

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЛЬВІВСЬКА КОМЕРЦІЙНА АКАДЕМІЯ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
СТУДЕНТІВ І МОЛОДИХ ВЧЕНИХ**

Київ, 3—6 червня 2002 року

ББК 65.05

А 43

Актуальні проблеми управління соціально-економічним розвитком:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих вчених. Київ, 3—6 червня 2002 р. — К.: КНЕУ, 2002. — 192 с.

ISBN 966-574-437-2

У збірнику зібрано тези доповідей учасників першого й другого етапу конференції — студентів та аспірантів з багатьох вищих навчальних закладів України та Польщі.

Проведення конференції ініційовано головами молодіжних організацій вузів-співорганізаторів.

Редакційна колегія:

В. С. Савчук — проректор з наукової роботи Київського національного економічного університету, д-р екон. наук, професор (відповідальний редактор);

Д. Г. Лук'яненко — декан факультету міжнародної економіки і менеджменту Київського національного економічного університету, д-р екон. наук, професор (заступник відповідального редактора);

А. П. Наливайко — декан факультету економіки та управління Київського національного економічного університету, д-р екон. наук, професор (заступник відповідального редактора);

Н. М. Євдокимова — заступник декана факультету економіки та управління Київського національного економічного університету, канд. екон. наук, доцент кафедри стратегії підприємств (відповідальний секретар);

Члени редколегії:

І. О. Александров — заступник декана економічного факультету з наукової роботи, д-р екон. наук, професор кафедри менеджменту Донецького національного університету;

Г. А. Батьковець — канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту Львівської комерційної академії;

С. В. Гарбуз — канд. техн. наук, доцент кафедри менеджменту КНЕУ;

О. В. Оголь — канд. екон. наук, доцент кафедри стратегії підприємств КНЕУ;

Г. Г. Савіна — канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Херсонського державного технічного університету.

А. Г. Савченко — д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри макроекономіки та державного управління КНЕУ;

С. М. Соболь — канд. екон. наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту КНЕУ;

Т. О. Стеценко — канд. екон. наук, доцент макроекономіки та державного управління КНЕУ;

О. С. Федонін — канд. екон. наук, професор кафедри економіки підприємств КНЕУ;

Г. О. Черніченко — канд. геогр. наук, професор, декан економічного факультету Донецького національного університету, завідувач кафедрою розвитку та розміщення продуктивних сил;

С. М. Чистов — канд. екон. наук, доцент кафедри макроекономіки та державного управління КНЕУ;

Г. О. Швиданенко — канд. екон. наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємств КНЕУ;

О. А. Швиданенко — канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки КНЕУ, заступник завідувача кафедри;

З. Є. Шериньова — канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту КНЕУ, заступник завідувача кафедри;

Л. А. Яренко — канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин Львівської комерційної академії.

Є. В. Боровікова — голова Наукового студентського товариства Херсонського державного технічного університету, студентка III курсу;

В. М. Мазарчук — голова Студентського наукового товариства Львівської комерційної академії, студент V курсу.

В. Р. Петрів — голова Наукового студентського товариства КНЕУ, студент IV курсу;

О. С. Трегубов — голова Ради молодих вчених економічного факультету Донецького національного університету, аспірант.

ISBN 966-574-437-2

© КНЕУ, 2002

Наукове видання

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ**

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
СТУДЕНТІВ І МОЛОДИХ ВЧЕНИХ**

Київ, 3—6 червня 2002 року

*Художник обкладинки О. Стеценко
Коректор Л. Мерзвинська
Верстка О. Михолат*

Київський національний економічний університет
03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1
Зам. 01-2482 Наклад 150 Дата випуску 28.11.2002

Вельмишановні учасники та гості конференції!

Реалії сьогодення ставлять нас перед багатьма соціально-економічними проблемами як на рівні окремих підприємств, організацій, держави, так і в глобальному масштабі. Необхідність вирішення цих проблем потребує ефективного управління процесами соціально-економічного розвитку, що, в свою чергу, вимагає ґрунтовної підготовки високопрофесійних фахівців-менеджерів. З метою поглиблення теоретичних знань та набуття практичних навичок майбутніх менеджерів організована для вас, шановні учасники, ця конференція. Сподіваємось, що такого роду конференції сприятимуть становленню високопрофесійних молодих менеджерів і вчених.

Проведення цієї конференції було б неможливим без науково-методичної, організаційної та фінансової підтримки вузів-співорганізаторів: Донецького національного університету, Львівської комерційної академії, Херсонського державного технічного університету. Під час підготовки конференції кілька комерційних фірм проявили зацікавленість в її роботі, надали спонсорську допомогу і одночасно підсилили її практичний аспект.

Всім співорганізаторам висловлюю щиру подяку, а вам, шановні учасники конференції, бажаю великих успіхів у вашому професійному та науковому зростанні.

З повагою

Голова оргкомітету конференції,
проректор з наукової роботи КНЕУ,
заслужений діяч науки і техніки України,
доктор економічних наук, професор



В. С. Савчук

PROBLEMS OF MANAGEMENT IN NON-PROFIT ORGANIZATIONS

Progressive development of the IT sector and rapid interest in taking advantage of the Internet are observed. Knowledge about «New Economy» it's an asset today but requirement tomorrow. And that is why in October 2000, new organization was established — eXpanding possibilities.

eXpanding possibilities is a non-profit students' organization which operates in Poland. Our main goal is to level disproportions in knowledge about new technologies in Polish society. This aim wasn't chosen by accident — most of the Internet researches indicate that one of the biggest barriers in running business in the Internet is insufficient knowledge about this medium by Poles.

People who take action in organizations such as eXpanding possibilities have a very unique opportunity to challenge themselves. They have a chance to use the knowledge learned at the university, they see how implementing of theoretical ideas works in real world of business. But there are problems — management in non-profit organization is a hard, day-to-day work. Organization, to flourish in it's daily work, has to be managed more effectively than a real company. Identification of the main assets, good allocation of available resources, a lot of eagerness and an inclination to meet challenges in business must be the basis of your actions.

Today, non-profit organizations face challenging management problems. Management professionals are strapped for resources to solve ever more complex problems and at the same time, simply stay in business. The problems can seem overwhelming, and are a strong contributing factor to the high rate of burnout among practicing managers. Management graduate students face equally difficult challenges. They are preparing to move into careers during a time of rapidly advancing technology, evolving management strategies, shifting fiscal resources, and changing local and regional community needs.

If somebody would ask me «why this thema, why problems of non-profit organizations?» again, this is the last answer: most of us are affiliated with at least one non-profit (either donor, a staff member, a board member, or a volunteer). And all of us reap the

benefits from non-profits and charities, either directly or indirectly. Isn't this true?

But let's proceed.

The success of your organization is a total result of many factors, but among them there are four which are for me the most relevant. The first one it is the theory you learn at the school you instantly relate to the practice. The second one is involvement of the members of your organization. You won't win the war using technology. You will do it having loyal people around you who can invent it. The third one scopes in idea that organization is not perceived like a for-business enterprise. It helps a lot. Remember to show it each time you have a possibility. And finally, the last one is simply — information. A person I had honour to met in my section on the conference said «Information is a basis of successful decisions-making». Nothing more, nothing less to say.

How is the perspective outcome? In last year eXpanding possibilities was invited to take part in the international program Students In Free Enterprises — SIFE. The idea of that program is to involve students in action, gather economic knowledge and pass it down to the society.

eXpanding possibilities took part in that program and as the only one organization won two awards during the final of SIFE in Poland. It also won the prestigious award given by Association of Hipolit Cegielski as well as most economic-oriented prize from the Polish Economic Association. There were about 40 articles about organization, many congratulations, we've built our brand. eXpanding possibilities cooperates with many companies and a biggest business daily newspaper (Puls Biznesu) is its formal media patron.

Since that time eXpanding possibilities has evolved. It focuses now not only on ebusiness, but also carries out projects aimed at polish society, children, etc. Don't forget we are just students.

So now we have the main question — how to implement this ideas or if they aren't good for you — how to find your own? Firstly, you have to focus. Taking under consideration needs of people, potential consumers of your free services, as well as aforesaid identification of your main assets, you have to work out philosophical basis of your activities. In our case, its four leading components were — combination, concentration, encouragement and finally — action.

Find young people, eager and full of ideas. Show them that their effort will not be taken in vane — explain that they are bound to complete every task they have taken upon them, always remember that their goal is noble. Say, that for each person who derives benefit

from the activity we know we have to do things even better and more efficiently. If you won't, people will leave the organization like from ship going down to the bottom of sea. It's an anchoring problem — when you think you now the needs of your people as well as the markets. Conduct researches, which will give people expertise and wisdom, find a way to put their photo in newspaper. Seeing themselves in a magazine will be more valuable for them than «almighty» money.

Identificate core competencies of your people. When Ford implemented the first work-organizing, one man was pulling the cage of a car (probably model A because model T was much bigger) through all the production line. His core competency was that he was the strongest employee in the Fords factory. Was it bad(ethic) then? I would say — no, because it reinvented that time normal style of working. If your organization misses its goals, reinvent it. It will stop constant tries to repair what simply should be wasted. When you don't have much time, don't analyze successes — focus on problems. Remember to demand much more from you than from your people. They won't do «spectaculars» not having a lider. And if your people have no questions about conducted projects — either start with them normal, for-profit company (you've found the best people to work with) or start seeking problems before it's too late.

For me as an «employer», the role of best people in non-profit organizations is significant. Next year, thousands of talented young people will begin their careers by joining the other thousands of people «employed» by non-profit organizations. They will do this because they want to make a difference, because they seek to work for a purpose other than the almighty money, and because, frankly, that's where most of the «jobs» are today. I think it's the same in Ukraine and in Poland — it's sad but true. And nearly every single person who enters the field of non-profits, especially those with the skills and aspirations to be leaders, will do so under-prepared. This is because higher learning can be found on every corner, but education in management of non-profit organizations almost doesn't exist.

Over fifty accredited schools in Poland offer a Ph.D. in philosophy. Granted, philosophy has been around a little longer than non-profit management, but it's a difficult argument to make today that philosophers bring more value to society or are in higher demand than experts in non-profit management. Personally, I have never seen someone who had «Philosopher degree» written on his business card.

Some people will argue that we don't need non-profit management schools and advanced degrees, because we already have excellent graduate programs in for-profit management. Why can't those programs fill this need? Isn't good management simply good management? The answer, in my opinion, is yes and no. While there are many shared characteristics of good managers, some problems exist with the idea that «management is management» and therefore people who want to run non-profit organizations should learn side by side with those who aspire to run for-profit organizations.

The skills are not exactly the same. While managers in both industries share some skill sets (personnel, accounting, strategic planning, marketing, etc.), the non-profit sector contains a whole other set of skills that the excellent manager will possess. Non-profit leaders work in an arena where programs delivered, not profits, are the bottom line. They are accountable not to shareholders, but to the entire society, as a result of their being granted non-profit status. Board relations are different, motivating employees is different, public disclosure and accountability is vastly different. And unfortunately, most of a good non-profit executive's time is spent on fund-raising, a skill completely unnecessary in the for-profit sector. So, the skill sets may be similar, but they're also vastly different. We wouldn't ask someone who wanted to get a Ph.D. in the poetry of Adam Mickiewicz to actually get it in Zdzisława Szymborska, under the theory that they are similar because they both wrote and furthermore, did it in Polish. We shouldn't force people who want to manage charities to try and apply the skills they learned in running for-profit businesses. The job is too important for an imperfect fit.

Charitable salaries for students in non-profit organizations simply doesn't exist, as it happens in for-profit businesses, where there are profits to share. The psychic pay of saving the world isn't a great help to attracting excellent leaders. It is not enough however. As long as there is no pay in non-profit than it is for a for-profit, we cannot charge them the same fee to enter their respective industries. This is what we do when we force them both to get same expertise, even though they are bound for different paths.

So now we know that many non-profits exist in our countries and all seem to have some sort of leadership. Where do these people come from?

The answer, simply, is everywhere. Some people who lead non-profits have succeeded in other arenas, but never demonstrated that they could run a large charity. Others have worked their way up through the organization, know the ins and outs, but never obtained

the formal schooling so common in the private sector. Some non-profit leaders actually founded the organization (like me), have some vision but in reality have never been perfectly trained to budget, or plan strategically, or handle personnel.

«Theory» regarding motivating employees or Board development doesn't hold precedence, because there is no theory. No one is undertaking serious research or analysis in non-profit management because very few are receiving doctorates in this field. The level of scholarship is minimal. As a result, our leaders are self-trained, and lack the data and the scholarship. This is a shame.

Charities and non-profits are a vital part of our society. They deserve to have the same level of leadership training that the for-profit sector does. Furthermore, they deserve the same level of analysis, criticism, and discourse that academic disciplines like philosophy, literature, and psychology do. Non-profit analysis and management should no longer be the poor stepchild of academia, forced to make do with what's left over from the other disciplines.

The field of non-profit management is tangible, vital, challenging, and necessary, and deserves an academic support system. Until it is created, we will continue down this path of ignorancy, where «real world», on-the-job training is all that is offered, and theory and high-end analysis will be ignored. We can only hope we'll win the battle aimed on gaining weaponry we need.

eXpanding possibilities is an example that when you want, you achieve it. The number of members of my organization increased by 100 %. Total value of projects carried out is about \$50 000. It was possible to do that only by involvement of the people, action, and good relationships with companies and the society. Students who were part of the organization are well prepared for business life. They achieve success working in worldwide recognizable companies as well running their own businesses. The motto of SIFE «Show me and I will forget, explain me and I may remember, involve me and I will understand» seems to work very well also in other organizations and eXpanding possibilities is the example of that.

* Michal Przedlacki is a IV-year student in the Poznan University of Economics(Poland). For two years has also been working as the marketing specialist for Poznan University of Economics. In October 2000 he set up with Patryk Palaszewski non-profit organization «eXpanding possibilities». He is also a member of Polish Economic Association, the most prestigious economic association in Poland.

Ю. В. Алексєєва

*Магістерська програма «Державне управління економікою»
Київський національний економічний університет*

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Нові соціально-економічні умови, в яких відбувається розвиток державності України вимагає певних змін і реформ. Ці умови — результат загальноєвропейських тенденцій інтеграції, гармонізації та уніфікації різних сторін життя суспільства. Актуальними постають питання конкурентоспроможності українського підприємництва. Туристична галузь не є виключенням. Вона потребує, перш за все, державної підтримки та регулювання. Це стосується і правового забезпечення, і функцій контролю, і дієвої підтримки суб'єктів туристичної діяльності.

Формування ефективного механізму управління в індустрії туризму України у сучасних умовах фактично унеможлиблюється без вираженої регіональної політики, покликаної децентралізувати державні управлінські функції у цій сфері шляхом делегування широкого обсягу адміністративних, соціально-економічних та фінансових прав місцевим владним структурам.

У більшості країн світу поточне управління туристичною галуззю здійснюють саме там, де виробляється рекреаційний продукт і зосереджені відповідні ресурси. Так, Федеральна Конституція Австрії наділяє органи місцевого самоврядування істотними повноваженнями, що, з-поміж іншого, передбачає право вести своє господарство та визначати розміри податків і зборів у рамках основного фінансового закону країни. У 1972 році в Італії був виданий декрет президента «Про передачу областям адміністративних функцій держави у сфері туризму та готельної індустрії», згідно з яким до компетенції областей було віднесено створення програм розвитку обласного туризму та його стимулювання; контроль за діяльністю провінційних управлінь та агентств по туризму; визнання й ліквідація курортних, готельних і туристичних підприємств тощо.

Окрім підвищення ефективності управління регіональна політика, особливим чином акцентована на певних районах і територіях, може стати неабияким чинником їх перспективного

загальноекономічного зростання. Наприклад, створення об'єктів інфраструктури туризму або надання пільгових умов діяльності туристичних підприємств у віддалених та слаборозвинених регіонах сприяє відновленню їх демографічного потенціалу, надає поштовх розвитку сільського господарства, підвищує зайнятість населення, наповнює місцеві бюджети.

Одним із першочергових заходів держави повинна стати робота по формуванню в туристичній галузі управлінської вертикалі шляхом створення підрозділів з питань туризму в місцевих органах виконавчої влади, які б мали відповідні права та повноваження для провадження дієздатної державної політики в українському туризмі.

Сучасний стан розвитку туризму в Україні зумовлюється низкою реорганізацій, які відбулись в системі управління цією галуззю. Це, по-перше, спроби об'єднати керівництво такими важливими галузями, як молодіжна політика, спорт і туризм (Держкоммолодьспорттуризм). В результаті від цього страждали всі напрямки. По-друге, це бажання централізувати управління індустрією туризму. Внаслідок чого регіональні органи позбулися відповідних повноважень та фінансування своєї діяльності. По-третє, це неналежна увага до галузі загалом.

Важливу роль у регулюванні туристичним комплексом у регіонах відіграє створення регіональної управлінської організаційної структури в галузі туризму. Найбільш ефективною формою організації в сучасних умовах може стати об'єднання туристичних фірм, автоперевізників, страхових компаній, банків, готельних комплексів, екскурсійних агентств та інших підприємств, зайнятих у галузі туристичного бізнесу, з відповідними структурами органів місцевого самоврядування в галузі туризму у високоефективну регіональну туристичну корпорацію з горизонтальними та вертикальними економічними взаємозв'язками.

Основні цілі розвитку туризму в регіоні можна визначити таким чином:

- пропагувати регіон як атрактивну місцевість для розвитку туризму, формувати дуже чіткий і специфічний його імідж, що відрізняє регіон від інших і завдяки цьому приваблює туристів;

- створювати умови для підвищення рівня доходів та зайнятості населення регіону;

- заохочувати та стимулювати прибуткові інвестиції у туризм для вдосконалення та розширення інфраструктури регіону;

збагачувати культурне життя та розширювати освітню мережу в регіоні.

Державна політика у сфері розвитку туризму належним чином має враховувати ті лімітуючі фактори, що об'єктивно існують і без оцінки яких будь-які проекти та програми бажаних результатів не принесуть. До таких факторів належать:

1. Наявність у населення регіону навичок підприємницької діяльності у сфері туристичного бізнесу.

2. Достатність розвитку соціальної інфраструктури загального призначення (дороги, транспортне сполучення, водозабезпечення, каналізація, торгівля, громадське харчування тощо), належний рівень сервісу.

3. Наявність широкого — такого, що відповідає світовим стандартам і нормам, — асортименту продуктів харчування.

4. Стан розвитку інформаційного забезпечення туристичного бізнесу, наявність сучасної реклами.

5. Загальна культура господарювання. Використання традицій гостинності у звичаях народу, що спроможне підняти рівень сервісу в туризмі.

Таким чином, викладені думки концептуально могли б окреслювати модель адаптованої до сучасних умов регіональної політики розвитку туристичної сфери, обґрунтувати основні підходи до їх формування.

А. В. Башлик, V курс
фінансово-економічного факультету
Київський національний економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ХОЛДІНГОВИХ КОМПАНІЯХ

Глобальна тенденція поширення холдингових компаній — безпосередній наслідок розвитку великого інтегрованого підприємництва. Поява все більшої кількості різноманітних за характером діяльності юридичних осіб, що реалізують загальні стратегічні цілі одного бізнесу, об'єктивно має потребу в організаційно-економічній координації. Командні, гранично централізовані методи керування великими сукупностями таких осіб, зрозуміло, не можуть бути ефективними. Однак і без визначеної міри керованості тут не досягти ефекту спільної

діяльності. Таким чином, холдингова структура керування є однією з форм вирішення протиріччя сучасного великого бізнесу між необхідністю збільшення кількості його учасників та імперативом збереження рівня погодженості дії різноманітних юридичних осіб відповідно до загальної стратегії власника.

Фінансовий менеджмент у холдингових компаніях можна умовно поділити на дві групи: 1) управління зовнішніми фінансами, куди включаються і фінанси дочірніх підприємств; 2) внутрішньофірмовий облік і контроль. Управління зовнішніми фінансами включає в себе інвестиційний менеджмент холдингу, політику корпоративного управління, податкове планування. Холдинг має оцінювати ефективність інвестицій у дочірні підприємства з двох точок зору: вигідність материнської компанії та вигідність дочірніх підприємств. Політика корпоративного управління полягає у виборі ієрархічної структури холдингу, тобто материнська компанія буде напряму володіти контрольним пакетом акцій, чи опосередковано — через субхолдинг. Наявність методів оцінки ефективності структури власності та управління організацією дозволяє мінімізувати вклад інвестора і в той самий час забезпечити наявність контрольної частки власності, необхідної для управління організацією. Такі методи є ключовими серед інших у фінансовому менеджменті в холдингових компаніях і полягають у коефіцієнтному розрахунку частки власності напряму чи опосередковано. У зв'язку з цим актуальна задача сьогодення — розробка методів оцінки ефективності структури власності й керування холдингом. Практичне розв'язання цієї задачі дозволяє мінімізувати внесок інвестора і водночас забезпечити наявність контрольної частки власності, необхідної для керування організацією та її активами.

У відомій методиці оцінки інвестицій існує коефіцієнт, що розраховується діленням активів на кількість звичайних акцій. Цей показник є фінансовою і бухгалтерською характеристикою і розраховується за формулою:

$$K_{aa} = \frac{\sum_{i=1}^n A_i}{KA}, \quad (1)$$

де K_{aa} — величина питомих активів, що приходяться на одну звичайну акцію; A_i — величина активів компанії; n — кількість активів, що входять у структуру компанії; KA — кількість звичайних акцій. Однак для інвестора важливо оцінити, який капітал необхідний для контролю над активами компанії, у яку

вкладаються кошти. При цьому, чим більше співвідношення активів і вартості акцій, тим безпечніше інвестиції. Пропонується використовувати показник питомих контрольованих активів, що розраховується як відношення величини активів, що належать компанії, і вартості контрольного пакета:

$$K_{\text{ка}} = \frac{\sum_{i=1}^n A_i}{\text{ЦКП}}, \quad (2)$$

де $K_{\text{ка}}$ — величина питомих активів (що приходяться на одну грошову одиницю, вкладену в контрольний пакет компанії); ЦКП — вартість стандартного (51 %) контрольного пакета. Якщо у формулі 2 у чисельник замість суми активів підставити значення акціонерного капіталу, то отриманий показник характеризуватиме відносну величину контрольного пакета. Цей показник показує, у скільки разів вартість контрольного пакета менше вартості акціонерного капіталу:

$$K_{\text{кп}} = \text{АК} / \text{ЦКП} \quad (3)$$

Ціна контрольного пакета визначається за формулою:

$$\text{ЦКП} = \text{ЦА} \cdot \text{КАКП}, \quad (4)$$

де ЦКП — ціна контрольного пакета; ЦА — ціна акції компанії; КАКП — кількість акцій у контрольному пакеті компанії. Пропонований показник відносної величини контрольного пакета можна розраховувати як на номінальній основі, так і на основі реальної ринкової вартості акцій. Якщо показник розраховується на номінальній основі, то величина акціонерного капіталу дорівнює середньорічному значенню рахунка капіталу відповідно до бухгалтерського балансу, а ціна акції дорівнює її номінальному значенню. Щоб розрахувати даний показник на реальній ринковій основі, необхідно знати ціну акції на фондовій біржі або визначити її за допомогою аналітичних методів (для компаній, чиї акції не котируються на фондовій біржі). У такому випадку величина акціонерного капіталу визначається за формулою:

$$\text{АК} = \text{ЦА} \cdot \text{КА}, \quad (5)$$

де АК — вартість акціонерного капіталу компанії; ЦА — ціна акції компанії. Якщо праву частину формул (4) і (5) підставити у формулу (3), то вона прийме наступний вигляд:

$$K_{\text{кп}} = KA/KA_{\text{кп}} \quad (6)$$

Таким чином, індекс $K_{\text{кп}}$ можна розраховувати також у натуральному вираженні: загальна кількість звичайних акцій, поділена на кількість акцій, що становлять контрольний пакет. Більш звичний показник, що характеризує контрольний пакет акцій, розраховується як частка контрольного пакета в акціонерному капіталі за формулою:

$$I_{\text{кп}} = \text{ЦКП}/\text{АК}, \quad (7)$$

де $I_{\text{кп}}$ — відносна величина контрольного пакета. $I_{\text{кп}}$ розраховується як на номінальній основі, так і на основі реальної ринкової оцінки вартості акцій. Таким чином, індекси $I_{\text{кп}}$ і $K_{\text{кп}}$ зв'язані залежністю, представленою формулою:

$$I_{\text{кп}} = 1/K_{\text{кп}} \quad (8)$$

У випадку, коли контрольована компанія, у свою чергу, є власником контрольної частки власності іншої компанії, то величина контрольованих активів зростає. Пакет у розмірі 51 % акцій є контрольним у будь-якій ситуації при вирішенні більшості питань (за винятком тих, коли необхідно кваліфікована більшість голосів). Однак при відповідній структурі власності для контролю над організацією може бути досить меншої частки статутного капіталу. Необхідно розрахувати мінімальний пакет акцій, достатній для контролю. З погляду власника, що прагне до контролю над підприємством, ефект виражається у скороченні засобів, необхідних для здійснення контролю. Тобто чим менше контрольний пакет, тим менше засобів необхідно для придбання контрольних функцій і здійснення контролю. Отже, при зниженні величини контрольного пакета підвищується ефективність використання капіталу, структури власності й організаційної структури керування в цілому. Ефект можна розрахувати як економію засобів у процесі придбання контролю над організацією за формулою:

$$\Xi = \text{ЦКП} - \text{ЦКПОПТ} \quad (9)$$

Холдингова структура організації бізнесу дозволяє широко використовувати інструменти оптимізації в плануванні оподаткування. Внутріфірмовий облік і контроль у холдинговій компанії забезпечуються через реалізацію функції контролінгу. Завдяки контролінгу в холдинговій компанії розробляються уніфіковані правила фінансування, обліку,

інформаційного забезпечення. Материнська компанія виступає при цьому як головний відділ контролінгу, розробляючи методичні вказівки щодо фінансової роботи дочірніх підприємств, контролюючи їх діяльність і забезпечує цим спрямування роботи дочірніх підприємств на досягнення загальнохолдингових стратегічних цілей.

*О. П. Бруяка, IV курс
економічного факультету
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка*

ВПЛИВ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ІННОВАЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Економічний потенціал фармацевтичної промисловості, можливості виробництва нових лікарських засобів і реального виводу не тільки окремого наукового напрямку, виробництва, галузі, але й економіки держави в цілому на світовий конкурентоздатний рівень визначає важливе місце фармацевтичної індустрії у структурі економіки будь-якої держави, незалежно від її розмірів чи політичного настрою. Підприємства цієї галузі мають найвищі показники рентабельності (для українського фармацевтичного ринку у 1998 році рентабельність продажу становила 29 %). І в цілому на фармацевтичну індустрію найменш впливає економічний спад, адже попит на її продукцію визначається соціально-економічними факторами, серед яких можна відзначити такі, як збільшення середнього віку населення, розвиток методів лікування і діагностики, прагнення до підтримки рівня та якості життя тощо. Слід також зауважити, що фармація — це наукоємна галузь, і тому інноваційна діяльність підприємств цієї сфери є каталізатором їх подальшого розвитку та «економічного життя» на ринку.

У даному дослідженні об'єктом аналізу обрано фактори зовнішнього середовища, що впливають на підприємства фармацевтичної галузі України і визначають основні параметри їх інноваційної діяльності: основні напрямки наукових

досліджень, темпи розробки нової продукції, обсяги й напрямки фінансування та ін.

Зважаючи на велику різноманітність факторів загального оточення підприємств та з огляду на галузеві особливості та умови вітчизняного фармринку, в рамках аналізу були виділені найбільш важливі фактори, а саме: науково-технічний прогрес, державна політика у сфері охорони здоров'я, цінова політика і законодавство (патентне право, реєстраційні процедури, національні та європейські стандарти виробництва, а також якості лікарських засобів).

Для досягнення кінцевої мети дослідження (визначення шляхів активізації інноваційної діяльності на вітчизняних підприємствах — виробниках лікарських препаратів) було проведено аналіз та узагальнення світових тенденцій розвитку фармацевтичної галузі, вивчено особливості зовнішнього середовища фармацевтичних підприємств в Україні, на цій основі побудовано матрицю зовнішніх ринкових загроз і можливостей та змодельовано процес створення інноваційного продукту на підприємстві. В результаті проведеної роботи були зроблені наступні висновки.

Світовий фармринок характеризується, по-перше, дорогою ціною на наукові дослідження і розробки (R&D), а також високою насиченістю. На початку ХХІ століття окреслилися наступні тенденції у зміні пріоритетів на світовому фармацевтичному ринку: єдиний комплексний підхід до вирішення проблем фармації та охорони здоров'я; конфронтація між категоріями ціни та якості; інтегрований бюджет на охорону здоров'я і фармацію; посилення ролі та значення кінцевих споживачів; рівноправне положення охорони здоров'я і фармацевтичної індустрії та ін. Інноваційна діяльність фармацевтичних підприємств характеризується наступними чинниками: середня тривалість НДДКР збільшилась з 11,6 року у 1970 р. до 15,3 року у 90-ті роки; все жорсткішим стає регулююче законодавство, яке приймається відповідно до суспільних уявлень стосовно безпеки лікарських препаратів; нові методи дослідження поки що не виправдали себе — знаходяться на стадії становлення і потребують значних затрат, хоча з їх введенням очікувалося скорочення затрат на НДДКР на 25 %; дослідження все більше спрямовуються на отримання препаратів для лікування від хронічних і психічних захворювань, що вимагає проведення більш тривалих клінічних і комплексних досліджень; експерти й аналітики провідних консалтингових фірм

висловлюють прогнози, що через закінчення до 2005 року терміну патентного захисту 50 блокбастерів, які займають провідні позиції у рейтингу лікарських засобів-лідерів, очікується різка інтенсифікація НДДКР та їх подальше подорожчання.

Український фармацевтичний ринок характеризують наступні тенденції: спостерігається його скорочення; залишаються незадовільними темпи росту частки вітчизняної продукції на ринку; серед продукції, що виробляється, доля «генериків» дорівнює 90 %; конкурентоспроможність вітчизняних лікарських засобів за межами держави залишається низькою; продовжують скорочуватися обсяги експорту препаратів; розв'язання поточних проблем фармації та охорони здоров'я відбувається у переважно паралельному напрямку; відзначається пріоритетність охорони здоров'я відносно фармацевтичної індустрії; законодавча база і відносини між урядовими закладами у фармацевтичному секторі зараз проходять значну структурну реорганізацію; низька ступінь комерціалізації НДДКР; падіння рівня фінансування наукових досліджень; неефективна система планування і забезпечення НДДКР.

Проведений аналіз дозволив побудувати матрицю ринкових можливостей і загроз для вітчизняних фармацевтичних підприємств. Важливим фактором, що може вплинути на конкурентні позиції вітчизняних фармвиробників у найближчому майбутньому, є законодавче закріплення та оформлення процесу переходу всіх фармвиробництв на стандарти GMP (належна виробнича практика). У зв'язку з цим всі вимоги щодо якості, безпеки і захисту лікарських препаратів будуть переглянуті й стануть більш жорсткими (а це додаткові витрати для фармвиробників). Затягування цього процесу призведе до значних втрат для тих підприємств, які вклали великі кошти у технічне переозброєння, вилучаючи їх із прибутку і власного товарообороту. Разом із тим введення процедури біоеквівалентності, вирішення питань патентного захисту, спрощення процедури реєстрації генеричних препаратів відкриває для вітчизняних підприємств можливість ефективно функціонувати на ринку медпрепаратів. Серед проблем патентного захисту в Україні слід виділити можливість проведення клінічних досліджень генеричних препаратів ще до того, як закінчиться термін дії патенту на оригінальний препарат (цей фактор може відкривати для вітчизняних підприємств нові

можливості, коли мова йде про оригінальні препарати іноземного виробництва).

Серед економічних факторів необхідно виділити тиск ринку, спрямований на зниження цін (однак фармпідприємства у своїй більшості не готові до цього). Державна політика у сфері регулювання цін на лікарські засоби і, зокрема, затвердження Переліку вітчизняних та імпортованих лікарських засобів і виробів медичного призначення, ціни на які підлягають державному регулюванню становить загрозу для вітчизняних фармовиробників, оскільки список препаратів, ціни на які належать державному регулюванню і на торгівлю якими можуть бути введені зазначені обмеження, в основному складається з лікарських засобів вітчизняного виробництва.

Основні ринкові можливості вітчизняних фармацевтичних підприємств залежать від купівельної спроможності споживачів, для яких ціновий фактор при купівлі ліків залишається пріоритетним. Потенціал наукових досліджень і розробок у фармації України є великим, тому його використання сприятиме утвердженню конкурентних позицій фармпідприємств.

Таким чином, метою аналізу факторів зовнішнього середовища та його динаміки було виявити критичні аспекти, що їх мають урахувати у своїй діяльності фармацевтичні підприємства. Гнучкість стратегії та інновативність фірм і компаній лежать в основі їх конкурентоспроможності. Тому такі фактори, як технологічні, інноваційні та економічні, на нашу думку, є визначальними в діяльності фармацевтичних підприємств, яка має передбачати проведення єдиної інноваційної політики, тобто розробку й фінансування програм інноваційної діяльності; спостереження за розробкою, створенням і впровадженням нової продукції; створення цільових груп для комплексного вирішення інноваційних завдань (від ідеї до виходу продукції на ринок); створення менеджерами та маркетингологами підприємств системи стимулювання пошуку та освоєння нововведень; скорочення числа рівнів управління з метою прискорення процесу «дослідження—виробництво—збут»; спрямованість інноваційних процесів на потреби споживачів.

**Н. А. Бутюгин, IV курс
економічного факультета**

ПОЛНОЦВЕТНАЯ КАРТОННАЯ УПАКОВКА КАК ПЯТЫЙ ЭЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГ МИКС

В последнее время в Украине наметилась четкая тенденция на рынке полиграфической продукции — производства полноцветной картонной упаковки: ведущие полиграфические предприятия стали брать на себя идею разработки оригинальных видов упаковки, отвечающих мировым стандартам. Этому способствует наличие у предприятий самого современного полиграфического оборудования, различного вида материалов и красок.

В Украине основные потенциальные заказчики упаковки — производители продуктов, вино-водочных и табачных изделий, товаров бытовой химии.

При изучении потребителя картонной упаковки была получена информация о том, что около 20 % предприятий имеют собственный персонал, который может разработать визуальное изображение упаковки, и менее 5 %, способных разработать собственную конструкцию упаковки.

В связи с этим маркетинговые службы полиграфических предприятий получили возможность осуществления полного цикла производства упаковки — от разработки идей и концепции, получения опытных образцов до массового выпуска конечной продукции.

Потребители понимают, что упаковка стала действенным инструментом маркетинга, что именно она может вызвать дополнительный импульс у покупателя к приобретению продукции.

Для упаковки характерны два вида параметров: фиксированные (объем и размер, связанный с размещением в таре и транспорте); изменяющиеся (цветовое и конструкционное решения). В связи с этим на первый план выходят параметры, которые можно изменить.

Цветовое (визуальное) решение выполняет стимулирующую и информационную роли упаковки.

Стимулирующая роль проявляется в том, что используется оригинальное, бросающееся в глаза и запоминающееся оформление упаковки, которое должно вызывать желание приобрести товар. Такое оформление может достигаться благодаря сочетанию четырех основных цветов (черного, желтого, синего, красного), а также золота и серебра, из которых

строится полноцветное изображение упаковки. Для привлекательности упаковки используют различного вида лакировки. И главное на сегодняшний день — выполнение сложного тиснения, конгрева и создание голограммы, что может служить элементами защиты фирменных товаров от подделок.

Применение такого оформления в комплексе придает изображению привлекательность, объемную видимость, привлекая внимание к товару.

Особое значение при изготовлении упаковки, в связи с возрастающей конкуренцией, приобретает применение такого конструктивного решения, как застежки, которые придают коробке исключительную оригинальность и герметичность. Получила распространение и упаковка с открытым (прозрачным) верхом или окошечками, сквозь которые виден «живой» товар, привлекающий внимание своим внешним видом.

Эффект от использования таких конструктивных идей способствует узнаваемости марки и повторной покупке.

Необходимо также отметить информационную роль упаковки. Ее поверхность содержит сведения о химико-биологическом составе содержимого и его питательной ценности, о способах потребления и т.д. В некоторых случаях на упаковке приводят рецепты блюд, которые можно приготовить из ее содержимого.

Информация на упаковке указывает покупателю товара на принадлежность к тому или иному бренду. Это достигается с помощью элементов фирменного стиля: товарного знака, логотипа, фирменного слогана, фирменных цветов. Иногда сама упаковка носит «фирменный» характер. Все это позволяет покупателю быстро ориентироваться во многочисленном и многообразном мире товаров.

В связи с вышесказанным можно сделать вывод о том, что хорошо разработанная полноцветная картонная упаковка обладает определенной ценностью с точки зрения удобства в глазах потребителей и с точки зрения продвижения товара — в глазах производителя.

Таким образом полиграфические предприятия помогают, как собственному производству, так и повышению конкурентоспособности продукции отечественных предприятий.

П.С. Вдович
факультет міжнародних економічних відносин

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ

На час, коли 70—80 % українських підприємств приватизовано, а більшість населення є власниками акцій, проблема ефективної діяльності новостворених акціонерних товариств продовжує існувати. Завданням ефективного корпоративного управління є налагодження продуктивної роботи у визначенні стратегічних завдань Зборами акціонерів та поточних — Радою директорів, знаходження компромісу у вирішенні існуючих конфліктів інтересів, забезпечення достатніх прав дрібних інвесторів, проведення ротації кадрів у випадку погіршення роботи акціонерного товариства, надання повної інформації про себе учасникам фінансового ринку, реалізація корпоративних стратегій у випадку їх доцільності.

