЗАТ «Київський міжнародний банк», «Західноукраїнський КБ», АКБ «Антарес», КБ «Кредитпромбанк», «Тавридабанк» та ін.

За результатами досліджень державних установ України, а також даними міжнародних інституцій (ІНДІСЕП, Інституту реформ, Британського фонду «Know-how» та ін.) найпривабливішими для інвесторів областями в Україні є Донецька, Дніпропетровська, Львівська, Запорізька і Одеська (таблиця 3). А безумовний лідер рейтингу, що має бал вдвічі більший від найближчих «конкурентів» — місто Київ, яке відзначається і найвищим в Україні рівнем розвитку фінансової інфраструктури. Столиця «забирає» майже третину усіх інвестицій, які надходять в Україну (це становить $1,5 млрд), а також має досить високий показник обсягів ПІІ на душу населення — майже 500 доларів, що у 6 разів більше за аналогічний показник по Україні.

На сучасному етапі основними перешкодами для поліпшення інвестиційного клімату, подолання яких допоможе значно підвищити інвестиційну привабливість галузей вітчизнаяного народного господарства, є:

вади політичної системи, темпи реформування якої досі дуже мляві та повільні;

слабкі інституціональна та судова системи, а також система контролюючих органів;

слабка економічна та фінансова інфраструктури;

високі податкові ставки та велика кількість податків;

економічно необґрунтовані умови руху капіталу, існування валютного ринку та репатріації прибутків.

Kharkiv (it belongs to the American Philip Morris company), Kyiv and Cherkasy (German Reemtsma), Kremenchuk (American R.J, Reynolds), and Lviv tobacco factories.

The same reasoning is also very popular among investors in the oil extracting and oil processing enterprises. In 1999-2000 the shareholdings of such Ukrainian companies as Ukrnaftoprodukt, Sumynaftoprodukt, Kirovohradnafloprodukt, Zhytomyrnaftaprodukl, Mykolayivnafloprodukt and others have been purchased. The shareholdings of elevator and breadstuff factories have also been actively bought up.

Foreign companies, who have Ukraine in their strategic plan, show an interest in the banking establishment. And this is no wonder since it is always better to have your own reliable bank for setting your transactions with partners, dealing with shares and so on. Thus, it is far from being a coincidence that quite small and rather inexpensive by to western standards Ukrainian banks are being bought up with zest. Kyivsky Mizhnorodny Bank Closed Joint Stock company, Zakhidno-Ukrayinsky Bank KB, Joint Stock Bank Antares, KB Kredytprombank, Tovrydobank and others have already been purchased.

According to studies conducted by Ukrainian government agencies and data provided by international institutions (Scientific Research Institute for Urban Social and Economic Problems (SRIUSEP), Institute for Reforms, the British «Know-how» Fund and others) the most attractive regions in Ukraine for investors are Donetsk, Dnipropetrovsk, Lviv, Zoporizhzhia and Odessa Regions (table 3). However, the second to none «leader» in terms of its attractiveness whose rating is twice that of its nearest «competitors», is the city of Kyiv, which also has the most developed financial infrastructure in Ukraine. The capital of Ukraine «takes up» almost one third of the total investment funds (which is $ 1,5 billion USD) that flow into the country, and it has quite a high indicator of DFI per capita — almost $500, which is six times higher than the average in Ukraine.

Nowadays the main obstacles for the improvement of the investment climate of Ukraine, overcoming of which will help to raise investment appeal of branches of Ukrainians national economy, are:

lacks of the political system, which rates of reformation is still weak and slow;

weak institutional and judicial systems, as well as the system of the check services;

weak economical and financial infrastructures;

high taxation rates and the majority of taxes;

economically baseless conditions of move-

ment of capital, foreign exchange markets existence and repatriation of profits.

Таблиця 1

ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ (на початок року млн дол. США)

Рік	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
ПІІ	493,5	896,9	1438,2	2063,6	2810,7	3281,8	3875,0	4406,2
Приріст, %	—	86	60	43	36	17	18	14

Таблиця 2

НАЙКРУПНІШІ ІНВЕСТОРИ УКРАЇНИ (НА ПОЧАТОК 2002 РОКУ)

Держава	ПІІ, млн дол. США	%, від загального обсягу
США	730,9	17
Кіпр	478	11
Сполучене Королівство	420,4	10
Нідерланди	370,2	8
Російська Федерація	295,1	7
Німеччина	249,5	6
Віргінські острова	248,2	6
Інші країни	1613,9	37

Таблиця 3

ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ В РЕГІОНИ УКРАЇНИ (на початок 2002 року)

Регіон	ПІІ, млн дол. США	%, від загального обсягу
м. Київ	1522	35
Київська	351,1	8
Донецька	334,8	8
Дніпропетровська	311,9	7
Запорізька	249,6	6
Одеська	236	5
Львівська	168,5	4

Table 1

DIRECT FOREIGN INVESTMENT IN UKRAINE (to the beginning of the year, $ mln.)

Year	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
DFI	493,5	896,9	1438,2	2063,6	2810,7	3281,8	3875,0	4406,2
Growth, %	—	86	60	43	36	17	18	14

Table 2

THE SEVEN BIGGEST INVESTORS IN UKRAINE (to the beginning of the year 2002)

Country	DFI, $ mln	%, from the total value
USA	730,9	17
Cyprus	478	11
United Kingdom	420,4	10
Netherlands	370,2	8
Russian Federation	295,1	7
Germany	249,5	6
Virgins islands	248,2	6
Other countries	1613,9	37

Table 3

DIRECT FOREIGN INVESTMENT IN THE REGIONS OF UKRAINE (to the beginning of the year 2002)

Region	DFI, $ mln	%, from the total value
City of Kiev	1522	35
Kiev	351,1	8
Donetsk	334,8	8
Dnipropetrovsk	311,9	7
Zoporizhzhia	249,6	6
Odessa	236	5
Lviv	168,5	4

Я. ЩЕТИНСКАЯ
Донецкий национальный университет
Экономический факультет, магистр

Y. SHCHETINSKAYA
Donetsk National University
Economic faculty, master

ОБОСНОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ ПО РЕКОНСТРУКЦИИ «АРТЕМОВСКОГО ЗАВОДА ПО ОБРАБОТКЕ ЦВЕТНЫХ МЕТАЛЛОВ»

SUBSTANTIATION OF INVESTMENTS ON RECONSTRUCTION «ARTYEMOVSK FACTORY ON PROCESSING NONFERROUS METALS»

В статье приведена комплексная оценка инвестиционного проекта в соответствии с международной методикой с использованием показателей чистого дисконтированного дохода, периода окупаемости, внутренней нормы доходности индекса доходности. В работе рассмотрены 2 варианта, отличающиеся технологическим процессом исоставом оборудования для производства плоского проката.

In the article complex estimation of the investment project is given according to the international technique with the use of parameters of pure capitalized income, period of payback, internal norm of yield and the index of yield. In the work considers 2 variants distinguished by the technological the process and structure of equipment for manufacturing flat hire.

Открытое акционерное общество «Артемовский завод по обработке цветных металлов (далее ОАО «АЗОЦМ») — крупнейший в Украине комплекс по прокату и переработке

Open joint-stock company «Artyemovsk' factory on processing nonferrous metals (further Open Society «AZOTSM») — the largest complex in Ukraine on rolling and processing non-

цветных металлов. Завод является крупнейшим в Украине предприятием по производству круглого проката тяжелых металлов и сплавов. Производятся смесители для ванн и умывальников по лицензии венгерской фирмы «МОФЕМ», сантехнических трубопроводов, различные виды подсвечников, настенные зеркала в декоративных оправах из цветного металла, медные кофеварки, декоративные подносы. Номенклатура товаров постоянно обновляется с учетом конъюнктуры рынка. В данной статье приведена комплексная оценка инвестиционного проекта в соответствии с международной методикой с использованием показателей чистого дисконтированного дохода, периода окупаемости, внутренней нормы доходности индекса доходности.