Сьогодні загальноновизнано, що *сертифікатна приватизація* не принесла, та й навряд чи могла принести бажаний економічний та соціальний ефект. Серед основних причин її провалу: 1) негрошовий характер отримання і вкладення приватизаційних сертифікатів і відповідне ставлення менеджменту до акціонерів, а акціонерів — до своїх прав; 2) відсутність законодавчого підґрунтя діяльності акціонерних товариств, особливо в частині, яка регулює відносини менеджменту та дрібного інвестора; 3) наявність невинуватених пільг по придбанню акцій за сертифікати для персоналу та зовнішніх інвесторів, що мало на меті матеріально зацікавити працівників для підвищення продуктивності праці, а реально забезпечило менеджменту легко проводити потрібні рішення через тиск на працівників. Наслідки сертифікатної приватизації: різке зростання абсолютної кількості акціонерів, практично їх повна безправність, швидке посилення впливу менеджменту, зростання кількості зловживань у сфері переливу прибутків до приватних структур або свідомого зниження активів підприємства на замовлення крупних зовнішніх інвесторів, спотворення корпоративної культури.

Іншим злом для економіки стала поширена практика *приватизації підприємств на конкурсній некомерційній основі*. Неможливість зіставлення різних інвестиційних пропозицій вносила елемент суб'єктивного рішення про право того чи

іншого інвестора вступити у власність об'єктом приватизації. Причинами поширення такого виду приватизації вважаються: 1) неліквідність фондового ринку; 2) бажання неодмінно привабити великого «стратегічного» інвестора; 3) пріоритетність соціального аспекту над економічним, що виливалось, у першу чергу, у зобов'язаннях покращення соціальної захищеності працівників; 4) спотворене розуміння поняття «національна безпека». Як наслідок, мають місце величезна кількість порушень і зловживань чиновників, зростання корупції, збільшення майнового розшарування населення, мізерні надходження до бюджету, значна кількість невиконаних інвестиційних зобов'язань тощо.

Ось так коротко можна змалювати передумови становлення корпоративного управління і його ефективності в Україні. Головною проблемою на сьогодні залишається слабкість законодавчого врегулювання корпоративного управління (не беремо до уваги незчисленних рішень ДКЦПФР). Великий проект Закону «Про акціонерні товариства» навесні 1999 року міг би стати стабілізуючим фактором у сфері корпоративного управління. Завдяки детально визначеним у ньому поняттям «афілійована особа», «злиття», «аквізація» та ін., чітко висвітленим правам дрібних акціонерів він повинен сприяти підвищенню якості корпоративного управління через створену систему противаг та забезпечення повної прозорості діяльності акціонерного товариства. Висвітлені у проекті питання дозволили б уникнути так званого статутного регулювання корпоративної сфери і тим самим збільшили б ліквідність пайових цінних паперів в Україні.

Розвиток корпоративного управління в Україні на владному рівні може відбуватись за наступними напрямками.

- *Подальше проведення приватизації (чи реприватизації) виключно через механізми фондового ринку або на аукціонній основі, де головним критерієм виступатиме сума, запропонована за пакет акцій.* У такому разі корпоративні рішення будуть прийматися на основі економічної доцільності для підприємства, з урахуванням інтересів усіх сторін, а не в руслі взятих на себе інвестиційних зобов'язань головним акціонером.

- *Залучення до приватизації прямих іноземних інвесторів зі світовим ім'ям.* Адже не секрет, що в Україні іноземні інвестиції значною мірою представлені кримінальним, авантюрним капіталом і/або керуються міркуваннями унезалежнення держави від себе. Таким чином, буде змога використати позитивний

демонстраційний ефект передових технологій корпоративного управління західних країн.

- *Детінізація та боротьба з корупцією в корпоративному секторі.* Соціально-економічний мінус полягає, по-перше, в тому, що кошти, отримані кримінальним шляхом, здебільшого спрямовуються на споживання, а не на інвестування. По-друге, у виграші перебувають лише керівники акціонерних товариств, що поглиблює майнове розшарування населення.

- *Відлучення «старого» менеджменту від керівництва (якщо вони представляють акціонера-державу і особливо якщо вони працюють неефективно) і наймання директорів зі сторони на контрактній основі.* Це повинно сприяти індивідуальній зацікавленості й відчуттю відповідальності керівників за неправомірні дії.

- *Забезпечення прозорості діяльності акціонерного товариства.* Детальна перевірка незалежних аудиторів і звіт про реальний стан підприємства, доступ акціонерів до необхідної інформації виконуватиме позитивну контролюючу функцію і слугуватиме причиною відповідного голосування на зборах акціонерів, додаткової купівлі чи продажу наявних акцій. Останнє неможливе без останнього напрямку.

- *Зростання ліквідності фондового ринку.* Всі учасники фондового ринку мають володіти повною достовірною та своєчасною інформацією. Фінансовим посередникам слід забезпечувати швидкий і доступний перетік капіталу від фінансового інвестора до реального. Населення, чи принаймні його частина, яка має змогу робити капіталовкладення, повинне бути залучене до фінансового ринку.

Важливий соціальний момент знаходиться в площині отримання дрібними інвесторами (громадянами) доходів від інвестування в пайові цінні папери. Економічна стабільність у державі робить привабливими активи, номіновані в національній валюті. Вкладення заощаджень у акції, як відомо, прибутковіше за вкладення їх у боргові цінні папери. Саме це є основним мотивом громадян на Заході вкладати кошти у акції. І часто у них не виникає бажання безпосередньо брати участь в управлінні, тим більше що їх голос занадто слабкий. Однак в Україні незахищеність дрібного акціонера у плані причетності його до управління часто плутають з його фінансовою незахищеністю. Про останню й повинна йти мова в першу чергу. Адже навіть в успішних заводів прибуток для виплати дивідендів є вкрай низьким, що часто вважається позитивом,

оскільки нібито зростають інвестиційні можливості підприємств. Насправді ж високий рівень дивідендів має слугувати позитивним сигналом перспективності компанії для потенційного інвестора і підвищенню попиту на акції і капіталізації підприємства.

Захист групових інтересів дрібних акціонерів, скликання позачергових зборів, внесення питань до порядку денного, прощтовхування рішень і призначення відповідальних керівників може лягти на спеціальних акціонерів, фінансових посередників, так званих «розпорядників» голосами дрібних акціонерів. Вони укладають з акціонерами угоди, на яких засадах відбуватиметься співпраця, і визначають перелік питань, які вони повинні відстоювати.

Тому питання розвитку корпоративного управління в Україні є багатограним, і його вирішення потребує узгодженого розв'язання цілої низки вказаних завдань. Окрім зовнішніх, присутні й внутрішні стимули для продуктивної праці менеджменту, які зумовлені прозорістю їх дій, ефективним контролем та можливістю його заміни. У можливості отримання достатніх дивідендів від діяльності заводів на фоні зростання виробництва і високої рентабельності частини підприємств криється потужне джерело соціального характеру. Продуктивна діяльність підприємств та ефективна дивідендна політика здатні стати чинником швидкого зростання української економіки.

Є. В. Вискуб, IV курс ФОВІ
Донецький національний технічний університет

НЕОБХІДНІСТЬ НАЯВНОСТІ ДЕРЖСЕКТОРУ В УМОВАХ ТРАНЗИТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Хронічною проблемою державного менеджменту є бюрократизація апарату й пов'язані з цим проблеми корупції та неефективної діяльності підприємств державного сектору.

Історія антибюрократичних реформ нараховує сторіччя, але це не тільки не зменшило гостроти проблеми, а зробило її більш актуальною.

Створення парадигми після Жовтневої революції практично не торкнулося одного з основних гальм розвитку виробничих відносин у царській Росії — корумпованих та некваліфікованих

чиновників. Ефективність функціонування такої системи виробничих відносин забезпечувалася успішним вирішенням великої кількості економічних проблем на макрорівні дідзатним керівництвом країни. Але вже під час правління Леніна ця проблема носила стратегічний характер і вирішувалася насамперед ідеологічними методами. Подібна ситуація мала місце й під час правління Сталіна, з однією тільки різницею: багато енергійних та кваліфікованих революціонерів у той період було знищено. Економічна система, в якій була нівельована матеріальна зацікавленість діяльності управлінського персоналу, створила всі умови для бюрократичного вибуху. Він стався практично відразу після приходу до влади Хрущова. Небачене до цього розростання бюрократичного апарату позначилося на ефективності роботи планової економіки: механізм господарювання почав давати збої.

Бюрократизація досягла свого апогею за часів правління Брежнєва. Саме тоді не було проведено так необхідної модернізації економіки, а насамперед — промислового сектору. Надзвичайно суперечливо діяв економічний блок Ради міністрів при Горбачові: введення «сухого закону», боротьба «із тими, що несуть», заходи щодо поліпшення якості продукції при зменшенні кількісних показників — все це знову призвело до поглиблення кризи, а не до її подолання.

Наступною — четвертою — спробою реформування економіки стало підготування і здійснення приватизації держсектору. Ця міра, на думку реформаторів, повинна була цілком викоринити бюрократичні елементи керування, незацікавленість робітників у результатах праці, залучити іноземні інвестиції у промисловість. У дійсності ж відбулося протилежне: бюрократичний капітал зрісся з капіталом фінансовим, що зробило його владу більш могутньою. Приватизація сприяла виникненню олігархічних угруповань, що монопольно володіють багатьма галузями промисловості.

Ця обставина робить актуальною необхідність жорсткого регулювання процесів у промисловості України та необхідність існування держсектору.

Запропонована модель реформування держсектору базується на аналізі моделі функціонування бюрократичного апарату, яка має наступні особливості структури та функціонування:

- схильність бюрократії до розбухання швидко забезпечує гіпертрофовані розміри управлінського апарату: кількість

співробітників бюрократичного апарату у будь-якому разі постійно продовжує зростати;

- гільдейській спосіб відбору еліт робить бюрократію могутньою політичною силою, що гегенерує себе та має свої власні політичні інтереси;

- бюрократія завжди перешкоджала проведенню реформ за допомогою їх імітації на початковому етапі, а потім і їх саботажу;

- згодом за рахунок зростання бюрократичних чиновників із чиновниками силових структур бюрократія стала «найбільшою корпорацією» та одержала можливість саботувати всі спрямовані на її реформацію заходи.

Наведені фактори обґрунтовують актуальність проблеми реформування держсектору в контексті дебіюрократизації, що має здійснюватися в два етапи.

Перший умовно можна назвати «стратегічним». Він складається з наступних заходів:

- концентрація всіх зусиль не на посиленні ідеологічного пресінгу населення, а на проведенні необхідних та складних економічних перетворень;

- реформи повинні стати якнайменш про-реформами, тобто вирішувати економічні проблеми реального сектору економіки та населення країни, а не зовнішньополітичні проблеми України;

- політичні погляди нової правлячої еліти повинні лежати тільки у демократичному полі, що має обмежити застосування небезпечних інструментів політичного регулювання, таких як PR-технології, ведення судових розслідувань, зумовлених політичною доцільністю, і т. ін.;

- пріоритет у кадровій політиці слід віддати новим політичним фігурам, що володіють необхідним економічним досвідом.

Особливе значення має реформування силових структур. Тут можна виділити наступні пріоритети:

- мінімізація контролюючих органів з метою запобігання дублювання функцій;

- посилення повноважень Рахункової палати, що дасть опозиції можливість контролю за витратою бюджетних коштів;

- скорочення повноважень КРУ та зведення їх до моніторингу за використанням коштів підприємств держсектору;

- створення силової структури, що буде підпорядкована Президенту України та займатиметься контролем за фінансовими потоками підприємств;

- збільшення заробітної плати робітникам контролюючих органів, що повинна зрівнятися із заробітною платою їхніх західних колег.

Наведені заходи мають сприяти так званій «шоковій терапії» дебіюкратичних реформ.

Наступний етап носить уточнюючий характер, тобто його головною задачею має стати вдосконалення нової постбіюкратичної системи господарювання. Його головними пріоритетами мають стати:

- введення на підприємствах системи контролінгу, яка покликана підвищити ефективність механізму прийняття рішень;

- посилення виробничої дисципліни та істотне підвищення заробітної плати робітників підприємств і вищого менеджменту, що повинно сприяти відходів від рентоорієнтованої поведінки; зрозуміло, що такий захід носить поетапний характер — миттєве підвищення заробітної плати до європейського рівня неможливе;

- жорсткість кадрового контролю: суміщення адміністративних посад пов'язувати виключно з кваліфікацією та економічною досвідченістю претендента, що встановлюється за допомогою тестів.

Зазначені заходи, звісно, не зможуть ліквідувати всю бююкратичну систему, та й не покликані цього зробити. Основна мета проведення реформи — створення умов для еволюційного розвитку економічної системи країни.

Зберігання істотного державного сектору економіки є не тактичною, а стратегічною проблемою. Успішне її вирішення дозволить ефективно функціонувати всім галузям промисловості, неуспіх цієї реформи відкине нашу державу ще далі від процесів глобалізації.

М. С. Власов, II курс
факультету економіки та управління
Київський національний економічний університет

СУЧАСНІ СИСТЕМИ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ

Українські підприємства все частіше стикаються з проблемою конкуренції із західними компаніями, що прийшли на український ринок. Зокрема, однією із найважливіших є проблема компенсації затрат праці на вітчизняних підприємствах, а саме — проблема заробітної плати. На наших

підприємствах ще за радянських часів широко використовується тарифно-кваліфікаційна система. в той час як у західних компаніях — сучасні системи, що дозволяють урахувати і внутрішню справедливість і зовнішню конкурентоспроможність заробітної плати.

Взагалі, у світі існує багато різних методів визначення заробітної плати. Одним із найбільш розповсюджених є метод, що базується на оцінці робіт. Це дозволяє розрахувати заробітну плату для кожного виду роботи на підприємстві. Методи оцінки робіт можна класифікувати за схемою 1.

Всеохоплюючі методи	
Ранжування	Загального ранжування Альтернативного ранжування Попарного порівняння
Ринкової ціни	Ранжування за оплатами Smyth-Murphy
Аналітичні методи	
Кількісні	Класифікація Відповідальність за прийняття рішень (Woods-Gordon)
Якісні	Факторний метод
	Методи пунктів
	— Традиційні
	Пристосовувальні
	Стандартні
	CWS
	NEMA-NMTA (or MIMA)
	Хей (Hay)
	Aiken
	— Сучасні
	Пристосовані
	Структурований опитувальник (Mercer)
	Мультипорівняння (Wyatt)
	Стандартні
	WJQ (TPF&C)

Схема 1. Класифікація методів визначення заробітної плати

Бачимо, що одним із методів є Хей-метод, який належить до групи методів пунктів або балів. Він є одним із найпоширеніших методів визначення величини заробітної плати. Його використовують у всьому світі, в тому числі в Україні, такі компанії, як Філіп Моррис, Кодак, Глаксо Інтернешнл тощо.

Хей-метод базується на тому, що компанія вибирає для себе кілька (десь 4—5) факторів, за якими вона буде кваліфікувати всі види робіт, що виконуються в даній організації. Всі фактори

виставляються за їх значущістю для компанії, починаючи з найважливішого. Для кожного з них — залежно від присутності у тому чи іншому виді роботи — виставляється кількість балів. Цей графік факторів, що компенсуються у заробітній платі, наведено у табл. 1.

Таблиця 1

ГРАФІК ФАКТОРІВ, ЩО КОМПЕНСУЮТЬСЯ

Фактор, що компенсується	1 ступінь	2 ступінь	3 ступінь	4 ступінь	5 ступінь	Різниця у ступенях
Відповідальність	25	50	75	100	125	25
Навички	20	40	60	80	100	20
Зусилля	15	30	45	60	75	15
Умови праці	10	20	30	40	50	10
	$\Sigma 70$ max	$\Sigma 140$ max	$\Sigma 210$ max	$\Sigma 280$ max	$\Sigma 350$ max	

Так, кожний вид робіт, що виконуються у компанії, отримує ступінь по кожному фактору і, відповідно до ступеней, отримує визначену кількість балів.

Потім розраховується вартість одного бала і таким чином можна отримати графік з множиною точок, що відповідають усім роботам, що виконуються на підприємстві.

За допомогою цих точок можна побудувати криві зарплат. Вони можуть бути побудовані у різний спосіб. Крива, що зображена на графіку неперервною лінією, просто з'єднає роботи, що отримали найменшу та найбільшу кількість пунктів (балів), та відповідно, працівники, що виконують цю роботу, отримають найнижчу й найбільшу заробітну плату. Крива, що зображена штрих-пунктиром, будується на основі загальної динаміки точок. Крива, що зображена короткими штрихами, враховує коефіцієнти відхилення усіх точок і є найбільш точною. Та крива, що зображена довгими штрихами, відображає криву зарплати, що існує на ринку праці даної компанії.

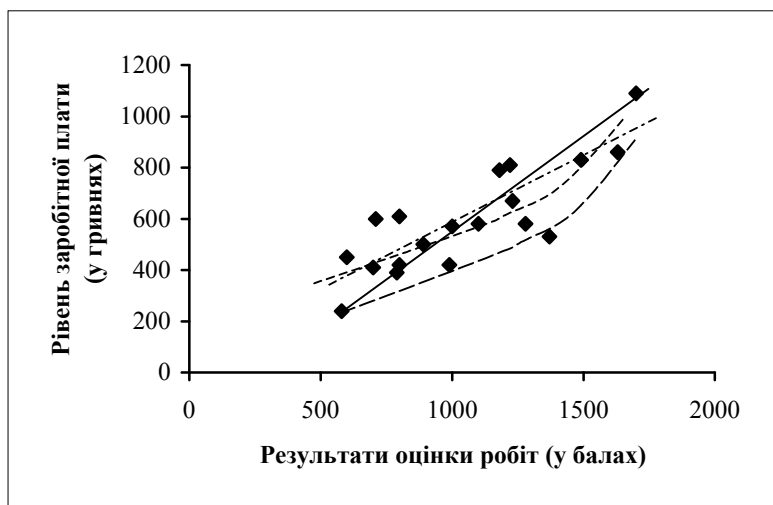


Рис. 1. Визначення кривих зарплат

Найважливішими є саме останні дві кривих. Керівники підприємства, таким чином, можуть побачити, наскільки рівень заробітної плати на підприємстві відповідає ринковому рівню та наскільки їх компанія є конкурентоспроможною згідно з цим показником. Залежно від потреб організації та її стратегії у сфері компенсації рівень заробітної плати може бути також підвищений чи, навпаки, його можна понизити у порівнянні з ринковим рівнем.

Чому ж вітчизняні компанії не переходять від застарілого тарифно-кваліфікаційного до більш прогресивного Хей-методу чи іншого сучасного методу? Цьому є кілька причин.

Перша — це досить поширена хибна думка про те, що законодавством України дозволений тільки тарифно-кваліфікаційний метод. Проте законодавство України передбачає «...й інші методи...» (Кодекс про працю України).

Друга — це те, що перехід до іншого методу пов'язаний із багатьма труднощами. По-перше, відсутність мотивації у деяких керівників, по-друге, відсутність компетенції у спеціалістів по заробітній платі.

Третя і, мабуть, найголовніша — це те, що для переходу до нового методу потрібно долучати консультантів чи робити це своїми силами, але в будь-якому разі це пов'язано зі значними матеріальними витратами, які просто не взмозі понести багато українських підприємств.

ИЗМЕРЕНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ MYSTERY SHOPPING — НАДЕЖНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ИЗМЕРЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ СЕРВИСА БАНКОВ, ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ, РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ

Качество обслуживания клиентов — один из наиболее значимых факторов успеха каждого предприятия сферы услуг, будь-то розничные магазины, банки, рестораны fast food, сети АЗС, гостиницы и др. Высокий уровень сервиса привлекает лояльных клиентов, формирует благоприятный имидж предприятия, что, в свою очередь, приводит к росту его финансовых показателей.

Почему именно Mystery Shopping? Наиболее интенсивно использование программ Mystery Shopping как инструмента измерения и улучшения качества в сфере торговли и услуг происходит в последние несколько лет. Прежде компании на рынке услуг решали проблему повышения качества сервиса, например в розничной торговле, с помощью двух основных инструментов: *опросы покупателей* и *тренинги персонала*.

При *опросах*, как правило, интервьюировались покупатели, сделавшие покупку (опрос в месте покупки), либо покупатели, участвующие в программе лояльности (опрос по почте или по телефону). При этом преимущественно измерялась удовлетворенность покупателей по ряду параметров. Собранная с помощью опросов и обработанная информация помогала выявить недостатки в обслуживании, а также сопоставить качество сервиса в различных магазинах сети. Со временем ритейлеры отказались от большей части опросов в пользу Mystery Shopping, поскольку опрос как инструмент маркетинговых исследований обладает рядом недостатков: необходимость значительной выборки, высокая стоимость и меньшая надежность информации.

Подсчитано, что программа мониторинга удовлетворенности покупателей сервисом (опрос) стоит в 5—7 раз больше, нежели программа Mystery Shopping, направленная на получение

аналогичной информации. Покупатели могут не помнить деталей поведения продавца либо небрежно относиться к участию в опросе, тогда как Таинственный Покупатель проходит специальную подготовку и получает деньги за точную фиксацию необходимых существенных параметров.

Большая точность информации, получаемой в рамках программы Mystery Shopping, и относительно невысокая цена обусловили переход практически всех розничных компаний в США и отчасти Западной Европе от системы опросов к Mystery Shopping.

Тренинг торгового персонала, безусловно способен существенно повлиять на качество обслуживания в магазине. Однако система тренингов не дает гарантии, что персонал действительно воспользуется полученными знаниями и навыками при работе с покупателями. Необходимы регулярный контроль и четкая система использования результатов контроля, которые известны персоналу и влияют на размеры его вознаграждения.

Практика доказала, что эффект от тренингов возрастает многократно, если применить формулу «тренинг продавцов + Mystery Shopping». Максимально высокое качество обслуживания покупателей в магазинах обеспечивается проведением базовых тренингов продавцов с последующим контролем качества их работы на регулярной основе с помощью программы Mystery Shopping.

Методика Mystery Shopping также известна под названием *Secret Shopper*, *Таинственный Покупатель*, *Таинственная Покупка*. Mystery Shopping — эффективный инструмент оценки качества обслуживания с помощью специалистов, выступающих в роли покупателя. Прошедшие специальную подготовку Таинственные Покупатели посещают розничный магазин, отделение банка, ресторан и пр. как обычные покупатели. Они общаются с персоналом, отмечая дружелюбие, вежливость и компетентность персонала или их отсутствие. Обращают внимание на использование техник персональной продажи, на выполнение ряда конкретных стандартов работы, например информирование покупателя продавцом о новых товарных поступлениях, о специальных акциях и т.д. Берут на заметку внешний вид персонала, чистоту в магазине, свежесть, температуру блюд (в ресторане), уровень музыкального фона в торговых залах и пр. При необходимости визит Таинственного Покупателя может сопровождаться аудио- либо видеозаписью (естественно, скрытой).

Собранную информацию Таинственный Покупатель заносит в оценочный формуляр, состоящий из ряда блоков по компонентам обслуживания. Стандартная оценка в рамках программы Mystery Shopping включает фиксацию выполнения стандартов сервиса (чек-листы в формате ДА/НЕТ), субъективную оценку обслуживания по ряду параметров (обычно по шкале удовлетворенности) и комментарии сотрудника в свободной форме относительно впечатлений от посещения предприятия.

В целом, программа Mystery Shopping позволяет оптимально и наиболее объективно выявить и проанализировать как сильные, так и слабые места работы с клиентами и позволяет взглянуть на сервис компании глазами заинтересованного потребителя. Программа Mystery Shopping является здоровой формой контроля качества сервиса и позволяет (на регулярной основе) получить количественные и качественные результаты его измерения. А, как известно, то, что измеряется и контролируется, — улучшается.

Как же используется собранная информация? Полученные сведения учитываются при аттестации персонала и руководителей подразделений и влияют на распределение премий, надбавок, на продвижение сотрудников по служебной лестнице. Такая система оценки их труда стимулирует сотрудников предоставлять клиентам отличный сервис. Систематизированные данные позволяют выявить недостатки в обслуживании и принять соответствующие меры локального характера (повысить чистоту в ресторане, уменьшить музыкальный фон в магазине, провести повторные тренинги персонала для N-го подразделения компании). Оптимально решать вопросы:

- мотивации персонала магазинов и руководителей магазинов;
- оценки эффективности тренингов персонала;
- выявления недостатков в работе магазина, требующих устранения (например, процедура оформления заказа, расположение товара и т.д.);
- анализа конкурентной ситуации (покупатели могут также оценивать предприятия конкурентов).

Мотивация персонала — наиболее важная функция Mystery Shopping. Информация о качестве обслуживания приводится к ряду индексов на уровне:

- всей розничной сети
- магазина
- отдельного сотрудника (одна из разновидностей программы Mystery Shopping).

Индексы сервиса интегрируются в схемы мотивации сотрудников компании, от рядовых продавцов до руководителей подразделений, и формируют от 10 до 30 % заработной платы сотрудника на следующий период.

Диагностика недостатков — информация по таким компонентам обслуживания как, например, «работа с возражениями покупателя» и по отдельным специфичным стандартам работы персонала, например «информирование о специальных акциях магазина», позволяет в случае необходимости направить последующий тренинг персонала в нужное русло. Собранная диагностическая информация является крайне полезным базисом для бизнес-тренера при разработке программы тренинга, поскольку учитывает выявленные реальные недостатки в работе конкретного персонала.

Этапы программы Mystery Shopping

Этап 1: Определение целей программы

Этап 2: Разработка критериев оценки

Этап 3: Выборка

Этап 4: Подбор покупателей

Этап 5: Тренинг покупателей

Этап 6: Процедуры оценки

Этап 7: Контроль качества

Этап 8: Анализ информации

Этап 9: Использование информации

Этап 10: Мониторинг изменений

Д. С. Володін, Д. П. Водяницький, III курс
економічного факультету
Чернівецький національний університет
ім. Ю. Федьковича

ЛІЗИНГ ЯК СКЛАДОВА РЕКОНСТРУКЦІЇ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ДП «ЕЛЕКТРОПОБУТПРИЛАД» ВО «ЧЕРНІВЦІЛЕГМАШ»)

Останнім часом лізинг привертає увагу як ефективний засіб сприяння економічному розвитку України. Зокрема, багато з тих переваг, які пропонує лізинг, на відміну від традиційного банківського фінансування, спрямовані на вирішення проблем

нестачі капіталу та проблем ліквідності, з якими стикаються українські підприємства.

Загальновизнаним визначенням лізингу є таке: «Договір, укладений двома сторонами, відповідно до якого одна сторона (лізингодавець) надає в користування іншій стороні (лізингоодержувачу) майно на визначений період і за певну плату».

Це визначення просте і дає обґрунтування будь-якій лізинговій операції, але воно не пояснює, як працює лізинг. Аби краще зрозуміти цей механізм, потрібно окремо розглянути два види лізингу: оперативний та фінансовий.

Як при операційному, так і при фінансовому лізингу майно надається в користування. Різниця між ними полягає в тому, що при фінансовому лізингу лізингоодержувач має намір або придбати майно, або користуватися ним протягом майже всього строку експлуатації. Операційний лізинг дуже схожий на оренду, і лізингоодержувач зацікавлений використовувати майно лише під час виконання конкретного завдання/реалізації проекту або протягом навіть більш короткого терміну.

З огляду на нинішню економічну ситуацію в Україні, зокрема на стан фінансового сектору, не можна не визнати, що потреба в лізингу стоїть дуже гостро. В Україні через недостатню ліквідність банківського сектору та відсутність досвіду у кредитуванні МСП підприємства майже не мають можливості отримати капітал. Дефіцит довгострокового фінансування активів негативно впливає на конкурентоспроможність навіть найкращих українських підприємств, а отже, й на загальний економічний розвиток України.

Фінансовий лізинг має величезний потенціал в Україні, тому що він може допомогти у вирішенні проблем багатьом українським підприємствам, яких не задовольняють вимоги банківського фінансування. Однак розвиток лізингової індустрії в Україні найбільше гальмують несприятливе оподаткування та неадекватне законодавче регулювання операцій фінансового лізингу.

Багато протиріч та нечіткостей роблять оподаткування та права сторін лізингу незрозумілими. Це призводить до того, що термін «лізинг» в Україні часто використовується для опису різних механізмів, до яких вдаються сторони, аби фінансувати придбання обладнання та інших основних засобів.

Існують також ринкові фактори, що негативно впливають на потенційний розвиток лізингу в Україні, оскільки вони також

створюють проблеми для банків та інших джерел фінансування. Більшість із цих факторів пов'язана з макроекономічною нестабільністю, що підвищує системні ризики країни. Це призводить до високих процентних ставок та дефіциту джерел фінансування для лізингодавців. Як результат — потенційні лізингоодержувачі повинні працювати з дуже високим прибутком, аби отримати достатній грошовий потік і задовольняти вимоги грошового потоку, які висуваються до кандидатів на фінансування.

Попри всі ці ринкові проблеми, в результаті дослідження було виявлено значний незадовільний попит на лізинг на прийнятних умовах... Крім того, іноземні лізингові фірми підтверджують свою готовність вступити на український ринок, як тільки покращиться нормативне середовище. На користь існування потенційного попиту на лізинг в Україні свідчить і широке використання псевдолізингових операцій, таких як «продаж у розстрочку», які були винайдені потенційними лізингодавцями і лізингоодержувачами у відповідь на нездоланні вимоги податкового та законодавчого характеру до лізингових операцій.

Дана робота стосується розробки бізнес-плану з реконструкції виробничого підприємства, яке розташовано в місті Чернівці. Тут ми розглянули один із найважливіших, на наш погляд, факторів, який сприяє ефективній реконструкції, тобто лізинг.

Державне підприємство «Електропобутприлад» ВО «Чернівцілегмаш» виробляє товари народного споживання та обладнання для легкої промисловості України.

На даному етапі підприємство виготовляє таку продукцію: електрокамін «Вогник-3М», «Кварц -3»; запальничку електричну ЕЗ-5, прилад для перемотування пряжі; візок.

Результати роботи компанії за 2000 та 2001 роки наведені в таблиці.

Таблиця 1

ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА, тис. грн.

Показник	2000	2001
Виручка від реалізації продукції	373,3	357,7
Собівартість реалізованої продукції	488,7	328,5
Чистий дохід	298,6	297,4
Валовий прибуток	—	—

Валовий збиток	190,1	31,1
Матеріальні затрати	163,6	221,5
Витрати на оплату праці	120,3	122,8
Інші операційні доходи	158,8	145,6
Інші операційні витрати	389,1	156,3
Інші доходи	—	1293,8
Інші витрати	147,6	11,6
Інші фінансові доходи	66,4	71,0
Адміністративні витрати	191,9	391,2

За нашою допомогою було укладено договір з фірмою «Войтар Ltd» щодо надання обладнання на умовах лізингу. Даний договір було укладено на три роки, починаючи з 2 квітня 2002 року. Лізингова ставка становить 26 відсотків річних. Лізингоодержувач буде сплачувати лізингові платежі з відстрочкою на півроку на початку кожного періоду (2 квітня та 1 жовтня) в сумі 30000 гривень.

Застосовуючи формулу розрахунку теперішньої вартості загальної суми мінімальних лізингових платежів, ми можемо визначити ціну продажу лізингового активу на початок строку лізингу. Дана формула має наступний вигляд:

$$(ТВ \sum \text{МЛП}) = \text{МЛП} \left[1 + \left(1 - \frac{1}{(1+i)^{n-1}} \right) \div i \right]$$

Якщо врахувати, що $i = 0,13$ (піврічна ставка), а $n = 6$ (тобто 2·3 роки), то теперішня вартість суми мінімальних лізингових платежів складе $30000 \cdot 4,5176 = 135528$ грн.

Лізингодавець загалом отримає 180000 грн., хоча реальна ціна цієї суми — 135528 грн. Отже, загальна сума фінансових витрат становитиме $180000 - 135528 = 44472$ грн.

Дана операція є доцільною для підприємства, тому що за допомогою цього обладнання буде запущена нова лінія виробництва електрокамінів, яка приносить 124000 грн. чистого прибутку за перші два роки. Отже, ми переконалися в ефективності лізингової операції для виробничого підприємства.

А. А. Воробьев, IV курс

СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ НА РЫНОК ПРОДУКЦИИ ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ТПО «РОТАПРИНТ»

Насыщение рынка товарами народного потребления и повышение уровня конкуренции способствуют тому, что продуценты стремятся придать своему продукту более благоприятный внешний вид, чтобы выделить его среди аналогичных товаров. В связи с этим резко повысился спрос на полиграфические услуги. При производстве различных товаров — продуктов питания, парфюмерии, бытовой химии — полиграфическая продукция используется в качестве информационных, рекламных, коммуникативных средств. Полиграфия находит применение в виде упаковки для кондитерской, молочной, ликероводочной продукции, используется как этикетка при производстве товаров различных отраслей пищевой промышленности.

На сегодняшний день на рынке полиграфической продукции актуальны следующие направления:

- производство черно-белой типовой продукции (бланки, различные формы);
- производство картонной упаковки;
- производство этикеток;
- выпуск разного рода рекламной продукции (календари карманные, настольные, настенные, плакаты, листовки, буклеты, брошюры);
- печатание газет и журналов.

Для любого полиграфического предприятия важно определиться, какое из направлений станет для фирмы приоритетным. Для ТПО «РотаПринт» таким направлением является разработка и производство картонной упаковки и этикетки, при этом фирма занимается также разработкой и производством других направлений.

Определяющие факторы при расстановке приоритетов в этом направлении:

- 1) производство картонной упаковки связано с определенными техническими и технологическими трудностями, а поэтому для большинства предприятий недоступно;

2) многие предприятия не могут позволить себе приобрести оборудование для производства картонной упаковки из-за его высокой стоимости;

3) специфика производства данной продукции требует наличия высококвалифицированного персонала, которого у большинства предприятий нет;

4) проникнуть на рынок полиграфическому предприятию, недавно начавшему заниматься производством картонной упаковки, будет сложно, поскольку заказчики предпочитают покупать продукцию предприятий, имеющую определенную известность и узнаваемость.

При осуществлении заказа предпочтение будет отдано тому полиграфическому предприятию, которое максимально полно удовлетворяет следующим требованиям:

А. Исполняет заказ в точно указанный срок;

В. Качество выполнения работ на высоком уровне;

С. Цена за оказанные услуги достаточно приемлема.

Срок выполнения заказа играет существенную роль для всех потребителей полиграфической продукции, а особенно актуален этот вопрос для рекламных агентств и издательств, которые, как правило, не имеют собственного оборудования для печати газет и журналов.

Качество выполнения работ предполагает разработку оригинального высококачественного дизайна, выполнение предпечатных мероприятий (цветоделение, наладка оборудования, подготовка высекальных штампов) и непосредственно печатных работ.

Цена выступает определяющим фактором при оказании полиграфических услуг различного характера. Особенно важен этот момент при производстве этикеток и картонной упаковки, где речь идет о больших тиражах, и разница в цене всего в копейку (за единицу) повлечет за собой значительное увеличение стоимости всего заказа.

В заключение необходимо отметить, что для успешного функционирования полиграфического предприятия требуется детальное исследование рынка полиграфических услуг, анализ собственных возможностей и как следствие выделение приоритетных направлений деятельности. Также необходимо отметить целесообразность максимально полного удовлетворения основных требований и пожеланий потребителей полиграфической продукции.

С. В. Глівенко, аспірант
кафедра управління
Сумський державний університет

ВПЛИВ ЕКОЛОГІЧНИХ ФАКТОРІВ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТЕРИТОРІЙ

Проблема дослідження впливу екологічної складової на динаміку економічного розвитку є на сучасному етапі актуальною, але, на жаль, мало розробленою. Підходи до вирішення цієї проблеми можуть і повинні визначатися поняттями «економічне зростання» та «сталий розвиток». Не заперечуючи принципу рівноваги між розвитком суспільства та станом використання природних ресурсів, треба звернути увагу на реальну незбалансовану динаміку економічного розвитку як окремих територій, так і держави в цілому. Тому вважаємо за потрібне уточнити принципові положення ролі еколого-економічних затрат у темпах розвитку економіки держави чи окремого регіону. На наш погляд, можлива наступна ситуація: «нерівномірний розвиток в урівноваженому світі». Цей випадок можна проілюструвати на прикладі човна, який рухається за рахунок двох весел, кожне з котрих робить асинхронні рухи, але все це приводить до поступального руху човна. Таким чином, соціально-екологічний розвиток суспільства може відбуватись (і, до речі, відбувається) циклічно за певними законами, і тому є потреба використовувати енергію цих коливань для позитивних перетворень у суспільстві. Суспільство у сфері виробництва використовує велику кількість природних ресурсів. З часом цей процес стає дедалі загрозливішим для навколишнього середовища через те, що екологічні збитки та екологічні втрати направляються не завжди саме на підтримку збереження довкілля, тобто, за економічним трактуванням, відновлення ресурсної бази.

Весь клас моделей, що описують вплив екологічних витрат на економічні процеси можна умовно поділити на декілька категорій: розрахункові, оптимізаційні, прогностичні. Розрахункові моделі на основі даних про забруднення, захворюваність та ін. дозволяють у кількісній формі показати розміри збитку, що їх понесло суспільство через окремі свої

реципієнти. Оптимізаційні моделі (балансові) дозволяють досліджувати перерозподіл прибутку та збитків між виробником і споживачем. При цьому є можливість заради проведення ефективної державної соціально-економічної політики керувати екологічними активами та пасивами як у сфері виробництва, так і у сфері споживання. Однак, на наш погляд, спочатку треба побудувати модель, що описує всі фактори впливу та дозволяє прогнозувати розвиток соціально-економічної системи як такої. Для цього можна використовувати модель на базі функцій граничних екологічних витрат та граничної екологічної корисності якості середовища. Застосування цієї моделі дозволяє визначити інтервали, на яких функції перетинаються, що говорить про досягнення граничного рівня використання технологій, тобто про досягнення граничної межі, що свідчить про економічну необхідність і доцільність зміни всього технологічного базису країни. При цьому цікавим є те, що цикли з часом зменшуються, що зумовлено зростаючими обсягами інформації та високою інноваційністю економіки. На базі цієї моделі доцільно розробити загальну модель інтенсифікації розвитку світової економіки і проаналізувати позицію окремих країн, регіонів на окремих інтервалах функцій граничної корисності та загальних екологічних витрат. Це дозволить чітко представити шлях та темпи економічного розвитку кожної країни, зумовленого зростаючою корисністю нових технологій у поєднанні з низькою екологоемністю.

Також треба відзначити неоднозначність трактування поняття «еколого-економічний збиток» у контексті такої прогностичної моделі. Це зумовлено тим, що подвійна природа збитку мультиплікативно впливає на економічний розвиток території або держави взагалі. У складі еколого-економічного збитку можна умовно виділити дві складові екологічних витрат. Перша з яких буде йти на відновлення природних ресурсів у рамках безпечного природокористування, а друга — направлятись у виробничу сферу у вигляді додаткових замовлень на модернізацію, ремонт, відновлення основних засобів та інших ресурсів виробництва, постраждалих або таких, що змінили свої якості при забрудненні довкілля. Тобто можна говорити про мультиплікативні властивості екологічних витрат і необхідність урахування цього факту при плануванні та прогнозуванні соціально-економічного розвитку територій та загальної економіки держави. Наведемо деякі приклади.

Збиток у сфері охорони здоров'я населення, звичайно ж, є негативним фактором, але приріст виробництва медикаментів, медичного обладнання, розширення мережі лікувальних закладів створюють нові робочі місця, та дозволяють наповнювати відповідні статті бюджетів усіх рівнів, що у соціально-економічному плані є важливим кроком розвитку. Додаткові витрати в сільському господарстві забезпечать вищу собівартість, що дозволить захистити внутрішній ринок і зменшити бюджетні витрати на субсидіювання виробників сільгосппродукції.

Підсумовуючи наведене вище, на наш погляд, можна констатувати: потрібно вважати цілком продуктивними всі екологічні витрати, тому що вони є витратами на підготовку природних ресурсів до подальшого використання. Слід розробляти моделі розвитку територій з урахуванням екологічних витрат, а зіставлення можна проводити з основними макроекономічними показниками, що дозволить простежити вплив екологічних витрат на формування доходів бюджетів усіх рівнів.

А. И. Горбатюк, аспирантка
*кафедры стратегии предприятия,
ведущий казначей Государственного казначейства Украины
Киевский национальный экономический университет*

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА: СУЩНОСТЬ, КРИТЕРИИ, ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ

Производственная деятельность любого звена хозяйственной системы заключается, как известно, в создании новых материальных благ. Их производство требует соответствующих издержек — затрат рабочей силы и средств производства. Без затрат результат неизбежно будет нулевым. Совокупность наиболее общих, существенных связей и отношений по поводу полученных результатов и произведенных затрат в процессе производства материальных благ и выражается категорией эффективности производства. В ней, по существу, воплощается относительный выпуск — затраты, вместе с тем обобщенный итог материально-производственной практики, экономической деятельности;

итог использования рабочей силы и средств производства, плодотворности их соединения. Ее рост зависит от массы применяемых средств производства и рабочей силы, от степени их использования, от реальных технических, организационных и общественно-экономических условий производства.

Некоторые экономисты повышение эффективности производства отождествляют с повышением производительности труда. По их мнению, задача повышения эффективности производства и повышения производительности общественного труда одна и та же.

Как известно, индекс роста производительности $I_{пт}$ равен произведению двух индексов: индекса роста фондовооруженности труда $I_{фв}$ и индекса роста (снижения) фондоотдачи $I_{фо}$. Формула имеет следующий вид:

$$I_{пт} = I_{фв} I_{фо}$$

Производительность труда, таким образом, повышается даже при ухудшении использования ресурсов (снижении фондоотдачи).

Если производительность труда растет за счет увеличения его фондовооруженности, то правомерно утверждать, что повышение эффективности происходит только в первом подразделении. Такое повышение обуславливает необходимость систематических вложений в средства производства и, соответственно, сокращение доли средств, вложенных в предметы труда. Но развитие средств производства не является самоцелью. Оно осуществляется ради расширения производства. Следовательно, не всякое повышение производительности труда обеспечивает удовлетворение потребностей общества, повышение эффективности общественного производства.

В процессе дискуссии о сущности эффективности общественного производства высказывались и другие мнения. Например, некоторые авторы считают, что между понятиями «эффективность общественного производства» и «эффективность ресурсов» нельзя ставить знак равенства.

Таким образом, эффективность производства — это комплексное отражение конечных результатов использования средств производства и рабочей силы в определенный промежуток времени.

Процесс измерения уровня эффективности деятельности предприятия методологично связан, прежде всего, с определением критерия эффективности.

Показатель эффективности производства, экстремальное значение которого характеризует предельно достижимую эффективность экономической системы, является критерием эффективности.

Критерий эффективности — максимум результата (эффекта) при заданном размере затрат или минимум затрат при заданной величине результата.

Создается иллюзорная видимость возможности измерять эффект только стоимостными показателями. Однако экономический анализ показывает, что когда любой показатель (стоимость, масса, длина, количество) отражает, пусть с определенными погрешностями, объем потребительной стоимости, тогда он может применяться в качестве показателя эффекта, критерия эффективности. Если же показатель не отражает потребительной стоимости, его применение как измерителя эффекта становится неправомерным.

Для того чтобы высокими темпами развивать производство, систематически повышать его эффективность, необходимо знать факторы, обуславливающие уровень эффективности. Заблаговременное изучение основных факторов позволяет усиливать действие одних и, наоборот, принимаемыми хозяйственными мерами затормозить действие других. Это очень важно, так как изменения в отдельные периоды эффективности производства объясняются не объективными причинами, а незнанием действия факторов, которые приводят к недоиспользованию материальных и трудовых ресурсов.

Под факторами следует понимать движущие силы, которые приводят к повышению или понижению эффективности. Фактор — это причина того или иного явления.

В опубликованных работах к факторам нередко относят замедление темпов роста производительности труда, рост фондоемкости и материалоемкости продукта, ликвидацию текучести кадров, ликвидацию простоев по техническим причинам, повышение коэффициента сменности и т.д. Нетрудно видеть, что текучесть кадров, простои по техническим причинам, низкий коэффициент сменности и т.д. не являются самостоятельными факторами, так как они есть результат недоучета других факторов.

Целесообразно факторы эффективности разделить на 2 части:

— не зависящие от предприятия (государственная экономическая и социальная политика, инфраструктура, структурные изменения, научно-технический прогресс).

— зависящие от предприятия:

- использование средств труда (систематическое внедрение в производство новой техники, автоматизация производства),
- использование предметов труда (применение прогрессивных видов сырья и материалов),
- использование рабочей силы (совершенствование организации производства и труда, разработка и внедрение действенных экономических стимулов),
- организация процесса производства (повышение качества продукции, уровня технологии).

Однако мало внимания в существующих классификациях факторов эффективности производства уделяется учету особенностей использования того или иного фактора в рыночных условиях, который выливается в конкурентные преимущества предприятия и способствует укреплению стратегической позиции субъекта хозяйствования на рынке.

Если факторы не повышают эффективность производства, то они, как правило, понижают ее. Вот почему проблему факторов относят к числу наиболее важных, от которых в значительной мере зависит успех производства. Научный прогноз в экономике немислим без точного учета положительных и отрицательных сторон действия факторов.

О. О. Грушко, IV курс
економічного факультету
Чернівецький національний університет
ім. Ю. Федьковича

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Туризм є фундаментальною основою економіки багатьох країн світу. У деяких острівних країнах до 70 % ВВП створюється у туристичній галузі. Значення туризму у світі постійно зростає і це пов'язано зі зростанням впливу цієї галузі на економіку окремих країн, де міжнародний туризм (його активний вид) виконує ряд важливих функцій. Міжнародний

туризм — це джерело валютних надходжень у країну та засіб забезпечення зайнятості населення; його розвиток приєє покращенню платіжного балансу та збільшенню ВВП країни. Міжнародний туризм сприяє диверсифікації економіки, створюючи галузі, що обслуговують сферу туризму. Зростання зайнятості у сфері туризму сприяє збільшенню доходів населення і підвищенню добробуту нації.

Міжнародний туризм для багатьох країн є більш вигідною формою реалізації товарів і послуг, ніж зовнішня торгівля, тому що являє собою експорт, здійснюваний у межах країни. Купуючи різноманітні товари в країні відвідування та оплачуючи їх вартість у валюті, іноземні туристи вивозять придбане за межі митних кордонів країни, збільшуючи таким чином обсяг експортованих товарів. Такий експорт найчастіше називають «невидимим» чи «прихованим». Вже на початку 90-х років на його частку, що постійно зростає, припадає приблизно 25 % усієї світової торгівлі послугами.

Розглядаючи економічний вплив міжнародного туризму, потрібно назвати ще декілька позитивних моментів. По-перше, міжнародний туризм створює умови для розширення виробництва товарів і послуг завдяки збільшенню попиту за рахунок іноземних покупців. Так, іноземні туристи купляють: у Франції — одяг та косметику, в Італії — взуття, у Швейцарії — годинники. По-друге, туризм сприяє створенню додаткових робочих місць у невиробничій сфері; по-третє — підвищенню ділової активності, обміну інформацією, науковими знаннями.

У результаті витрат іноземних туристів у країні перебування, по-перше, збільшуються доходи фірм, задіяних у туристичному бізнесі (прямий ефект); по-друге, підвищується попит з боку туристичного сектору економіки на товари та послуги постачальників, що сприяє підвищенню попиту на товари та послуги власних постачальників, і, відповідно, зростанню доходів у всіх інших секторах економіки (побочний ефект); по-третє, збільшуються власні доходи населення, що прямо чи побічно пов'язане з туристичним бізнесом, а це сприяє підвищенню споживчого попиту (вимушений ефект). Побічний та вимушений ефекти називають вторинним ефектом. Але економічний ефект міжнародного туризму може призвести й до негативних наслідків для економіки. Наприклад, виробництво туристичної продукції та послуг потребує переорієнтації ресурсів з інших сфер економіки, де потреба в них також досить значна (робоча сила в сільському господарстві). Тому слід урахувати й

визначати ціну використання рідкісних ресурсів для туризму замість їх використання в інших сферах.

Для оцінки впливу витрат туристів на дохід, зайнятість та імпорту розроблено різні моделі розрахунку мультиплікатора туризму. Мультиплікатор туризму — це співвідношення змін одного з ключових економічних показників (виробництва, зайнятості, доходу) до зміни витрат туристів. Розрахунок мультиплікатора базується на кейнсіанському аналізі. Одну з найбільш уживаних моделей у 1971 р. розробили Арчер та Оуен:

$$\sum_{j=1}^N \sum_{i=1}^n Q_j K_{ij} V_i \frac{1}{1 - MPC \sum_{i=1}^n X_i Z_i V_i},$$

де j — категорія туристів, $j = 1 \dots N$;

i — вид підприємства, $i = 1 \dots n$;

Q_j — частка витрат, які здійснюють туристи j -го типу, в загальних витратах;

K_{ij} — частка витрат, які здійснюють туристи j -го типу через бізнес i -го виду;

MPC — гранична схильність до споживання.

X_i — частка витрат у загальних споживчих витратах місцевих жителів, які задіяні в бізнесі i -го виду;

Z_i — частка від X_i , яка відноситься до зони, яка досліджується;

V_i — прямі та опосередковані доходи бізнесу i -го виду, які генеруються одиницею витрат;

Незважаючи на позитивний ефект від міжнародного туризму, слід враховувати і його негативні наслідки. Їх дія зазвичай проявляється значно пізніше.

Виділяють наступні негативні наслідки розвитку туризму:

1. Економічні, пов'язані з переливанням ресурсів з інших галузей економіки, де попит на них також може бути достатньо вагомим.

2. Соціально-економічні, пов'язані з можливим імпортом інфляції. Це трапляється у випадку, коли до регіону прибуває велика кількість людей з високою купівельною спроможністю.

3. Соціально-культурні та психологічні, зумовлені ефектом копіювання образу життя та поведінки іноземних туристів, що іноді йде врозріз із традиційними цінностями та нормами поведінки.

4. Екологічні, пов'язані з прискореною індустріалізацією природних ландшафтів, будівництвом доріг і портів, забрудненням водойм і пляжів.

Україна володіє значним потенціалом для розвитку всіх видів міжнародного туризму. Він сконцентрований переважно у Кримському та Карпатському регіонах, але належним чином не використовується. Причинами цього є нестабільна економічна та політична ситуація в країні, несприятливий візовий режим, недостатня розвиненість інфраструктури. Майже третину туристичного потоку спрямовано у столицю, що також не є позитивним моментом. В останні роки розвиток міжнародного туризму призупинився.

У світі існує тенденція до появи нових регіонів, популярних для міжнародного туризму, зокрема, у країнах Східної Європи — Польщі та Угорщині, наших найближчих сусідів. Якщо буде вжито всі необхідні заходи, направлені на реформування туристичної індустрії України, ми можемо зайняти місце поряд із цими країнами. Але в жодному разі не можна розглядати туризм як панацею від усіх економічних негараздів, вважаючи, що розвиток туризму автоматично зумовить піднесення економіки країни. Бувають випадки, коли він не приносить бажаних результатів, а іноді може мати дуже негативні наслідки.

Ю. В. Гусєв, магістрант
*Херсонського державного технічного університету
Київський національний економічний університет,
V курс економічного факультету*

РОЛЬ ПОЛІТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ У СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ НОВОГО ПОКОЛІННЯ В УКРАЇНІ

Українське суспільство живе в світі, який ставить за мету розвиток, а способом діяльності — реалізацію проектів. Саме тому є необхідним створення в Україні власних проектів розбудови нової економіки, нової політики, нового суспільства, реалізація яких, безумовно, відбуватиметься з урахуванням тенденцій світових подій. Слід зазначити, що в даному випадку проективний менеджмент (саме проективний — той, що відповідає за створення нових проектів, а не проектний, який відповідає за ефективну реалізацію проектів) спрямований передусім на українське нове покоління.

Десятирічна історія України дає можливість зробити висновок, про те, що проект «Незалежність України» успішно реалізований і вже ні в кого не виникає сумнівів щодо існування суверенної держави Україна. Але час плине, і світ ставить нові вимоги, а також нові загрози для незалежної України, відповідати і протистояти яким буде нове покоління — покоління нових видів діяльності, покоління нових власників.

Для ефективного соціально-економічного розвитку, вірніше було б казати — для економічного розвитку соціуму, необхідно висунути новий «порядок денний» як системний напрям розвитку, відповівши на запитання: куди ми розвиваємось зараз? куди будемо розвиватися найближчі десять років?

Серед нагальних питань сьогодення можна виділити необхідність розвитку підприємництва та створення нових видів діяльності і, як наслідок, створення нових конкурентних та добре оплачуваних робочих місць, що дають значний, а, може, навіть вирішальний поштовх в економічному розвитку соціуму. В Україні багато освічених і талановитих людей, проте завжди бракує кадрів, саме кадрів, які, на відміну від персоналу, знають, «куди розвиватися», тобто усвідомлюють власний кар'єрний коридор.

Нове покоління в Україні за десять років затвердилося в новому розумінні розвитку сучасного суспільства, яке полягає у наступному:

- розвиток більше не зводиться до індустріалізації за радянським зразком, а є розкриттям здібностей людей, приростом людського капіталу;
- провідним чинником виробництва є не гігантські основні фонди, а знання, новітні технології, насамперед управлінські;
- найвищий соціальний ефект дають не стабільність і незмінність виробничих та соціальних систем, а мобільність й управління ризиками;
- найбільш ефективними та інноваційними в сучасному суспільстві є не індустріальні гіганти, що будувалися 20—40 років тому (а проєктувалися 50—70 років тому), які в основному «сплячуть» ресурси суспільства і тримаються «на плаву» тільки за рахунок велетенською перехресного субсидування, а малі підприємства — зараз основні носії нового в Україні.

Україна — молода постсоціалістична держава, в якій економічний розвиток багато в чому зумовлений політичними процесами. Потреби політики дуже часто забезпечує українська економіка, а не навпаки. За даних умов економічний розвиток

соціуму вимагає від нового покоління брати активну участь у політичних процесах і виступати не об'єктом, а суб'єктом або політичним проєктивним менеджером.

Даний проєкт формування нового покоління політиків передбачає участь представників нового покоління передусім у виборчих процесах як на місцевому рівні, так і на виборах до Верховної Ради України та виборах Президента України. В результаті цього на національному рівні буде створена нова проєктна рамка економічного розвитку соціуму України та реалізовуватиметься проєкт «УКРАЇНА» з новим «порядком денним» 2012, що стане запорукою конкурентоспроможності нашої держави у світі.

В. С. Демченко, IV курс
факультета истории и политологии
Восточноукраинский национальный
университет имени Владимира Даля

РОЛЬ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ УКРАИНЫ

Как свидетельствует мировая практика, эффективность функционирования национальной экономики в значительной мере зависит от уровня социально-экономического развития регионов. Поэтому формирование государственной региональной политики является одной из ключевых проблем, от решения которой зависит дальнейшее развитие украинского общества. Это определяется необходимостью нивелирования существующих диспропорций в размещении и развитии производства, инфраструктуры и систем расселения, решения экологических проблем и обеспечения рационализации природопользования, расширения финансово-экономической самостоятельности регионов, децентрализации в решении вопросов, которые относятся к местной компетенции.

Разработка стратегий данного направления политики должна основываться на анализе процессов, которые осуществлялись в Украине на региональном уровне в период независимости.

Во-первых, этой сфере на предыдущих этапах развития украинского государства не уделялось достаточного внимания с позиции системной государственной политики.

Во-вторых, в большинстве регионов еще не развернулись по-настоящему рыночные трансформационные процессы. Об этом свидетельствуют удручающее положение дел с осуществлением реформ в аграрном секторе, пассивное развитие предпринимательства, малого и среднего бизнеса.

В-третьих, неудовлетворительно решаются на местах социальные проблемы, связанные с предоставлением общественных услуг, бытовым обслуживанием населения, обеспечением минимальных потребностей граждан.

В-четвертых, между отдельными регионами страны в силу различных исторических, природно-географических и других причин возникли и увеличиваются существенные различия в уровнях социально-экономического развития, что в дальнейшем может привести к осложнению их взаимоотношений.

Повышается экономическая дезинтеграция регионов Украины: наивысший уровень экономических связей отмечается только между Донецкой, Днепропетровской, Луганской и Запорожской областями. Уровень экономического обмена Черновицкой, Кировоградской, Тернопольской областей с другими регионами Украины незначителен.

Разница в экономических потенциалах и результатах хозяйствования отражается на уровнях налоговых поступлений в государственный и местные бюджеты.

Экономическая дифференциация регионов сказывается на социальном положении людей, которые проживают в них. Каждый десятый официально зарегистрированный безработный проживает во Львовской области. Уровень безработицы в Черниговской, Ровенской, Волынской, Житомирской и Сумской областях — самый высокий в Украине.

Низкими темпами идет диверсификация производства товаров и услуг, в связи с чем экономика 20 областей зависит от функционирования одной-двух отраслей. Социально-экономическое положение более чем 300 малых городов, где проживает около 1/3 городского населения Украины, зависят от работы одного-двух предприятий.

Основными целями региональной политики в Украине являются:

1. Выравнивание региональных различий. Создание в регионах равных условий для конкуренции.

2. Максимальное использование региональных преимуществ для активизации внутренних источников экономического роста.

Их осуществление возможно на основе:

- тщательного изучения потребностей населения в продовольствии и сырье на промышленные цели;
- создания условий для максимального приведения в соответствие региональной структуры хозяйствования внутренним и внешним факторам;
- активной реализации региональных интересов;
- обеспечения надлежащего уровня промышленного и продовольственного потенциала региона.

Для этого государство должно предпринять целый ряд мер, среди которых можно выделить следующие.

Во-первых, четко определить полномочия и ответственность местных органов исполнительной власти и органов местного самоуправления. Так как существующее дублирование функций и нечеткое разграничение ответственности усложняет деятельность органов власти разных уровней и их сотрудничество.

Во-вторых, создать механизм стимулирования местных органов власти к повышению уровня сборов налогов и платежей.

В-третьих, обеспечить совершенствование административно-территориального устройства. Этот вопрос является наиболее сложным, т. к. требует целого ряда изменений законодательства.

В-четвертых, создать свободные экономические зоны, которые способны создать благоприятные условия для эффективного экономического роста регионов, привлечения инвестиций иностранных и государственных вкладчиков.

В-пятых, инициировать создание агентств регионального развития по всей территории Украины. Их основная задача должна заключаться в предоставлении помощи регионам в вопросах осуществления политики развития, создания соответствующей инфраструктуры и т. д. Агентства должны стать ядром экономической активности, тесного сотрудничества местных органов власти, предпринимателей, научных деятелей с целью осуществления социально-экономического развития регионов.

Таким образом, Украине необходимо создание стратегии эффективной региональной политики, которая будет способствовать экономическому росту областей, поможет повысить реальную заработную плату, увеличит возможности потребления товаров и услуг, прирост финансирования

инвестиций в жилищную и другие сферы, и тем самым обеспечит реальное социально-экономическое развитие страны.

М. Б. Дяк

*кафедра теоретичної економіки та економіки України
Національний університет «Львівська політехніка»*

ВИЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ОРІЄНТАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ЛАМП-ФАР У ЄВРОПРОСТОРИ

Європейський економічний простір охоплює ринки Європи, включаючи країни близького та далекого зарубіжжя (в тому числі й країни — члени Євросоюзу).

Дочірнє підприємство «Завод ламп-фар» ВАТ «Іскра» є монополістом у галузі ламп-фар серед вітчизняних підприємств. Завод утворений на базі цеху 04 ВАТ «Іскра» і зареєстрований як філія ВАТ «Іскра» у липні 1996 року. Самостійну діяльність веде з липня 1995 року. Основними видами діяльності ДП ЗЛФ ВАТ «Іскра», згідно зі Статутом, є виробництво й реалізація різних типів ламп-фар та інших джерел світла, спеціальних світлотехнічних виробів та конструкцій; зовнішньоекономічна діяльність тощо.

Фінансовий та економічний стан ДП ЗЛФ ВАТ «Іскра» можна відобразити наступними фактами:

- загальна ситуація на ДП ЗЛФ ВАТ «Іскра» за 1998—1999 роки характеризувалася збитками та негативними показниками рентабельності виробництва і рентабельності продукції, проте вона постійно покращується;
- підприємство характеризується високою фінансовою стійкістю та високим рівнем незалежності від зовнішніх фінансових джерел;
- ДП ЗЛФ ВАТ «Іскра» закінчує погашення податкової заборгованості, що збільшить можливості розвитку виробництва;
- близько 80 % обсягу збуту даного підприємства припадає на експорт.

У зв'язку з цим важливо оцінити вплив факторів зовнішнього середовища (табл. 1). У таблиці розглядаються ті європейські країни, які реально або потенційно виступають ринками збуту для підприємства.

Характеристика зовнішньоекономічної діяльності ДП ЗЛФ ВАТ «Іскра» на європейських ринках за останні роки, аналіз

зовнішніх ринків та конкурентного середовища наводяться у табл. 2.

Таблиця 1

АНАЛІЗ ПРОЦЕСІВ РИНКОВИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ В УКРАЇНІ ТА В ІНШИХ КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ ЗА ОСТАННІ 3—5 РОКІВ

Країна	Макроекономічна стабілізація і зростання			Мікроекономічна лібералізація			Інституційні зміни	
	Темпи росту ВВП	Регулювання обмінного валютного курсу	Регулювання зарплати	Законодавчі бар'єри в економічній діяльності	Кількісні обмеження у зовнішній торгівлі, тарифний і нетарифний захист	Регульоване чи вільне ціноутворення	Нові податкові інституції	Нові інституції, що регулюють ЗЕД
Близьке зарубіжжя								
Росія	−9,5	Жорстке	Мінімум	+	+	Вільне	+	+
Чехія	6,2	Помірне	Мінімум	−	+	Вільне	−	+
Угорщина	5,3	Помірне	Мінімум	−	+	Вільне	+	+
Польща	8,1	Помірне	Мінімум	−	+	Вільне	+	+
Далеке зарубіжжя								
США	4,1	Вільне плавання	Мінімум	−	+	Вільне	−	−
Японія	0,9	Вільне плавання	Мінімум	−	+	Вільне	−	−
Країни — члени ЄС								
Франція	2,2	Вільне плавання	Мінімум	−	+	Вільне	−	−
Німеччина	1,8	Вільне плавання	Мінімум	−	+	Вільне	−	−
Великобританія	2,5	Вільне плавання	Мінімум	−	+	Вільне	−	−
Італія	3,6	Вільне	Мінімум	−	+	Вільне	−	−

Таблиця 2

РЕГУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ, ПРАВОВІ НОРМИ НА ЄВРОПЕЙСЬКИХ РИНКАХ

Об'єкт регулювання	Характеристика процесу регулювання
1. Рівень концентрації підприємств	Регулюється антимонопольним законодавством, яке для кожної країни носить характерні особливості. Регулюється відповідними антимонопольними комітетами
2. Товарний знак	Функціонує система законодавчих актів про захист прав інтелектуальної власності і, зокрема, товарних знаків. Порушення вимог даних актів приводить до відповідальності згідно з останніми
3. Реклама	Основним суб'єктом є асоціації рекламодавців, які співпрацюють з органами арбітражного суду у випадку виявлення проявів недобросовісної конкуренції, зокрема, і через рекламні звернення до споживачів, які не відповідають встановленим вимогам
4. Екологічні умови	Дотримання екологічних умов, а саме характеристик продукції, які підтверджують її нешкідливість для навколишнього середовища, та умов транспортування є одним із основних факторів, які визначають можливість виходу на ринки сусідніх держав
5. Якість продукту	Країни євро регіону, в першу чергу, приділяють увагу контролю за якістю імпортової продукції, яка повинна підтверджуватися супроводжуючими документами, а при необхідності експертною оцінкою при перетині митного кордону чи на території держави-контрагента

Дочірнє підприємство «Завод ламп-фар» ВАТ «Іскра», здійснюючи свою зовнішньоекономічну діяльність, орієнтується на збут продукції у Росії, Польщі, Німеччині, Чехії, Угорщині, не відкидаючи при цьому перспективи виходу на ринки інших промислово розвинених країн світу.

Максимальним попитом практично в усіх вищеназваних країнах Євро регіону користуються такі асортиментні позиції, як лампи-фари літакові, лампи-фари різного призначення та прожектори внутрішнього освітлення, які реалізуються у Росії, Польщі, Угорщині, Чехії та Білорусії. Німеччина ж розглядається як потенційний ринок збуту даної позиції — для успішного

впровадження на її ринок необхідне проведення комплексного маркетингового дослідження та пробного маркетингу. Мінімальним попитом з тих товарів, які виробляються в Україні, користуються газорозрядні лампи-фари.

Виходячи з наведеної ситуації, видно, що при виході на нові зовнішні ринки збуту основними проблемами для підприємств виступають:

вирішення питання про доцільність виходу на ринки країн зі стабільною економічною та політичною ситуацією, але з прогнозованим низьким рівнем віддачі інвестицій, чи на ринки з порівняно низьким рівнем економічного розвитку та нестабільною політичною ситуацією, але з прогнозованим високим рівнем віддачі інвестицій;

вибір стратегії концентрації чи диверсифікації;

неможливість виходу на ринки деяких промислово-розвинених країн через невідповідність продукції певним екологічним вимогам. Вітчизняні підприємства при здійсненні своєї зовнішньоекономічної діяльності орієнтуються на концепцію маркетингу.

Вирішення зазначених проблем вимагає проведення огляду правових норм на зовнішніх ринках, який наводиться у табл. 2.

Аналіз правових норм на європейських країнах вказує на те, що, окрім регулювання рівня концентрації підприємств за допомогою антимонопольного законодавства, захисту прав інтелектуальної власності та контролю за якістю продукції, існують чітко встановлені вимоги до дотримання відповідних санітарних норм з метою захисту навколишнього середовища, що зумовлює необхідність здійснення підприємствами переорієнтації з маркетингової концепції на таку, яка б враховувала більшою мірою інтереси суспільства.

Отже, найбільш прийнятною для вітчизняних підприємств галузі виступає концепція соціально-етичного маркетингу, що відкриває для них додаткові перспективи розвитку на ринках європейських країн, оскільки саме екологічна чистота продукції та процес її виготовлення відіграють особливу роль у її відповідності євростандартам.

Д. М. Євдокимова, асистент
кафедра макроекономіки та державного управління
Київський національний економічний університет

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

Урахування територіальних факторів розвитку є запорукою підвищення рівня наукової обґрунтованості та досягнення очікуваного позитивного ефекту довгострокової стратегії економічного розвитку України. Саме цим зумовлена необхідність реалізації державної регіональної політики, спрямованої на підвищення рівнів економічного розвитку регіонів та подолання існуючої асиметрії.

Різницю у рівнях розвитку регіонів заведено вважати об'єктивним явищем. У 1990—2000 роки в Україні регіональна диференціація прогресувала. Це було зумовлено двома основними групами причин. Перша з них пов'язана з різницею в адаптивних властивостях регіонів, а друга — з дерегуляцією економічних відносин.

Різде підвищення рівня неоднорідності економічного простору підвищує вірогідність регіональних криз та конфліктів, перешкоджає економічному розвитку країни, не сприяє гармонізації соціально-економічних перетворень. Збалансуванню рівнів регіонального розвитку найбільшою мірою сприяє реалізація зваженої концепції регіонального розвитку та впровадження у її рамках відповідних програм.

У світовій практиці накопичено значний досвід щодо визначення політики аналогічного спрямування, її основних принципів, механізмів та інструментів реалізації. Дослідження реальної практики та аналіз дискусій останніх років надають необхідну інформацію для розробки основ власної національної політики подолання регіональної асиметрії. Загальновизнаним інструментом усунення регіональних диспропорцій у Європейському Союзі вважається перерозподіл фінансових засобів від відносно багатих до відносно бідних регіонів. Перерозподіл здійснюється у два етапи: вертикальний (або первинний) та горизонтальний (або вторинний). Сутність вертикального розподілу полягає у наданні державою фінансових ресурсів у розпорядження регіону. Причини надання такої допомоги законодавчо визначені. Метою горизонтального вирівнювання є врівноваження фінансового потенціалу регіонів.

Суттєва різниця економічного та соціального середовища, в якому вирішуються проблеми регіональних диспропорцій, не дозволяє безпосередньо використати існуючий світовий досвід. В

Україні можливості регіонального вирівнювання є набагато вужчими, а саме: вертикального — через обмеженість фінансових ресурсів; горизонтального — через проблематичність досягнення згоди відносно багатшого регіону допомагати біднішому без будь-яких гарантій на прибуток чи соціальний ефект. Окрім того, за умов, коли на першому плані залишається проблема економічного виживання, задачі регіональної політики не можуть бути зведені лише до підтримки відсталих регіонів. Вони суттєво ускладнюються: ціна нерационального відволікання ресурсів від реалізації загальнонаціональної стратегії економічного розвитку на користь окремих регіонів може бути занадто високою. Більше того, регіональний аспект управління процесами економічного розвитку має враховувати також основні загальносвітові тенденції та явища, з якими зіткнеться Україна у процесі свого економічного розвитку найближчим часом.

Нинішні механізми регіонального вирівнювання сприяють формуванню «утриманських» настроїв у регіонах-реципієнтах та втраті стимулів до розвитку у регіонах-донорах.

Конкретизацію напрямків державної регіональної політики слід здійснити на основі оцінки внутрішньорегіональних соціально-економічних відмінностей у цифровому форматі. Єдина методика оцінки регіональної диференціації на сьогодні відсутня. Результати проведеного аналізу наявних методичних прийомів вказують на те, що їх вкрай недостатньо, а ті, що накопичені, потребують удосконалення. Автором розроблено та застосовано спеціальний метод позиціонування областей за рівнем їх економічного розвитку в економічному та соціальному аспектах.

Оскільки кожному регіону притаманний певний набір соціальних та економічних показників, що характеризують рівень його розвитку, то їх можна розглядати як координати об'єкта. Мовою геометрії це означає, що чим меншою є відстань між об'єктами, тим ближчі вони в термінах економічного розвитку. Таке розуміння дає змогу застосовувати геометричні підходи до моделювання місцезположення кожного з регіонів відносно інших у визначеному системному координатному двовимірному просторі. Осями системи координат можна уявити величину рівня відповідно соціального та економічного аспектів розвитку.

Комплекси регіонів є складовими єдиної макросистеми, що дозволяє застосовувати інструментарій стратегічного управління для визначення їх стратегічної позиції щодо загальної траєкторії

розвитку. Одним із найбільш доцільних у такому випадку інструментів стратегічного аналізу є карта стратегічних груп. За нею можна згрупувати регіони щодо їх соціального та економічного положення, рівня економічного розвитку в цілому.

Положення кожної зі стратегічних груп відносно стратегічного вектору розвитку (діагональ, яка перетинає карту і характеризує збалансованість економічного розвитку) відображає бажану направленість регіональної політики та визначає напрями майбутнього розвитку регіонів.

На основі карти стратегічних груп можна визначити основні потенційні напрями розвитку регіонів та, за необхідності, здійснити їх корекцію за допомогою державної регіональної політики.

Розробці та реалізації диференційованої політики регіонального вирівнювання має сприяти створення та функціонування мережі регіональних агентств розвитку, яка на сьогодні лише формується. Дієвим механізмом, що вже задіяний в Україні, є функціонування існуючих специфічних ринкових інституцій та інститутів, таких як кластери, вільні (спеціальні) економічні зони, території з пріоритетним режимом інвестиційної діяльності. На розробку та налагодження інших механізмів реалізації державної регіональної політики спрямовано комплекс державних організаційних, економічних і правових заходів, які забезпечують збереження позитивних тенденцій соціально-економічного розвитку регіонів, прискорення їх адаптації до ринкових умов господарювання та створення адекватного інституціонального середовища.

Т. А. Єрофєєва, асистент
кафедра макроекономіки та державного управління
Київський національний економічний університет

СТРАТЕГІЯ МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

В економічній літературі стратегія монетарної політики розглядається як довгостроковий, комплексний план дій, спрямований на досягнення визначеної цілі. В монетарній політиці НБУ існує конфлікт проміжних цілей, який зумовлений необхідністю одночасного виконання критеріїв ефективності МВФ (чисті міжнародні резерви, чисті внутрішні активи) і

показників, що щорічно встановлюються Радою НБУ в Основних засадах грошово-кредитної політики. Це ускладнює прийняття довгострокової монетарної стратегії, яка б визначала модель грошово-кредитної політики, а також методи забезпечення цінової стабільності.

У світовій практиці широкого значення набули три монетарні режими залежно від того, який показник монетарної політики обирається за проміжну ціль: таргетування (target — ціль, мета) валютного курсу, монетарне таргетування та таргетування інфляції. Причому в останньому випадку кінцева і проміжна цілі монетарної політики збігаються.

Найбільшій популярності сьогодні набуває таргетування інфляції, тобто офіційне проголошення середньо- або довгострокового цільового орієнтиру динаміки індексу внутрішніх цін із зобов'язанням щодо його дотримання. Однією з переваг цього режиму є зниження інфляційних очікувань шляхом запровадження номінального якоря і підвищення довіри до Центрального банку.

Основним пріоритетом монетарної політики НБУ Основних засадах грошово-кредитної політики на 2002 рік визначено створення умов для поступового переходу до прямого таргетування інфляції.

Здебільшого режим таргетування інфляції являє собою керування відсотковими ставками з метою згладжування відхилень ВВП від його потенційного рівня та інфляції — від запланованого показника (правило Тейлора). Ця залежність може буде представлена рівнянням щодо номінальних короткострокових відсоткових ставок:

$$i_t = i^* + \alpha (y_t - y^*) + \beta (\pi_t - \pi^*),$$

де i^* — базова ставка;

y^* — потенційний ВВП;

y_t — рівень ВВП у періоді t ;

π_t — рівень інфляції в періоді t ;

π^* — прогнозний рівень інфляції.

В цілому режим таргетування інфляції являє собою мінімізацію відхилення очікуваної інфляції шляхом прирівнювання її до «0» в наступному періоді.

Основними вимогами Центробанку при таргетуванні інфляції є: 1) відсутність інших номінальних цілей; 2) закріплення законодавством зобов'язання щодо цінової стабільності; 3)

відсутність фінансового домінування; 4) операційна незалежність; 5) прозорість і звітність.

В Україні визначення інфляції як довгострокового цільового орієнтиру монетарної політики з прийняттям відповідної стратегії ускладнюється рядом проблем: прихована прив'язка до долара через необхідність погашення зовнішнього боргу; фактична залежність НБУ від Уряду, що зумовлено фінансуванням бюджету (наприклад, через купівлю державних цінних паперів). Це зменшує прозорість монетарної політики та погіршує якість аналізу і передбачуваність монетарних зв'язків.

Визначення цільових пріоритетів у монетарній політиці України ускладнюється через її недосконалу інституційну структуру. Ключова роль у формуванні грошово-кредитної політики належить МВФ. Так, зі згоди МВФ переглядається режим валютного курсу, індикативні монетарні показники, умови реструктуризації зовнішнього боргу. Опосередковано впливає на кількість грошей в економіці Міністерство фінансів, а також Міністерство економіки, яке встановлює і коригує (з урахуванням рекомендації МВФ) показники соціально-економічного розвитку, на базі яких Рада НБУ розробляє основні засади грошово-кредитної політики. Для ефективного встановлення і дотримання цільових орієнтирів вплив міжнародних фінансових організацій (насамперед МВФ) на монетарну політику має бути поступово обмеженим, а діяльність НБУ сконцентрована на виконання визначеної Конституцією функції — забезпечення стабільності грошової одиниці й розвитку внутрішнього ринку. Разом із тим принцип суверенної грошово-кредитної політики для України є несумісним з існуючою політикою зовнішнього фінансування, яке не підкріплене державною фінансовою стратегією. Кредитні ресурси слід формувати переважно з використанням внутрішнього потенціалу.