Рассмотрены также 2 варианта, отличающиеся технологическим процессом и составом оборудования для производства плоского проката. Данная статья реконструкции ОАО «АЗОЦМ» предусматривает установку 29 единиц нового оборудования по 1-му варианту и 28 единиц по 2-му варианту. Годовой объем производства товарной продукции составляет: плоского проката — 12 000 т; круглого проката в виде труб и прутков — 18 000 т; медной катанки — 35 000 т. Износ (амортизация) оборудования исчислялась по методу уменьшения остаточной стоимости соответствующих групп основных фондов. Для сравнительного анализа и расчета показателей принята среднеевропейская цена готовой продукции, т.к. качество продукции должно соответствовать европейским стандартам. Расчет показателей производился, исходя из следующих данных:

1. Цех катанки с участком литья медных слитков производит: 35 000 т в год медной катанки, как товарной продукции; 1276,8 т в год медной катанки. Как заготовки для нужд трубопруткового цеха; 5500 т в год круглых слитков.

2. Электролитейный цех производит: 12661 т в год плоской заготовки из меди; 1147,5 т в год плоской заготовки из сплавов Zn — Ti; 310.5 т в год прутков из бронзы; 15536.3 т год круглых слитков из меди.

3. Прокатный цех производит: 12 000 т в год плоского проката, как товарной продукции; 198 т в год ленты как заготовки для производства сварных труб.

Для приведения разновременных затрат и поступлений денежных потоков использовалась норма дисконта. Равная приемлемой для инвестора норме дохода на капитал, коferrous metals. The factory is the largest enterprise in Ukraine on manufacture of rolling heavy metals and alloys. Amalgamators are made for baths and washstands on licenses of Hungarian firm «MOFEM», sanitary pipelines, various kinds of candlesticks, mirrors in decorative frames from nonferrous metal, copper coffee makers, decorative trays. The nomenclature of the goods is constantly updated in view of market condition.

In the article the complex estimation of the investment project is given according to the international technique with the use of parameters of pure discounted income, the period of a recoupment, internal norm of profitableness of the index of profitableness.

In the work 2 variants distinguished by the technological process and structure of the equipment for manufacture of flat rolling are considered. The given article of reconstruction of Open Society «AZOTSM» provides installation of 29 units of new equipment in the first variant and 28 units in the second variant. The annual volume of manufacture of commodity output makes: flat rolling — 12000 т; round hire as pipes and prutkies — 18000 т; copper katankies — 35000 т. Amortization of the equipment was estimated by themethod of reduction of residual cost of corresponding groups of fixed capital. For the comparative analysis and calculation of parameters the Central European price of finished goods is taken since the quality of production should correspond to the European standards. Calculation of parameters was made, proceeding from the following data:

1. The katankies shop with the site of moulding of copper ingots makes 35000 т of copper katankies in one year, as commodity output; 1276,8 т of copper katankies in one year. As preparation for the needs of prutkies shop; 5500 т of round ingots in one year.

2. The electrofoundry shop makes 12661 т of flat preparation from copper; 1147,5 т of flat preparation from alloys Zinc — Ti; 310.5 т prutkies of bronze; 15536.3 т year of round ingots of copper.

3. The rolling shop makes: 12000 т of flat rolling, as commodity output; 198 т of a tape as preparations for manufacture of welded pipes.

For reduction of occurring at different times expenses and receipts of monetary streams the norm of discount was used. It is equal to the norm of the income comprehensible to the investor on the capital which takes into account nonrisky rate of return of the investor, the rate of inflation and risk at realization.

Under development of the financial plan for 9 years it was provided, that 1-st year would be preindustrial. The activity of the enterprise dur-

торая учитывает безрисковую норму прибыли инвестора, уровень инфляции и риск при реализации предложений данной статьи.

При разработке финансового плана на 9 лет предусматривалось, что 1-й год будет предпроизводственным. Деятельность предприятия в этот период будет заключаться в разработке предложений, проектно-сметной документации, заключении договора на предоставление кредитов (инвестиций), изготовление, реконструкцию и поставку оборудования, проведение строительно-монтажных работ, наборе кадров, подготовке площадей, заключение договоров на поставку сырья и материалов. Второй год предполагает производство продукции и выпуск ее в объеме 80 %. Третий и последующие годы — производство продукции в объеме 100 % от планируемого. Инвестиционные затраты для реализации проекта определяются, как сумма средств, необходимых для строительства, реконструкции, модернизации и оснащения оборудованием. Т.к. производство продукции намечается на уже действующем предприятии, то считается, что кредитом (инвестициями) оборотные средства не обеспечиваются.

Стоимость 1 т проката представляет собой сумму 2-х составляющих: цена заготовки и цена обработки. Цены приняты по составляющим сплавы металлов по данным Лондонской биржи металлов (ЛБМ), данным Европейских производителей проката и данным АЗОЦМ. Курс доллара принят по состоянию на 2003 г. и составляет 5,39 грн.

По данным таблиц и годовому выпуску продукции производится расчет стоимости сырья, энергоносителей, расчет годового фонда заработной платы, капитальные вложения, расчет себестоимости продукции. На основе полученных расчетов производится расчет финансовых результатов и технико-экономических показателей.

Срок окупаемости вложений (инвестиций) составит: Кап. вложения по варианту 1 261381,18 тыс. грн; 261381,18 = 75294 + 115084 + 115084 × *X*, *X* — срок окупаемости кап вложений; *X* = (261381,18 –190378) / / 115084 = 0,62 (8 месяцев). Срок окупаемости по варианту 1 составляет 3 года и 8 месяцев без учета предпроизводственного периода.

Срок окупаемости кап вложений (инвестиций) составит: Кап вложения по варианту 2 236893,6 тыс.грн ; 236893,6 = 76824 + + 201219 × *X*, *X* — срок окупаемости; *X* = = (236893,6 – 76824) / 201219 = 0,8 (10 месяцев). Срок окупаемости по варианту 2 составляет 2 года 10 месяцев без учета предпроизводственного периода.

ing this period will consist in development of offers, design — budget documentation, conclusion of the contract on granting investments, manufacturing, reconstruction and delivery of the equipment, carrying out civil and erection work hire of the staff, preparation of the areas, conclusion of contracts on delivery of raw and other materials. The second year assumes production and its output in volume of 80 %. The third and the next years — production in volume of 100 % of the planned. Investment expenses for realization of the project are determined as the sum of the means necessary for construction, reconstruction, modernization and equipment. Since production is planned at already working enterprise it is considered, that turnaround means are not provided with the investments.

The cost of 1т rolling represents the sum of 2 components: the price of preparation and the price of processing. The prices are accepted on making alloys of metals according to London stock exchange of metals, to the data of the European manufacturers rolling and AZOTSM data. The dollar exchange rate is accepted as in 2003г and makes 5,39 uah.

According to calculation of the cost of 1 т metal and to annual output calculation of an annual wage fund, capital investments, calculation of the cost price of production is settled an invoice cost of raw material, energy carriers. On the basis of the received calculations an invoice financial results, and technical and economic parameters are settled.

The time of recovery of outlay of investments will make: Investments by variant 1 of 1261381,18 thousand uah.; 261381,18 = 75294 + 115084 + 115084 × *X*, *X* — a time of recovery of outlay investments; *X* = (261381,18 – 190378) / / 115084 = 0,62 (8 months). The time of recovery of outlay by variant 1 makes 3 years and 8 months without taking into account the preindustrial period.

The time of recovery of outlay capital investments will make: capital investments by variant 1 2236893,6 thousands uah.; 236893,6 = 76824 + 201219 × *X*, *X* — the time of recovery of outlay; *X* = (236893,6 – 76824) / 201219 = 0,8 (10 months). The time of recovery of outlay by variant 2 makes 2 years 10 months without taking into account the preindustrial period.

So, the carried out calculations of economic efficiency of 2 variants in the given work have shown, that the most comprehensible is variant 2, in which the index of profitableness of investments is more than 1. To provide under the given project the income of investment means and their recoupment, the interest rate of dis-

ставляет 2 года 10 месяцев без учета предпроизводственного периода.

Итак, проведенные расчеты экономической эффективности 2-х вариантов в данной работе показал, что наиболее приемлемым является вариант 2, по которому индекс доходности вкладываемых инвестиций более 1. Для того, чтобы обеспечить по данному проекту доход от инвестиционных средств и их окупаемость, была подобрана процентная ставка дисконтирования в размере 18 %, что обеспечивает необходимые денежные потоки. Данная ставка дисконтирования содержит в себе 3 фактора: безрисковую норму прибыли инвестора в размере 10 % (доходность еврооблигаций); уровень инфляции в размере 5 % в год и рисков, связанных с реализацией проекта — 3 %.