Одним із основних елементів монетарної стратегії НБУ має стати координація дій Національного банку з органами державної влади, насамперед з урядом. Передусім йдеться про координацію грошово-кредитної політики з бюджетною, податковою політикою і політикою доходів на стадії економічного зростання.

**О. М. Іпатенко, II курс
факультету міжнародної економіки і менеджменту**

ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК ЗАСІБ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ОРГАНІЗАЦІЙ

Для ефективного управління кожною організацією необхідно організувати збір інформації про її функціонування. Добре подана звітність допомагає зовнішнім інвесторам проаналізувати стан компанії, а керівництву — прийняти більш зважені рішення. Фінансова прозорість — це критерій успіху залучення інвестицій.

Аналіз фінансової звітності допомагає зовнішнім інвесторам оцінити підприємство, визначити його майбутні перспективи. Але порівняння фінансових результатів підприємств різних країн — це не проста справа для міжнародних інвесторів. Тому для українських підприємств дуже важливо використовувати міжнародні стандарти бухгалтерського обліку, наприклад, представлення різних статей доходу та витрат відповідно до GAAP (Generally Accepted Accounting Principles).

Українські керівники змушені приймати неправильні та неефективні рішення лише через те, що не мають доступу до потрібної їм інформації. Внутрішньофірмова звітність має бути зрозумілою, а також містити достовірну інформацію.

Часто в Україні регулярні звіти подаються зовнішнім користувачам, звичайно державним органам. Такі звіти є обов'язковими (за невчасне їх подання компанії підлягають штрафу), а рідко мають адміністративну цінність і для сторонніх осіб та організацій, що збираються інвестувати кошти в підприємство.

Значний податковий тиск змушує підприємства формувати спотворену звітність. Держава тоді не отримує належних податків, а діяльність підприємства не може стати привабливою, бо навіть відлякує інвесторів.

М. С. Капаруліна, III курс
Херсонський державний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Підвищення ефективності економіки сьогодні вимагає проведення ринкових реформ з метою створення реального конкурентного середовища, простору для підприємливих і сміливих. Однією зі складових ринкових реформ є регуляторна реформа, яка поєднає в собі процеси демократизації українського суспільства і проведення реформ. Адже регуляторна реформа спрямована, з одного боку, на усунення правових, економічних і адміністративних перешкод у реалізації права на підприємницьку діяльність, а з іншого — на встановлення діалогу між підприємцями, їх об'єднаннями та органами влади.

Україні в спадок дісталася непрозора, відірвана від людей система підготовки державних рішень. Вона характеризувалася своєю непублічністю, усуненням громадськості від процесу обговорення проектів державних рішень, відсутністю економічного аналізу наслідків прийняття нормативно-правових актів та механізмів відслідковування ефективності прийнятих рішень. Ця система не створювала можливостей для діалогу і співпраці з суспільством, а лише нав'язувала йому свої рішення. Результатом цього було негативне ставлення до держави і державного регулювання, а іноді й неможливість виконати вимоги прийнятих рішень.

Протягом багатьох років тривали дебати про те, що саме держава повинна регулювати у сфері підприємництва і що не повинна, а якщо повинна, то як. Все зводилося до того, що держава все ж повинна впливати на життєдіяльність суспільства, проте чітко визначених принципів такого впливу не було. Мова йде не про принципи регулювання в конкретній сфері державного регулювання (ліцензування, сертифікація, оподаткування тощо) або для певного виду підприємницької діяльності (транспорт, енергетика, зв'язок тощо). Йдеться про те, чому, як, коли і які повинні запроваджуватися засоби регулювання.

Риску під цими дискусіями підвів Указ Президента України «Про запровадження єдиної регуляторної політики у сфері підприємництва» від 22.01.2000 року, метою якого є вдосконалення регуляторного процесу, підвищення ефективності та якості нормативно-правових актів з питань підприємницької діяльності, які видають органи виконавчої влади, залучення громадськості до обговорення проектів цих актів.

Процедура прийняття актів, що існує сьогодні, зображена на схемі.

Порядок підготовки проєктів нормативних актів міністерства, інших центральних органів виконавчої влади (ЦОВВ).

Отже, процедура прийняття рішень органів влади досить тривала та складна. Виникає питання: чи є місце у цьому процесі громадськості, зокрема представникам підприємницького сектору? Стаття 20 Закону України «Про об'єднання громадян» відповідає: так, об'єднання громадян користуються правом вносити пропозиції до органів виконавчої влади. Яким же чином громадськість може брати участь у законодавчому процесі, відстоюючи свої інтереси?

По-перше, підприємці можуть ініціювати підготовку проєкту нормативно-правового акта. Але у законодавчих актах, що визначають порядок підготовки нормативно-правових актів центральних та місцевих органів влади, відсутні положення про те, що підприємці можуть подавати до цих органів пропозиції щодо підготовки та прийняття нормативно-правових актів.

По-друге, підприємці можуть брати участь у розробці проєкту нормативно-правового акта. Проте не встановлено, які органи, установи, організації, особи мають право розробляти проєкти актів Кабінету міністрів та розпоряджень місцевої державної адміністрації.

По-третє, громадські організації підприємців можуть узгоджувати підготовлені органами виконавчої влади проєкти нормативно-правових актів.



Відповідно до законодавства, у разі потреби, проекти актів Кабінету міністрів України та розпоряджень голови місцевої держадміністрації узгоджуються з громадськими організаціями підприємців. У той же час законодавством чітко не визначено, в яких саме випадках проект нормативно-правового акта повинен бути узгоджений з громадською організацією. Ця невизначеність часто призводить до видання нормативно-правових актів без попереднього узгодження їх проектів.

В цілому ж, незважаючи на помітні прогресивні зрушення в процесі прийняття регуляторних актів, а отже, й у впровадженні єдиної державної регуляторної політики, сьогодні поки що залишаються прогалини у нормативному впорядкуванні регуляторного процесу, оскільки досі не прийняті закони про нормативно-правові акти, законодавчу діяльність; право участі громадськості у процесі прийняття рішень декларуються, але не конкретизується, що призводить у багатьох випадках до ігнорування її думки; одержання негативного висновку щодо проекту від наукових установ, об'єднань, підприємств та організацій не може бути перешкодою для подальшої підготовки та затвердження проекту. До цього слід додати, що досить невелика кількість підприємців, представників громадськості володіє докладною інформацією та обізнана про свої права щодо участі у процедурі підготовки та прийняття рішень органами влади. виправити таке положення сьогодні намагаються бізнес-асоціації, організації, об'єднання підприємців.

**И. А. Коваленко, Н. А. Коваленко, III курс
экономического факультета
Донецкий национальный университет**

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ МЕЖДУНАРОДНОЙ МИГРАЦИИ РАБОЧЕЙ СИЛЫ

Миграционные процессы 90-х годов XX ст. отличались достаточной сложностью и напряженностью. Сегодня все большее количество стран мира ощущает в той или иной мере зависимость своего социально-экономического развития от международной миграции рабочей силы. Именно поэтому *регулирование миграционных процессов* является одним из

важнейших направлений в деятельности правительств большинства государств. Международные потоки рабочей силы в настоящее время регулируются и ограничиваются как на национальном уровне, так и на уровне межгосударственных отношений.

Практически все страны регулируют процессы трудовой миграции населения, чтобы из общего потока потенциальных мигрантов получить для своей экономики необходимых работников. В частности, в промышленно развитых странах ЕС (Германия, Франция, Австрия, Бельгия) созданы государственные органы, занимающиеся решением вопросов, связанных с миграцией иностранного трудового потенциала через национальные границы. **Государственное регулирование миграции** осуществляется путем закрепления количественных квот на въезд иммигрантов в страну, посредством которых к минимуму сводятся негативные внешние воздействия на национальную экономику. Существует и ряд других ограничений. Так, например, законодательство Греции запрещает нанимать иностранных работников на предприятия, где работает менее 5 лиц греческого происхождения. В том случае, если численность занятых работников выше, соотношение количества иностранцев и местных служащих должно составлять 1:10. Квотирование иммиграции в странах ЕС, как правило, осуществляется наряду с жестким контролем сроков пребывания мигрантов в том или ином государстве.

В странах-реципиентах большое значение стали играть профессионально-отраслевые ограничения в форме прямых запретов. Так, в Бельгии действует закон, содержащий детальный перечень профессий, освоение которых запрещено для иностранцев. К ним относятся профессии врача, адвоката, агента по продаже недвижимости, брокера на бирже, экскурсовода и т. д.

На данном этапе промышленно развитые страны ЕС разработали также *систему стимулирования оттока работников-мигрантов*. При определенных условиях методы ограничения въезда иммигрантов дополняются различными способами стимулирования их репатриации. Программы репатриации касаются профессий или этнических групп (например, отток турков и греков из Германии, а также североафриканцев из Франции). Выгода стран, принимающих участие в реэмиграционных процессах, очевидна: одна из них

избавляется от нежелательных элементов, провоцирующих напряжение в социально-экономической сфере, а другая увеличивает свой людской капитал, принимая депортированных граждан на их историческую родину.

В Украине за годы независимости также активизировались процессы трудовой миграции, в том числе, межгосударственной. В среднем за год на заработки из страны выезжает 5 млн. человек (как правило, это люди в возрасте 35—40 лет). В страны СНГ направляются преимущественно представители рабочих профессий — шахтеры, строители, водители, а в страны дальнего зарубежья — высококвалифицированные специалисты (научные работники, программисты, переводчики), моряки, молодежь, имеющая высшее образование и рассчитывающая на работу в сфере услуг. Больше всего трудовых мигрантов из Украины работают в Греции, Чехии, Словакии, на Кипре, в Германии и Швейцарии.

Один из главных побудительных мотивов миграции — более высокий уровень заработной платы в странах прибытия. В частности, на сельскохозяйственных работах он выше в 2—3 раза, в строительстве, на автотранспорте и в сфере услуг — в 10—12 раз, на морском транспорте, в программировании, образовании и здравоохранении — от 15 до 40 раз. В целом, по экспертным подсчетам, среднемесячные доходы граждан, работающих за границей, составляют свыше 2 млрд грн, что равно трети номинальных денежных доходов всего населения страны за год.

Межгосударственная трудовая миграция имеет немало положительных сторон: она помогает семьям мигрантов выжить в экономически сложный период; почти вдвое снижает уровень безработицы; значительная часть мигрантов повышает за рубежом свою квалификацию, осваивает новые профессии, современные технологии и системы организации производства.

И сейчас наше государство пытается влиять на миграционные процессы. Так, например, лицензии на посредничество в трудоустройстве получили 724 субъекта предпринимательской деятельности. Однако процесс лицензирования контролируется крайне слабо и его условия постоянно нарушаются. Это и другие проявления неурегулированности практических вопросов межгосударственной трудовой миграции служат причиной социальной незащищенности украинских граждан, работающих за границей. Из общего числа мигрантов менее 1 % (28 тыс. человек) работают легально, однако и они очень слабо

защищены. Из 10 заключенных межгосударственных соглашений о регулировании трудовой миграции фактически выполняются лишь соглашения с Чехией и Словакией.

На этом фоне Украина впервые за свою историю столкнулась с проблемой массового въезда на территорию страны иностранных граждан с довольно низким профессиональным и квалификационным уровнями. В последние годы в страну ежегодно въезжает на постоянное проживание около 200 тыс. иностранцев, что отрицательно сказывается на социально-экономической ситуации в государстве из-за отсутствия в нем достаточно сильной правовой и институциональной базы в области регулирования миграционных процессов.

Из этого очевидна актуальность принятия закона об иммиграции, без которого невозможно установить порядок прибытия в Украину иностранцев и лиц без гражданства с целью трудоустройства.

Отметим, что основой реализации миграционной политики Украины должна стать *Государственная миграционная программа на 2001—2005 гг.* Необходимой также является разработка проекта закона, который защитил бы интересы граждан Украины, работающих за рубежом.

Изложенные выше факты говорят о том, что для стабилизации миграционных процессов в Украине необходимо осуществить **следующие мероприятия:**

- ратифицировать ст. 19 Европейской социальной хартии с целью защиты прав трудовых эмигрантов и въезжающих в страну иностранцев;

- усовершенствовать правовое регулирование вопросов трудовой миграции;

- определить главную правительственную структуру, ответственную за состояние трудовой миграции в Украине (ею может стать Министерство труда и социальной политики Украины);

- активизировать подписание межгосударственных соглашений о взаимном трудоустройстве граждан, заключить межрегиональные соглашения о сезонном трудоустройстве граждан из пограничных регионов Украины и соседних государств;

- организовать контроль над работой предпринимательских структур, занимающихся посреднической деятельностью по трудоустройству украинских граждан за рубежом, на предмет соблюдения ими действующего законодательства;

— провести выборочные статистико-социологические исследования трудовой миграции для принятия соответствующих решений на государственном и региональном уровнях.

Выполнение этих и других задач позволит упорядочить миграционные процессы в нашем государстве и обеспечить социальную защиту трудовых мигрантов.

В.А. Комаров

*кафедра макроекономіки та державного регулювання
Київський національний економічний університет*

ДЖЕРЕЛА МІСЦЕВИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СИТУАЦІЯ В УКРАЇНІ

Здійснення субнаціональними органами влади запозичень із метою збалансування місцевих бюджетів або фінансування інвестиційних проектів є одним із найбільш суперечливих аспектів теорії організації міжбюджетних відносин. З одного боку, боргове фінансування розвитку місцевої інфраструктури дозволяє, по-перше, акумулювати ресурси, обсяг яких значно перевищує існуючий рівень бюджетних доходів, по-друге, рівномірно розподілити витрати між поколіннями, що будуть користуватися вигодами від місцевих інвестиційних проектів. Однак, з іншого боку, за умови слабкої інституціональної бази здійснення місцевих запозичень останні можуть перетворитися з фактора економічного зростання регіону в реальну загрозу макроекономічній стабільності країни в цілому.

Для здійснення запозичень субнаціональні органи влади можуть використовувати такі основні джерела:

- прямі запозичення з державного бюджету;
- запозичення через фінансових посередників, діяльність яких фінансується або контролюється державою;
- внутрішні та зовнішні ринки капіталу.

Позики з центрального або вищестоящого бюджету можуть надаватися як напряму, так і через фінансових посередників. Прямі запозичення, як правило, характерні для країн, де приватний ринок капіталу ще тільки зароджується або відсутній зовсім. Практика здійснення запозичень через державних фінансових посередників, таких як муніципальні фонди розвитку або державні банки комунального кредиту, отримала широке

розповсюдження в країнах Західної Європи та Латинської Америки.

Для органів місцевого самоврядування запозичення з державного бюджету є досить зручним та надійним інструментом мобілізації ресурсів. По-перше, вони, як правило, надаються на довгостроковий період та під нижчий за ринковий відсоток річних. По-друге, реструктуризувати такий борг значно простіше, ніж борг перед приватним позичальником. В результаті відсоток повернення таких кредитів є незначним, а тягар обслуговування субнаціонального боргу перекладається на державний бюджет. Взагалі позики з державного бюджету дуже часто мають політичний контекст, перетворюючись на ефективний засіб впливу держави на регіони.

До останнього часу головною причиною, яка стримувала розвиток ринку комунального кредиту в Україні, була відсутність відповідної інституціональної бази, насамперед законодавчої. Чи не єдиним нормативним актом, який більш-менш конкретно регулював боргові відносини на місцевому рівні, було Положення про порядок випуску та обігу облігацій місцевої позики, затверджене рішенням ДКЦПФР від 13 жовтня 1997 р.

Ситуація дещо змінилася у червні 2001 р., коли був прийнятий Бюджетний кодекс. Останній встановлює головні засади здійснення місцевих запозичень в Україні. Зокрема, кодекс визначає суб'єктів ринку муніципальних позик (виключно Верховна Рада Автономної Республіки Крим та міські ради), джерела запозичень (внутрішні, зовнішні — лише для міст із чисельністю населення понад 800 тис. мешканців), важелі адміністративного регулювання (спрямування запозичень до бюджету розвитку, обмеження видатків на обслуговування боргу 10 % доходів відповідного бюджету тощо), особливості покриття тимчасових касових розривів (термін позичок — до трьох місяців, заборона міжбюджетних позичок).

Серед інших проблем розвитку ринку місцевих запозичень в Україні можна виділити наступні: низька якість боргового менеджменту (класичний приклад — дефолт за Одеською муніципальною позицією 1997 р.); нерозвиненість вітчизняного інституту андеррайтингу та розрахунково-депозитарної структури; відсутність чіткого механізму відчуження майна, продажу та погашення боргів; низька ліквідність більшості муніципальних облігацій на вторинному ринку цінних паперів; інформаційна закритість ринку тощо.

З огляду на вищезазначене можна виділити наступні головні напрями розвитку ринку муніципальних позик в Україні:

— створення відповідної інституціональної бази (прийняття закону України про комунальний кредит та комунальні цінні папери, зміцнення фінансової бази органів місцевого самоврядування, розвиток інституту боргової застави, інфраструктури ринку місцевих запозичень тощо);

— диверсифікація джерел запозичень (розширення практики залучення ресурсів через кредитні спілки, фонди муніципального розвитку, комунальні банки; використання похідних муніципальних цінних паперів, стимулювання комерційного банківського кредитування);

— удосконалення організаційно-методологічної бази випуску та обслуговування місцевих запозичень (залучення фінансових, юридичних радників до процесу боргового менеджменту, забезпечення підзвітності емітентів, інформаційної відкритості ринку тощо).

Кредити, які залучають субнаціональні органи влади на внутрішніх та зовнішніх ринках капіталу, як правило, надаються у формі банківського комунального кредиту або облігацій муніципальної позики. Принципова різниця між ними полягає насамперед у тому, що банки, надаючи кредит, здійснюють за дорученням своїх клієнтів нагляд за його використанням та фінансовим становищем позичальника. Ця функція банків називається «делегованим моніторингом». Муніципальні облігації, у свою чергу, продаються напряму приватним позичальникам, домогосподарствам та фінансовим інститутам. В даному випадку функцію нагляду виконують спеціальні рейтингові кредитні агенції, найбільш відомі з яких є Moody's та Standard and Poor's.

Банківські позики можуть надаватися як спеціалізованими комунальними банками, так і комерційними або акціонерними банками. Засновником останніх є, як правило, об'єднання територіальних громад, а їх діяльність обмежується операціями із взаємного кредитування.

Муніципальні облігаційні позики поділяються на інвестиційні (житлові, виробничі, конвертовані), соціальні та ті, що покривають дефіцит місцевого бюджету. Залежно від характеру забезпечення, під яке випускаються облігації, вони поділяються на облігації загального покриття (загального боргу), дохідні й змішаного (подвійного) покриття. Перші забезпечуються коштами бюджету (окремими його статтями)

і майном (або частиною майна), що знаходиться у власності емітента. У світовій практиці розповсюдження отримав і випуск муніципальних облігацій під дохід від інвестиційного проекту, що мобілізують кошти під будівництво виробничих об'єктів із їх наступним продажем або здаванням в оренду приватним корпораціям. Забезпеченням по облігаціях третього типу виступають змішані активи, часто у комбінації з гарантіями третіх осіб (банків, страхових компаній, підприємств і організацій).

Адміністративне регулювання процесу здійснення місцевих запозичень зводиться насамперед до встановлення кількісних (граничний розмір місцевого боргу, відношення видатків на обслуговування боргу до доходів місцевого бюджету) та якісних (заборона зовнішніх запозичень, використання запозичень на капітальні видатки тощо) обмежень у законодавстві країни. Крім того, центральні органи влади можуть впливати на цей процес за допомогою економічних методів, а саме через встановлення чітких і прозорих стандартів обліку місцевих позик й підзвітності емітентів, розвиток інфраструктури ринку місцевих запозичень тощо.

У сучасній історії України ринок муніципальних запозичень робить лише перші кроки. Поки що явно недостатніми є як кількість проведених позик, так і їх обсяг. Так, станом на 01.01.2001 р. обсяг зареєстрованих Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку (ДКЦПФР) облігацій муніципальної позики становив лише 182 млн грн (або 1,3 % доходів місцевих бюджетів). У той час як у європейських країнах за рахунок позичок формується близько 10—15 % доходів бюджетів органів місцевого самоврядування. Вкрай обмеженою є практика надання муніципалітетам кредитних ресурсів вітчизняними та іноземними банками. Не отримав розповсюдження й обіг муніципальних векселів.

А. А. Кононенко, III курс
фінансового факультета
Харьковский государственный экономический университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ АОЗТ СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ «VELTA»

Конечный результат деятельности любой организации, а именно получение прибыли, зависит от того, как организована ее работа, как взаимодействуют структурные подразделения.

Для более подробного изучения данного аспекта автором была рассмотрена организационная структура управления страховой компании «Velta».

Компания функционирует на рынке страховых услуг около 7 лет, являясь достаточно прибыльной: занимает шестое место по активам и седьмое место по страховым платежам среди страховых компаний в г. Харькове. Если проанализировать структуру платежей, то более чем на 90 % они состоят из обязательных видов страхования. Например, обязательное страхование профессиональной ответственности нотариусов или обязательное страхование помещений на предприятии от огневых рисков, то есть классики страхования. Непосредственно добровольных видов, которые являются показателями популярности страховой компании у населения, у «Velta» очень мало. Почти вся ее деятельность заключается в том, что руководство компании подписывает договора с руководителями других предприятий.

Чтобы расширить спектр деятельности, что положительно скажется на конечной цели функционирования фирмы, автор исследовал организационную структуру компании (рис. 1), предложив усовершенствовать ее слабые стороны.

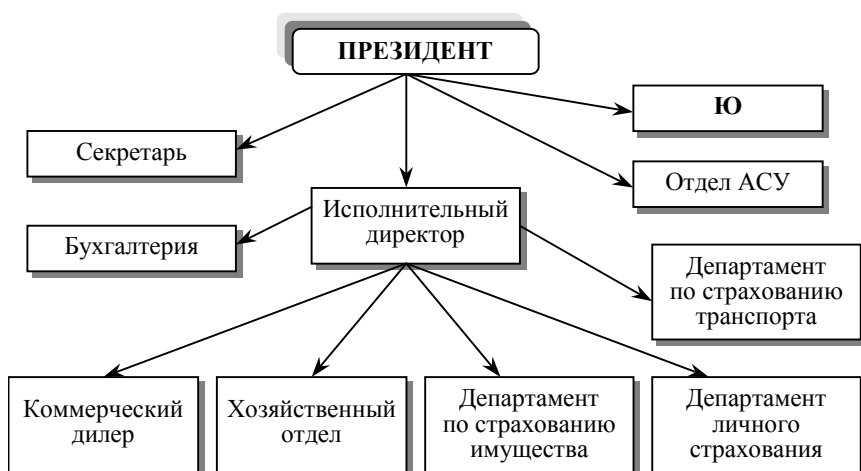


Рис. 1. Существующая ОСУ компаний

Как видно из рис. 1, в данной компании отсутствует отдел планирования и, соответственно, контроллинга, а ведь перед тем как начинать любую деятельность, необходимо ее спланировать. Планированием в данной компании занимается президент.

Исполнительный директор выполняет полномочия главы двух департаментов (временно), при этом на него возложены функции контроля за деятельностью компании и мотивации работников. Кроме организационных вопросов, он внедряет новые разработки, касающиеся непосредственно отдельных видов страхования.

На взгляд автора, основным недостатком организационной структуры данной компании является отсутствие четкой делегации полномочий. Основную массу работы выполняют президент и исполнительный директор компании.

Известно, что выживает только открытая система, а у закрытой очень скоро истощаются ресурсы, один или два человека не могут, вникая во все вопросы, эффективно координировать деятельность компании.

Интересным является также тот момент, что президент почти никогда не увольняет персонал. Этот аспект можно рассматривать неоднозначно. С одной стороны, положительно — людям предоставляется возможность реализовать себя, они уверены в своей работе, но, с другой стороны, эта уверенность может обернуться тем, что работники не боятся ее потерять.

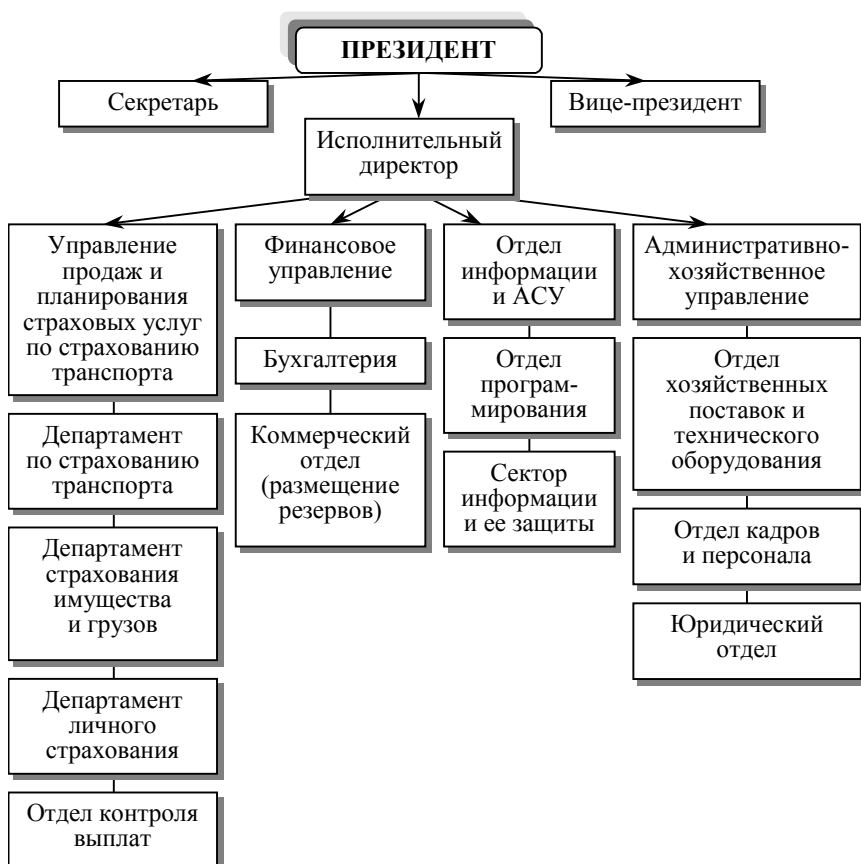


Рис. 2. Модель предлагаемой организационной структуры управления АОЗТ СК «Valta»

В процессе исследования организационной структуры управления компанией был выявлен ряд недостатков. Для более эффективной деятельности АОЗТ СК «Valta» автор предлагает:

- установить систему соподчиненности в руководстве компании. Для более эффективной организации трудового процесса необходимо разбить все отделы по отраслям (прилагаемая схема приведена на рис. 2);
- сформулировать цели и задачи руководителям среднего и нижнего звена с четким распределением обязанностей и ответственности, возложенной на них;

- усовершенствовать мотивацию работников.

Когда компания будет работать как система, тогда увеличатся СП по добровольным видам страхования. Можно будет уделить внимание маркетингу их отдельных видов, проведению различных акций. Сейчас об этом думать пока еще рано. Без четко налаженной управленческой структуры. Расширение деятельности компании может дать отрицательный результат.

Т. С. Курець, IV курс
факультету міжнародних економічних відносин
Львівська комерційна академія

ЗРОСТАННЯ ОБСЯГІВ ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Спад промислового виробництва в Україні тривав вісім років. Лише у 1999 р. відбулося нарешті його зростання (на 4 %). Хоч темп росту був і невеликий, але він засвідчив, що ситуація в промисловості справляє вирішальний вплив на стан економіки України в цілому. Однак слід визнати, що головною причиною зростання виробництва в 1999 р. була низька база для порівняння з показниками кризового 1998 р. У 2000 р. зростання обсягів промислового виробництва стало більш суттєвим і дорівнювало 13 %, а в 2001 р. досягнуло рекордного значення на рівні 19,5 %.

Нині Україна демонструє найвищі в СНД темпи росту промислового виробництва: в 1999—2001 рр. на фоні загального економічного зростання це забезпечило істотне скорочення (майже на 20 %) того спаду, що тривав від 1991 р. (рис. 1).

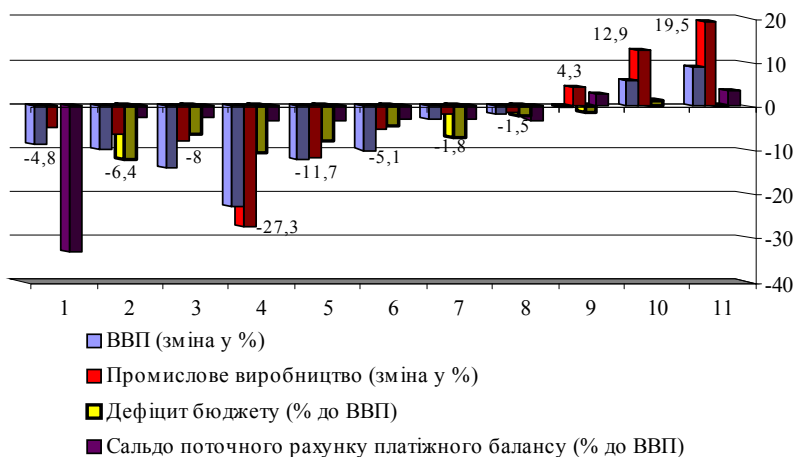


Рис. 1. Динаміка обсягів промислового виробництва в Україні на фоні основних макроекономічних показників у 1992—2001 рр.

Однак тенденція зростання виробництва не стала стійкою: у 2001 р. у п'яти місяцях із дванадцяти відзначався спад виробництва стосовно попереднього місяця. Якщо розглядати індекс промислового виробництва за галузями, то в більшості з них цей показник виявився нижчим, ніж в аналогічному періоді минулого року (табл. 1).

Таблиця 1

ІНДЕКС ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА В 2001 ТА 2000 роках ПО ВИДАХ ПРОМИСЛОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, %

Галузь	Індекс 2001 р. відносно 2000 р.	Індекс 2000 р. відносно 1999 р.
1	2	3
Промисловість України, загалом	114,2	113,2
Добувна промисловість	103,3	106,4
Видобуток енергетичних матеріалів	104,8	101,7
Видобуток неенергетичних матеріалів	100,2	118,4
Обробна промисловість	117,2	116,6
харчова	118,2	123,0
легка	113,8	136,4

деревообробна	128,0	156,5
---------------	-------	-------

Закінчення табл. 1

1	2	3
Целюлозно-паперова, поліграфічна, видавнича справа	118,2	131,7
Виробництво коксу і продуктів нафтопереробки	154,3	92,0
Хімічна і нафтохімічна	110,6	108,8
Виробництво інших неметалевих мінеральних виробів	114,4	107,7
Металургія й обробка металу	104,9	121,3
Виробництво і розподіл електроенергії, газу, води	102,6	98,2
Машинобудування	118,8	115,3

У цілому від початку 2001 р. спостерігалось уповільнення темпів росту промислового виробництва порівняно з даними 2000 р. Сьогодні обсяг промислового виробництва в цілому відповідає рівню 1994 р. і становить близько 66 % рівня 1990 р. Від 1990 р. ситуація в різних галузях промисловості розвивалася по-різному, про що свідчать дані табл. 2.

Таблиця 2

**ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ДЕЯКИХ ГАЛУЗЕЙ
ПРОМИСЛОВОСТІ НА КІНЕЦЬ 2001 року**

Галузь промисловості	Тенденція
Електроенергетика	Стагнація, обсяги виробництва з 1997 р. істотно не змінюються і дорівнюють майже 67 % рівня 1990 р.
Паливна	Стагнація, обсяги виробництва з 1995 р. істотно не змінюються і становлять близько 47 % рівня 1990 р.
Чорна металургія	Стійке зростання виробництва з 1998 р. Обсяги виробництва не перевищують 63 % рівня 1990 р.
Хімія і нафтохімія	Стагнація, обсяги виробництва істотно не змінюються з кінця 1996 р. і приблизно відповідають 44 % рівня 1990 р.
Машинобудування	Активне зростання виробництва з 2000 року. Обсяги виробництва наблизилися до рівня 1995 р. і

	становлять 49 % рівня 1990 р.
Деревообробна і целюлозно-паперова	Активне зростання виробництва з 1998 року. Галузь — абсолютний лідер за темпами росту в останні роки. Обсяги виробництва наблизилися до рівня 1990 р.

Закінчення табл. 2

Галузь промисловості	Тенденція
Легка	Стійке зростання виробництва з 1998 р. Обсяги виробництва приблизно відповідають рівню кінця 1994 р. і становлять близько 43 % рівня 1990 р.
Харчова	Стійке зростання виробництва з 1999 р. Рівень виробництва наближається до показників 1993 р. і дорівнює 61 % рівня 1990 р.

Найбільші темпи росту виробництва зареєстровані, зазвичай, у неенергоємних галузях, а стагнація — переважно в енергоємних. Цей факт свідчить про початок позитивних структурних зрушень у промисловості України, які в перспективі можуть стати чинником економічного піднесення.

Основними чинниками, що впливали на динаміку промислового виробництва в 2000—2001 роках, були:

- випереджальне зростання виробництва на підприємствах недержавної форми власності;
- ситуація на зовнішньому ринку;
- підвищення обмінного курсу долара протягом 1998—2000 років;
- зростання внутрішніх цін та тарифів;
- підвищення купівельної спроможності населення;
- віддача від збільшення інвестицій в основний капітал в останні роки за одночасного поліпшення технологічної структури інвестицій;
- збереження негрошових форм розрахунку.

Найважливішим чинником впливу на динаміку промислового виробництва в Україні залишається ситуація на зовнішніх ринках. І це не випадково, оскільки наша країна сьогодні спрямовує на зовнішні ринки понад 40 % промислової продукції. Зростанню експорту значною мірою сприяло досить активне здешевлення гривні з кінця 1998 до середини 2000 рр. За цей період гривня подешевшала більш ніж у 2 рази. Це підвищило конкурентоспроможність експортованої продукції, а відтак сприяло більш активному проникненню на зовнішні ринки українських товаровиробників. Проте з другої половини 2000 р.

почалася повільна ревальвація гривні, і чинник обмінного курсу долара вже не мав позитивного впливу на експортні операції.

Негативно позначилося на розвиткові українського експортного сектору і значне зниження в 2001 р. світових цін на певні види продукції, що експортує Україна. Насамперед це торкнулося металургійної продукції, яка є основною статтею українського експорту.

Окрім того, в 2001 р. негативно вплинуло на ситуацію в промисловості зростання тарифів на електроенергію, газ та його транспортування, підвищення цін на вугілля і тарифів на вантажоперевезення залізницею, користування аміакопроводом. Для різних підприємств тарифи збільшилися різною мірою, але підвищення цін було істотним для всіх. Найбільше постраждали енергоємні виробництва.

Погіршення ситуації на зовнішніх ринках та зростання внутрішніх цін призвели до того, що темпи збільшення експорту основних товарів почали скорочуватися. Одночасно неухильно зростав імпорт. Так, темпи росту експорту в хімічній промисловості, більшості підгалузей машинобудування, деревообробки, шкіряно-взуттєвої та харчової промисловості від початку 2001 р. скоротилися на 20—40 %.

Позитивним чинником, спроможним стимулювати зростання промислового виробництва, мало стати підвищення купівельної спроможності населення на внутрішньому ринку країни. Проте поки що чинник росту реальних доходів населення істотно не впливає на динаміку промислового виробництва з огляду на мізерний розмір цих доходів.

Одним із чинників, що впливає на стан промислового виробництва в Україні, продовжує залишатися збереження негрошових форм розрахунку (давальницька сировина і бартер). Саме цим користуються як постачальники, так і переробники сировини — з метою виведення значної частини продукції в тіньовий сектор.

Збільшення інвестицій в останні роки є найважливішою запорукою росту промислового виробництва і чинником довгострокової дії. Також важливим чинником росту промислового виробництва в Україні є реформування відносин власності і значна залежність від стану зовнішніх ринків. Слід зауважити, що Україна експортує в основному енергоємну продукцію, натомість імпортує енергоносії. А оскільки ціни на цю продукцію нееластичні, то коливання цін на зовнішніх ринках зумовлює виникнення серйозних проблем у основних

українських експортерів. До того ж внутрішній ринок поки що дуже слабкий, і навіть за умови своєї значної активізації не зможе поглинути й п'ятої частини продукції основних експортерів.

У даному контексті особливу увагу варто звернути на роль металургійного комплексу в економіці України. Тож металургія є головним постачальником валюти в країну. Однак висока енергоємність металургійної галузі є серйозною проблемою для України, бідної на енергоресурси. Крім того, на цю галузь припадає близько половини всіх залізничних перевезень, які до 2001 р. були збитковими. Враховуючи низьку еластичність цін на металургійну продукцію, українські виробники першими відчують несприятливі зміни кон'юнктури на зовнішніх ринках. До таких самих висновків можна дійти і стосовно хімічної промисловості України.

Таким чином, стан української промисловості є вкрай нестабільним. За сприятливого збігу названих чинників він може суттєво поліпшуватися, як, наприклад, у 2000 р. Однак погіршення названих чинників спричиняє спад промислового виробництва. У 2001 р. почалося падіння темпів росту промислового виробництва, яке, ймовірно, триватиме і в 2002 р. І так триватиме доти, доки кардинально не зміниться структура промислового виробництва, а внутрішній ринок країни не стане головною опорою для промислового виробництва в країні.

Т. В. Лебухорська, III курс
економічного факультету

Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича

РОЗВИТОК ТІНЬОВОГО СЕКТОРУ ЯК НАСЛІДОК ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ

Однією з найважливіших проблем української економіки є розширення обсягів тіньового сектора. За оцінкою Міністерства економіки в останні роки рівень тіньової економіки становив щонайменше 60 % офіційного рівня ВВП. При цьому критичною межею за міжнародними стандартами, перевищення якої загрожує економічній безпеці країни, вважається рівень у 30 % ВВП.

Щодо визначення терміну «тіньова економіка» думки вчених дещо розбігаються, проте узагальнити їх можна таким чином: це приховувані інституційними одиницями види діяльності, що офіційно не обліковуються державними органами та результати яких не включаються до макропоказників.

Тіньова економіка народжується на основі високих податків (чи їх існування взагалі) та необхідності збільшення соціальних витрат, що нерозривно пов'язано із загальним посиленням державного регулювання. Проте бізнесмени, які наважилися переступити межу легальності, керуються не лише матеріальними мотивами, а виправдовують свої дії зневірою у професіоналізм державних чиновників щодо вміння ефективно розпоряджатись державними коштами та сумнівами відносно чесності держави в цілому.

Загалом можна виділити такі групи причин зростання обсягів тіньової економіки:

— **адміністративно-правові**, основою яких є недосконалість чинного законодавства — високе податкове навантаження, нестабільність законодавства, зокрема податкового, велика кількість податкових пільг, надлишкова регламентація економічної діяльності, в тому числі різноманітних обмеження для підприємницької діяльності;

— **корупція** в державних органах й органах місцевого самоврядування та незахищеність суб'єктів господарювання від зловживань з боку чиновників усіх рівнів;

— **економічні** — високий рівень безробіття, низький рівень розвитку економіки в цілому.

Виділяють дві сектори тіньової економіки:

I. Економічна діяльність, яка є легальною, не приховуваною, але не підлягає оподаткуванню і не враховується офіційною статистикою (паралельна економіка). Тобто це діяльність, що не афішується з метою приховування її результатів від оподаткування. Сюди перш за все включаються домашні господарства, що виробляють товари та послуги для власного споживання. Проте ця складова не є дуже небезпечною. Значно більшу загрозу несе в собі та частина підприємств, які, користуючись недосконалістю чинного законодавства та наявністю в ньому багатьох «дірок», ухиляються від сплати податків.

II. Протизаконна діяльність (чорний ринок), яка може включати кримінальну діяльність, шахрайство, корупцію, нелегальне виробництво товарів і послуг, нелегальну

зовнішньоекономічну діяльність, в тому числі експорт капіталів, та ін.

Значне зростання розмірів тіньового сектору, що відбулося на початку 90-х років, спричинене політичною та структурною кризою в державі. Йому сприяла перш за все практична відсутність базового законодавства, яке б регулювало економічну діяльність у країні. Наймасштабніше зростання відбувалося у процесі приватизації державного майна, яка супроводжувалася безліччю незаконних операцій: розкрадання державної власності, незаконна передача майна комерційним структурам, заниження балансової вартості приватизовуваних об'єктів та ціни підприємств, привласнення держмайна, порушення порядку проведення конкурсів, торгів, аукціонів. Подібна ситуація спостерігалася при проведенні аграрної реформи — у процесі реформування КСП. При цьому незаконно списувалося майно і техніка — щезло більше 2 млн грн, розпродавалися основні фонди та товарно-матеріальні цінності за надто низькими цінами, а при розпаюванні землі списків власників ураховували мертвих осіб, осіб, що не були членами КСП та ніколи не займалися сільським господарством, у тому числі іноземців.

Найбільша кількість тіньових операцій має місце у торгово-посередницькій, кредитно-фінансовій, банківській та зовнішньоекономічній сферах, тобто саме там, де є можливість одержання швидких прибутків. На думку спеціалістів, саме фінансово-кредитна сфера сьогодні є найбільш криміногенною. В ній використовуються такі інструменти одержання тіньових доходів, як використання фальшивих грошей та платіжних документів, хабарництво, валютні спекуляції, відмивання грошей, шахрайство при проведенні вексельних розрахунків та з бюджетними коштами, створення фінансових пірамід, одержання кредитів за заниженими процентними ставками та ін. Значну небезпеку приховує в собі зростання масштабів позабанківського грошового обігу та кількості неконтрольованої банками готівки, адже паралельно із цим зростає частка готівкових операцій, які не можуть контролюватися державою та найчастіше відбуваються без сплати податків. За окремими підрахунками частка неконтрольованої грошової маси в Україні з 24,7 % у 1994 р. зросла до 44,4 % (8,6 млрд грн) у 1999 р.

Найбільш тінізованою галуззю національної економіки вважається ПЕК. В середині 90-х років експерти Світового банку досліджували взаємозв'язок між споживанням електроенергії в Україні та обсягом виробництва товарів і послуг. В результаті

виявилось, що при практично незмінному рівні споживання електроенергії офіційна статистика повідомляла про різке та стійке падіння виробництва, що, безумовно, свідчить про існування доволі сильної паралельної економічної структури.

Значно сприяє розвитку тіньової економіки натуралізація обміну, що ускладнює процес відстеження та оподаткування фінансових потоків. Хоча, з іншого боку, зростання частки бартерних операцій є реакцією підприємств на слабкість платіжної системи, а саме — недостатність існуючого обсягу грошової маси для обслуговування всіх платіжних операцій. Зокрема, в 1999 році обсягу грошового агрегату М2 становили 21,7 млрд грн, а реалізованої продукції — 332,8 млрд грн. Хоча держава й намагається монетизувати господарський оборот, проте результатам цього є лише зростання кредиторської заборгованості.

На жаль, сьогодні в економічній політиці держави переважають фіскальні пріоритети, спрямовані на збільшення доходів усіма можливими методами. Яскравим прикладом цього було введення однопроцентного збору з операцій по придбанню готівкової іноземної валюти на користь Пенсійного фонду України. Проте очікуваних грандіозних доходів цей збір не приніс, а лише призвів до переходу в тінь такої послуги як обмін готівкової валюти.

Крім того, держава намагається всіляко захистити збиткові підприємства від закриття з метою збереження робочих місць та певного рівня доходу. Зокрема, це здійснюється шляхом надання субсидій і податкових та інших пільг таким підприємствам. Одна, діяльність цих підприємств найчастіше не поживається, і вони продовжують існувати, не збільшуючи податкових надходжень, а лише відбираючи державні кошти. Все це збільшує податкове навантаження на інші діючі підприємства, які через важке фінансове становище теж змушені переходити в тінь. Підштовхує їх до цього ще й те, що вони не витримують конкуренції тіньовиків, які не сплачують податків і можуть встановлювати за рахунок цього нижчі ціни.

Зрозуміло, що наявність тіньової економіки вимагає боротьби з нею. Проте не можна оцінювати тіньову економіку лише з негативного боку, оскільки завдяки їй відбувається певне економічне зростання у країні в цілому. Саме діяльність у сфері тіньової економіки є дуже важливою для більшості українців, так як забезпечує їх вкрай необхідними робочими місцями. За окремими підрахунками, близько 70 % населення України отримує тіньові доходи, що й дає їм можливість підтримувати

певний життєвий рівень. Саме тому актуальним є переведення більшої частини тіньових підприємств у легальний сектор шляхом зменшення податкового навантаження та створення по справжньому сприятливих умов для їх функціонування в межах закону.

В.В. Леонова, IV курс
факультету міжнародної економіки і менеджменту
Київський національний економічний університет

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ БАНКІНГ В УКРАЇНІ

Розвиток банківської справи в Україні розпочався разом з її становленням як незалежної держави ще з 1991 році. Загальними тенденціями протягом всього періоду розвитку незалежної української банківської системи є поступовий розвиток розгалуженої системи комерційних та універсальних банків, які формують свою політику обслуговування споживачів на пропозиції таких послуг, як депозитні вклади, кредитування, інвестування, відкриття особистих рахунків в електронній формі тощо.

Інвестиційний банкінг є досить новим явищем у сфері банківських послуг в Україні і являє собою банківську політику щодо інвестування наявних грошових резервів у найбільш вдалі інвестиційні проекти за попередньою домовленістю з власниками цих грошових резервів (ними виступають як юридичні, так і фізичні особи, які відкривають рахунки у банку і на основі відповідно підписаного договору довіряють інвестування капіталу саме банку — з метою отримання більших відсотків і загального річного прибутку).

У розвинутій формі інвестиційний банкінг існує в Німеччині. Це країна, яка є прикладом вдало розвиненої банківської системи, з налагодженим механізмом надання усього спектру банківських послуг. Банківська сфера є визначальною рисою соціальноорієнтованої ринкової економіки Німеччини, більшість соціальних проектів фінансуються саме великими банками за підтримки з боку Федерального уряду.

Що ж до України, то основи інвестиційного банкінгу покладено в саму банківську діяльність. Банки відкрито чи приховано реінвестують «клієнтські гроші» задля отримання свого

підприємницького зиску, для задоволення свого комерційного інтересу. Саме на фазі реінвестування накопичених банківських резервів банк може скористатися нагодою переведення клієнтом великих сум на рахунки інших фірм і, затримавши вчасне здійснення банківської операції переказу, встигнути заробити гроші на цьому капіталі. При цьому відправник грошей не втрачає нічого (термін надання банківських послуг може тривати до 3 днів, отже, це має бути передбачено у договорі з одержувачем коштів), а одержувач фактично теж. Але банк встигнув вже реінвестувати ці гроші й отримав прибутки. Чим більшою була сума, тим більшим є банківський зиск. Це приклад прихованого інвестиційного банкінгу. Він існував та існуватиме завжди. Основна мета — отримання банком прибутків з грошей клієнта, а досягнення її можливе лише за швидкого реагування на останні тенденції валютного та інвестиційного ринків.

Відкрита форма інвестиційного банкінгу передбачає, що клієнт банку при укладенні угоди про відкриття рахунки, заздалегідь знає про існування можливості інвестування тимчасово вільних грошей на його рахунок, з нарахуванням відповідних відсотків та забезпеченням відповідного страхування його банківського капіталу: в разі банкрутства банківської установи клієнт отримує гроші в першу чергу.

Є ще одна форма інвестиційного банкінгу — відкритий інвестиційний банкінг, яка передбачає, що клієнт відкриває банківський рахунок саме для фінансування будь-якого фінансово привабливого інвестиційного проекту, який представлено в вигляді бізнес-плану з детальним розрахунком усіх очікуваних прибутків і грошових надходжень на всіх етапах його здійснення. При цьому в договорі надання банківської послуги передбачаються мінімальні строки для грошового внеску, коли клієнт не може одразу повернути собі всю суму вкладеного капіталу, обумовлюються відповідні відсотки та привілеї.

Наслідком реалізації такого виду банківських послуг, як інвестиційний банкінг у його прямій формі, є швидке впровадження усіх інноваційних технологій у сфері економіки, постійна участь банківського капіталу в грошовому обігу, яка приносить прибутки як банківській сфері, так і приватному і державному сектору (для приватного сектору прибутки виступають у вигляді відсотків на вкладений капітал, для державного сектору економіки — у вигляді обов'язкових відрахувань: прибутковий податок). Від інвестиційного банкінгу виграють також інші сфери: відбувається подальший

швидкий розвиток інфраструктури економіки, покращується її загальний стан.

Отже, розвиток банківської сфери інвестиційних послуг започатковано, вже існують деякі вдало реалізовані інвестиційні проекти.

Перспективою для розвитку інвестиційного банкінгу в Україні є подальше розширення існуючої пропозиції цієї банківської послуги за рахунок представлення нових інвестиційних проектів, надання більших гарантій для головних інвесторів — як дрібних, так і великих, якими виступають клієнти банку, залучення більшої кількості клієнтів до цієї послуги, популяризація послуги «інвестиційний банкінг» на основі надання детальної інформації для всіх бажаючих, проведення великих рекламних компаній саме для цього виду послуг.

М. Ю. Лозинська

*кафедра теоретичної економіки та економіки України
Національний університет «Львівська політехніка»*

РОЛЬ БЕНЧМАРКІНГУ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

У 90-х роках надзвичайно популярним стало таке поняття, як бенчмаркінг. Досить складно дати однозначне визначення бенчмаркінгу, оскільки існує багато його трактувань та визначень. Одні вважають бенчмаркінг наслідком розвитку концепції конкурентоздатності, інші — програмою з покращення якості, ще інші вчені розглядають бенчмаркінг як продукт японської бізнес-практики. Бенчмаркінг — це продукт еволюційного розвитку концепції конкурентоздатності, що пропонує розробку програми покращення якості продукції, який уперше з'явився у Японії. Основою бенчмаркінгу є порівняння продукту чи будь-якої іншої характеристики конкурента із продуктом компанії, що проводить аналіз, із метою підвищення конкурентоздатності останнього.

На заході бенчмаркінг уперше був використаний корпорацією Хегох у 1979 р. з метою подолання ринкових проблем, що були зумовлені зменшенням частки ринку. Корпорації необхідно було негайно прийняти вірне рішення,

оскільки іншого вибору у неї не було. Для встановлення причин ситуації, що склалася, було проведено порівняльний аналіз товарів конкурентів, встановлено та оцінено їх технічні характеристики і на цій основі розроблено ефективні рішення. На сьогоднішній день корпорація Хегох вважається визнаним лідером у використанні технологій бенчмаркінгу.

Оскільки мова йде про формування конкурентної переваги, важливо встановити базові об'єкти оцінки конкурентоспроможності компанії. Під вибором базових об'єктів для порівняння розуміють вибір в країні чи за її межами компанії-лідера у галузі. Така компанія повинна володіти певними параметрами, до них слід віднести: порівнянність характеристик продукції, що виробляється, відповідно до потреб, які вона задовольняє; розмірність сегментів ринку, для яких призначена дана продукція, а також фази життєвого циклу підприємства тощо. Іншими словами, здійснити порівняння можливо лише у тому випадку, коли обидві компанії задовольняють однакові потреби споживачів, які знаходяться у схожих сегментах ринку, при цьому вони повинні перебувати приблизно в однакових фазах життєвого циклу.

Також важливо правильно встановити критерії успіху діяльності компанії. Вони повинні відображати прогресивний розвиток компанії та давати повне відображення її стану. Як правило, до основних факторів успіху відносять величину прибутку, рівень витрат, обсяги продажу тощо. Слід не забувати й про «м'які» складові конкуренції (трудова етика, гнучкість та готовність до вдосконалення, мобільність робочої сили тощо). Система факторів повинна бути гнучкою та постійно вдосконалюватися відповідно до ситуації.

Окрім цього, важливим фактором успіху є конкурентний статус компанії. І. Ансофф трактує поняття конкурентного статусу як позицію компанії у конкуренції, як своєрідний показник становища фірми на ринку. Конкурентний статус фірми повинен характеризувати можливість досягнення компанією того чи іншого рівня конкурентної переваги. Ці можливості визначаються, з одного боку, стратегічним потенціалом фірми, з іншого — сукупним впливом детермінантів «національного ромба».

Для більшості компаній конкуренція носить глобальний характер, і не дивно, що, як правило, основна ціль компаній — досягнення світового рівня якості продукції. Бенчмаркінг є найкращим методом установаження цілей компанії, які будуть

відповідати вимогам світового ринку. Його з успіхом використовують в усіх сферах бізнесу — як у виробничій, так і в невиробничій. Компанії, що застосовують концепцію бенчмаркінгу, мають постійно слідкувати за тим, щоб політика, яка проводиться, була зрозумілою усім працівникам. Відповідальність за успішну реалізацію концепції необхідно розподілити між усіма працівниками компанії, які виконують роботу, пов'язану з підвищенням конкурентоспроможності організації. Важливим є те, що бенчмаркінг — це діяльність не однієї людини, а цілої команди, діяльність, котру необхідно обов'язково вносити у бізнес-план компанії.

Слід зазначити, що бенчмаркінг — це не тільки передова технологія конкурентного аналізу. По-перше, бенчмаркінг — це концепція, що стимулює розвиток компаній та їх безперервне самовдосконалення, а по-друге, це сам процес удосконалення. Це безперервний пошук нових ідей, їх адаптація та подальше використання у практичній діяльності. Важливо розуміти, що порівняльний аналіз конкурентів та розуміння необхідності змін не є заключними етапами процесу бенчмаркінгу, а навпаки, тільки першими кроками. Дуже важливим його компонентом є технологія ведення бізнесу та впровадження нових розробок.

Порівняння результатів діяльності компанії з результатами основних конкурентів не є новою ідеєю. Воно не обмежується збором інформації про конкурентів, їх товарний асортимент та ціни — що є завданням оперативного маркетингу. Бенчмаркінг є інструментом менеджменту, який використовується для виявлення можливостей вдосконалення, визначення об'єктів удосконалення, стимулювання безперервності цього процесу з метою досягнення конкурентних переваг.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КУРОРТНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Одним із вимірів демократичних та ринкових засад розбудови країни є рівень розвитку її регіонів. Щодо України, то в ній фактично реалізується політично-адміністративна концепція управління, а не регіональна, як того вимагає час. І підтвердженнь тому чимало: соціально-економічний розвиток регіонів знаходиться в повній адміністративній та фінансовій залежності від центральних органів державного управління; в політико-правовому плані, стабільній та ефективній роботі регіональних адміністрацій, заважає правова невизначеність їх статусу; проблема розробки територіального планування та прогнозування, ефективності впровадження державних цільових програм розвитку окремих регіонів, територій і мало залежить від результатів господарювання і обсягу виробленого валового регіонального продукту.

Сьогодні для розбудови національної економіки найбільш актуальним питанням постає проблема розробки програми соціально-економічного розвитку регіонів і територій, які мають потенційну можливість забезпечення подальшого реформування та покращення функціонування курортної сфери.

На мою думку, рівень розвитку таких регіонів безпосередньо залежить від наступних складових:

- збалансованість законодавчої бази щодо курортно-рекреаційних територій;
- управління фінансами та розробка державних програм стосовно курортів;
- присвоєння курортного статусу регіонам, які мають рекреаційний потенціал.

1. Стосовно законодавства варто відзначити відсутність чіткої правової визначеності меж державного регулювання курортної сфери, що завдає значних збитків курортним ресурсам та альтернативним втратам. Відновленню курортних ресурсів та управлінню стратегічними запасами природних лікувальних засобів держава надає перевагу стягненням коштів за їх використання та штрафів за різноманітні порушення рекреаторів курортних послуг.

У законодавчому процесі має місце правова невідповідність віднесення курортно-рекреаційних земель та управління цим фондом: відокремлюються курортні та рекреаційні території як такі, що особливо охороняються, а містобудівне законодавство України не визначає порядок їх правової охорони при здійсненні містобудування та архітектурної діяльності. Екологічна проблема враховується тільки у первинному плануванні міст та населених пунктів, у тому числі й курортних.

Щоб виправити таке становище, необхідно розробити та прийняти законодавчі акти, які враховували б особливості містобудування та архітектурну діяльність на курортно-рекреаційних територіях для збереження навколишнього середовища.

2. Донедавна управління фінансами місцевого самоврядування зводилося переважно до «вибивання» фінансування з центру, розподілу бюджету і контролю за цільовим використанням бюджетних коштів. На сьогодні відбувається трансформація управлінських функцій органів місцевого самоврядування, детермінована дією низки чинників макрорівня та регіонального рівня.

Зокрема, актуальними залишаються питання законодавчого розмежування фінансового забезпечення власних і делегованих повноважень у бюджетах територіальних громад; встановлення та дотримання нормативів бюджетної забезпеченості на одного жителя та закріплення таких нормативів на період повноважень ради; спрямування доходів від міських податків і зборів виключно до бюджету розвитку відповідної території; закріплення за бюджетами територіальних громад у повному обсязі податку на доходи громадян тощо.

У функціональному аспекті управління фінансами місцевого самоврядування стосується управління процесами формування, розподілу та використання фінансової основи місцевого самоврядування. Об'єктами фінансового менеджменту місцевих рад щодо наповнюваності дохідної частини є, з одного боку, підприємства некомунального сектору економіки, що мають державний, приватний чи корпоративний правовий статус і забезпечують лівову частку надходжень фінансових ресурсів до місцевих бюджетів, а з другого, — комунальна власність міста, землі, природні ресурси, рухоме та нерухоме майно, частка в майні підприємств та інші активи територіальної громади.

В основі розподільчих процесів на рівні міст і міських поселень має діяти принцип розмежування фінансування

соціальних програм розвитку міст. Особливої гостроти набуває проблема фінансового забезпечення реструктуризації економіки курортних міст, модернізації готельно-фонду, реконструкції доріг, реформування комунального господарства, реанімації морського пасажирського та авіаційного портів із налагодженням відповідного транспортного сполучення, створення сучасної індустрії розваг і дозвілля.

3. Отримання статусу загальнодержавного курорту відкриває можливості отримання економічної та фінансової підтримки з боку держави щодо розвитку оздоровчих і рекреаційних земель та курортної галузі в цілому.

Не варто забувати й про зворотний бік законотворення. Адже отримання статусу загальнодержавного курорту дозволить формувати повновартісний бюджет, мати при цьому додаткові аргументи та важелі адміністративного та фінансового впливу. З іншого боку, підвищення статусу певної території, зростання її іміджу серед потенційних туристів-курортників має позитивний вплив на розвиток широкого спектру послуг лікування, реабілітації та профілактики, проживання, харчування, відпочинку, розваг та дозвілля.

Отримання статусу курорту загальнодержавного значення вимагає вирішення складних та капіталомістських проблем вітчизняних курортів: екологічної санації території існуючої курортно-рекреаційної забудови та реабілітації курортних територій, реконструкції існуючих і будівництва нових оздоровчих та лікувальних закладів, реконструкції вокзалів та зовнішнього транспорту, розбудови внутрікурортної інженерно-транспортної інфраструктури, створення індустрії відпочинку та розваг на вітчизняних курортах, досягнення конкурентних переваг у наданні послуг та активної маркетингової політики по просуванню курортних послуг на внутрішньому та зовнішньому ринках.

***В. М. Мазярчук, магістрант МЕВ
Львівська комерційна академія***

ЕКОНОМЕТРИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ ПОЛІТИКИ ОБМІННОГО КУРСУ НА ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ МЕТАЛУРГІЙНОГО КОМПЛЕКСУ В УКРАЇНІ

Опис даних. Для емпіричного тестування впливу факторів на виробництво окремих видів продукції металургійної промисловості використано місячні дані за період січень 1996 — серпень 2001 року. *Обсяги виробництва сталевих труб* (тисяч тонн) та *готового прокату* (тисяч тонн) отримано з оперативних даних Міністерства статистики. Дані очищені від сезонності за допомогою методу ковзної середньої. *Світові ціни на продукцію металургії* (індекс, 1995 = 100), отримано з довідкового видання Міжнародного Валютного Фонду International Financial Statistics. *Баланс бюджету* (% ВВП), очищений від сезонності за допомогою методу ковзної середньої, отримано з «Тенденцій української економіки». *Індекс цін промислової продукції* (компонований показник: індекс цін виробників за період 1996—1998, 2000—2002 рр. та індекс цін продукції металургії, % до попереднього періоду), отримано з «Тенденцій української економіки» та «Україна в цифрах». *Обмінний курс* (гривня до долара США) взято з «Тенденцій української економіки».

Економетричне оцінювання. Оцінювання впливу зазначених факторів на виробництво продукції металургії (готового прокату та сталевих труб) здійснено згідно з методикою, запропонованою EERC. Статистична модель представлена формулою 1.

$$Metalurgy = a_1 + a_2 \sum E + a_3 \sum P^* + a_4 \sum PPI + a_5 \sum BD + \varepsilon \quad (1)$$

Динаміка обмінного курсу (із середини 1996 р.) до серпня 1997 р. мала негативний вплив на виробництво готового прокату в Україні (рис. 1).

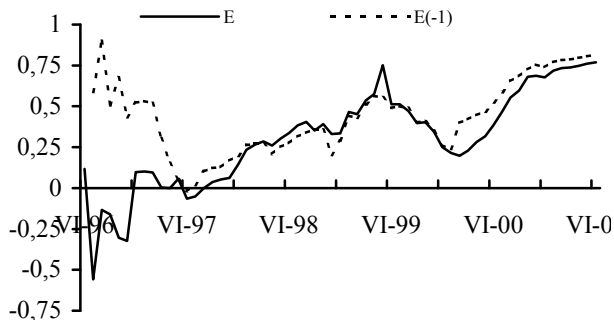


Рис. 1. Вплив динаміки обмінного курсу на виробництво готового продукту

Незважаючи на те, що даний показник не набуває статистичної значущості, грошова реформа вересня 1996 р. поруч із незначною ревальвацією обмінного курсу спричинила загальну економічну стабілізацію та зменшила очікування негативного впливу можливого знецінення грошової одиниці. Знецінення гривні у період червень 1996 — серпень 1997 рр. негативно вплинуло на виробництво готового прокату, але мало позитивний вплив на виробництво з лагом у один місяць, коефіцієнт набуває статистичної значущості тільки в серпні 1998 р. Виробництво готового прокату формувалося, виходячи з очікувань динаміки обмінного курсу купоно-карбованця. З липня 1997 р. направленість впливу обмінного курсу поточного та лагового значення набуває однакового позитивного характеру. Поступове знецінення гривні позитивно впливає на виробництво готового прокату в Україні, вираженого в абсолютних показниках (тис. тонн), хоча показник не є статистично значущий. Статистична значущість поточного значення обмінного курсу на рівні 10 % визначається у червні 1998 р. і триває упродовж трьох місяців до серпня 1998 р.

Втрата значущості пов'язується з фінансовою кризою в Росії та значною девальвацією рубля. Незважаючи на дану тенденцію, політика обмінного курсу не впливає на реальне виробництво вирішальним чином протягом перших місяців, проте ефект від знецінення гривні проявлявся у збільшенні коефіцієнта при показнику обмінного курсу. Крім того, набув значущості фактор — з 10 у січні до 1 %, у квітні 1999 р. — коли був досягнутий максимальний позитивний ефект від знецінення гривні. У період з квітня зменшується позитивний ефект від девальвації як наслідок незначної ревальвації гривні проте, навіть ураховуючи подальшу її девальвацію, позитивний ефект не посилювався. Як наслідок зміцнення гривні, починаючи з лютого 2000 р. зростає обсяг виробництва продукції металургії, показник має тенденцію до нарощування.

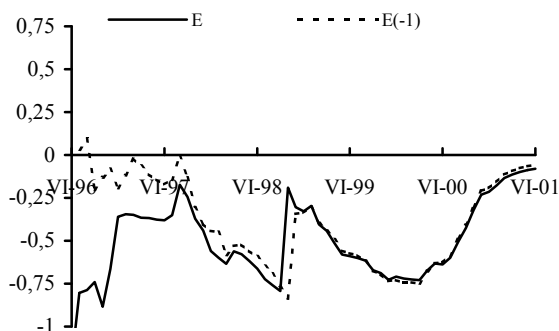


Рис. 2 Вплив знецінення гривні на виробництво труб

На рис. 2 зображено вплив знецінення гривні на промислове виробництво труб в Україні. До середини 1997 р. спостерігається неоднаковий вплив динаміки обмінного курсу поточного та лагового значення на виробництво. Поточне значення показника знецінення гривні до листопада 1996 р. має негативний статистично значущий вплив на виробництво труб (з тенденцією до зменшення від'ємного значення до серпня 1997 р.) із втратою негативного статистичної значущості (до вересня 1997 р.).

Поступова девальвація гривні у липні 1997 — серпні 1998 рр. негативно впливала на виробництво продукції трубної промисловості. Проте раптове знецінення з 2,89 до 3,53 гривні за долар призвело до зменшення негативного впливу на реальне виробництво від девальвації гривні. У вересні 1998 р. негативний вплив від зниження курсу знизився у 4,14 раза — з негативного статистично значущого коефіцієнта на рівні $-0,792$ (серпень 1998 р.) до нестатистично значущого — $0,191$ (вересень 1998 р.).

Подальша політика стабілізації обмінного курсу упродовж наступних п'яти місяців дала позитивний результат, хоча коефіцієнт нестатистично є значущим. Девальвація у березні призвела до поглиблення спаду реального виробництва продукції трубної промисловості, оскільки збільшився негативний вплив на нього обмінного курсу.

Починаючи з березня 2000 р., політика обмінного курсу характеризується як підтримка урівноваженого (фіксованого, зі здійсненням інтервенцій НБУ) недопущення надмірного зміцнення обмінного курсу. Як наслідок такої політики,

спостерігається зменшення негативного впливу обмінного курсу на реальне виробництво продукції трубної промисловості.

Висновки. На сучасному етапі розвитку економічної теорії політику обмінного курсу починають відносити до фундаментальних чинників, які визначають макроекономічну політику країни.

У роботі досліджувався вплив політики обмінного курсу в Україні на виробництво продукції у металургії, секторі зовнішньої торгівлі, частка якого на початок 2002 р. у структурі промислового виробництва становила 27,4 %. Для емпіричного оцінювання впливу вибрано виробництво готового прокату та труб. Протягом 1996—2002 рр. коливання курсу гривні не мало однозначного впливу на реальне виробництво цих товарів. Зокрема, знецінення гривні, починаючи із середини 1997 р., позитивно вплинуло на виробництво готового прокату, в той час як воно скоротило виробництво продукції трубної промисловості. З початку стабілізації та незначного зміцнення гривні (березень 2000 р.) гальмуються темпи скорочення виробництва продукції трубної промисловості, а обсяги виробництва готового прокату збільшуються.

***Д.О. Малінко, III курс**
факультету економіки та управління
Київський національний економічний університет*

МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО АНТИКРИЗОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Економічна система — це динамічне явище, яке, розвиваючись, постійно змінюється. А зумовлено це тим, що процеси розвитку економіки мають циклічний характер, тобто на зміну одній фазі обов'язково приходить наступна. Так виділяють 4 фази: депресія, криза, пожвавлення, пік. Якою б стабільною економіка не була, ці 4 фази неодмінно змінюватимуть одна одну. Кожна з цих стадій є важливою, однак найбільш значуща фаза кризи. З одного боку, вона загострює соціально-економічні протиріччя, а з другого — є одним зі способів їх розв'язання.

Людство стикалося з кризами упродовж усіх етапів сучасного розвитку, але спочатку ставилося до них як до стихійних лих. Криза 1929—1933 рр. була настільки загрозливою, що науковці

почали розробляти теоретичні концепції та на їх основі — механізми антикризового державного регулювання. Одну з перших таких концепцій та сукупність практичних рекомендацій розробив Дж. Кейнс, який на сьогодні вважається основоположником теорії антикризового державного регулювання.

Криза — це надзвичайно різнобічне, суперечливе явище. Сьогодні криза визначається як порушення руху економічного розвитку, загальний або частковий розлад економічної системи, що виражається у дисбалансі її окремих підсистем, загостренні соціально-економічних протиріч. Двох ідентичних криз не буває, кожна з них відрізняється неповторним сполученням факторів і їх проявів. На сьогодні це явище продовжує вивчатися і тому до формування всебічної, достатньо повної теорії криз і шляхів їх подолання ще далеко. Але можна виділити декілька вихідних положень, що узагальнюють спостереження сотень траєкторій виходу з економічних криз та результати теоретичних досліджень.

Перше пов'язане з аналізом процесу переходу від однієї фази до іншої через зміни у динаміці інвестицій. За такого підходу основною рушійною силою є інвестування. І коли вона (сила) починає діяти, то веде за собою всі інші галузі економіки. Отже, для виходу з кризи необхідно перш за все сприяти створенню умов для збільшення обсягів інвестицій; це і вважається вихідним пунктом програми антикризового регулювання.

Друге — першооснова зміни фаз циклів і коливань інвестицій—зміна попиту, і перш за все попиту на кінцевий продукт.

Практика виходу з кризи підтверджує, що звичайно поживавлення починається з розширення попиту на споживчі товари та послуги, замовлень у сфері житлового будівництва; це створює передумови для збільшення попиту на виробництво засобів виробництва для цих секторів, збільшення інвестицій, зайнятості, а отже, й додаткового розширення споживчого попиту. Таким чином запускається ланцюговий механізм поживавлення економіки або так званий ефект доміно зі зворотнім знаком.

Згідно з третім положенням економічний цикл зводиться, по суті, до відпливу й припливу нововведень і тим наслідкам, до яких це приводить. Відмітним за такого положення є те, що інвестиції при переході від фази депресії до фази поживавлення

можуть виконати свою роль в тому випадку, якщо вони направлені на реалізацію *базових інновацій*.

На сьогодні, як правило, появу кризових явищ пов'язують з біржевим крахом. Спекуляції на фондових ринках провокують кризу. Тому сучасні антикризові програми також включають у себе активне використання цих регуляторів. Але не варто їх абсолютизувати, перебільшувати їх роль при виході з кризи: без радикальних змін у структурі та технічній базі реального сектору перехід до поживлення вважається нереальним. Ігнорування цього визнається науковцями «ахіллесовою п'ятою» монетаристів.

Держава не є пасивним стороннім спостерігачем циклічних коливань; вона страждає від кризи і зацікавлена в більш швидкому переході до фази поживлення. Вона стає ініціатором та рушійною силою здійснення антикризових програм. Виходячи із зазначених вище причин, що викликають кризу, можна визначити основні сфери державного втручання. Це, передусім, обсяги інвестицій, інновації, ефективний попит і фондовий ринок.

Державне антикризове регулювання реалізується також за допомогою різноманітних довгострокових програм, що здійснюються при бюджетній підтримці й стають імпульсом для поживлення економіки.

На сьогодні беззаперечно визнається той факт, що без ефективної державної політики неможливий стійкий розвиток як в економічній, так і в соціальній сфері.

В умовах кризи також особливого значення набуває державне нормативне регулювання у сфері соціальних цінностей. Це втручання держави зумовлене об'єктивною необхідністю підтримки в екстремальних ситуаціях ефективності й справедливості ринку, в отриманні споживачами необхідної та достовірної інформації. Таке регулювання з боку держави необхідне у зв'язку з ростом небезпечних для здоров'я й життя людей причин.

Винятково важлива роль держави у регулюванні таких сторін соціального життя, як зайнятість, трудові відносини, сприяння розвитку домогосподарств та інших суб'єктів ринку. Вона виконується за допомогою широкого арсеналу законодавчих та адміністративно-правових заходів, політики цін і тарифів, податків, соціальних трансфертів, екологічних правил.

Аналіз підсумків реформ в Україні за минулі роки свідчить, що вихід із кризи й успішний розвиток економіки без її суцільної

гуманізації, повороту до потреб людини, розвитку її здібностей і творчого потенціалу неможливий. Інституціональна діяльність держави повинна максимально сприяти інтеграції соціальних стимулів розвитку суспільного виробництва з його природним призначенням задовольняти потреби людей.

До державних антикризових заходів, як правило, відносять:

- вплив на кредитно-грошову сферу для запобігання біржової паніки, надмірної кількості банкрутств;
- розширення державних замовлень, організацію громадських робіт, збільшення обсягів експорту та освоєння нових зарубіжних ринків, захист внутрішнього ринку;
- активну соціальну політику (збільшення витрат на виплати безробітним, на створення нових робочих місць і перепідготовку персоналу).

Реалізація таких заходів має сприяти закінченню фази кризи та переходу до фази пожвавлення через короткострокову депресію.

Національні механізми виходу з кризи, переходу до стадії депресії та підйому, на нашу думку, мають включати в себе наступні елементи:

1) реалізацію економічної політики, яка б сприяла підвищенню темпів економічного зростання;

2) формування теоретичної основи для вирішення довгострокових завдань, яка, на нашу думку, має складатися із основних положень **інноваційної теорії, кейнсіанства, теорії пропозицій для пожвавлення виробництва**;

3) здійснення стратегії захисту внутрішнього ринку та національного виробника за допомогою політики протекціонізму через механізми державного замовлення, дотацій, квот, акцизів, державного регулювання цін на стратегічно важливі товари, певної корекції цін на сільськогосподарські та промислові товари;

4) надання пріоритетного значення науково-технічній та технологічній політиці. Основою розвитку має стати інноваційний та інвестиційний процес на основі власних ресурсів та заощаджень населення. Це дозволить:

- сформувати необхідні передумови для становлення в Україні моделі іноваційного розвитку;
- продовжити процес формування необхідних ринкових інститутів для утвердження основ сучасних розвинених ринкових відносин;

- покращити існуючий інвестиційний клімат через введення механізмів запобігання розвалу банківської системи. Для цього доцільним є запровадження процедури вибіркової фінансової підтримки ряду найважливіших банків, у разі необхідності провести тимчасову націоналізацію ряду комерційних банків, жорстко контролювати операції з цінними паперами, зацікавити національних інвесторів, здійснити проведення політики стимулювання наданням кредитів комерційними банками вітчизняним підприємствам.

Активізація інвестиційної діяльності, формування ефективного попиту також сприятиме, на нашу думку, продовженню інституціональних реформ, а саме прийняттю нового податкового кодексу, згідно з яким система податкових платежів має бути спрощена — це дозволить знизити ступінь віртуалізації національної економіки. Зниження відсоткових ставок податків, з одного боку, сприятиме збільшенню обсягів податкових надходжень до бюджету, а з іншого — стимулюватиме споживчий попит, а отже, розвиток виробництва.

Таким чином, основними сферами державного впливу мають бути: інвестиції; інновації; ефективний попит; фондовий ринок.

Проведення державою активної політики сприятиме формуванню необхідних передумов для переходу економіки до фази пожвавлення.

По об'єктах	За тривалістю	За територією
Спосіб виробництва	Короткострокові (4—5 років)	Індивідуальні
Виробничих сил	Середньострокові (раз у 8—10 років)	Локальні
Виробничих відносин	Інвестиційні (раз у 20 років)	Національні
Структури відтворення	Довгострокові (раз у 40—60 років)	Регіональні
Окремих сфер відтворення	Вікові—кризи способу виробництва (раз у кілька століть)	Світові

Рис. 1. Класифікація економічних КТУ за основними ознаками

О.О. Мельникова, III курс
факультету міжнародних економічних відносин
Львівська комерційна академія

НЕОБХІДНІСТЬ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день у вітчизняній економіці в доповнення до традиційних чинників, що визначають позицію підприємства на ринку (висока ефективність виробництва, здатність і стійкість до цінової конкуренції), з'явилися нові — інноваційні, значення яких дедалі зростає, і не враховувати їх неможливо.