Показатель внутренней нормы доходности характеризует максимально допустимый относительный уровень расходов, которые могут быть произведены при реализации данного проекта, т. е. значение внутренней нормы доходности показывает верхнюю границу допустимого уровня процентной ставки по привлекаемым финансовым средствам, превышение которой сделает проект убыточным. В работе предусмотрено мероприятие по энергосбережению — это котел-утилизатор на печи огневого рафинирования, позволяющий при нагревании воды использовать тепло уходящих дымовых газов. Экономия от использования горячей воды, вырабатываемой котлом-утилизатором составляет 27 340 гкал/год или 3,648 млн $м^3$/год природного газа.

counting has been picked up at a rate of 18 % that provides necessary monetary streams. The given rate of discounting comprises 3 factors: nonrisky rate of return of the investor at the rate of 10 % (profitableness of eurobonds); the rate of inflation 5 % one year and the risks connected to realization of the project — 3 %.

The parameter of internal norm of profitableness characterizes as much as possible the allowable level of charges which can be made at realization of the given project, i.e. value of internal norm of profitableness shows the top border of an allowable level of the interest rate on involved financial assets which excess will make the project unprofitable. The action on energy saving is stipulated, a boiler-utilizer on the furnace of fire refinements, allowing at heating water to use the heat of leaving smoke gases. The economy from the use of hot water, developed by the boiler-utilizer makes 27340 or 3648 million m3 / a year of natural gas.

Таблица 1

ЦЕНА 1 Т МЕТАЛЛОВ

Наименование материала	Един. измер	Цена на ЛБМ		Цена у производителя, грн
		USD	грн	
Медь	Т	1672	9012,08	9971,5
Цинк	Т	926	4991,14	5950,56
Никель	Т	7150	38538,5	39497,92
Свинец	Т	463	2495,57	3454,99
Титан	Т	6800	36652	37611,42
Олово	Т	4930	26572,7	27532,12
Алюминий	т	1518	8182,02	9141,44

Таблица 2

ЦЕНА 1 Т СПЛАВОВ

Наименование материала	Един. измер	Цена на ЛБМ		Цена у производителя, грн
		USD	грн	
Латунь Л90	Т	1597,4	8906,99	9569,406
Латунь Л63	Т	1395,98	7524,33	8483,75
Латунь ЛС 59	Т	1361,51	7338,54	8297,95
МНЦ 15-20	Т	2344,5	12636,86	13596,27
МНЖ 5-1	Т	1931,08	10408,52	11358,34
Бронза БР ОЦС	Т	1742,26	9390,75	10350,17
Бронза Бр АЖ	Т	1598,86	8617,85	9538,89
Бронза Бр ОФ	Т	1877,08	10117,47	11073,05
Сплав Zn98Ti1	Т	992,2	5347,958	6307,37

Таблица 3

РАСЧЕТ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ (вариант 1)

Показатели	Годы реализации проекта							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Выручка от реализации	720105,5	897813	897813	897813	897813	897813	897813	897813
Издержки производства	612542,6	733407	733407	733407	733407	733407	733407	733407
Валовая прибыль	107562,9	164405,9	164405,9	164405,9	164405,9	164405,9	164405,9	164405,9
Налог на прибыль, 30 %	32269	49322	49322	49322	49322	49322	49322	49322
Чистая прибыль	75294	115084	115084	115084	115084	115084	115084	115084

Таблица 4

РАСЧЕТ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ (вариант 2)

Показатели	Годы реализации проекта							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Выручка от реализации	720126,4	897833	897833	897833	897833	897833	897833	897833
Издержки производства	610377,9	610378	610378	610378	610378	610378	610378	610378
Валовая прибыль	109748,6	287455,6	287455,6	287455,6	287455,6	287455,6	287455,6	287455,6
Налог на прибыль, 30 %	32925	86237	86237	86237	86237	86237	86237	86237
Чистая прибыль	76824	201219	201219	201219	201219	201219	201219	201219

Таблица 5

ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Наименование показателей	Вариант 1	Вариант 2
1. Годовой выпуск продукции, тыс. грн	897833	897833
2. Количество рабочих, чел.	553	553
3. Производительность труда, тыс. грн	1623,6	1623,6
4. Себестоимость 1т продукции, грн		
4.1. Плоский прокат	11975	11794
4.2. Круглый прокат	12404	12404
4.3. Медная катанка	10033	9976
5. Период окупаемости	3 года 8 месяцев	2 года 10 месяцев
6. Стоимость основных фондов, тыс. грн	244460,6	221264,8
7. Годовая потребность предприятия	706343,8	233989
8. Дисконтированный доход за 6 лет, тыс. грн при дисконте 18 % с учетом 1-года	109658,8	
9. Внутренняя норма доходности	31	42
10. Индекс доходности	0,4	1,4
11. Рентабельность, %	17,3	30,4
12. Коэф. фондоотдачи	3,4	3,8

CALCULATION OF FINANCIAL RESULTS (variant 1)

Parameters	Years of realization of the project							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Proceeds from realization	720105,5	897813	897813	897813	897813	897813	897813	897813
Costs industry	612542,6	733407	733407	733407	733407	733407	733407	733407
Total profit	107562,9	164405,9	164405,9	164405,9	164405,9	164405,9	164405,9	164405,9
The profit tax, 30 %	32269	49322	49322	49322	49322	49322	49322	49322
Net profit	75294	115084	115084	115084	115084	115084	115084	115084

CALCULATION OF FINANCIAL RESULTS (variant 2)

Parameters	Years of realization of the project							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Proceeds from realization	720126,4	897833	897833	897833	897833	897833	897833	897833
Costs industry	610377,9	610378	610378	610378	610378	610378	610378	610378
Total profit	109748,6	287455,6	287455,6	287455,6	287455,6	287455,6	287455,6	287455,6
The profit tax, 30 %	32925	86237	86237	86237	86237	86237	86237	86237
Net profit	76824	201219	201219	201219	201219	201219	201219	201219

TECHNICAL AND ECONOMIC PARAMETERS

The name of parameters	variant 1	variant 2
1. Annual output, one thousand uah.	897833	897833
2. Amount of workers, people	553	553
3. Labour productivity, one thousand uah.	1623,6	1623,6
4. The cost price 1т production, uah.		
4.1. Flat rolling	11975	11794
4.2. Round rolling	12404	12404
4.3. Copper katanka	10033	9976
5. The period of a recoupment	3 years and 8 months	2 years and 10 months
6. Cost of the fixed capital, one thousand uah.	244460,6	221264,8
7. Annual requirement of the enterprise	706343,8	233989
8. Discounted income for 6 years, one thousand uah at discount of 18 % in view of one 1-year	109658,8	
9. Internal norm of profitableness	31	42
10. The index of profitableness	0,4	1,4
11. Profitability, %	17,3	30,4

ОЛЕГ ЮСИПОВИЧ
Львівська комерційна академія
Асистент кафедри фінансів і кредиту, аспірант 2-го року навчання

OLEG YUSIPOVICH
Lviv comercial academy
Assistent of the chair of finance and credit

УПРАВЛІННЯ РИЗИКОМ — ШЛЯХ ДО СТАБІЛЬНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ

RISK MANAGEMENT — WAY TO STABLE POSITION OF AN ENTERPRICE ON THE MARKET

В работе освещены особенности использования интегрированной системы ограничения риска, её воздействие на позицию предприятия на конкурентном рынке. Приведены отдельные аспектыиспользования методики VaR в национальной экономической системе.

In the work the main aspects of integration to risk control system are widely covered. Separate aspects of the strategy VaR in the national economic system are given.

Вміння управляти ризиком, в останніх роках, стало ключовим чинником конкурентної позиції підприємства на ринку і його спроможності до розвитку. Глобалізація ринку, поступ науково-технічного прогресу, а особливо інформаційних технологій, загострили умови конкуренції і підвищили значення різного роду ризиків, які виникають на тлі ринкової невизначеності.