Інновацію можна розглядати як такий техніко-економічний процес, який відбувається в суспільстві і через практичне використання ідей і винаходів призводить до створення найкращих за своїми властивостями виробів і технологій, чия поява на ринку може дати додатковий дохід. За своєю суттю економічна інновація, орієнтована на прибуток, охоплює всі види діяльності — від наукових досліджень і розробок до маркетингу. Основними етапами інноваційного процесу є:

- ✓ дослідження
- ✓ розробка
- ✓ підготовка до виробництва
- ✓ виробництво
- ✓ збут.

Для запровадження результатів наукових досліджень необхідні значні фінансові кошти. Часто фінансування на стадії досліджень і розробок здійснюється без урахування характеристики інноваційного процесу як неперервного, єдиного цілого. При запровадженні

нововведень на підприємствах України часто застосовують принцип розподілу інноваційних витрат, розроблений комітетом «Черпі-пенел» за дорученням Міністерства зовнішньої торгівлі США ще в 1976 р. Аналіз наведених у табл. 1 даних свідчить про те, що найбільших затрат в інноваційному процесі потребує етап підготовки до виробництва — 40—60 %, оскільки на цьому етапі відбувається заміна обладнання, зміна використовуваних технологій, а це вимагає значних капіталовкладень. Для полегшення планування витрат фінансових ресурсів на цикл «Дослідження—розробка—виробництво» в практиці на українських підприємствах часто використовують дуже спрощене співвідношення 1 : 10 : 100. Для прикладу: в США це співвідношення становить 1 : 2 : 11. Загалом можна зробити висновок: етап підготовки виробництва потребує затрат фінансових ресурсів (капітальних вкладень), що у 2—5 разів перевищують затрати на етапі досліджень.

Затрати часу на інновації змінюються залежно від стану технічного й технологічного рівня, здатності виробництва адаптуватися до нововведень, а також від зовнішніх економічних умов. Тривалість інноваційного циклу в промислово розвинених країнах становить 5—6 років, у середньорозвинутих — 5—26, а в країнах, що розвиваються, — 15—25 років. Чим розвинутіша промисловість країни, вища її здатність до адаптації, тим менше часу необхідно для підготовки й реалізації інновації. В умовах перехідної економіки, коли держава не в змозі адекватно реагувати на стрімкі зміни зовнішнього середовища, запровадження нововведень може затягнутися на досить довгий період.

Таблиця 1

СТРУКТУРА І ТРИВАЛІСТЬ ЗАТРАТИ

Стадія інновації	Затрати, %	Час, років
1. НДР, усього у тому числі:	15—30	3—5
Пошук мети	1	_____
Дослідження (розроблення) базового винаходу	5—10	2—3
Розробки	10—20	1—2
2. Підготовка до виробництва (капітальні вкладення)	40—60	1

3.Організація виробництва	5—15	1
4.Організація збуту	10—25	1

Як свідчить досвід зарубіжних та вітчизняних товаровиробників, пошуки шляхів збільшення прибутку тільки за рахунок зниження затрат виробництва традиційної, часто застарілої продукції є неперспективними і призводять до значних збитків чи банкрутства. В той самий час зниження цін з метою підвищення конкурентоспроможності (особливо застосування агресивних цінових стратегій) здатне підштовхнути конкурентів до різких заходів, на які адекватної відповіді можна і не знайти. Особливо це стосується роботи на зарубіжних ринках (так, можна згадати ситуацію з експортом металу до США, коли українських товаровиробників «підвели» під антидемпінгове законодавство).

Процеси ринкової трансформації, що відбуваються в економіці України, спричинили появу таких тенденцій:

- ✓ часті зміни потреб і запитів споживачів, все більше їхня диференціація, що викликано розмежуванням споживачів за рівнем доходів і призводить до більшої спеціалізації та зменшення обсягів серійного виробництва багатьох товарів;

- ✓ зміни пропорцій між затратами на виробництво продукції та витратами на її збут на користь останніх;

- ✓ перехід окремих підприємницьких структур на інноваційний шлях розвитку, впровадження новаций (нових технологій, нових товарів, нових методів організації їх виробництва та збуту й інше) в загальний обсяг прибутку, який отримується.

Україна, щоб вийти з економічної кризи і не відстати назавжди від країн Заходу, поставлена перед необхідністю інтенсифікації інвестиційної й інноваційної політики.

На сучасному етапі вже досить багато фірм, які, маючи необхідний стартовий капітал, не можуть досягти економічних результатів. Причина в тому, що вони не приділяють значної уваги саме інноваціям, концентруючи свою увагу лише на інвестиційному процесі. Пріоритет інновацій проявляється в довгостроковій перспективі саме в одержанні максимального прибутку від використання ноу-хау, тому необхідним є визначення правильного співвідношення між цими двома категоріями.

Щоб цього досягнути, необхідно вжити таких заходів:

- ✓ підготовка, організація та управління виробництвом, постачанням і збутом згідно з підходами, що базуються на всебічному багатофакторному аналізі кон'юнктури ринку, прогнозування

напрямів і темпів її розвитку, в тому числі під впливом чинників НТП;

✓ виявлення існуючих ринкових можливостей інноваційного розвитку;

✓ вибір оптимальних варіантів, враховуючи наявний потенціал конкретного підприємства і зовнішні умови господарювання, визначення ділянок ринку для їх реалізації.

И.В. Мильченко, IV курс
экономического факультета
Украинский государственный
химико-технологический университет

ВОПРОС О НЕОБХОДИМОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ МОНИТОРИНГА ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ПРОГРАММ МУНИЦИПАЛЬНОГО РЕФОРМИРОВАНИЯ

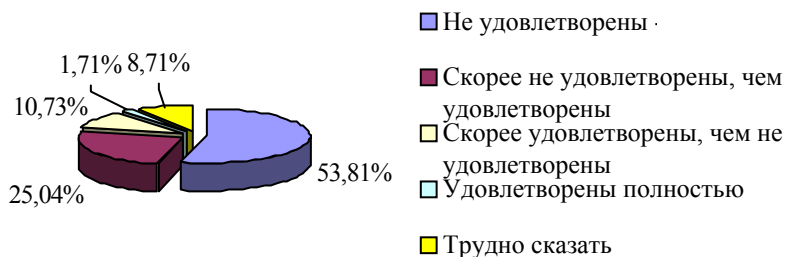
Сегодня все более значимой становится роль местной администрации в решении проблем жителей городов и поселков. Круг проблем, которые должны решать местные власти, достаточно широк. Сюда относятся вопросы здравоохранения, среднего и профессионального образования, область работы муниципального транспорта, деятельность жилищно-коммунальных служб города и прочие проблемы. Необходимо внедрять в практику новые подходы в определении первоочередных задач, волнующих население, подходить к решению проблем, используя современные технологии, в основе своей имеющие научные разработки. Одним из методов выявления и своевременного реагирования на проблемы, возникающие при управлении на местном уровне, является система мониторинга общественного мнения, способная отслеживать меняющиеся с течением времени потребности населения города, определять точки наибольшего социального напряжения и проводить программу действий, наиболее мягко преодолевающих имеющиеся в сфере того или иного города негативные явления.

Система мониторинга общественного мнения широко используется в большинстве стран для разработки и корректировки государственных программ как на региональном, так и на общегосударственном уровне. Например в Российской Федерации Всероссийский центр изучения общественного мнения совместно

с Министерством Труда регулярно проводит мониторинг общественного мнения по таким темам, как демографические проблемы, уровень жизни, политическое поведение и прочим вопросам.

Примером целесообразности проведения мониторинга общественного мнения в Украине может служить социологическое исследование, проведённое в Днепропетровске в 2000—2001 гг. Днепропетровским филиалом Украинской Академии государственного управления при Президенте Украины.

За последние годы в Днепропетровской области, как и во всей Украине, наблюдается экономический рост. В 2001 г., по сравнению с 2000-м, рост объемов производства в промышленности составил 8,6 %, в сельском хозяйстве — 8,5 %, при этом выпуск товаров широкого потребления увеличился на 22 %. Однако, эти положительные тенденции не привели к росту удовлетворённости жизнью граждан. Результаты социологического опроса, дают следующую картину удовлетворенности граждан своей сегодняшней жизнью.



Высокий уровень неудовлетворенности вызван с остротой накопившихся проблем, сильной дифференциацией населения по доходу и, как следствие, качеству жизни.

Исследование, выявило, что количество неудовлетворенных жизнью горожан меняется незначительно, меняются только степень недовольства и вызывающие его факторы. Однако вопрос заключается в том, что важность тех или иных проблем города не всегда одинаково воспринимается городским руководством и самими жителями. Городские власти не всегда интересуются оценкой проблемы общественностью, в то же время граждане не ощущают себя субъектом общественного самоуправления. Как показывает опрос, только каждый восьмой житель города счи-

тает себя членом общества и полноправным субъектом общественного самоуправления; 75 % неудовлетворенных своей жизнью граждан являются носителями социального конфликта и тормозят процесс демократизации системы государственного управления.

Основные проблемы города исполнительные органы горсовета видят в недостаточной социальной защите населения, в достаточно высоком уровне безработицы, в недостаточном финансировании предприятий городского общественного транспорта. В данное время ведется работа по решению этих проблем. Также приоритетными направлениями для государственного финансирования являются противооползневые работы (на заселенной территории города выявлено более десяти обвально-оползневых участков — около 1000 га), капитальное строительство, дорожно-строительные работы, строительство второй ветки метрополитена, работы по благоустройству окраин и массивов города.

Анализируя проблемы Днепропетровска с точки зрения его жителей можно выделить политические, экономические, социальные и коммунальные группы факторов, влияние которых наиболее значительно.

В блоке политических проблем весьма значимыми, по мнению горожан, являются коррупция (18,02 %), преступность (14,5 %), бюрократизм (13,88 %) и нарушения прав человека (10,37 %).

Среди экономических проблем лидирующие места занимают низкий уровень жизни людей (17,98 %), проблемы трудоустройства и занятости населения (12 %), рост цен на товары и услуги (10,74 %). В качестве основных решений экономических проблем горожане рассматривают восстановление деятельности предприятий и снижение налогового пресса. Развитие предпринимательства как альтернативный способ решения экономических проблем не находит должного понимания в общественном сознании. На сегодняшний день в сфере переориентации населения на новую систему ценностей, в основании которой лежат труд, предпринимательская активность и получение прибыли, можно наблюдать лишь отдельные эпизодические факты. Целенаправленной государственной, региональной и местной политики в этом направлении не наблюдается.

Особенность блока социальных проблем города — их абсолютная зависимость в общественном мнении от решения экономических. Попытка решения государственной проблемы обеспечения коммунального хозяйства за счет средств налогоплательщиков оборачивается в обостряющийся конфликт

между центральным и местными бюджетами. Следовательно, недостаток средств к существованию населения — экономическая проблема государственного масштаба, трансформируемая в острую социальную проблему непосильного бремени оплаты коммунальных услуг при недостаточном уровне доходов (21,18 %). Среди социальных проблем выделяются также дороговизна медицинского обслуживания (18,88 %), беспризорность (12,2 %), обострение экологических проблем (7,68 %).

Коммунальные проблемы города в мнении горожан обладают особенностью подвижного изменения своей значимости в зависимости от ситуации. В большинстве случаев важность фактора определяется злободневностью коммунальной проблемы, а не характером и масштабами объективных предпосылок. Обострение коммунальных проблем носит сезонный характер, что связано с финансированием и отсутствием комплексного системного подхода в работе коммунальных служб. Эффективное проведение коммунальной реформы возможно лишь в случае преодоления государственной монополии на коммунальные услуги.

Таким образом, общественное мнение адекватно отражает актуальность основных проблем города, и его следует учитывать при разработке программ и планов муниципального реформирования. Мониторинг общественного мнения позволяет выявить наиболее острые проблемы и провести ранжирование задач, стоящих перед городской властью. Результаты мониторинга могут служить базой для создания комплексного плана социального развития, который охватывает все структурные элементы города в их взаимосвязи и взаимообусловленности, предусматривает поэтапное решение поставленных задач. Поэтому необходимо создание системы мониторинга городских проблем, которая позволит формировать эффективную обратную связь с объектами управления в ходе муниципальной реформы.

А.П. Москалюк, здобувач
кафедри політичної економії
обліково-економічного факультету
Київський національний економічний університет

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНІМ БОРГОМ УКРАЇНИ

Управління державним боргом виступає складовою фінансової політики кожної країни. За умови недостатньої кількості власних доходних джерел для фінансування бюджетних витрат держава бере позики, кредити як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках, що зумовлює появу державного боргу.

Державний борг поділяється на зовнішній та внутрішній залежно від складу кредиторів держави. І якщо внутрішній державний борг є складною, але певним чином внутрішньою проблемою країни, то зовнішня заборгованість є індикатором фінансового здоров'я національної економіки, концентрованим виразом її конкурентоздатності. Таким чином, проблема управління зовнішнім боргом України потребує пошуку шляхів її вирішення.

За даними департаменту валютного регулювання НБУ, загальний зовнішній довгостроковий борг України за станом на 30.09.2001 р. досяг 12,2 млрд дол. США, в тому числі державний та гарантований державою борг — 10,4 млрд дол., із них за кредитами МВФ — 2,1 млрд дол. та приватний негарантований борг — 1,8 млрд дол. США.

Зовнішній борг України в абсолютному вираженні та відносно бюджетних резервів і ВВП порівняно з іншими країнами не є дуже високим. Так, у 2000 р. цей показник в Україні становив 32,5 % ВВП, у 2001 р. — 26,3 %. За прогнозними оцінками аналітиків міжнародного центру перспективних досліджень, у наступні роки він продовжуватиме скорочуватись: у 2002 р. — до 26,5 %, 2003 р. — до 24,4 % та в 2004 р. — до 22,5 %. Характерним є рівень заборгованості в межах 50-70 % ВВП, який, як правило, не становить загрози для країни. В деяких країнах з достатньо сталим фінансовим положенням рівень державного боргу значно вищий. Так, у Бельгії та Італії він перевищує 120 % ВВП. Аналіз наведених даних свідчить, що українська економіка знаходиться в межах світових рівнів. Однак держава не володіє необхідною кількістю ресурсів, щоб виконувати взяті на себе зобов'язання щодо обслуговування зовнішнього боргу. Отже, цей показник не є свідченням стабільності економічного розвитку, оскільки джерелом погашення боргу є не валовий внутрішній продукт країни, а лише державний бюджет.

У процесі управління державним боргом вважаємо за необхідне встановлювати та зберігати оптимальне відношення між рівнем бюджетних доходів та державним зовнішнім боргом. У 2000 р. доходи зведеного бюджету становили 28,4 % ВВП. Для порівняння із зовнішньою заборгованістю — 32,5 % ВВП видно, що доходів країни не вистачає для обслуговування навіть зовнішньої заборгованості. Ці показники у 2001 р. погіршилися, доходи бюджету скоротилися до 26,4 % ВВП, поступово починає збільшуватися фінансовий розрив між доходами та видатками бюджету, що посилює ризики несвоєчасної сплати боргових зобов'язань країни.

Важливим напрямком у системі управління зовнішнім боргом є контроль за показниками зовнішнього боргу та обсягів експорту, оскільки останній є основним джерелом надходження валюти для розрахунків з іноземними кредиторами. Ситуація у зовнішньому секторі економіки України в 2001 р. погіршилась. Так, зростання товарного експорту сповільнилось внаслідок погіршення світової кон'юнктури ринку. У 2003—2004 рр. передбачається зростання експорту темпами нижчими, ніж зростання імпорту. Внаслідок цього сальдо рахунка поточних операцій стане від'ємним. Тому вважаємо за необхідне урядові країни розробити таку модель боргового портфеля, яка була б збалансована в частині видів валют з урахуванням експортних потоків країни.

Варіанти стратегії подолання проблем зовнішньої заборгованості можна розглядати за трьома основними напрямками.

Перший. Країна-боржник сплачує поступово і вчасно не лише відсотки, але й суму основного боргу. Для України, вважаємо, на сьогоднішній день цей напрямок є маловірогідним, оскільки він передбачає наявність профіциту в державному бюджеті та стабільність економічного розвитку, який би гарантував системність у зростанні надходжень до бюджету.

Другий. Погашення основного боргу і відсотків за рахунок рефінансування боргу і надходження нових іноземних кредитів. Саме цей напрямок застосовується в Україні сьогодні.

Третій. Країна-боржник своєчасно сплачує відсотки за кредитами, при цьому сума нових запозичень не перебільшує суми, що виплачена в рахунок погашення боргу, тобто зовнішній борг стабілізується, його подальше зростання припиняється. Це можливе, якщо в країні забезпечується профіцит державного бюджету, активне сальдо торговельного балансу, яке проявляється у нарощу-

ванні фізичного обсягу експорту з одночасним збільшенням його вартісного виразу.

Ситуація, що склалася в Україні сьогодні, на наш погляд, передбачає найбільш прийнятним застосування другого варіанту вирішення проблеми зовнішньої заборгованості у поєднанні з елементами третього напрямку на умовах досягнення профіциту бюджету та формування оптимального боргового портфеля, щоб знизити ризики.

М.А. Мішов, III курс
факультету економіки та управління
Київський національний економічний університет

РИНОК КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ. СТАНОВЛЕННЯ Й ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ

Управлінське консультування є надзвичайно динамічною сферою бізнесу, яка швидко розвивається не тільки в Україні, але й у світі (темпи зростання світового ринку протягом 90-х років склали 15—20 %). Існує цікава закономірність у розподілі обсягів консалтингових послуг у світі. При рівному розмірі економічного потенціалу регіону обсяг консалтингових послуг вище там і тоді, де економіка є менш централізовано керованою, менш одержавленою. Така кореляція пояснюється тим, що консалтинг представляє собою своєрідну форму регулювання економічних процесів, альтернативну централізованій. Консалтинг як метод впровадження наукових знань в економіку виконує ті функції її раціоналізації, які в менш ліберальних системах бере на себе централізоване управління.

Перехід до нових економічних відносин і становлення незалежності України зумовили встановлення нових пріоритетів у діяльності підприємств, а саме фокусування уваги керівників поступово переноситься зі сфери виробництва у сферу реалізації продукції. Практично зникли держплани та держзамовлення, що вимагає створення нових підрозділів, які займаються реалізацією продукції та дослідженням ринку. Це вимагає якісно нового рівня підготовки керівників і спеціалістів з продажу. Перш за все необхідно мислити інакше — напрацювати нові установки, парадигму. Однак не завжди є ресурси і час на те, щоб проходити через

власні помилки, здобуваючи необхідний досвід роботи в ринкових умовах. Консультанти вже мають необхідний досвід і знання для того, щоб допомогти підприємству трансформуватися.

Управлінське консультування — професійна діяльність, яка полягає у наданні незалежних і об'єктивних порад і технічної допомоги кваліфікованими спеціалістами фірмам, організаціям, окремим підприємцям з метою сприяння останнім у визначенні та дослідженні управлінських проблем, пошуку їх оптимальних рішень, методології впровадження рекомендацій.

Основним завданням управлінського консультування є надання допомоги клієнтам у вирішенні їх управлінських і ділових проблем, підвищенні ефективності функціонування організації. Потенційними споживачами консалтингових послуг виступають будь-які організації, що стикаються з управлінськими проблемами. Продуктом діяльності консалтингової фірми є консультаційна послуга, яка є товаром і має конкретне матеріальне втілення. Як правило, послуги крупної консультаційної фірми охоплюють досить широкий діапазон галузей та функцій підприємства: загальне керівництво, управління фінансами, управління виробництвом, маркетинг, управління працею та кадровим потенціалом, корпоративну стратегію та інше.

Консультаційна діяльність як професійна допомога і підтримка управлінських інновацій вітчизняних підприємств існувала й активно розвивалася і в соціалістичний період. Численні економічні та галузеві науково-дослідні інститути розробляли й удосконалювали методологію управління виробництвом, упроваджували нові принципи організації виробництва, що забезпечувало підвищення ефективності праці, використання матеріальних та інших ресурсів.

Сьогодні в Україні працює понад 300 вітчизняних консалтингових фірм, з яких 42 % займаються виключно наданням послуг з питань управлінського консультування, відкриті представництва провідних консалтингових фірм, що є лідерами консультаційного бізнесу, в тому числі «великої п'ятірки». Серед українських організацій, котрі вважаються консалтинговими, 42 % займаються тільки консультуванням, 30 % присвячують консультуванню лише 80 % загального обсягу продажу. Окрім того, третина навчальних закладів має власні консультаційні підрозділи.

На відміну від поширеного в розвинутих країнах планомірного співробітництва з консультантами, що здійснюють обслуговування компаній з питань управління, управлінське консультуван-

ня в Україні використовується епізодично. Переважна більшість підприємств, фірм і компаній звертаються за консультаційною допомогою в критичних ситуаціях, коли власними зусиллями не можна вирішити існуючі проблеми. Проте серйозний рівень конкуренції на даному ринку дозволяє зробити висновок про значний рівень рентабельності послуг, що надаються клієнтам. Сьогодні можна чітко виділити основних постачальників консалтингового продукту в Україні:

- філіали великих іноземних багатофункціональних фірм, що мають консультаційні проекти з українськими державними структурами з питань оподаткування, бюджетного регулювання, вдосконалення нормативно-правової бази, а також банківські структури, що обслуговують спільні та іноземні компанії в Україні;
- представництва іноземних консультаційних фірм, які здійснюють стратегію завоювання нових ринків та досліджують привабливість українського ринку;
- іноземні консультаційні фірми, що працюють за програмами донорських організацій та надають технічну допомогу з питань управлінського консультування в пріоритетних галузях народного господарства (енергетика, транспорт, зв'язок, сільське господарство тощо);
- вітчизняні консультаційні фірми, які спеціалізуються на наданні послуг з питань приватизації підприємств, включаючи оцінку майна, підготовку документального супроводження процесу приватизації тощо;
- спеціалізовані консалтингові фірми, котрі надають консультаційні послуги по окремих напрямках управлінського консультування (бізнес-планування, фінансова оцінка, маркетинг, податкове планування, митне регулювання та інше).

До переваг вітчизняних консультантів, безперечно, відносяться знання ними глибинних причин (пов'язаних з менталітетом, національними особливостями) існуючих управлінських проблем, а також можливість адаптації сучасних методів управління до особливостей вітчизняних підприємств.

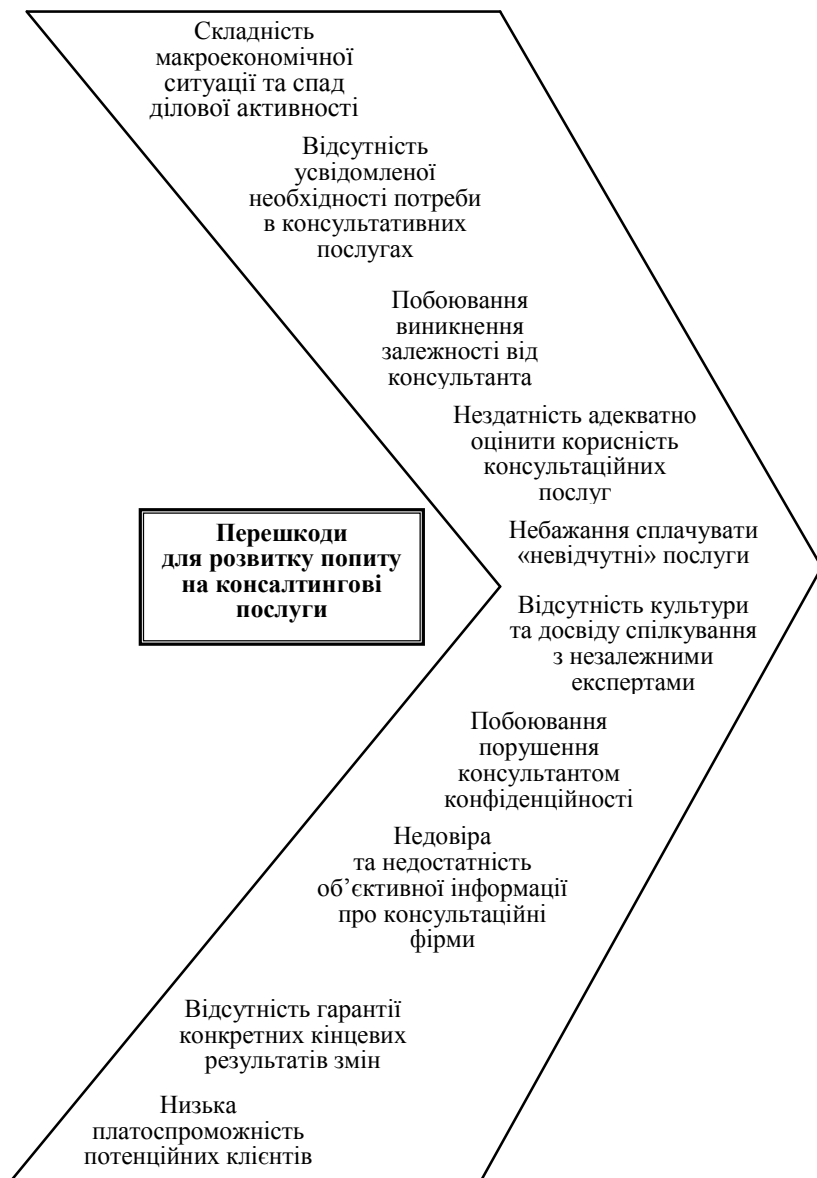
Умови розвитку економіки, що змінилися, процеси роздержавлення і приватизації власності надали управлінському консультуванню новий імпульс. У діяльності консультаційних фірм України намічаються якісні зміни, пов'язані зі зміною спеціалізації послуг, що надаються. Основними видами послуг консультаційного обслуговування стають постприватизаційна підтримка підприємств, маркетингові дослідження, організація маркетингу на підприємствах, розробка ділових стратегій розвитку, пошук

партнерів та інвесторів, формування public relations, проведення рекламної кампанії.

Однак попит на консалтингові послуги в Україні залишається низьким. Основні причини цього (див. схему на с. 108):

- складна макроекономічна ситуація та загальний спад ділової активності;
- відсутність культури роботи з незалежними експертами;
- побоювання щодо порушення конфіденційності;
- низька платоспроможність клієнтів;
- неспроможність оцінити корисність консалтингових послуг;

Причини низького попиту на консалтингові послуги в Україні



- відсутність гарантій конкретних результатів і позитивного ефекту від консультування;

- складність отримання об'єктивної інформації про консультаційні фірми та їх можливості.

Однак управлінський консалтинг має свої перспективи. Поступове збільшення попиту на консалтингові продукти може відбутися в результаті поліпшення якості послуг, що надаються, переходу на постійне консультаційне обслуговування, що є більш економічним для клієнта, усвідомлення вигоди від залучення консультантів для вирішення існуючих проблем і отримання нової інформації, ідей, пропозицій.

Майбутнє консалтингу нерозривно пов'язане з підвищенням професіоналізму консультантів, високою якістю виконання замовлень, дотриманням етичних стандартів, здатних задовольнити потреби клієнтів.

Р.А. Нестеренко

кафедра менеджменту

Харківський державний економічний університет

СИСТЕМА ПІДГОТОВЧИХ ЗАХОДІВ АНТИКРИЗОВОЇ ПРОГРАМИ

У даній роботі автор запропонував систему підготовчих заходів, необхідних для створення ефективної антикризової програми.

Першим підготовчим етапом є рішення відносно подальшої долі організації у цілому. Залежно від ступеня значущості кризової ситуації можна виділити два основних підходи: ліквідація підприємства; подолання кризи.

Ліквідація підприємства. Якщо керівництвом підприємства прийнято рішення про ліквідацію, то весь спектр робіт по створенню антикризової програми зводиться до забезпечення ліквідаційного процесу.

Подолання кризи. У цьому випадку процедура створення антикризової програми носить індивідуальний характер, залежний тільки від волі керівництва.

Під антикризовою програмою варто розуміти систему заходів, спрямованих на запобігання подальшого розвитку кризи й усунення його негативних наслідків. Антикризова програма покликана скоординувати й об'єднати дії всіх підрозділів підприємства на досягнення поставлених задач і цілей, насамперед визначивши основний стратегічний напрямок антикризової програми.

Виділяють три основні стратегії кампанії: стратегія росту; стратегія стабілізації; стратегія економії. Найбільш придатними для організації, яка переживає кризу, є стратегії стабілізації й економії, однак може бути використаний їх симбіоз.

Основою створення будь-якої антикризової програми є чітко сформульована система основних цілей і задач. У таку систему можуть входити встановлені значення показників рентабельності, прибутку, платоспроможності, фінансової стійкості, частки займаного ринку і т. д. Для спрощення аналізу ходу реалізації антикризової програми рекомендується застосовувати ряд показників, задіяних при діагностиці поточного стану підприємства.

Наступним рівнем системи цілей є так звані цілі-задачі (тактичні цілі), досягнення яких є необхідною умовою виконання основної. Цілі-задачі являють собою цілі різних підрозділів організації. Наприклад, оптимізуючи структуру використовуваного капіталу (ціль-задача фінансового відділу), ми можемо знизити собівартість продукції, підвищити рентабельність організації і т. д.

Для досягнення більш ефективного моніторингу виконання антикризової програми оптимально досягти кількісного вираження тієї чи іншої цілі, однак у ряді випадків точно визначити бажане значення показника неможливо й тоді набирає сили принцип максимальної оптимізації процесу чи показника. На прикладі фінансової структури використовуваного капіталу очевидно, що чим менше буде його вартість, тим краще для організації в цілому, однак при цьому не повинні постраждати інші показники, наприклад фінансової стійкості. Таким чином, у даному випадку повинний набирати сили принцип максимально можливої оптимізації процесу чи показника, не на шкоду іншим.

Визначивши основний стратегічний напрямок антикризової програми, сформулювавши цілі та задачі, необхідно позначити її структуру.

Економічна теорія виділяє ряд факторів, що справляють безпосередній вплив на виробничий процес і від яких залежить його успіх (фактори виробництва). Наявність цих факторів та ефективне їх використання є необхідними умовами будь-якого успішного комерційного підприємства.

Антикризова програма являє собою не що інше, як комплекс доходів, спрямованих на оптимізацію процесу керування й використання цих факторів виробництва, виражене в роботі відділів і служб організації.

Звідси структура антикризової програми, на думку автора, має бути наступною: розробка (коригування) маркетингової політики; розробка (коригування) кадрової політики; створення (коригування) виробничої політики; повторить (коригування) фінансової політики; перегляд бюджетного плану; оптимізація структури організації; створення системи контролю за виконанням антикризової програми.

Перед тим як починати розробку заходів антикризової програми, керівництво має визначити максимально можливий для організації відрізок часу, на продовж якого вони повинні дати віддачу. Для розв'язання цієї задачі використовуються показники тривалості кризової ситуації.

Автор виділяє два види тривалості кризи: реальна й умовна.

Під реальною варто розуміти тривалість, яка дорівнює часу з моменту ідентифікації підприємством кризової ситуації до моменту її повної нейтралізації й усунення всіх негативних наслідків за допомогою антикризової програми чи інших заходів, які спрямовані на усунення кризи.

Під умовною тривалістю розвитку кризової ситуації варто розуміти відрізок часу з моменту ідентифікації кризової ситуації і без здійснення яких-небудь адекватних заходів для її усунення, після чого підприємство виявиться нездатним продовжити свою господарську діяльність. Іншими словами, організація виявиться банкрутом.

Не слід використовувати управлінські рішення, ефект від яких буде отриманий через період, що перевищує умовну тривалість кризової ситуації. Методика визначення даного показника зводиться до створення прогнозової моделі розвитку організації на основі існуючих тенденцій, виявлених при дослідженні значущості кризи.

Результатом банкрутства є нездатність підприємства погашати свої фінансові зобов'язання в повному обсязі й у заданий термін, які були пред'явлені до нього з боку кредиторів та бюджетом. Визначити таку залежність здатний коефіцієнт його поточної платоспроможності.

При моделюванні процесу майбутнього банкрутства організації й розрахунку умовної тривалості кризової ситуації використовуємо саме коефіцієнт поточної платоспроможності. Нормативне його значення знаходиться в межах 1,5...2. Це значення не є надмірним у силу ряду причин: нестабільність і нерегулярність повернення дебіторської заборгованості (не можна розглядати весь її розмір як джерело погашення поточних зобов'язань, а тільки

деяку частину. Це пов'язано з безнадійною дебіторською заборгованістю); можливі проблеми з реалізацією запасів товарно-матеріальних цінностей і незавершеного виробництва.

Отже, якщо значення коефіцієнта буде в межах $1 < k < 1,5$, то це вказує на незадовільний стан поточної платоспроможності організації, якщо $k < 1$, це говорить про фінансову неспроможність суб'єкта, тобто можливе банкрутство. Використовуємо це при створенні зазначеної моделі розвитку. Відправною точкою моделі служить значення показника поточної платоспроможності організації на аналізований момент часу, а кінцевої — його значення менше одиниці. Відрізок часу, за який це відбудеться, й буде дорівнювати умовній тривалості кризової ситуації.

У ході створення моделі використовуються методи прогнозування. На основі підібраної математичної функції, яка найбільш точно відбиває динаміку показника поточної платоспроможності, будується зазначена модель.

У висновку необхідно підсумувати підготовчі заходи антикризової програми, якими є визначення підходу до подальшої долі організації у цілому (ліквідація організації чи подолання кризи); визначення основного стратегічного напрямку антикризової програми; визначення основних цілей та цілей-задачі; визначення структури антикризової програми; визначення «умовної» тривалості кризової ситуації.

Метою проведення вищезгаданих робіт є створення базового каркаса («риби») антикризової програми, яка здатна істотно підвищити її ефективність.

Е. Б. Николаев, III курс
факультета международной экономики и менеджмента
Киевский национальный экономический университет

НОВЫЕ РЕАЛИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМ В ГЛОБАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

В конце XX в. на базе новой инфраструктуры, основанной на коммуникационных и информационных технологиях, мировая экономика трансформировалась в глобальную. Глобальность экономики означает то, что основные виды экономической деятельности (производство и потребление товаров, услуг, факторов производства; управление; торговля; движение капиталов) про-

исходят вне рамок отдельных национальных государств или групп стран, организуются в глобальном масштабе, непосредственно либо с использованием разветвленной сети, связывающей экономических субъектов. Основой глобализационных процессов явилось резкое развитие с технологической точки зрения *коммуникационных технологий* во второй половине прошедшего столетия. Доступность новых телекоммуникационных сетей подготовила почву для глобальной интеграции финансовых рынков и сегментированной специализации производства и торговли в мире. Важнейшей характеристикой новой экономики является ее *информатизация*. Последняя проявляется, в первую очередь, в зависимости производительности и конкурентоспособности экономических агентов (фирм, регионов, наций, государств), от их способности генерировать, обрабатывать и эффективно использовать информацию, основанную на знаниях. Следовательно, в новых исторических условиях достижение определенного уровня производительности и существование конкуренции возможны лишь внутри глобальной взаимосвязанной сети.

В информационной экономической среде деятельность фирм связана с определенными эффектами, которые компаниям необходимо учитывать. Первыми из них можно назвать *сетевые эффекты* (*положительные потребительские экстерналии*). Они имеют две стороны. Во-первых, со стороны спроса сетевые эффекты проявляются в увеличении полезности товара для конкретного потребителя с ростом числа других людей, потребляющих этот товар или товары, его дополняющие. Размер сети определяется количеством поставщиков и потребителей продукции, в основе которой находятся единые технологические стандарты. Необходимый размер сети, которая создает потребительские экстерналии, зависит от конкретного рынка. Положительные потребительские экстерналии создают *положительные эффекты обратной связи (или взаимного влияния)*: если потребители ожидают, что конкретный поставщик будет доминировать на рынке, они будут готовы заплатить больше за продукт данной фирмы, и она действительно станет доминирующей. Чем больше потребителей, тем более ценной становится сеть, инфраструктура, общие стандарты, обмен информацией — благодаря использованию одного языка и улучшенной совместимости.

Во-вторых, сетевая логика развития подсказывает: чтобы быть в состоянии использовать выгоды, предоставляемые сетевыми эффектами, *компания сама должна стать сетью* и пропитать динамизмом каждый элемент своей внутренней структуры: в

этом заключается смысл управленческой модели «горизонтальной координации», которая в большинстве случаев подразумевает децентрализацию структурных единиц корпорации и наделение каждой из этих единиц растущей автономией, позволяющей им в рамках общей стратегии даже конкурировать друг с другом.

На глобальном уровне имеет свои особенности и *эффект масштаба*. Под эффектом масштаба понимается снижение затрат на единицу продукции с увеличением объема производства. Его действие традиционно приводило к концентрации производства, увеличению размера предприятий, монополизации рынка. Сейчас же, когда основным производственным ресурсом стал информационный, эффект масштаба выявляется значительно сильнее. Дело в том, что если создание информационного продукта обходится очень дорого, то его тиражирование (создание новых экземпляров) можно осуществлять с практически нулевыми издержками. Такая структура издержек приводит к *огромным* эффектам от масштаба производства: если ранее при увеличении размера фирмы в 2 раза издержки снижались на 20 %, то теперь экономия превышает 50 %. Это действительно приводит к возникновению новых монополий. Однако, в отличие от своих старых собратьев, современные информационные монополии приведут к росту производства и падению цен. Кроме того, постоянная конкуренция будет заставлять их быть в форме и следить за достижениями информационной революции. Таким образом, *монополии превращаются в основной двигатель прогресса*.