На даний час ідентифіковано багато різних типів ризиків і кореляцій між ними, досліджено ступінь міграції ризику на інтегрованих ринках. Внаслідок

In the last years a skill of controling risks became a main factor of competitive position of an enterprise on the market, its abilities to development. Globalisation of the world economy, high rates of research process, development of information technologies make hard condition of competition and importance of different types of risk.

The greater amount of risks and relationships are explored in modern conditions between them. There comes a untied problem of differanciation of risks, in consequence of existance of close relations between financial

ущільнення
звязку між фінансовими ринками та іншими сферами господарської діяльності, як в товарних сегментах так і в географічних, дещо зменшилась гострота проблеми різноманітності ризиків. З іншого боку це ускладнило їх детальний аналіз та обєктивність ідентифікації. Таким чином, приписування окремих ризиків певному сектору господарської діяльності є хибним кроком. Наприклад, виокремлюючи кредитний ризик, властивий банківським установам, варто врахувати його істотну роль у діяльності інших секторів економіки. Кредитний, операційний чи валютний ризики є важливими обєктами управління на торгівельних, промислових підприємствах. Обмеження ризиків, які характерні також і банківським установам, потребує високої компетенції ризик-менеджерів щодо методів їх виміру і мінімізації.

У даній статті обгрунтовано корисність застосування інтегрованої системи контролю за ризиком на підприємстві. Наведено особливості використання широковідомої методики вимірювання ризику VaR у національному економічному середовищі.

Інтегрована система контролю за ризиком досить тривалий час використовується у практичній діяльності підприємств високорозвинутих держав. По даній темі напрацьована широка теоретична база представниками економічної науки країн Заходу. Перспективи впровадження інтегрованої системи контролю за ризиком розглядаються у працях Д. Гатарека, Е. Босчерса, Х. Фредрікса. Розробки цих авторів втрачають актуальність у національних економічних умовах, адже вони висвітлюють інтегровану систему контролю ризику в ринковій економіці.

Сьогодні спостерігається стрімкий розвиток фінансових іновацій і методів мінімізації ризику. Фінансові інститути, особливо банки, для яких дуже важливий рівень довіри суспільства, перебувають під чітким контролем регулятивної влади стосовно вимог щодо капіталу і способу його обчислення. Фінансові інститути розробили внутрішні моделі оцінки та інтегрованої системи мінімізації ризику. Однак це вже не є специфікою лише фінансових установ. У кредитоспроможності підприємства зацікавлений кожен господарюючий субєкт, який планує зберегти і підсилити свою позицію на конкурентному ринку. Як наслідок, в країнах з розвинутою ринковою економікою виникли та ефективно

markets and other areas of economic activity, both in gods and geographical segments. On the other hand, it makes harder their detailed analysis and objectivity of identification. Thereby, to impute separate risks to only one sector of economic activity is not reasonable. For instance, credit risk, typical of bank sector, must be taken into account in other sectors of economy. In modern conditions credit, operating or exchange risks emerge as important objects of management at trade or industrial enterprises.

The essence of integrated system of checking the risk at the enterprise is shown. The particularities of the broadly used instrument of measurement of risk — strategies VaR in national economic conditions. The integrated system of checking the risk is successfully used in practice by enterprises of western countries. Introduction and use of the integrated checking is an intensive object of talks in scientific audience of the West, scientists-economists produced a broad theoretical base on given subject. The prospects of introducing the integrated system of checking the risk are considered in scientific works of D. Gatarek, E. Boschers, X. Fredrix. Development by these authors lose its importance in national economic conditions, since they research the integrated system of checking in an economy of market type.

The rush development of financial tehnologies exists now, including, methods of minimization of the risk. Financial institutions, particularly banks, are carefully checked by the government. The internal models of estimation and minimization of risk have developped in connection with credit institutes. Solvency of the enterprise is of intrest for each managing subject, which plans to save or consolidate its position on the competitive market. However, in modern conditions this is specific not only of financial institutions. In consequence of this, countries with developed market economies formed effectively functioning rating agancies. The subject of their activity is undertaking independent rating estimations of enterprises, determination of typical risks and consulting on their minimization.

Popularity rating of the agancy is conditionned, in the first place, by skilled approach to studies of risk and methodologies of its measurement. The clients of rating agancies are enterprises by the initiative of bank institutions sometimes. The obligee requires objective and reliable information on solvency of a borrower, particularly, when working with new clients. Thereby, the integrated method of

функціонують рейтингові агентства. Предмет діяльності таких установ — проведення незалежної рейтингової оцінки кредитоспроможності підприємства, виявлення властивих йому ризиків та консультування з питань їх мінімізації. Замовниками послуг рейтингових агенств переважно виступають підприємства, однак, з ініціативи кредитних установ. Кредитор потребує обєктивної та достовірної інформації про кредитоспроможність позичальника, особливо, у випадку співпраці з новим клієнтом. Популярність рейтингових агенств пов'язана, в першу чергу, з кваліфікованим підходом до питання ризику і методології його виміру, які наближені до тих, що пропонуються регулятивними інститутами фінансових ринків.

В інтегрованій системі мінімізації ризику зацікавлені власники будь-якого підприємства, незалежно від виду його діяльності. Така зацікавленість виникає зі сторони акціонерів щодо зростання вартості заінвестованого капіталу SHV (Shareholder Value). Йдеться про інвестування капіталу, що пов'язане з певним рівнем ризику його повернення та отримання віддачі від нього.

Варто зауважити, що сьогодні обмежена кількість українських підприємств використовує методи мінімізації ризику. У більшості випадках керівники підприємств надають перевагу іншому підходу, а саме свідомо йдуть на ризик. Однак є види ризику, які у добре адміністрованому підприємстві максимально обмежені. До таких ризиків відносять ризик операційний. Приймання ризику виступає основним джерелом прибутку і є предметом діяльності господарюючого субєкта. Прикладом може бути кредитна діяльність банку чи підприємницька діяльність виробника. Однак, це не звільняє управлінський персонал від професійного обов'язку мінімізувати всі види ризику.

З ризиком нерозривно пов'язані невизначеність майбутнього і потенційні втрати. Виникнення втрат трактують у двоякий спосіб. У першому випадку це витрати у прямому значенні цього слова. В іншому — це факт неотриманих, але сподіваних доходів.

Сьогодні є можливість використовувати широку теоретичну і практичну базу, яка дає можливість у довільний спосіб вимірювати різні ризики, пов'язані з господарською діяльністю, та контролювати їх з допомогою інтегрованого методу. Таку назву даний метод отримав внаслідок залучення незалежних спеціалістів до вивчення та мінімізації ризиків підприємства.

Підвищений інтерес власників компаній до інтегрованої системи управління ризиками пов'язаний з ще одним фактором. Акціонери зацікавлені в зростанні вартості інвестованого капіталу SHV (Shareholder Value). Однак, з цим процесом типовим є певний рівень ризику повернення інвестованого капіталу.

Слід підкреслити, що сьогодні лише деякі українські підприємства використовують метод мінімізації ризику. Більшість керівників надають перевагу іншому підходу, свідомо йдуть на ризик. Відомо, що прийняття ризику виступає основним джерелом прибутку підприємства. Прикладом може бути кредитна діяльність банку як вид діяльності банку, підприємницька діяльність виробника. Однак, це не звільняє управлінський персонал від мінімізації всіх видів ризику. На підприємствах з високим рівнем організації можливо обмежити певні види ризику. До таких відносяться, наприклад, операційний ризик.

В інтегрованому методі управління ризиками використовується широка теоретична і практична база, яка дає можливість вимірювати ризики різними способами. Найбільш поширеним інструментом вимірювання і мінімізації ризику є метод кипіння. Однак, практична корисність даної методології вимірювання ризику має об'єктивні і суб'єктивні обмеження. Ось деякі з них.

1. Метод VaR бере до уваги аналіз подій і даних минулого для прогнозування подій в майбутньому. Для ефективності необхідно мати довгострокові і точні дані. В даному випадку існують обмеження для типових вітчизняних підприємств. Український ринок занадто різний і має дуже коротку історію. Підприємства не демонструють високий рівень організації і техніки, що дає можливість накопичувати і обробляти інформацію.