Перспективы развития мелких и средних фирм в таких условиях неоднозначны. С одной стороны, входные барьеры на рынок в силу усиления сетевых эффектов и эффекта масштаба стали гораздо жестче. С другой — крупные корпорации не обладают той гибкостью, которая становится критически важной в глобальной экономике и которая присуща мелким фирмам. Нельзя не принимать во внимание и тот факт, что малый бизнес является источником инноваций и создания новых рабочих мест. Скорее всего, разрешением этого парадокса является то, что мелкие и средние предприятия представляются формами организации, хорошо приспособленными к гибкой производственной системе информационной экономики и в, то же время, их динамизм попадает под контроль крупных корпораций, остающихся в центре экономической структуры новой глобальной экономики.

КОРПОРАТИВНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Весь мир и вся наша жизнь состоят из законов и правил. Так и в построении любой организации существуют свои законы и два из них можно по праву назвать основополагающими:

Закон 1. В любом хозяйствующем субъекте (компании, предприятии, корпорации, холдинге, городе...) все входящие в него подразделения (управления, службы, компании, предприятия, объединения...) или оказывают услуги (производят работы) друг другу, или принимают их. Автономных структурных подразделений, действующих независимо от других, нет. Это замкнутый цикл.

Закон 2. Подразделения, входящие в организацию, должны понимать друг друга. Для этого внутри хозяйствующего субъекта необходимо создать единый классификатор на оказываемые услуги (работы), позволяющий унифицировать их по наименованиям и атрибутам.

Основываясь на этих двух ключевых законах, можно анализировать эффективность и производительность работы всех существующих структур.

Рост объёма продаж и постоянно усложняющаяся структура компании требуют всё больше затрат времени и ресурсов для осуществления консолидации всей отчётности. Для принятия управленческих решений на сегодняшний день задача первостепенной важности — внедрение системы строгого контроля.

Ядром любой системы автоматизации как для крупных компаний, так и для более мелких является *корпоративная информационная система (КИС)*. Она позволяет производить широкий анализ трендов, выявлять положительные и отрицательные тенденции развития, осуществлять прогнозы. В последнее время предприятия столкнулись с совершенно новыми тенденциями в организации управления крупных производственных и торговых объединений. Если ранее это были исключительно задачи оптимизации налогов, собственно, с этой целью и создавались сложные холдинговые структуры, то в нынешней экономической ситуации это задачи реального управления на всех уровнях объединения предприятий — от оперативного управления и пла-

нирования производства на нижнем уровне до построения централизованной структуры финансового планирования, управления деятельностью холдинга на верхнем уровне. И это обусловлено отсутствием оперативной связи подразделений и невозможностью принятия быстрых управленческих решений; отсутствием централизованного сбора и контроля оперативной информации; отсутствием единого информационного пространства; невозможностью оптимизации закупок и реализации продукции в связи с нескоординированными действиями отдельных структур и т. д.

Автоматизированные компьютерные системы позволят управлять всеми предприятиями или подразделениями предприятий как единым целым, получать очень подробную информацию о ходе работ в подразделениях и о планировании этих работ, видеть все детали прохождения заказов в течение всего цикла его выполнения, с помощью специальных математических методов прогнозировать динамику различных показателей, распределять и рассчитывать расходы по видам деятельности, что поможет понять их детальную структуру, формировать подробные бюджеты по разным схемам, анализировать данные за предшествующие ей исторические периоды, на основе которых принимаются текущие управленческие решения и строятся стратегические планы.

Собственно говоря, с помощью КИС решается главная задача руководителей — иметь полную картину по всем видам задействованных ресурсов (материальных, финансовых, кадровых, информационных) в необходимых временных и территориальных разрезах.

Однако очень сложной задачей является внедрение КИС — чтобы она работала, требуются высочайшая организация и точнейшая синхронизация всех производственных процессов, включая операции с поставщиками и субподрядчиками. В реализацию данного процесса должны входить средства, позволяющие смоделировать весь ход производства при данном варианте основного плана, чтобы увидеть возможные будущие проблемы и узкие места. И здесь необходимо отметить, что наибольший эффект получается именно от комплексного внедрения КИС. Здесь целесообразно поставить вопрос: какие же существуют наиболее эффективные программные решения, применяемые на проектах построения систем управления сложными производственными и торговыми объединениями?

- *SyteLine ERP* — система управления и планирования ресурсов предприятия;

- *SyteLine Business Intelligence* — система построения многоуровневых аналитических моделей предприятия, инструмент OLAP-анализа информации;

- *SyteLine BPM* — система бюджетирования, финансового планирования и прогнозирования;

- *Frontstep SCC — Supply Chain Center* — приложение для управления цепочкой поставки.

Рассмотрим на примере, по каким блокам работает система класса MRP II:

- Формирование основного плана на основе заказов клиентов и прогноза спроса. Этот организационно-алгоритмический процесс включает процедуру быстрой проверки выполнимости плана по ресурсам, так называемое приблизительное планирование мощности (Rough Cut Capacity Planning).

- Планирование потребностей, т. е. формирование плана-графика изготовления партий изделий собственного производства и плана-графика закупки материалов и комплектующих. При этом работают вполне определенные алгоритмы объемов размеров заказов и дат запуска заказов на основе сетевых моделей. На этом этапе выполняется также расчет загрузки ресурсов или балансировка плана-графика по ресурсам — процедура «планирование мощности» (Capacity Planning).

- Оперативное управление. Процедуры проверки укомплектованности и запуска заказов, управление ходом производства через механизмы производственных циклов, приоритетов, размеров заказов.

- Учет выполнения операций и заказов.

- Складской учет.

- Системы класса MRP II также планируют деятельность служб сбыта, снабжения и производства как сквозной график взаимосвязанных заказов; включают в себя средства бюджетирования и развитую систему управленческого учета, а также содержат систему бухгалтерского учета международного класса или имеют интерфейс с такой системой, работающей как в отечественных, так и в западных (GAAP, IAS) стандартах бухгалтерского учета и отчетности.

Нельзя также не отметить, что существует много преград во внедрении подобных систем. Главная из них — вредная привычка пользователей КИС мыслить двумерно (а в ряде случаев — и неспособность мыслить иначе). Истоки этой проблемы лежат, в частности, в истории создания отечественных КИС, выросших из программ бухгалтерской автоматизации. Любой

главбух, специалист по финансовому анализу, топ-менеджер, не использующий в своей работе компьютер, только махнет рукой, если у него поинтересоваться, проводятся ли в его организации попытки представить динамику тех или иных показателей в виде диаграмм. Какие там графики строить — успеть бы разобраться с обычной отчетностью! Идеалом считаются аккуратно сделанные таблицы по счетам, где сошлось «справа налево» и «сверху вниз», и полученные километровые простыни с десятками вложенных подглавок и подрубрик. Однако такие проблемы, имеющие единственную причину, как правило, легко решаются. Корпоративные же системы, как и предприятия, на которых они внедряются, — это сложные, постоянно изменяющиеся «организмы», и поэтому речь идет вовсе не об одной проблеме, а об их запутанном клубке, который разматывается не с помощью каких-то хитроумных компьютерных алгоритмов, а с помощью наилучшего опыта управления предприятиями в условиях конкурентной рыночной среды, опыта осмысленного, систематизированного и реализованного в высококвалифицированными кадрами виде компьютерных систем.

И в заключение хотелось бы отметить, что до тех пор, пока в нашей стране на законодательном уровне не будет создана гармоничная экономическая система, оптимальным образом сочетающая в себе налоговые, управленческие и финансовые аспекты, поставщики управленческого ПО (программного обеспечения) на практике будут регулярно сталкиваться с проблемами отнюдь не программного и даже не организационного свойства. Им придется решать проблемы корректной применимости заложенных в ПО финансовых и управленческих моделей.

***І.В. Новікова**, аспірантка
менеджер по роботі з клієнтами PR&BTL
Агентство «Talan Communications»
Київський національний економічний університет*

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ТА ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ

В умовах, коли в Україні стратегічною платформою економічного розвитку обрано інноваційну модель, дослідження мето-

дологічних і методичних аспектів механізму функціонування інноваційної сфери набуває суттєвого значення. Базовим елементом цього механізму, що дозволяє оцінити принципову можливість здійснення інноваційної діяльності, є *інноваційний потенціал*. Об'єктивна оцінка інноваційних можливостей, параметрів та характеристик інноваційного потенціалу має важливе значення при визначенні стратегічних напрямків інноваційного розвитку підприємства. *Інноваційний потенціал підприємства* визначає спроможність системи генерувати інноваційні результати — інноваційні продукти та технології. На наш погляд, така спроможність досягається за рахунок сукупності інноваційних ресурсів і процедур, які забезпечують оптимальні умови для використання цих ресурсів з метою вирішення завдань інноваційної діяльності, насамперед отримання інноваційних результатів. Інноваційний потенціал підприємства має розглядатись як складна динамічна система генерування, накопичення, трансформування інноваційних ідей в інноваційні продукти, забезпечення їх практичного використання, яка має властиві їй якісні та кількісні характеристики, що виникають внаслідок взаємодії його компонентів, а також як підсистема складної цілісної системи, в якій інноваційний потенціал взаємозумовлено взаємодіє з іншими потенціалами підприємства. Проведені дослідження дозволили нам запропонувати визначення економічної категорії «інноваційний потенціал» як *сукупності інноваційних ресурсів (кадрових, науково-технічних, виробничо-технологічних, фінансово-економічних), які знаходяться у діалектичному зв'язку, та інноваційних процедур, які забезпечують оптимальні умови для використання цих ресурсів з метою вирішення завдань інноваційної діяльності, насамперед отримання інноваційних результатів*.

У наш час не існує загальноновизнаної точки зору щодо методів і критеріїв оцінки інноваційного потенціалу промислових підприємств. Централізоване статистичне дослідження інноваційного потенціалу українських підприємств не проводиться. На нашу думку, даний напрямок дослідження ще потребує вдосконалення та подальшої розробки проблемно-орієнтованих методичних підходів, які базуються на багатоаспектних моделях оцінювання. Вони повинні враховувати в першу чергу галузеві специфіки підприємства, ступінь залучення підприємств до інноваційної діяльності залежно від стадій інноваційного циклу, на яких вони працюють. Для оцінки інноваційного потенціалу підприємства

пропонується методичний підхід, який базується на визначеній послідовності процедур (рис. 1).



Рис. 1. Послідовність процедур оцінки та розвитку інноваційного потенціалу підприємства

У загальному вигляді пропонується послідовність етапів оцінки інноваційних ресурсів та інноваційних процедур підприємства, яка передбачає:

1) розрахунок одиничних показників інноваційних ресурсів і процедур та переведення їх у відносні величини;

2) розрахунок вагомості одиничних показників експертним методом попарного порівняння показників;

3) розрахунок групових показників інноваційних ресурсів і процедур підприємства;

4) розрахунок вагомості груп показників експертним методом попарного порівняння показників;

5) розрахунок інтегральних показників інноваційних ресурсів і процедур за допомогою середньої геометричної:

$$I_p = \sqrt[n]{k_1 P_1 + k_2 P_2 + \dots + k_n P_n}.$$

На основі інтегральних показників пропонуємо провести дослідження відповідності рівня інноваційних процедур рівню інноваційних ресурсів підприємства та виявити шляхи їх удосконалення й розвитку з позицій залучення інвестицій.

Запропонована методика охоплює найбільш важливі оцінки інноваційного потенціалу підприємства, дозволяє отримати об'єктивну картину стану наявних інноваційних ресурсів та процедур, які забезпечують оптимальні умови для їх використання. За її допомоги можна встановити, куди необхідно залучати інвестиції, щоб забезпечити збалансований стан складових інноваційного потенціалу та стимулювати їх розвиток. Алгоритм інвестиційного забезпечення розвитку інноваційного потенціалу підприємства може включати такі етапи:

1. Виявлення критичних ризикових інноваційних зон з точки зору критерію відповідності інноваційних ресурсів інноваційним процедурам підприємства та прийняття рішень про інвестування інноваційних заходів вдосконалення й розвитку ІП.

2. Визначення проектних ідей і вибір напрямів інвестування, обґрунтування обсягів інвестиційних вкладень.

3. Пошук можливих джерел фінансування і механізмів інвестування

- аналіз власних можливостей;
- аналіз можливостей зовнішнього інвестування;

6. Визначення критеріїв ефективності використання конкретних джерел і механізмів інвестування.

7. Аналіз та оцінка джерел і механізмів інвестування за вибраними критеріями.

8. Визначення оптимальної структури джерел фінансування і схем інвестування.

9. Моніторинг процесу інвестування і його коригування.

Безперечно, на практиці при проведенні оцінки інноваційного потенціалу підприємства обов'язково слід пам'ятати про проблемно-орієнтований підхід, який вимагає забезпечення чіткого вибору елементів та процедур оцінки відповідно до поставленої проблеми. Різні цілі потребують різних видів необхідної інформації, а також зумовлюють різні критерії її відбору та впорядкування.

Отже, оцінка інноваційного потенціалу підприємства та визначення її ефективного та прогресивного впливу на функціонування й розвиток підприємства є необхідною передумовою для вибору подальшої стратегії інноваційного розвитку підприємства. Раціональні управлінські рішення в цьому напрямку мають спрямовуватись на підвищення якості інноваційного потенціалу підприємства за рахунок узгодженого покращання пропорцій між його компонентами, динамічного й гнучкого розвитку внутрішньої структури та посилення проблемної орієнтації згідно з системою цілей, які динамічно змінюються.

Саме побудова комплексних цільових систем діагностування інноваційного потенціалу та інвестиційного забезпечення його розвитку допоможе підприємству подолати внутрішні протиріччя в умовах агресивного зовнішнього середовища, сприятиме побудові інноваційної культури, яка є ключовим фактором інноваційного розвитку підприємства.

А.О. Нурієва, І курс
юридичного факультету
ВІ МАУП

ВПЛИВ ПРАВОТВОРЧОСТІ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ДЕРЖАВИ

Закони є інструментом втілення державної політики. Отже, якість закону залежить від якості політики. Перешкодами до ухвалення законів часто стають неузгодженість інтересів сторін та брак обґрунтування законодавчих змін.

Ефективне державне управління має забезпечити послідовність економічної політики. Послідовність державної політики визначає якість ділового та інвестиційного клімату у країні. Наявність чітких засад формування державної політики та процедур їх втілення дозволяє інвесторам більш впевнено планувати діяльність, адже ймовірність ризиків, пов'язаних із різкою зміною політики, є меншою. Що більш нестабільною є державна політика, тим ризикованішим стає здійснення інвестицій.

В Україні не вистачає законодавства, яке закріплює процедури підготовки і ухвалення державних рішень. Зокрема, відсутні формальні процедури консультацій із усіма зацікавленими сторонами у процесі підготовки рішення, а отже представники бізнесу не мають змоги відкрито впливати на державну політику. Ухвалення неузгоджених рішень призводить до їх частого перегляду під тиском різних груп інтересів. За останні роки позитивними зрушеннями у сфері законодавства щодо процедур державного управління стали такі дії:

— ухвалення Бюджетного кодексу України 21 червня 2001 р. Бюджетний кодекс регламентує процедури підготовки, розгляду, ухвалення та виконання державного та місцевих бюджетів. Така регламентація сприятиме вчасному ухваленню Закону про Державний бюджет та рішень про місцеві бюджети. Що більше, Бюджетний кодекс децентралізує бюджетну систему в Україні, оскільки визначає самостійну і відповідальну роль місцевих бюджетів. Однак Бюджетний кодекс не передбачає процедур громадського контролю за виконанням бюджетів, зокрема через процедуру відкритих бюджетних слухань;

— запровадження інституту державних секретарів Кабінету міністрів та міністерств згідно з Указом Президента «Про чергові заходи щодо дальшого здійснення адміністративної реформи в Україні» від 19 червня 2001 р. Указ розмежовує політичні функції, які уособлюватиме відтепер міністр, і адміністративні функції, які виконуватиме державний секретар. Державні секретарі, зокрема, відповідатимуть за аналітичне забезпечення підготовки урядових рішень. Треба зазначити, що головним завданням, що стоїть перед державними секретарями, є забезпечення виконання функції аналізу політики. За такої умови буде досягнуто реальне розмежування аналітичних (представлення й аналіз усіх можливих альтернатив державної політики) і політичних (вибір однієї з альтернатив) функцій в уряді та забезпечена послідовність урядових рішень.

Одним із головних принципів ефективного державного управління є обґрунтованість державного регулювання економіки.

Підставами для цього є неспроможність ринку розподілити ресурси у найефективніший спосіб та подолати бідність. У ринковій економіці управління комерційною діяльністю має повністю перейти від міністерств до підприємств.

Закінчення п'ятирічного терміну дії «Перехідних положень» Конституції України стало визначальним поштовхом до здійснення «малої судової реформи». У червні-липні 2002 р. Верховна Рада України ухвалила пакет законів, що стосуються реформування національної судової системи та судового процесу. У тому разі, якби в парламенті не затвердили цих змін, Україна після 28 червня 2001 р. могла б залишитися без судової системи. Внаслідок запроваджених змін, зокрема, збільшилися можливості захисту прав підприємців.

Головні цілі судово-правової реформи: формування судової влади, незалежної від впливу законодавчої і виконавчої гілок влади; реорганізація судової системи на засадах територіальності та спеціалізації; вдосконалення форм судочинства, що гарантує право громадянина на розгляд його справи в компетентному й неупередженому суді.

Оскільки постала потреба вдосконалювати законодавство щодо захисту економічної конкуренції, Верховна Рада України ухвалила Закон «Про захист економічної конкуренції». Набувши чинності в березні 2002 р., цей акт став основою антимонопольного законодавства України. За новим законом суттєво зміниться роль Антимонопольного комітету України. Ця структура виконуватиме проактивні функції для активного захисту економічної конкуренції. Втім, Закон містить положення, що можуть збільшити ризики для ділової активності. Протягом останнього року Україна досягла істотного прогресу в підвищенні рівня відкритості економіки для зовнішньої торгівлі.

Від часу ухвалення Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» (1 червня 2000 р.) у сфері ліцензування відбулися істотні зміни. Ці зміни стали наслідком ризиків, закладених у згаданому Законі.

Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 19 жовтня 2000 р. визначив мале підприємництво об'єктом державної підтримки. Інструментами державної політики в цьому напрямку мають стати програми підтримки малого підприємництва (Національна програма сприяння розвитку малого підприємництва, Програма підтримки малого підприємництва в Автономній Республіці Крим, регіональні та місцеві програми підтримки малого підприємництва). Національна програма ви-

значає п'ять основних напрямків сприяння розвитку малого підприємництва:

- вдосконалення нормативно-правової бази у сфері підприємницької діяльності;
- формування єдиної державної регуляторної політики;
- активізація фінансово-кредитної інвестиційної підтримки малого бізнесу;
- створення інфраструктури для розвитку малого підприємництва;
- впровадження регіональної політики сприяння розвитку малого підприємництва.

Позитивною рисою Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва є викладення в єдиному узгодженому документі інструментів втілення політики, яку здійснюють різні державні органи. Ще дає реальну можливість уникнути розпорошеності зусиль та ресурсів, що так необхідно нашому суспільству сьогодні. Адже єдність інтересів і зусиль, а також ефективність їх втілення у всіх сферах функціонування держави є гарантією її ефективного розвитку і стабільного та динамічного життя.

О.О. Павленко
кафедра управління
Сумський державний університет

ВИЗНАЧЕННЯ ПРИРОДООХОРОННИХ СКЛАДОВИХ В УПРАВЛІННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ У ДЕРЖАВІ

Аналізуючи проведення соціально-економічних реформ у країні, необхідно зосередити увагу на стимулюванні екологічно збалансованого природокористування та впровадження ефективних заходів у сфері відтворення природно-ресурсної бази суспільного виробництва для гарантування екологічної безпеки на всіх рівнях господарювання.

Актуальність і першочерговість вирішення питань збільшення фінансових потоків на природоохоронну діяльність є і буде домінуючим напрямком еколого-економічних розрахунків і досліджуваних теорій.

Головна перевага системи платежів за забруднення навколишнього середовища — можливість концентрації засобів для розв'язання найбільш важливих задач.

Система оподатковування з урахуванням екологічних факторів в Україні ще тільки складається. Встановлення в законодавчому порядку розмірів екологічних платежів і податків, формування відповідних природоохоронних фондів є стабільним джерелом фінансування природовідтворювальних заходів у нинішній складній економічній ситуації.

Основними забруднювачами є промислові підприємства, авто-транспортні, підприємства інших сфер діяльності, що займаються викидами і розміщенням відходів. Простежимо механізми формування ціни на продукцію виробничих підприємств і торгових організацій. Будь-який товар зі сформованою на підприємстві собівартістю, у яку, згідно із законодавством, включені платежі за використання природних ресурсів і за забруднення навколишнього середовища, надходить у торгову мережу, через яку реалізується споживачам товарів і послуг. Торгові процеси є сполучним елементом між виробниками товарів (послуг) і їх споживачами. Вплив процесів виробництва на навколишнє середовище вивчене і досліджене досить докладно. Особливий інтерес становить торгівля.

Торгівля є рушійною силою будь-якої ринкової економіки, а значна частина країн світу використовує в більшому чи меншому ступені цю економічну модель. «Ринок» — значить «торгівля». Таким чином, торгівля є основою трьох головних взаємозалежних економічних процесів, постійно здійснюваних у суспільстві: «ринку товарів», «ринку капіталу» і «ринку праці».

У торгівлі починаються і закінчуються малі й великі цикли економічних процесів:

гроші — товар — гроші;

обмін — виробництво — розподіл — споживання — обмін.

Свої доходи торгівля формує за рахунок торгових націнок (Т) до вартості товарів, що надходять до неї на реалізацію. Відповідно торгова націнка пропорційно розподіляється по всіх статтях калькуляції заводської собівартості, а саме:

— націнка на вартість сировини і матеріалів (Y1);

— націнка на вартість покупних напівфабрикатів (Y2);

— націнка на амортизаційні відрахування (Y3);

— націнка на розмір нарахованої заробітної плати (Y4);

і небюджетні фонди (Y5);

— націнка на оплату підприємством витрат за використання водних ресурсів (Y6);

— націнка на оплату підприємством витрат за використання земельних ресурсів (Y7);

— націнка на суму платежів за забруднення навколишнього середовища в межах ліміту (Y8);

— націнка на суму відрахувань підприємства в природоохоронні екологічні фонди (Y9).

Особливий інтерес для подальшого дослідження становлять останні чотири пункти з перерахованих вище. Виходить, що фактично саме споживач, купуючи товар, платить як підприємству — у розмірі його використання і забруднення довкілля при виробництві товару, так і торгівлі — у розмірі націнки на цю суму.

$$Z = \sum_{i=1}^n Y_i(1+T) + TP,$$

де Z — кінцева ціна товару, що оплачує покупець. Вона складається з заводської ціни товару і торгової націнки, грн;

Y_i — статті заводської калькуляції собівартості, запропонованої до реалізації продукції, $i = 1, 2, 3 \dots n$, грн;

T — націнка торгового підприємства, де реалізується даний товар, у частках;

P — розмір прибутку заводу-виробника, закладений у ціну товару, грн.

Тому, підводячи підсумок вищесказаному, необхідно зазначити, що, дотримуючись Закону «Про охорону навколишнього середовища України» (ст. 41) про визначення джерел фінансування для охорони природи, пропонується проведення дослідження торгових механізмів як потенційного варіанта збільшення фінансових потоків, спрямованих на охорону навколишнього середовища, стан якого є одним із критеріїв соціально-економічного благополуччя держави.

***І.В. Палажук, IV курс
факультету міжнародної економіки і менеджменту
Київський національний економічний університет***

ЕТИКА БІЗНЕСУ ЯК СКЛАДОВА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Ця преамбула до «Принципів міжнародного бізнесу (Декларація Ко)» (1994), укладених представниками таких ТНК, як «Філіпс Електронікс», «Кодак», «Кенон Інк.» та ін., містить думку, що проходить червоною стрічкою через багато сучасних досліджень. Етика бізнесу є невід'ємною складовою економічної діяльності на всіх рівнях, запорукою подальшого розвитку співробітництва між країнами та подальшої глобалізації.

Цікаво відмітити, що тут йдеться про, так би мовити, універсальну глобалізацію, а не тільки про її економічний аспект. Так, на думку деяких авторів, світ рухається до прийняття загальної, глобальної етики. Така тенденція зумовлена посиленням взаємозалежності людей, зміцненням контактів, прискоренням темпу спілкування і комунікації. До того ж новітні дослідження довели, що всі люди схожі своїм внутрішнім, моральним та етичним виміром. Ядром кожної особистості є набір базових цінностей (здоров'я, матеріальний добробут, стосунки з близькими та друзями). Всі інші «нашарування» цінностей, зумовлені існуванням у даній цивілізації, соціокультурному середовищі, не є головними при визначенні перспектив становлення спільної основи міжнародної ділової культури.

Однак донедавна був досить широко поширений скептицизм щодо самої можливості існування етики в бізнесі. Багато людей розглядають саме поняття «етика бізнесу» як протиріччя в термінах. Так, Мілтон Фрідман, посиляючись на Адама Сміта, додержувався позиції, згідно з якою існує одна і тільки одна соціальна відповідальність бізнесу — підвищувати свій прибуток настільки, наскільки дозволяють правила гри.

Проте думка про первісно закладену аморальність етики бізнесу є, за відомим дослідником в цій області Р. Т. де Джорджем, міфом. Навпаки, бізнес з самого початку передбачає моральну основу і був би без неї неможливим (підприємці очікують від робітників чесності; сторони, що укладають контракт, розраховують на його виконання тощо).

Про посилення в останні роки ролі етичного фактору підприємницької діяльності свідчать численні рейтинги корпорацій, в основі критерії відбору в яких покладено геть не прибутковість компанії. Наприклад, у рейтингу «Найвидатніші корпорації Америки» (журнал «Форчун») це довгострокові річні доходи акціонерів; якість продукції та послуг, управління фірмою, корпусу робочої сили; готовність нести відповідальність перед суспільством і за охорону навколишнього середовища.

Що ж таке, власне, «етика бізнесу»? За приблизно тридцять років існування етики бізнесу як галузі знань науковці так і не дійшли єдиної думки щодо її визначення. Одні стверджують, що це сукупність моральних норм, правил та уявлень, які регулюють ставлення, поведінку і взаємовідносини людей в процесі їх виробничої діяльності. На думку інших авторів (Т.М. Герет, Р.Дж. Клоноскі), етика бізнесу розглядає насамперед взаємозв'язок цілей і засобів бізнесу та специфічно людських цілей. А американська дослідниця Лора Неш розглядає етику бізнесу як один з різновидів професійної етики і пропонує таке визначення: це наука, що вивчає відповідність моральних норм людини діяльності та цілям ділової організації.

Схожі, але не тотожні поняття «ділова етика» і «ділова культура». Останнє є ширшим і включає поряд із етичними якостями психологічні. В своїй основі ділова культура має відношення до людей, справи, суспільства та природи.

Розглянемо першу складову як найбільш важливу. Як правило, всі люди поділяють оточуючих на «своїх» та «чужих». Такий поділ дозволяє ставитися до «інших» як до засобу досягнення цілей, легалізує аморальне ставлення до «чужих», стає перешкодою на шляху затвердження норм цивілізованого бізнесу.

Як же ж подолати відчуження між людьми, побудувати новий тип відносин, за яких всі підприємці з «чужих» перетворилися б на «своїх»? Багато вчених намагаються вирішити це питання, сформулювавши універсальні морально-етичні принципи. Так, американський соціолог Л. Хосмер, спираючись на аксіоми світової філософської думки, запропонував десять «екуменічних (всесвітніх) принципів етики ділової поведінки», зокрема: 1. Ніколи не вчиняй того, що не в твоїх довгострокових інтересах (вчення Протагора про особисті інтереси). 3. Ніколи не вчиняй того, що не є добром (заповіді всесвітніх релігій). 4. Ніколи не вчиняй того, що порушує закон (вчення Гоббса і Локка про роль держави) тощо.

Більш конкретні принципи, застосовувані до сьогодення, розроблені Р. Льюїсом. Він поділяє їх на три великі групи: принципи персональної етики (власне мораль); принципи професійної етики; принципи всесвітньої етики.

На особливу увагу заслуговують принципи міжнародного бізнесу, розроблені учасниками «круглого стола» в Ко (Швеція) і зафіксовані у відповідній декларації, яка згадувалася на початку роботи. Ось деякі з них: 1. Відповідальність бізнесу. 3. Етика біз-

несу: від літери закону до духу довіри. 4. Повага до правових норм. 6. Піклування про навколишнє середовище.

Розробка етичних принципів відбувається і на мікрорівні. Йдеться насамперед про кодекси поведінки, за допомогою яких корпорації намагаються привести свій бізнес у відповідність з моральними нормами. Існують так звані універсальні кодекси, що розробляються галузевими асоціаціями чи міжнародними організаціями і являють собою певною мірою стандарти. До таких кодексів можна віднести ISO 9000 (стандарти Міжнародної організації по стандартизації), японський ESC 2000 Code, «Принципи Саллівана» (Sullivan Corporate Responsible Principles), документи міжнародної антикорупційної групи Transparency International та інші.

А чи є корпорації морально відповідальними суб'єктами? Існує чотири підходи, що дають відповідь на це питання. Перший — ринковий підхід, який виправдовує принцип примноження прибутку як єдиний принцип діяльності компаній, залишаючи, таким чином, поза увагою соціальні проблеми. За підходом з позиції державного регулювання корпорації є соціально відповідальними і потребують досить сильних стримуючих засобів у вигляді законів. З точки зору прихильників позиції корпоративної совісті соціальна відповідальність спирається на загальнолюдські цінності, якими дорожать і керівництво і підлегли, та формується в результаті саморегулюючої в етичному плані діяльності.

З метою дослідити етичну орієнтацію ділового суспільства у Сполучених Штатах Америки викладачами Бейлор університету в Техасі було проведене анкетування серед широкого кола менеджерів комерційних компаній. Ця сама анкета пізніше була запропонована українським менеджерам і керівникам. В результаті було зроблено висновки про те, що велика частка американських бізнесменів є дуже егоїстичною та безпринципною. Але майже вдвічі більшою виявилася така частка українських бізнесменів. Чому це так? Українські експерти фонду «Інтелектуальна перспектива» вважають, що корінною проблемою багатьох негараздів і непорозумінь є моральний стан суспільства. Важливо ліквідувати атмосферу толерантності до корупції.

Взагалі питання про стан етики бізнесу в країнах з перехідною економікою є дуже важливим. В ситуації, коли відбувається становлення найважливіших підсистем соціально-економічної, політичної, соціокультурної, — етичні норми і принципи також перебувають у процесі становлення і можуть розглядатися як перехідні. На сьогодні вони являють собою конгломерат стереотипів поведінки, що перейшли з епохи тоталітарної і авторитар-

ної економіки, що були запозичені із західної ділової культури і власних «правил гри», які ще тільки формуються.

Російський дослідник Б. Докторов виділяє дві тенденції в процесі формування етики бізнесу в Росії, які, на мій погляд, відповідають також українській дійсності. З одного боку, в середовищі підприємців розвиваються форми контактів, прийняті в сучасному діловому світі: відповідальність, обов'язковість, обґрунтований ризик тощо. З іншого боку, не маючи гарантій стабільності законодавства в сфері бізнесу, відчуваючи недоброзичливість з боку різних владних структур, підприємці змушені діяти за правилами, відмінними від правил цивілізованого бізнесу.

Цікава інтерпретація ще одного дослідника — М. Мацковського. На його думку, основна маса підприємців не бажає встановлювати собі етичні межі, оскільки сама держава поки що не створює умови, що робили б «моральний» бізнес вигіднішим за «неморальний». Бізнес має бути моральним не тому, що в усьому необхідно додержуватися етичних норм. Просто моральний бізнес приносить більший прибуток.

Наприкінці хочеться ще раз наголосити на важливості вивчення етики бізнесу для всіх країн, особливо для тих, які змінюють свої економічні системи. Бізнес часто виявляється першим контактом між країнами і, залежно від того, яким чином зумовлює соціальні та економічні зміни, він істотно впливає на рівень страху чи довіри між людьми в усьому світі.

У новому тисячолітті чи принаймні в новому столітті ми маємо визнати нові можливості тлумачення світу та зростання можливостей так званих «нематеріальних сутностей». І не важливо, як вони зараз називаються: духовність, етичні начала і т.п. Це майбутнє вже настало, але ми його або не помічаємо, або не готові в ньому жити.

О.В. Пасічник, асистент
Київський національний економічний університет

ТАРГЕТУВАННЯ КУРСУ ГРИВНІ ТА ПРОБЛЕМИ ВИБОРУ ОПТИМАЛЬНОГО ВАЛЮТНОГО РЕЖИМУ В УКРАЇНІ

Дискусії щодо ефективності встановлення того чи іншого режиму курсоутворення, який би забезпечував стабільність національної валюти та створював передумови для сталого економіч-

ного зростання, тривають з моменту проведення в Україні грошової реформи у вересні 1996 р. і до цього часу.

Світова практика свідчить, що в країнах з перехідною економікою застосовуються найрізноманітніші режими обмінних курсів — від дуже жорстких валютних прив'язок до відносно вільно плаваючих курсів з численними проміжними варіантами. Однак, у міру адаптації цих країн до розширення можливостей, пов'язаних з активізацією їх участі у все більш інтегрованій світовій економіці, а також зі змінами у власному економічному становищі, відбувається рух у напрямку більшої гнучкості режиму обмінного курсу. Зазначені тенденції характерні і для української економіки, де розвиток курсової політики пройшов кілька етапів: керований плаваючий курс до травня 1997 р.; вузький коридор у межах 1,7—1,9 грн за 1 дол. США, який фактично означає встановлення фіксованого обмінного курсу, до кінця 1997 р.; декілька більш широких коридорів до кінця 1999 р.; та, починаючи з 2000 р., запроваджено плаваючий валютний курс. Перехід від фіксованого режиму валютного курсу до плаваючого був зумовлений зміною напрямків грошово-кредитної та валютної політики, пов'язаних зі зростанням ВВП, поліпшенням торговельного балансу, прийняттям бездефіцитного бюджету, реструктуризацією зовнішніх богів України та іншими позитивними зрушеннями в економіці. Разом із тим застосування режиму плаваючого курсу гривні пов'язано з рядом проблем.

Навіть за значних позитивних зрушень в економіці стабільність валютного курсу і надалі залишається проміжним (тактичним) орієнтиром Національного банку України. Досягнення цієї цілі в умовах плаваючого курсу гривні вимагає перегляду впливу на валютний курс інструментів регулювання. Це зумовлене тим, що курсовий режим як такий не впливає на чинники, що визначають динаміку курсу, а визначальними чинниками є ефективність та адекватність економічної і валютної політики. Застосування режиму плаваючого курсу передбачає поширення інструментів непрямого впливу на попит і пропозицію валюти, таких як облікові ставки та операції на відкритих ринках, що, в свою чергу, потребує ефективно діючих фінансових ринків. Однак нерозвиненість валютно-фінансового ринку України, можливість монопольного впливу окремих його суб'єктів на валютний курс вимагають застосування інструментів прямого впливу, таких як валютні інтервенції, норма резервування, валютні обмеження тощо, які завжди знаходили активне застосування у монетарній політиці НБУ. Застосування ж режиму вільного плавання гривні за умов використання НБУ інструментів жорсткого регулювання, якими є інструменти прямого впливу, в такому випадку втрачає свої переваги.

Зважаючи на це, значна увага повинна приділятися обґрунтуванню доцільності застосування інших валютних режимів. При цьому як альтернатива режиму плаваючого курсу може розглядатися застосування режиму валютного правління або таргетування валютного курсу.

Режим валютного правління запроваджується переважно для припинення інфляційної інерції. Він є крайньою формою фіксації курсу, яка не дає змоги використовувати механізм рефінансування центрального банку для підтримки ліквідності банківської системи, оскільки пропозиція національних грошей залежить від накопичення валютних резервів. В Україні ж існує зворотна тенденція щодо темпів інфляції, а жорстка фіксація обмінного курсу при скороченні хронічної інфляції втрачає переваги порівняно з режимом плаваючого курсу гривні.

Більш ефективним для подальшого забезпечення стабільності курсу гривні виступає таргетування — цільове управління валютним курсом, яке передбачає встановлення цільового рівня валютного курсу та його підтримання засобами валютної та монетарної політики. Крім того, проблема погашення зовнішньої заборгованості України, яка залишається актуальною і в умовах стабілізації та економічного зростання, також виводить на перший план головну ціль — необхідний рівень валютного курсу. При цьому може застосовуватись таргетування як номінального, так і реального курсу гривні, що дає можливість підтримати конкурентоспроміжність національних товарів та послуг на світовому ринку, а також забезпечити надходження валютних цінностей в країну. Таргетування курсу гривні передбачає управління валютним курсом у короткостроковому періоді й може мати на меті як підтримання його рівня в умовах внутрішньої чи зовнішньої нестабільності, так і досягнення іншого (вищого чи нижчого) рівня валютного курсу.

Отже, вибір ефективного валютного режиму в Україні натикається на перешкоди, зумовлені структурною недосконалістю економіки та слабкою координацією монетарної політики з фінансовою, насамперед політикою державних запозичень і політикою доходів. Перехід до таргетування курсу може розглядатися як альтернатива існуючому режиму курсу гривні або як його доповнення, що і в першому і в другому випадку створює надійну основу для вирішення вказаних проблем.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАМЕННЫХ УГЛЕЙ В ПРОИЗВОДСТВЕ ЭЛЕКТРИЧЕСКОЙ ЭНЕРГИИ

В разрабатываемой энергетической стратегии Украины каменному углю отводится существенная роль как единственному собственному энергоносителю, запасы которого обеспечат энергетическую безопасность страны на несколько сотен лет.