2. Потенціал знань і можливостей спеціалістів українських підприємств використовується не повною мірою. Менеджери з ризиків не знаходять розуміння у своїх керівників. Головна причина полягає в тому, що метод VaR має грошові витрати і високий рівень організації, але це призводить до обмеження економічної активності. Але інтегроване управління ризиками дозволяє при більшому ризику досягати більшого прибутку. Однак, сьогодні немає повного розуміння цього факту серед управлінського персоналу.

Великий інтерес до управління ризиками викликаний виникненням збитків і банкрутств, які широко описані в зарубіжній літературі. Незважаючи

---

functioning rating agencies. Subject of activity of such establishments — carrying out independent rating estimation of creditworthiness of the enterprise, revealing of risks inherent in it and consulting on questions of their minimization. Customers of services of rating agencies mainly the enterprises act, however, on the initiative of credit establishments. The creditor needs objective and reliable information on creditworthiness of the borrower, especially in case of cooperation with a new client. Popularity of rating agencies is connected, first of all, with the qualified approach to a question of risk and methodology of its measurement, which are close to those offered by regulatory institutes of financial markets.

In the integrated system of minimization of risk the owners of any enterprise, irrespective of a kind of its activity, are interested. Such interest arises from the shareholders concerning growth of cost of the invested capital SHV (Shareholder Value). It is a question of investment of the capital connected with a certain level of risk of its return and receipt of a reward for it.

It is worth noting that now the limited number of Ukrainian enterprises uses methods of minimization of risk. In the majority of cases the managers of enterprises give the preference to other approach, consciously go on risk. It is known that the acceptance of risk is the main source of profit of the enterprise and is the subject of activity of the managing subject. The example can be the credit activity of the bank, entrepreneurial activity of the producer. However, it does not release management personnel from the professional duty to minimize all types of risk.

Uncertainty of the future and potential losses are inseparably connected with risk. There are two ways of understanding of occurrence of losses. In the first case it is expenses in the direct value of this word. In the second — it is the fact of not received, but expected incomes.

Now there is an opportunity to use the wide theoretical and practical base which gives an opportunity to measure in a free way various risks connected with economic activity, and to control them by means of the integrated method. The given method has received such name as a result of involvement of independent specialists in the study and minimization of risks for the enterprise.

The increased interest of owners of companies in the integrated system of checking is bound with one more factor. Shareholders are interested in growing cost of invested capital SHV (Shareholder Value). However, of this process is typical a certain level of risk of return of the embeddeded capital.

We should emphasize that today only some ukrainian enterprises use the method of minimization of risk. The majority of leaders prefer other approach, consciously go to risk. Known that taking the risk emerges the main source arrived enterprises. The example can serve lending, as type of activity of bank, business activity of producer. However, this does not make any risk-manager free from minimizing all types of risk. At enterprises with high level of organization certain types of risk are possible to limit. To such refers, for instance, the operating risk.

Under the integrated method of checking the risk a broad theoretical and practical base is used that allows to measure risks in different ways. The most common instrument of measurement and minimization of risk is the boil method. However, practical usefulness of given methodology of measurement of risk has objective and subjective restrictions. Here are some of them.

1. The VaR method takes into account analysis of events and data of the past for predicting events in future. For efficiency it is necessary to have long-term and exact data. In this case there are restrictions to typical domestic enterprises. The Ukrainian market is too different and has a very short history. Enterprises do not demonstrate high organizing and technical level, which give the possibility of accumulating and processing information.

2. The potential of knowledge and possibilities of specialists of Ukrainian enterprises are used not to the full. The risk-managers do not find understanding in their own leaders. The main reason is that the VaR method has the money costs and high level of organization, but this brings about restriction of economic activity. But the integrated risks management allows at greater risk to reach greater profit. However, today there is no full understanding of this fact amongst management personnel.

The Big interest to risks management is caused by arising losses and bankruptcy, which are broadly described in foreign literature. In spite

них спеціалістів до взаємної співпраці щодо виявлення, вимірювання та обмеження ризиків на підприємстві. Найбільш широко для вимірювання і мінімізації ризику використовується метод VaR (Value at Risk). Однак, практична придатність методології обмеження ризику має певні обєктивні і субєктивні обмеження. На деякі з них варто звернути увагу:

1. Методологія VaR послуговується аналізом подій і даних з минулого для передбачення майбутніх подій. Правдоподібність аналогії повинна оцінюватися і братись до уваги при визначенні рівня ризику. Ефективність розрахунків потребує оперування досить широкими і точними історичними даними, як і вміння їх обробити. Крім того, маємо справу із суттєвими обмеженнями, особливо на вітчизняних підприємствах. Український ринок змінюється дуже динамічно, а його історія дуже коротка. Підприємства не демонструють високого організаційного і технологічного (IT) рівня, який дав би можливість систематично нагромаджувати й опрацьовувати дані. Висновок, який напрошується з таких фактів — чим швидше проведена операція, тим краще.

2. Управління бізнесом у високо розвинутих економіках розглядається виключно через призму обмеження ризику, такий підхід динамічно популяризується у світі. Світове Товариство Менеджерів Управління Ризиками (GARP) утворилось в 1996 році, а кількість його членів сьогодні налічує 10 тисяч осіб. В україні також існує необхідність створити національний відділ GARP і популяризувати його як у малому бізнесі, так і серед найвищого управлінського персоналу великих компаній. Виникає враження, що потенціал знань і можливостей спеціалістів, які є в розпорядженні українських підприємств, використовується не в повній мірі. Ризик-менеджери не знаходять розуміння у своїх керівників. Основною причиною є те, що застосування методу VaR вимагає грошових витрат і досконалої організації, а це призводить до певних обмежень господарської діяльності. Апетит до ризику варто прагматично обмежувати, особливо, занадто азартним керівникам. Серед ризик-менеджерів таке обмеження отримало назву «формування морального азарту».

Значно витратніше, інтегроване управління ризиками дає змогу прийняти більший ризик і, як наслідок, досягнути додаткових прибутків. Однак, розуміння цього факту серед управлінського персоналу є

of broad theoretical and practical material, sometimes it happens that strong investors or

company with big experience of work suffer great and disastrous losses. In the cases of bank Metallgesellschaft, or Long-Term Capital Management there were losses of billions dollars. In all these case the level of used methods of minimization of risk did not answer any level and type of incurreded risk. Obviously that in majority of such events, it is minimization of operating risk, which often in literature is called «human risk» and «risk of dead subjects». It characterizes the detour from actual procedures and their reliability. This risk is involved in all without exception. For decision of all these problems it is necessary to have special approach to internal control over enterprises.

недостатнім, а психологічний та організаційний бар'єр видаються досить істотними.

Підвищений інтерес щодо управління ризиками викликаний випадками втрат чи банкрутств, які широко описуються та аналізуються у фахових виданнях. Незважаючи на зростання теоретичного доробку і більшої уваги практиків, інколи доводиться констатувати, що потужні інвестори або досвідчені підприємства зазнають несподіваних і руйнівних втрат. Щодо банку Barings, фірми Metallgesellschaft, чи фонду Long-Term Capital Management це були втрати, вимірювані у мільярдах доларів. У всіх цих випадках рівень застосованих методів мінімізації ризику не відповідав типу і рівню зазнаного ризику. Очевидним є також те, що у більшості таких випадків підводить мінімізація операційного ризику, який часто в літературі називають «людським ризиком» і «ризиком мертвих предметів». Він характеризує відхилення від фактичних процедур і процесів та їх надійності.

Сьогодні операційний ризик потребує особливої уваги через брак детальних знань про нього і точної інформації. Операційний ризик тісно пов'язаний з використанням щоразу складніших і взаємозалежних інформаційних систем. Відтак, виникають проблеми відповідності програмного забезпечення здійснюваної діяльності, вад або непідконтрольних властивостей програмування, помилок або навмисних дій людей, аварій. Усі ці виклики сучасності потребують особливого підходу як до внутрішнього аудиту, так і дієвості контролю на підприємстві. Управління ризиком неможливе без надання особливого значення професійному внутрішньому аудитові.

ЗМІСТ

Gerhard Foth	THE EXTENCION OF THE EUROPEAN UNION — A THREAT TO WESTERN EUROPE'S LABOR MARKETS?	5
Okay Güneş	A DESIGN FOR COMPUTER-AIDED TEACHING TOOL IN MACR0-ECONOMICS	8
Антонюк Ю.	АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УКРАИНЫ	9
Ануфриев В.О.	ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ КРЕДИТНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ	12
Ахновська І.	ЕТАПИ РОЗВИТКУ БАРТЕРНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ	15
Бабаєвська В.	МЕХАНІЗМ УЗГОДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ І НАДНАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА	18
Бакытжанова Ж.	СУЩЕСТВУЕТ ЛИ АСИММЕТРИЯ В РЕАКЦИИ ЦЕН НА ТОПЛИВО ПРИ ИЗМЕНЕНИИ ЦЕНЫ НА НЕФТЬ? ПРИМЕР РОССИИ	21
Бобко В.	ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО ТА ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ В УКРАЇНІ	23
Бобровский А.	ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ И ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ СТОРОНЫ КУЛЬТОВЫХ БРЭНДОВ. ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ КУЛЬТОВЫХ БРЭНДОВ В РОСИИ	26
Богоявленська Ю.	ДОЦІЛЬНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ ПРОЕКТНОГО МЕТОДУ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГАЛУЗІ ЕЛЕКТРОЗВ'ЯЗКУ (НА ПРИКЛАДІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ДИРЕКЦІЇ ВАТ «УКРТЕЛЕКОМ»)	29
Бодрий О.	МЕТОДИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ У ВАЛЮТНОМУ ДИЛІНГУ З ВИКОРИСТАННЯМ ТЕХНОЛОГІЙ DATA MINING	33
Высоцкий А.	НЕОБХОДИМОСТЬ СИСТЕМАТИЗАЦИИ И КОМПЛЕКСНОСТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ	35
Волкова Н.	КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ УКРАИНЫ И ЗА РУБЕЖОМ	37
Галкин А.	ЭЛЕКТРОННАЯ ОТЧЕТНОСТЬ В УКРАИНЕ — ШАГ ВПЕРЕД К СОВРЕМЕННОМУ ИНФОРМАЦИОННОМУ ОБЩЕСТВУ	41
Гвоздь А. П.	СТАН МІЖНАРОДНОГО БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	44
Голуб І.	ПРОБЛЕМИ ВІДРОДЖЕННЯ СТАЛІНІЗМУ І ТОТАЛІТАРНОГО PR В СУСПІЛЬСТВІ	47
Гоффе В.	ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ІПОТЕЧНИХ ЦІННИХ ПАПЕРІВ В УКРАЇНІ	49
Грицишин Н.	КУРСОВА ПОЛІТИКА ЯК ЗАСІБ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ	52
Грушко О.	МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ СПОЖИВАЧІВ УКРАЇНСЬКИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	55
Гусєв Ю. В.	УКРАЇНА І СОТ: ВЗАЄМОДІЯ ТА ІНТЕГРАЦІЯ	58
Долматов Д. Н.	ОПЕРАЦИИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ ПРИ ОБСЛУЖИВАНИИ ОБЛИГАЦИОННЫХ ЗАЙМОВ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТ-	

	ВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	60
Дубенко О.	ЕКСПРЕС-АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	63
Дубнюк Е.	ДЕЯКІ НЕГАТИВНІ АСПЕКТИ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ	65
Дугинец А.	ПРОБЛЕМЫ ИНСТУЦИОНАЛИЗАЦИИ НОВЫХ ПРАВ В ЭКОНОМИКЕ УКРАИНЫ	67
Єфремов Д.	СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ І МОЖЛИВОСТІ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ	70
Индукаева Е.	ВЕНЧУРНОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ В УКРАИНЕ	74
Ісаєв О.	ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ	76
Кабанец Н.	ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ НА РЫНКЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	78
Калінін А.	ДО ПИТАННЯ ПРО ЧЛЕНСТВО УКРАЇНИ В СОТ	81
Кищенко А.	ЗНАЧЕНИЕ МЕЖБАНКОВСКОГО РЫНКА ДЛЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ	84
Клименко О. В.	ДЕЯКІ КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА	87
Климко-Оверченко Ю.	ТЕНДЕНЦІЇ СПОЖИВЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ	90
Коваленко Н., Коваленко І.	УКРАЇНА ТА СОТ: МОЖЛИВІ НАСЛІДКИ ІНТЕГРАЦІЇ	92
Козлюк О.	УРАХУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ ПРИ ПРОВЕДЕННІ ЕКОНОМІЧНИХ ТА СОЦІАЛЬНИХ РЕФОРМ В УКРАЇНІ	95
Колпаков С.	ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ	97
Корлыханова И.	КОРПОРАТИВНЫЕ ОБЛИГАЦИИ В УКРАИНЕ	99
Корочинський А.	БІЗНЕС ТА ГРОМАДСКІСТЬ. ДВОСТОРОННЄ ПАРТНЕРСТВО	103
Костюк А. П.	АНАЛІЗ ПЕРСПЕКТИВНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ ДЛЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	105
Коцьо А.	МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ У СВІТОВОМУ ТУРИСТИЧНОМУ ПРОСТОРІ	107
Кочеткова О.	НЕОБХОДИМОСТЬ И НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА УКРАИНЫ В СОВРЕМЕННОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ	111
Крисюк Б. В.	ВИПУСК КОРПОРАТИВНИХ ОБЛІГАЦІЙ В УКРАЇНІ. ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ	114
Кругляков К. П.	ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВЛИ В РБ	118
Кузьменко К.	ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ УМОВИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИТРАТ НА РЕКЛАМУ	120
Куценко К.	ПРОБЛЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ БАНКОВ В УКРАИНЕ	123
Логачева Е. В.	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОЕКТНОГО ПОДХОДА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ	126
Лазорський А.	АКТУАЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СИСТЕМУ ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	129
Липпа Д.	ФОРМУВАННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ	132

Литвинова О.	ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ	135
Макарова Е.	ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В СФЕРЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	137
Малахова Ю.	ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА ПУТЁМ СОЗДАНИЯСИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	140
Марущак В.	АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ ВИКОРИСТАННЯ CRM-СИСТЕМ НА УКРАЇНІ	144
Марченко М.	ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	147
Моисеев А.	ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	150
Мойсеєнко Ю.	ВСТУП УКРАЇНИ ДО СВІТОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ СУЧАСНИЙ СТАН ПЕРЕГОВОРНОГО ПРОЦЕСУ	153
Мокій О.	РОЛЬ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ КРАЇН З РИНКОВОЮ ЕКОНОМІКОЮ	157
Монастирський Г.	АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СІЛЬСЬКИХ ПОСЕЛЕНЬ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ	161
Моренова Н.	ПРО ДЕЯКІ НЕГАТИВНІ НАСЛІДКИ ЗАРУБІЖНОГО ІНВЕСТУВАННЯ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	164
Мороз А.	ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ЗАСАД КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ	168
Мороз Д.	АВТОМАТИЗАЦІЯ АНАЛІТИЧНОГО ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ОБСЛУГОВУВАННЯ АВТОТРАНСПОРТУ В МИТНИХ ОРГАНАХ	171
Музика О.	ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ КОНЦЕПЦІЇ НА РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ	174
Ніколаєв Є.	НЕОБХІДНІСТЬ ТА РЕАЛЬНІСТЬ СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА	177
Орлова Н.	ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ИНВЕСТИЦИОННО–ИННОВАЦИОННУЮ ПОЛИТИКУ УКРАИНЫ	180
Остапова Д.	ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ	183
Паннов М.	КРИТЕРІАЛЬНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИГОВИМИ ІННОВАЦІЯМИ	186
Пасічник О.	ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ ВАЛЮТНО-КУРСОВОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ	189
Пастух О.	РЕКЛАМА І СУСПІЛЬСТВО: ЕТИКА І РЕГУЛЮВАННЯ	193
Петрів Н.	ІНВЕСТИЦІЙНІ ФОНДИ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	196
Пикаш Д. Н.	ТЕХНОЛОГИИ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА	200
Плисковский Р.	ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	203
Повстенко О.	КЛАСИФІКАЦІЯ КРЕДИТНИХ ЛІНІЙ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ ПРОЦЕСОМ В БАНКАХ УКРАЇНИ	206

Подколзина М.	РОЛЬ ЛИЗИНГОВЫХ КОМПАНИЙ В РАЗВИТИИ РЫНКА РЕАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ	210
Подольский Р.	ОЦЕНКА РЕАЛИЗАЦИИ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ АСПЕКТОВ УПРАВЛЕНИЯ В АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВАХ	213
Полонец В.	МАРКЕТИНГОВАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ	218
Потапенко С.	ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЕФЕКТУ ІНВЕСТУВАННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	221
Прихленко К.	СУЧАСНІ ПРОГРАМНІ ТЕХНОЛОГІЇ АНАЛІЗУ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ДОСЛІДЖЕННЯХ ПРОБЛЕМ МАЛОГО БІЗНЕСУ	224
Прутчикова Н.	ГОСУДАРСТВЕННАЯ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА В УСЛОВИЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ	227
Пшенична О.	ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА БЕЗПЕКА РОЗВИТКУ	231
Радібова І.	ВПЛИВ МАГДЕБУРЗЬКОГО ПРАВА НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК МІСТ ТЕРНОПІЛЬЩИНИ	234
Резник В.	СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	236
Резникова Я.	ПРЕТЕНЗИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: УЧЕТ РАСХОДОВ	240
Рудько С.,Котовский А.	ВСТУПЛЕНИЕ УКРАИНУ В ВСЕМИРНУЮ ТОРГОВУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ	244
Сирота М. В.	СТРАХОВАНИЕ ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА: УКРАИНА, СНД, МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ	247
Смертига І.	ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК СИСТЕМА ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В РИНКОВИХ УМОВАХ	249
Стахова О. Н.	ЕВРОИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ: НЕОБХОДИМОСТЬ РАСШИРЕНИЯ ЕВРОСОЮЗА НА ВОСТОК	253
Стефінін В.	КРЕДИТНІ СПІЛКИ — ТА ЇХ МІСЦЕ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ	256
Ткаченко А. А.	СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ РЫНКА ДЕРИВАТИВОВ	260
Тобілевич І. М.	ПРОБЛЕМА БІДНОСТІ В КОНТЕКСТІ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	263
Томашевич Т.	ПОДГОТОВКА К ВСТУПЛЕНИЮ БЕЛОРУССИИ В ВТО	265
Филиппов С.	ОСНОВНЫЕ УСЛОВИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИЙ НОВЫХ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	268
Фомина Ю.	ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ	271
Хорошаев Е.	ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПРОВЕДЕНИЯ ПОЛЕВЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ	274
Челова М.	КЛАСТЕРЫ КАК МОДЕЛЬ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ	277
Чернявський К.	ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ КРЕДИТУВАННЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	281
Шайхет А.	ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ УКРАЇНИ	284
Щетинская Я. В.	ОБОСНОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ ПО РЕКОНСТРУКЦИИ «АРТЕМОВСКОГО ЗАВОДА ПО ОБРАБОТКЕ ЦВЕТНЫХ МЕТАЛЛОВ»	288

Юсиповичч О. УПРАВЛІННЯ РИЗИКОМ — ШЛЯХ ДО СТАБІЛЬНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ 294

CONTENTS

Foth G. THE EXTENCION OF THE EUROPEAN UNION — A THREAT TO WESTERN EUROPE'S LABOR MARKETS? 5

Okay Güneş A DESIGN FOR COMPUTER-AIDED TEACHING TOOL IN MACR0-ECONOMICS 8

Antonyuk Y. TOPICAL PROBLEMS OF UKRAINE'S INFORMATION SECURITY 9

Anufriev V. PRICING FEATURES ON THE CREDITING SERVICES MARKET . . . 12

Ahnovskaya I. STAGES OF DEVELOPMENT OF BARTER RELATIONS IN UKRAINE 15

Babaevskaya V. THE MECHANISM OF THE COORDINATION OF NATIONAL AND SUPRANATIONAL ECONOMIC INTERESTS UNDER CONDITIONS OF WORLD ECONOMY GLOBALIZATION 18

Bakytzhanova Z. IS THERE AN ASYMMETRY IN RESPONSE OF FUEL PRICES TO OIL PRICE CHANGES? RUSSIAN EVIDENCE 21

Bobko V. INFORMATION SOCIETY AND THREE WAYS OF ITS FORMATION IN UKRAINE 23

Bobrovskij A. STRENGTHS AND WEAKNESSES OF THE MOST ADMIRED BRANDS. PROSPECTS OF BRANDING IN RUSSIA 26

Bogoyavlenska Y. «EXPEDIENCY OF APPLICATION OF A PROJECT MANAGEMENT METHOD AT THE ENTERPRISES OF BRANCH OF TELECOMMUNICATION (ON AN EXAMPLE OF THE ZHYTOMYR DIRECTORATE OF JSO UKTELECOM) 29

Bodriy A. METHODS OF ACCEPTANCE OF THE DECISIONS IN CURRENCY SALES WITH USE OF TECHNOLOGIES DATA MINING . . . 33

Vysotskiy A. P. THE NESSECITY SYSTEMATEZATION AND COMPLEX APPROACH IN PROBLEM SOLVING 35

Volkova N. M. THE CRITERIA OF EFFICIENCY OF MARKETING IN UKRAINIAN AND FOREIGN ENTERPRISES 37

Galkin A. ELECTRONIC ACCOUNTS IN UKRAINE — A STEP FORWARD TOWARDS MODERN INFORMATION-ORIENTED SOCIETY 41

Gvozd A. THE MODERN STAGE OF THE INTERNATIONAL BANKING 44

Golub I. PROBLEMS OF REVIVAL TO STALINIZM AND TOTALITARIAN PR IN THE SOCIETY 47

Goffe V. PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF MORTGAGE MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE 49

Hrytsyshyn N. THE EXCHANGE RATE POLICY AS A TOOL OF THE FDI ATTRACTION IN UKRAINE 52

Hrushko O. INTERNATIONAL MARKETING AS A TOOL OF INVOLVING FOREIGN CONSUMERS OF UKRAINIAN TOURISTIC SERVICES . . 55

Husyiv Y. V. UKRAINE AND WTO: COOPERATION AND INTEGRATION 58

Dolmatov D. TRANSACTIONS OF COMMERCIAL BANKS WHEN SERVING CORPORATE BOND ISSUES 60

Dubenko O. EXPRESS-ANALYSIS OF COMPETITIVE POTENTIAL USAGE OF THE FOOD-PROCESSING INDUSTRY ENTERPRISES. 63

Dubnuyk E. SOME NEGATIVE ASPECTS OF GLOBAL ECONOMIC TRANS-

	FORMATION FOR UKRAINE	65
Duginets A.	PROBLEMS OF INSTITUALIZATION OF NEW RIGHTS IN UKRAINE	67
Yefremov D.	STRATEGIES OF ECONOMIC GROWTH AND OPPORTUNITIES OF THEIR USE IN UKRAINE	70
Indukayeva E.	VENTURE INVESTMENT IN UKRAINE	74
Isaev A.	BASIC TRENDS OF INSURANCE COMPANIES' DEVELOPMENT IN UKRAINE	76
Kabanets N.	FINANCIAL-CREDIT INSTITUTIONS IN THE MARKET OF FINANCIAL SERVICES	78
Kalinin A.	THE ISSUE OF UKRAINE'S MEMBERSHIP IN THE WTO	81
Kishchenko A.	THE IMPORTANCE OF INTERBANKING MARKET FOR FUNCTION OF BANKING SYSTEM	84
Klymenko O.	SOME CONCEPTUAL APPROACHES TO THE DETERMINATIONS OF THE INFORMATION SOCIETY	87
Klumko-Overchenko J.	TENDENCIES OF UKRAINIAN CONSUMER'S MARKET	90
Kovalenko N.,Kovalenko I.	UKRAINE AND WTO: POSSIBLE CONSEQUENCES OF INTEGRATION	92
Kozlyuk H.	CONSIDERATION OF PUBLIC OPINION DURING REALIZATION ECONOMIC AND SOCIAL REFORM IN UKRAINE	95
Kolpakov S.	PROSPECTS AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF ELECTRONIC COMMERCE IN UKRAINE	97
Korlykhanova I.	THE CORPORATE BONDS IN UKRAINE	99
Korochynsky A.	BUSINESS AND SOCIETY. MUTUAL PARTNERSHIP	103
Kostyuk A.	THE ANALYSIS OF THE PERSPECTIVES OF UKRAINIAN PAYMENT SYSTEMS FOR ELECTRONIC COMMERCE	105
Kotso A.	THE INTERNATIONAL TOURISM AND THE PLACE OF UKRAINE IN THE WORLD TOURIST SPACE	107
Kochetkova O.	NECESSITY AND DIRECTIONS OF CREATING UKRAINIAN IMAGE IN MODERN ECONOMIC SPACE	111
Krisuk B.	RELEASE OF CORPORATE BONDS IN UKRAINE. ADVANTAGES AND LACKS	114
Kruhliakov K. P.	DECLARE REGULATION OF TRADE IN RB	118
Kuzmenko K.	INSTITUTIONAL CONDITIONS OF THE ADVERTISING EXPENDITURES EFFECTIVENESS	120
Kutsenko K.	PROBLEMS OF REGION BANKS' DEVELOPMENT IN UKRAINE	123
Logachova Y.	USAGE OF THE PROJECT MANAGEMENT APPROACH IN MODERN CONDITIONS OF BUSINESS OPERATING	126
Lazorskiy A.	ACTUALITY OF INCULCATION OF MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES IN TAXATION SYSTEM OF ENTERPRISE ACTIVITY	129
Lyppa D.	FORMATION OF THE INFRASTRUCTURE OF THE SHARE MARKET OF UKRAINE: PROBLEMS OF ORGANIZATION AND WAYS TO INCREASE ITS EFFICIENCY	132
Lutvunova O. B.	INFORMATION TECHNOLOGIES AND MODELLING OF ECONOMIC PROCESSES	135
Makarova E.	THE PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF ELECTRONIC COM-	

	MERCE	137
Malakhova J.	ENSURING THE WORLD ECONOMY SECURITY BY THE FOUNDATION OF THE GLOBALIZATION MANAGEMENT SYSTEM	140
Marushchak V.	THE ANALYSIS OF A MODERN CONDITION AND PROSPECTS OF USE CRM-SYSTEM ON UKRAINE	144
Marchenko M.	DEVELOPMENT TENDENCIES OF TOURISM BUSINESS IN UKRAINE	147
Moiseev A.	INFORMATIONAL-ANALYTICAL MAINTENANCE Of ACTIVITY Of COMMERCIAL FIRM	150
Moyseyenko Y.	UKRAINE'S ACCESSION TO THE WORLD TRADE ORGANIZATION PRESENT-DAY CONDITION OF THE NEGOTIATION PROCESS	153
Mokiy A.	SMALL AND MIDDLE ENTERPRICES' ROLE IN THE MARKET ECONOMY PROCESS OF DEVELOPING COUNTRIES	157
Monastyrskyy H.	URGENT PROBLEMS OF MANAGEMENT OF DEVELOPMENT OF VILLAGE SETTLEMENTS IN THE CONTEXT OF REALIZATION OF STATE REGIONAL POLICY	161
Morenova N.	ABOUT SOME NEGATIVE CONSEQUNCES OF FOREIGN INVESTING FOR ECONOMIC SAFETY	164
Moroz A.	PERFECTION OF ORGANIZATION AND ECONOMIC BASES OF CORPORATE MANAGEMENT IN UKRAINE	168
Moroz D.	AUTOMATIZATION OF THE ANALYTICACCOUNTING FOR TRANSPORT MAINTENANCE EXPENSES IN THE CUSTOMS BODIES	171
Muzyka O.	PECULIARITIES OF APPLICATION OF MARKETING CONCEPT IN THE MARKET OF INSURANCE SERVICES	174
Nikolaiev Y.	FORMATION OF INFORMATIONAL SOCIETY: NECESSITY AND REALITY	177
Orlova N.	THE INFLUENCE OF THE GLOBALIZATION ON THE INVESTMENT AND INNOVATION POLICY OF UKRAINE	180
Ostapova D.	INVESTMENTS AND INNOVATIONS FOR THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES	183
Pannov M.	THE CRITERIAL ASPECTS OF DEFINING THE EFFICIENT MANAGEMENT OF MARKETING INNOVATIONS	186
Pasichnyk O.	PRIORITY DIRECTIONS OF EXCHANGE RATE POLICY IN CONDITIONS INDUCING ECONOMIC GROWTH	189
Pastukh O.	PUBLICITY AND SOCIETY: ETHICS AND REGULATION	193
Petriv N.	INVESTMENT FUNDS IN THE UKRAINIAN FINANCIAL SERVICES MARKET	196
Pikash D.	MERCHANDISING TECHNOLOGIES	200
Pliskovsky R.	AN ENTERPRISE SYSTEM ORGANIZATION INFORMATION	203
Povstenko O.	CREDIT LINES CLASSIFICATION AS AN EFFECTIVE METHOD OF CREDIT MANAGEMENT IN UKRAINIAN BANKS	206
Podkolzina M.	THE ROLE OF A LEASING COMPANY IN DEVELOPMENT THE OF MARKET OF REAL INVESTMENTS	210
Podol'sky R.	ESTIMATION OF REALIZATION OF THE ORGANIZATIONAL MANAGEMENT ASPECTS IN JOINT-STOCK COMPANIES	213
Polonets V.	ADVERTISING EFFECTIVNESS	218
Potapenco S.	DETERMINATION OF ECONOMIC EFFECT OF INVESTING ADVERTISING	221
Prykhlenko K.	MODERN PROGRAM TECHNOLOGIES OF ANALYSING ECONOMIC INFORMATION USED IN RESEARCHING THE ISSUES	

	OF SMALL BUSINES	224
Prutchikova N.	STATE ECOLOGO-ECONOMIC POLICY IN CONDITIONS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT	227
Pshenichna O.	GLOBALIZATION OF ECONOMICAL TRANSFORMATION AND SAFETY OF GROWTH	231
Radibova I.	THE INFLUENCE OF MAGDEBURG LAW ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF CITIES OF TERNOPIL REGION	234
Resnik V.	MODERN TENDENCIES IN BANK ACTIVITY	236
Resnikova Y.	CONSUMERS' CLAIM: ACCOUNTING OUTGOING	240
Rudko S.,Kotovsky A.	ENTERING OF UKRAINE INTO THE WORLD TRADE ORGANIZATION	244
Sirota M.	THE INSURANCE OF EXTREME TOURISM: UKRAINE, CIS,INTERNATIONAL EXPERIENCE	247
Smertyha I.	FRANCHISING AS A SYSTEM OF BUSINESS ORGANIZATION AT MARKET	249
Stakhova O.	EUROINTEGRATION PROCESSES: THE NECESSITY OF THE EU EXPANSION TO THE EAST	253
Stefinin V.	CREDIT UNIONS AND THEIR PLACE AT THE MARKET OF FINANCIAL SERVICES	256
Tkachenko A. A.	FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE DERIVATIVES MARKET	260
Tobilevych I.	THE PROBLEM OF POVERTY WITHIN THE CONTEXT OF THE ECONOMY'S MARKET TRANSFORMATION	263
Tomashevich T.	BELARUS: PREPARATION FOR JOINING THE WTO	265
Philippov S.	THE MAIN CONDITIONS OF INNOVATIVE DEVELOPING OF COMPANIES IN NEW NATIONAL ECONOMIES WITHIN GLOBALIZATION FRAMEWORK	268
Fomina J.	INVESTMENT-INNOVATION SUPPLY OF DEVELOPMENT OF ST.-PETERSBURG ENTERPRISES	271
Khoroshaev E.	THE FOREIGN EXPERIENCE OF FIELD MARKETING RESEARCHES	274
Chelova M.	CLUSTERS AS A REGIONAL ECONOMIC POLICY MODEL	277
Chernyawsky K.	PROBLEMS OF IMPROVEMENT OF THE MECHANISM OF CREDITING REAL SECTOR OF ECONOMY OF UKRAINE	281
Shaikhet A.	INVESTMENT CLINMAT OF UKRAINE	284
Shchetinskaya Y.	SUBSTANTIATION OF INVESTMENTS ON RECONSTRUCTION «ARTYEMOVSK FACTORY ON PROCESSING NONFERROUS METALS»	288
Yusipovich O.	RISK MANAGEMENT — WAY TO STABLE POSITION OF AN ENTERPRICE ON THE MARKET	294