Уголь как топливный ресурс имеет целый ряд позитивных свойств. К ним относятся: низкая цена по сравнению с нефтью и газом (в перерасчете на эквивалентное топливо), большие запасы в недрах Земли, возможность транспортирования и хранения без использования дорогостоящих технологий, а также относительно стабильные мировые цены.

Рациональное использование угля является актуальной задачей, решение которой позволит при достигнутом уровне добычи повысить объем вырабатываемой электроэнергии и снизить затраты на ее производство.

Один из путей решения данной задачи — обоснование качества углей (с точки зрения полноты использования их энергетического потенциала, технологических возможностей и экономической целесообразности).

Вопрос о качестве угля является одним из наиболее важных. Экономическое обоснование его уровня призвано убедить производителей угольной продукции и ее потребителей в том, что увеличение количества топлива при снижении его калорийности не всегда приводит к росту объемов производства тепла и электроэнергии. Об актуальности этой проблемы свидетельствует ряд публикаций последнего времени, которые посвящены как экономической оценке применения обогащенного угля в энергетике, оценке потерь и разубоживания при добыче, так и системному подходу к взаимодействию производителей и потребителей угольной продукции, определяющим интегральное качество.

Из квалиметрии известно, что оптимальное качество достигается через интегральное, которое формируется в стадии последующего использования данного продукта. Вместе с тем отличительной особенностью использования углей в тепловой теплоэнергетике является независимость качества производимой электроэнергии от каче-

ства топлива. Поэтому критерием оптимизации качества каменных углей может служить только экономический.

Доминирующим показателем качества углей для наиболее распространенного пылевидного сжигания на тепловых электростанциях является низшая удельная теплота сгорания рабочего топлива. Для ее расчета распространена формула:

$$Q_w^u = Q^s \frac{100 - A^d - W}{100} - 6W,$$

где Q^s — высшая удельная теплота сгорания обеззоленного сухого угля, ккал/кг;

A^s — зольность угля на сухую массу, %;

W — его влажность, %.

Т. е. повышение теплотворной способности рабочего топлива электростанций и уменьшение его расхода может быть обеспечено снижением зольности топлива.

Коэффициент полезного действия (к. п. д.) устройств для сжигания, зависит от зольности топлива, состава угольной породы, ее теплоемкости и температуры золы и шлаков на выходе из топки и приближенно описывается уравнением: $\eta = 0,475 - 0,005A^d$.

Выход обогащенного продукта (концентрата) определяется содержанием породы в исходном продукте, точностью разделения в используемых технологических процессах и является функцией зольности исходного угля A_0^d , концентрата A_c^d и отходов

$$A_r^d : \gamma = \frac{A_r^d - A_0^d}{A_r^d - A_c^d} 100, \%,$$

Количество полезного тепла, которое можно получить при сжигании углей различной зольности, полученных при их обогащении, равно произведению выхода топлива (концентрата), низшей теплотворной способности рабочего топлива и к. п. д. сжигания: $Q = \gamma Q_w^u \eta : 100$.

Этот показатель имеет экстремальную зависимость от зольности концентрата с максимумом при зольности, близкой к материнской зольности чистого угля, абсолютное значение максимума является функцией зольности исходного угля.

В связи с отсутствием экономического и правового механизма обеспечения взаимодействия независимых производителей и потребителей угольной продукции необходимо отразить вопросы качества топлива, обеспечения минимальных издержек общества на свое энергообеспечение, снижение экологического ущерба в

государственных стандартах на топливо для электростанций, соблюдение которых будет обязательно.

Н. Є. Піщаліна, V курс
«Фінанси»

Вінницький коледж менеджменту

ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Однією з актуальних проблем управління соціально-економічним розвитком є державне регулювання малого й середнього бізнесу. Аналіз свідчить, що упродовж останніх десяти років мають місце значні зрушення при створенні та розвитку малих підприємств в Україні. Станом на 01.01.2001 р. в Україні функціонувало 165 тис. малих підприємств з чисельністю зайнятих до 50 осіб. У порівнянні з даними минулого року кількість МП у розрахунку на 10 тис. осіб (в середньому на 10 тис. осіб припадає 40 МП) збільшилася на 6 підприємств.

Незважаючи на позитивні тенденції розвитку малого бізнесу, його потенційні можливості щодо створення нових робочих місць та вирішення проблем безробіття використовуються не повною мірою. В ряді регіонів, де МП не набули належного розвитку, спостерігається високий рівень безробіття.

Аналіз розвитку малого бізнесу у Вінницькій області доводить, що його рівень відстає від середньоукраїнського і займає одне з останніх місць. З нашої точки зору, це пояснюється особливою прихильністю чиновників до перевірки МП, відсутністю активної підтримки з боку державних структур, в тому числі державної адміністрації.

Низький рівень розвитку малого підприємства в Україні не створює країні позитивного іміджу і свідчить про відсталість її ринкової економіки відносно сусідніх країн (наприклад, у Польщі 7 млн МП). Це особливо негативно впливає на приток інвестицій з-за кордону і не створює умов для реалізації ринкових реформ.

Серед головних недоліків такого стану вважаємо наступні:

— відсутність чітко сформульованої і послідовної державної політики відносно малого бізнесу;

— порушення органами державного управління норм діючих нормативно-правових актів;

— розростання адміністративних бар'єрів (реєстрація, ліцензування, сертифікація, системи контролю і дозвільної практики, регулювання орендних відносин);

— відсутність реальних та дієвих механізмів фінансово-кредитної системи;

— надмірне втручання органів державної влади в діяльність суб'єктів господарювання;

— зростання недовіри підприємців до влади, до її здатності вести довгострокову політику і забезпечити стабільні умови для ведення бізнесу;

— відсутність надійного правового, в тому числі судового, забезпечення підприємницької діяльності.

Щоб ефективно розвивалися малі й середні підприємства, на належному рівні було державне регулювання їх діяльності, до Уряду і Верховної Ради України є такі пропозиції:

1. Ступінь втручання держави в діяльність МП потрібно обмежити. Без реформування відносин держави з представниками малого бізнесу неможливо обмежити розміри тіньової економіки. Місцеві органи влади мають непропорційно великий вплив на малі підприємства порівняно із сусідніми країнами — це гальмує розвиток малого бізнесу в Україні. Лише в Білорусії зберігається контроль за цінами, трапляються випадки безповоротної конфіскації майна, і відповідно, зафіксовано найнижчу частку приватного сектору серед країн СНД.

2. Запровадити пільгові податкові заходи для новостворених підприємств на обмежений період часу, за умови, що це не призводитиме до спроб ухилення від оподаткування.

3. Зменшити розмір тіньової діяльності МСП (мається на увазі діяльність, здійснювана поза оподаткуванням). Все більша частка капіталу приховується від оподаткування (поза деякими даними — до 50 %) та вивозиться за межі країни. Через тіньову діяльність держава недоотримує багато коштів у бюджет, потерпає сектор соціального забезпечення.

4. Незначна кількість підприємств в Україні мають доступ до джерел фінансування, місцеві МСП не можуть ефективно конкурувати з іноземними колегами, які мають доступ до значно дешевших джерел фінансування. Тому ми вважаємо, що держава повинна надавати малим підприємствам кредити або створювати умови для вільного їх отримання.

Уряду слід запровадити більш жорстку бюджетну політику, лібералізувати водночас банківське законодавство, щоб дозволити іноземному капіталу брати участь у кредитуванні, вжити захо-

дів, які б стимулювали розвиток небанківських фінансових установ, лізингових компаній, кредитних НДО, інвестування в малих розмірах і т. ін. Поряд зі спрощеною системою оподаткування національний фінансовий сектор повинен бути створений на основі банківської таємниці про рахунки та операції клієнтів, адже через це клієнти не довіряють фінансово-банківському сектору.

***Р.В. Плісковський, директор
аудиторської фірми «АСГ»***

ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Обґрунтуванням для прийняття рішень можуть бути інформація, інтуїція, життєвий досвід або інше. Але інформація — це основа прийняття рішень. У більшості випадків розробка стратегії і тактики управління потребує збору інформації як зовнішнього оточення підприємства, так і внутрішніх особливостей функціонування підприємства. Інформація про зовнішнє оточення підприємства є підґрунтям для прийняття рішень про поведінку підприємства на ринку, про можливості використання ринкової ситуації, що склалася, про укладання або розірвання стратегічних домовленостей з партнерами і конкурентами. Вплив факторів зовнішнього оточення підприємства на його діяльність можна умовно згрупувати за такими ознаками:

- ступінь конкуренції;
- можливість числової оцінки показників ринку;
- особливості конкурентної боротьби;
- наявність вільних ніш для здійснення господарської діяльності;
- соціально-культурні фактори;
- прийняті вимоги ринку до якості, в тому числі до екологічної безпеки;
- можливості використання залучених і запозичених коштів, у тому числі товарного кредиту (розвиненість фондового ринку, кредитної системи);
- розвиненість ринку праці;
- можливість вибору і впливу на постачальників;

- наявність стратегічних домовленостей між партнерами, конкурентами підприємства, можливість укладання і переукладання таких домовленостей підприємством.

Використання наведених точок зору на зовнішнє середовище допоможе згрупувати і систематизувати інформацію з метою розробки стратегії і тактики діяльності. Варіанти періодичності та джерел збору інформації зображені на рис. 1.

Варіант 1 сприятливий для початку бізнесу, в разі коли керівництво підприємства слабо знайоме з ринковою ситуацією. Вигідно також проводити разові дослідження при кардинальній зміні ринкової ситуації з метою найширшої орієнтації і отримання найбільших (порівняно з конкурентами) вигід від змін. В інших випадках перший варіант призводить до додаткових витрат і не сприяє довгостроковому ефекту.

Варіант 2 вигідний при відносній стабільності широкого ринку, коли істотні зміни відбуваються не часто, а власних сил недостатньо для збору повноцінної інформації. В сполученні з варіантами 5 і 6 можливе використання даного способу організації збору інформації в довгостроковому періоді.

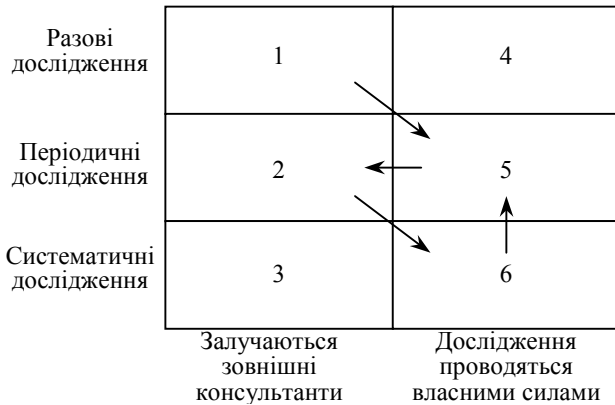


Рис. 1. Варіанти побудови системи збору інформації по частоті й виконавцям збору інформації

Варіант 3 достатньо коштовний і хоча й дає детальну інформацію про зовнішнє оточення підприємства, але отримання позитивного ефекту (прибутку) є питанням дуже проблематичним.

Варіант 4 не дає достатньо інформації для вивчення зовнішнього середовища і прийняття обґрунтованих рішень. Такий варі-

ант може бути підставою для дій лише на підприємствах, що керуються на основі інтуїції. Хоча, на жаль, на багатьох пострадянських підприємствах практикується саме цей спосіб збору інформації, що дозволяє молодим підприємствам вільно виходити на ринок.

Варіант 5 дозволяє отримувати інформацію для обґрунтованого прийняття рішень на малорухомих ринках. Особливо вигідне використання цього варіанта в сполученні з іншими.

Варіант 6 дозволяє отримувати достатньо інформації для прийняття рішень на рухомих вузьких або на широких ринках в періоди між використанням варіантів із залученням зовнішніх консультантів.

При використанні одразу декількох варіантів можна уявити таку схему: базова схема збору інформації — спеціалізована інформація, що збирається власними силами (варіант 6) у сполученні з періодичним збором широкої інформації як із залученням зовнішніх консультантів (варіант 2), так і без залучення (варіант 5). Можна уявити ситуацію, коли варіант 2 замінюється періодично на варіант 5 і навпаки. Це дозволить удешевити отримання інформації і завжди «тримати руку на пульсі подій».

Можна сказати, що інформація про внутрішні особливості функціонування підприємства важлива для прийняття рішень:

- про політику запасів (напрямок і основні правила діяльності в логістиці запасів);
- цінову політику (методики і правила визначення цін на товари підприємства);
- кадрову політику (головні принципи і методики роботи з персоналом);
- фінансову політику (принципи побудови фінансової діяльності підприємства, структура звичайного витрачання отриманих доходів, тощо);
- структуру підприємства;
- кредитну політику;
- тощо.

Збір інформації може бути організований як у повноцінну систему контролінгу, так і може бути частковим, зосередженим на ключових моментах.

Контролінг (англ. *controlling*) — це систематичний контроль, нагляд за ходом виконання поставлених задач з одночасною корекцією роботи. Здійснюється на основі додержання встановлених стандартів і нормативів, постійного регулювання і моніторингу.

нгу. Моніторинг — це спостереження за станом процесів з метою їх контролю, прогнозу, стабілізації. Контролінг визначають як систему управління процесом досягнення кінцевих цілей і результатів діяльності підприємства. На відміну від ревізії він орієнтується на поточні результати діяльності і не пов'язаний з документальною перевіркою, необхідністю виходу на місця здійснення господарських операцій і зберігання активів.

Основна ціль контролінгу — орієнтація управлінського процесу на досягнення всіх цілей, що стоять перед підприємством. Для цього контролінг забезпечує виконання таких функцій:

- координація управлінської діяльності по досягненню цілей підприємства;
- інформаційна і консультаційна підтримка прийняття управлінських рішень;
- створення і забезпечення функціонування загальної інформаційної системи управління підприємством;
- забезпечення раціональності управлінського процесу.

Ю.М. Правик, V курс
факультету маркетингу
Київський національний економічний університет

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ МАКРОЗМІННИХ РИНКУ ЦУКРУ В УКРАЇНІ

Формування ринкового механізму в бурякоцукровому комплексі України вимагає створення відповідної системи управління агромаркетингом на підприємствах галузі. Необхідність організації такої системи викликана насамперед формуванням елементів інфраструктури агромаркетингу, які б сприяли становленню та розвитку галузевого ринку.

Встановлено, що нині в бурякоцукровій галузі комплексне дослідження ринку, споживача, конкурентного середовища, товарної пропозиції не проводиться на всіх рівнях управління. Разом із тим, спостереження за кон'юктурою ринку цукру, що здійснюються державні та науково-дослідні установи, здебільшого мають епізодичний характер, проводяться некомплексно, що зумовлює низький рівень їх обґрунтованості. Маркетингові дослідження найбільше використовуються у збутовій діяльності й не поши-

рюються на власне виробництво. В Україні практично відсутні дослідження конкуренції на зовнішньому та внутрішньому ринках цукру, інноваційних процесів у цукровій галузі, методів просування продукції на ринок тощо. Саме забезпечення системності, комплексності та диференційованості аналізу стану і тенденцій розвитку ринку цукру дасть змогу розробити раціональну стратегію і тактику діяльності підприємств галузі на ринку.

В останні роки у країнах ЄС базисна ціна на цукрові буряки становила 40 екю/т, або 72 дол. США, на цукор — 954 дол./т, в Україні — відповідно 28—29 центів за фунт та 200 дол./т за курсом 1999 р.

Становлення єдиного ринку цукру сприятиме значному розширенню виробництва цукрових буряків, що можливо за умови стимулювання виробників системою цін, і відшкодовуватиме витрати виробництва. Однак тільки ціновим механізмом державі не вдасться вирішити всіх питань відродження цукробурякового виробництва. Потрібні нецінові методи підтримки сільських товаровиробників за допомогою механізмів фінансової системи, оподаткування, інвестиційної та амортизаційної політики.

Цукробурякове виробництво потребує регулювання цінового механізму, що передбачає запровадження ринкових важелів. Сучасна концепція ринку полягає в тому, щоб задовольнити потреби споживача. Для захисту внутрішнього ринку від імпорту цукру та цукромістких продуктів передбачається вжити ряд протекціоністських заходів шляхом встановлення високих митних тарифів, а також заходів щодо створення оптової торгівлі цукром шляхом видачі спеціального дозволу (ліцензії) на реалізацію цукру на ринку України з урахуванням квартальних та місячних обсягів та впорядкування роздрібної торгівлі. Фінансово-кредитне забезпечення обсягів виробництва цукру планується проводити шляхом пільгового державного кредитування виробників цукру та цукрових буряків. Заслуговує на увагу система розрахунків за сировину, прийнята в Каліфорнії (США), в якій мінімальну ціну на цукрові буряки встановлюють залежно від виручки за цукор, за мінусом торговельних витрат. Мінімальну ціну 1 т цукрових буряків в Україні пропонується визначати за формулою:

$$Ц_6 = Ц_ц / K_c K_d K_{\max \text{ в}},$$

де $Ц_6, Ц_ц$ — мінімальна відповідно ціна 1 т цукрових буряків та 1 т цукру; K_c — коефіцієнт співвідношення вартості вилученого цукру з 1 т сировини до мінімальної частки вартості буряків-

ників (мінімальна частка вартості буряківників може коливатись у межах 55—60 %). K_d — коефіцієнт дигестії; $K_{\max \text{ в}}$ — коефіцієнт максимально можливого вилучення цукру з сировини ($K_{\max \text{ в}}$ може варіювати у діапазоні 0,85—0,90). Користуючись вищенаведеною формулою та виходячи із значення $K_{\max \text{ в}} = 0,9$ і $K_c = 1,8181$ ($100 : 55$, де 100 — вартість вилученого цукру із сировини; 55 — мінімальна) розрахуємо мінімальну ціну за 1 т цукрових буряків залежно від вмісту цукру і мінімальної ціни на цукор (табл. 1).

Таблиця 1

РОЗРАХУНКОВА МІНІМАЛЬНА ЦІНА ЗА ЦУКРОВІ БУРЯКИ ЗАЛЕЖНО ВІД ВМІСТУ ЦУКРУ ТА МІНІМАЛЬНОЇ ЦІНИ НА ЦУКОР

Дигестія, %	Мінімальна ціна за 1 т цукрових буряків при мінімальній ціні за 1т цукру, грн							
	1650	1700	1750	1800	1850	1900	1950	2000
15,0	122,51	126,22	129,94	133,65	137,36	141,07	144,79	148,50
15,5	126,59	130,43	134,27	138,10	141,94	145,78	149,61	153,45
16,0	130,68	134,64	138,60	142,56	146,52	150,48	154,44	158,40
16,5	134,76	138,85	142,92	147,01	151,10	155,18	159,26	163,35
17,0	138,85	143,05	147,26	151,47	155,68	159,88	164,09	168,30

Закінчення табл. 1

Дигестія, %	Мінімальна ціна за 1 т цукрових буряків при мінімальній ціні за 1т цукру, грн							
	1650	1700	1750	1800	1850	1900	1950	2000
17,5	142,93	147,26	151,59	155,92	160,25	164,59	168,91	173,25
18,0	147,01	151,47	155,92	160,38	164,83	169,28	173,74	178,20
18,5	151,10	155,68	160,25	164,83	169,41	173,99	178,57	183,15
19,0	155,18	159,88	164,59	169,29	173,99	178,69	183,40	188,10

Після встановлення мінімальної ціни на буряки для наступних розрахунків за цукор, мелясу та жом визначимо частку буряківників сировини в одержаній виручці від реалізації цукру, виробленого з 1 т цукрових буряків (табл. 2).

Таблиця 2

ЧАСТКА ВИРУЧКИ БУРЯКІВНИКІВ ЗАЛЕЖНО ВІД ПРОЦЕНТА ВИЛУЧЕННЯ ЦУКРУ (дигестія — 16 %, мінімальна ціна — 1700 грн)

Вилучення цукру, %	Вихід цукру з 1 т буряків, кг	Виручка від реалізації цукру, виробленого з 1 т сировини, грн	Частка буряківників		Частка цукрозаводу	
			грн	%	грн	%
60	96	163,20	134,64	82,50	28,56	17,50
65	104	176,80	134,64	76,15	42,16	23,85
70	112	190,40	134,64	70,71	55,76	29,29
75	120	204,00	134,64	66,00	69,36	34,00
80	128	217,60	134,64	61,87	82,96	38,13
85	136	231,20	134,64	58,24	96,56	41,76
90	144	244,80	134,64	55,00	110,16	45,00

Таким чином, запропонований механізм цінового регулювання, особливо в умовах інфляційної нестабільності, забезпечить підтримку вітчизняного товаровиробника, дозволить ліквідувати диспропорції в ціноутворенні, досягти стабілізації в цукробуряковому підкомплексі.

Захист внутрішнього ринку цукру має будуватися, насамперед, на врахуванні специфіки окремих сегментів його світового ринку. Так, стосовно ринку вільної реалізації та національних ринків цукру країн світу, з боку яких існує найбільша загроза економічній безпеці нашої держави, має бути застосований режим максимального контролю над імпортними операціями. Провідним інструментом його практичного застосування можуть стати тарифні методи регулювання зовнішньої торгівлі. Система диференційованих і «плаваючих» ставок імпортного мита повинна забезпечувати встановлення такого рівня цін на імпортований цукор, який існує на внутрішніх ринках країн — його виробників. На особливу увагу заслуговує імпорт цукру-сирцю, поставки якого доцільно проводити на принципах щорічного встановлення квот, залежно від обґрунтованої потреби в ньому, із застосуванням спеціального механізму стягнення імпортованого мита.

ВПЛИВ МОНЕТАРНОЇ КОНСТИТУЕНТИ НА РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

Ринкова економіка не може існувати без гнучкої монетарної сфери, яка сприяє прискоренню мобілізації коштів для розширеного відтворення, підвищенню конкурентоспроможності та динамізму економічних процесів і явищ. Ефективне функціонування грошово-кредитної системи — необхідна умова для активізації інноваційно-інвестиційної діяльності в Україні, яка об'єктивно визначає ключову роль центрального банку в управлінні науково-технічним розвитком країни.

Світовий досвід свідчить, що загальний рівень економічного розвитку держави на сьогоднішній день детермінується не кількістю напрямків науково-технічного прогресу, а розумним поєднанням новаторських ідей і розробок, які базуються на технологічних проривах і потребують прогресивних умов кредитування і управління монетарною сферою, а також підвищення економічної значності власних, значущості власних, залучених і запозичених джерел для ведення науково-технічної діяльності.

Спираючись на створення сприятливого інноваційно-інвестиційного клімату, країна може обрати один з можливих типів розвитку: традиційний, який передбачає розвиток галузей економіки на базі існуючих технологій; інноваційний — характеризується диверсифікацією традиційної економічної бази шляхом значних інвестицій та інновацій (для реалізації такого типу розвитку необхідні наявність наступних складових: інноваційного попиту; інформаційної, кадрової, наукової та монетарної бази генерування інноваційних процесів, а також взаємопов'язаного функціонування науково-технічної, виробничої, фінансової, грошово-кредитної, соціальної та інституційної сфер); проміжний, що представляє собою комбінацію атрибутів, характерних для двох попередніх типів.

Якщо розглядати роль і місце монетарної політики в регулюванні інноваційно-інвестиційних процесів України, то необхідно зауважити, що не слід обмежуватися ортодоксальним монетаризмом, а треба застосовувати й неортодоксальні методи та прийоми монетарного менеджменту, які сприятимуть технологічному

оновленню виробничої, науково-технічної бази та виходу на світову арену. Для цього рівень грошової пропозиції слід привести у відповідність з попитом інноваційної і виробничої сфер. У даному зв'язку доцільним, на наш погляд, є проведення операцій з обліку та переобліку векселів, використання інструментів державних гарантій і відповідних заходів валютного регулювання і контролю, а також розробка та запровадження на практиці механізмів андерайтингу і лізингу нематеріальних активів.

Необхідними вважаємо також додаткові заходи щодо регулювання діяльності комерційних банків, їх переорієнтації на кредитування й інвестування виробничої і науково-технічної сфер. Справа в тому, що останні заходи передбачають зміцнення ресурсної бази, а також надання певних пільг (зниження ставки резервування для банків, які кредитують реальний сектор економіки і сприяють науково-технічному розвитку, а також зменшення відсоткових ставок за кредитами).

Важливими заходами щодо управління НТП на основі використання інструментів монетарного менеджменту слід також вважати вдосконалення принципів та методів управління й фінансування науково-технічної і інноваційної сфер; перегляд чинного законодавства щодо стимулювання монетарних процесів; реалізацію комплексу заходів для імплементації взаємодії банківської системи з реальним сектором економіки, включаючи науково-технічну сферу; формування інноваційної інфраструктури; активізацію діяльності держави на фондовому ринку, що покликаний стати важливим джерелом коштів для розвитку виробництва і залучення інвестицій у реальний сектор економіки; державну підтримку значних і системних інновацій, яка повинна здійснюватися, в першу чергу, через реалізацію цільових інноваційних програм, органічно узгоджених із середньостроковими перспективами розвитку реального сектору, монетарної сфери і соціально-економічних прогнозів.

В. А. Раузова, III курс
факультета менеджмента
Азовский региональный институт управления

КУРОРТНАЯ КОРПОРАЦИЯ КАК ФЕНОМЕН ТРАНСФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

В условиях рыночной экономики главной является проблема оптимального функционирования отраслевого и территориального управления экономикой. Одной из форм инновационного подхода в управлении экономическим потенциалом выступает развитие корпораций в отраслях материального и нематериального производства.

В классическом понимании корпорация — это совокупность лиц, объединенных для достижения целей, осуществления совместной деятельности, которые создают совместный субъект права — юридическое лицо, чаще всего представленное в форме акционерного общества. Под корпоративным управлением в акционерных обществах понимается система отношений между органами управления и должностными лицами эмитента, владельцами ценных бумаг (акционерами, владельцами облигаций и иных ценных бумаг), а также другими заинтересованными лицами, так или иначе вовлеченными в управление эмитентом как юридическим лицом. Помимо этого, к области корпоративного управления ученые относят все вопросы, связанные с обеспечением эффективности деятельности компании и защитой интересов ее владельцев, в том числе регулирование рыночных рисков.

Основной экономической предпосылкой возникновения корпоративного управления как такового является отделение владения от непосредственного управления собственностью. В результате такого отделения неизбежно возрастает роль наемных менеджеров, осуществляющих непосредственное управление деятельностью эмитента, вследствие чего возникают различные группы участников отношений, складывающихся в связи с таким управлением. Как известно, механизм корпоративного управления представляет собой комплекс принципов и норм, регламентирующих права, обязанности и ответственности лиц участвующих в управлении эмитента, а также иные принципы и нормы, закрепленные в нормативных актах Украины.

В украинских условиях противоречия в сфере корпоративных отношений традиционно стоят наиболее остро. Так, в результате массовой приватизации реальная трансформация отношений собственности не привела к эффективности функционирования и развития экономики, не создала эффективного собственника, который бы заботился о реальной экономической реализации корпоративных прав всех групп акционеров и стратегических интересах успешного развития предпринимательской деятельности. Мелкие акционеры не в состоянии препятствовать принятию ре-

шений организации дополнительных акций, в результате чего уменьшается доля голосов и рыночная стоимость принадлежащих им пакетов акций.

Существует необходимость интегрирования корпоративных структур в рыночную среду и формирование эффективных рыночных отношений. Одной из форм интеграционных процессов крупного и малого бизнеса являются франчайзинг — форма интеграции «независимых» фирм с крупной корпорацией; лизинг — «привязка» малых предприятий к крупному бизнесу в форме передачи малому предприятию в аренду с правом выкупа специального оборудования производственного назначения, товарного знака с учетом интересов сторон. Не исключено и использование модели кластера как особой формы горизонтальной агломерационной кооперации интегрированных структур.

Это касается и курортно-рекреационного хозяйства как г. Бердянска, так и страны в целом. Исходя из существующих форм и способов управления комплексом, возрастает необходимость управления курортными территориями. Одной из современных форм территориального управления и есть реализация корпоративной модели управления рекреационной территорией на основе формирования кластеров.

Теоретической и методической основой изучения и применения кластеров является модель М. Портера. Как известно, кластер представляет собой сконцентрированные по географическим признакам группы взаимосвязанных кампаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в ответственных отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций (например, университетов, агентств, торговых объединений) в определенных областях, которые конкурируют, но вместе с тем и ведут совместную работу касающуюся удовлетворения требований целевых потребителей.

Модель кластерного подхода к управлению корпорациями может быть положена в основу построения и функционирования курортно-рекреационного кластера. Касательно же развития курортной корпорации на основе курортно-рекреационного кластера, то практические аспекты его формирования можно рассмотреть на примере Приазовского отделения ЗАО «Укрпрофздравница» (г. Бердянск), имеющего мощную лечебно-диагностическую и оздоровительную базу, — санатории «Азов», «Лазурный», «Приазовье», «Бердянск», «Кирилловка», «Великий луг», а также предприятия, которые обеспечивают здравницы финансовой, технической помощью:

МПКХ «Курорт» (межведомственное предприятие коммунального хозяйства);

ПМТО — (предприятие материального технического обеспечения);

АТП — (автотранспортное предприятие);

ККУ — «Отдых» (комплекс курортных услуг);

СХп «Азов» (сельскохозяйственное предприятие).

Объединение всех этих неоднородных предприятий в единую корпорацию — кластер — способствует внедрению новейших технологий, и конечно же, предоставлению нового вида услуг. Помимо названных предприятий, являющихся корпоративным образованием, курортно-рекреационный кластер может рассматриваться и как квазикорпорация — объединение горизонтально интегрированных отраслей и производств, обслуживающих и иные потребности целевых сегментов туристов и отдыхающих, а именно предприятия в сфере услуг (информационных, досуга, развлечений, спорта), туристических компаний, специализированных учебных заведений, транспортных предприятий, предприятий в сфере переработки экологически чистой сельхозпродукции, строительных и промышленных объединений.

Кластерная модель развития корпоративных объединений позволяет определять закономерности функционирования курортных корпораций как открытых систем, тесно функционирующих в рамках открытой внешней среды, определять путем СВОТ-анализа слабые и сильные стороны, возможности и риски в условиях рыночной конкуренции, разрабатывать стратегию роста и успешно ее реализовывать. Исходя из выше сказанного, можно сделать следующий вывод: территориальное управление курортно-рекреационной сферой включает комплекс методов планомерного влияния на курортное хозяйство с целью рационального использования рекреационных ресурсов региона, а также экономического и производственного потенциала, удовлетворяя туристические и рекреационные потребности населения.

Marina Rymarenko

*III student, Economics, Management and Law Faculty
National University of Trade and Economics*

QUALITY MANAGEMENT SYSTEMS:

«CUSTOMER FIRST: A POWERFUL COMPETITIVE STRATEGY»

The «customer» has become business's key focal point in the 1990 s. Everyone is talking about the need to understand customer requirements, capture the words of the customer, and do what's right for the customer. Frequently, too few organizations have put the strategies and systems in place to deliver on this commitment. In addition, most organizations do not really understand the bottom-line benefits of providing excellent customer service and support.

A recent study in the Harvard Review has reported that customer service can boost profits from 25 percent to 80 percent, depending on the specific industry. There are many intangible benefits as well, giving a company substantial advantageous over its competition.

Customer Orientation

The heart of Company to Total Quality Control (TQC), which are called Leadership through Quality, is the customer. The focus begins with the customer — the most important asset a company can have.

The foundation for the shown down TQC approach was laid back in the early 1960 s, when Xerox established a philosophy built in six principles:

- Succeed through satisfied customers.
- Value employees.
- Aspire to deliver quality and excellence in all company does.
- Require a premium return on assets.
- Use technology to develop market leadership.
- Behave responsibly as a corporate citizen.

This philosophy, which starts with a customer focus, also emphasizes most valuable internal asset, employees. The remaining principles support the cornerstone of corporate philosophy of succeeding through satisfied customers. This philosophy has served as guide since the early 1960 s, when it was first written by Joseph Wilson, founder.

Developing customer orientation and putting it into daily practice, however, is often easier said than done. That was the case with Xerox, and it continues to be the challenge today. In the early to late 1960 s, when they were the dominant player in the copier/duplicator business, they lost sight of the customer. As a consequence, competition was able to capture a significant share of the market—a market that was created with the introduction of the first plain-paper copier in 1959.

Competition increased to the point that it threatened the very survival of Xerox in the early 1980 s.

Recognizing the competitive threat at hand, David Reams, the CEO, called the top 25 Xerox executives together in early 1983, at our Leesburg Training Center outside Washington. DC, to focus on changes required to meet the competitive challenge. During this meeting the senior team agreed to embark on a Total Quality Journey and wrote the Xerox Quality Policy. The policy, which has remained unchanged since 1983, reads:

- Xerox is a Quality company.
- Quality is the basic business principle for Xerox.
- Quality means providing our external and internal customers with innovative products and services that satisfy their requirements.
- Quality improvement is the job of every Xerox employee.

Focusing on the Customer

The approach is built on the foundation of satisfying customer requirements Customers can be either external customers or internal customers, whose work outputs form a chain that supports the external customer. These three corporate priorities «Customer satisfaction» are:

- Customer satisfaction
- Return on assets
- Market share

This ranking is driven by the belief that focusing on and satisfying customers and meeting their requirements will drive an improved return-on-assets performance and result in an increase in market share. Said differently, customer satisfaction is priority among priorities.

To succeed as a corporation must be establish a customer-first mentality and ingrain this mentality into the corporate culture. To do this first requires an organization to develop and deploy a customer-first direction and establish hard, measurable objectives to ensure goal achievement. The words of the customer must become an integral part of and drive the management process. This is achieved by providing processes—systems that operate within a supportive environment to achieve continuous improvement in customer satisfaction. Lastly, a company must incorporate the words of the customer into its reward system. If the company is successful, repeat business will follow, and customers will say, «These are the people I want to do business with.» (See the inset box, Leadership Through Quality.)

But simply telling the workforce that customer satisfaction is a priority is not sufficient. It was established objectives relating to customer satisfaction. First, to satisfy customers by meeting or exceeding their expectations—delighting them. Second, to become the benchmark in customer satisfaction in all of our customer interactions. Third, to ensure the year-over-year continuous improvement until 100 percent of customers rate us «very satisfied» with all of products and services.

But satisfying customers is not enough. It is strongly believed that «delighted» customers provide a decisive competitive advantage in the marketplace, creating customer and brand loyalty. Delighted customers remain loyal, permitting retention of the customer base and repurchases of your products and services. Ideally, when customer think only about your company! Additionally, a company gains the power of referrals from delighted customers. Recent research shows that customers who are «very satisfied» are six times more likely to repurchase products—and to recommend the purchase of company products to their colleagues and friends—than those who rate us «satisfied». Hence, the organization’s focus is on going beyond just satisfying the customer.

Company also must be able to provide customers with unique offerings. With these offerings, company quite often able to enjoy price premiums and reduce non-conformance costs—leading to increased profit margins. These elements combined lead to an expanding market share, which in turn results in an increased return-on assets performance.

Leadership Through Quality The strategy required transition leant and five other mechanisms for change. The five mechanisms are:	
1.Standards and measurement	tools are processes provide all company people with new ways assessing and performing their work, solving problems, and improving quality. Tools to do this include six-step Problem-Solving Process; a nine-step Quality Improvement Process; Competitive Benchmarking; emphasis on error prevention and doing things right first time; and techniques for determining the cost of quality.
2.Recognition and reward	ensures that company people are encouraged and motivated to practice the behaviors of Leadership Through Quality. Both individuals and groups are recognized for the quality improvements whether that takes the form of a simple thank-you or a cash bonus.
3.Communications	ensure that all company people are kept informed of the objectives and priorities of the corporation in general and their work group particular and how they are doing in meeting these priorities. Communications includes both formal media,

Leadership Through Quality The strategy required transition leant and five other mechanisms for change. The five mechanisms are:	
	such as magazines, films, and communications event as well as informal means, such as staff meetings.
4. Training	provides every company person worldwide with an understanding of Leadership Through Quality and a working knowledge of the tools and techniques for quality improvement. Training is delivered in «family groups» consisting of a manager and his or her direct reports. The manager, assisted by a professional trainer, conducts the weeklong problem-solving and quality-improvement training. After training, the manager guides the family group in the use of the quality process in an on-the-job project. This method of training top managers first and having them participate in the training of their subordinates is called a training «cascade.» This enables the management chain to practice the «learn, use, leader inspired» sequence to reinforce the quality improvement objectives of the training.
5. Management behaviors and actions	ensure that the management team—at all levels of the corporation—provides the necessary leadership, sets the right tone, and acts as examples for the successful implementation of Leadership Through Quality. Managers must not only espouse the principles of Leadership Through Quality, but also practice them day-in and day-out. In other words, managers must walk like they talk.

Н.Ю. Солонская, IV курс
экономического факультета
Донецкий национальный университет

РЫНОК ТЕЛЕРЕКЛАМЫ: КАКОВ ОН?

Сегодня в мире сложилась ситуация, когда без информации прожить, не говоря уже о том, чтобы выжить в жесткой конкуренции на рынке, просто невозможно. Информационный поток приобретает все новые формы и в настоящее время оказывается столь сильным и мощным, что потребитель начинает теряться в нем. Одним из источников информации является реклама.

Важнейшими средствами рекламы в Украине с точки зрения объемов затрат традиционно служит реклама на телевидении, в прессе, на радио и наружная реклама. Развитие этих четырех составляющих сегодня и определяет состояние общенационального рекламного рынка.

Когда в 1997 г. немецким журналом был проведен социологический опрос, где респондентам предлагался вопрос: на сколько процентов компании предполагают увеличить расходы на отдельные средства распространения рекламы?, то были получены следующие данные (табл. 1)

Таблица 1

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЙ РОСТ РАСХОДОВ НА ОТДЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА РАСПРОСТРАНЕНИЯ РЕКЛАМЫ в 1998 г. (см.: Маркетинг в России и за рубежом. 1999. № 4)

Средства распространения рекламы	Увеличение расходов, %
Телевидение	68
Интернет	11
Наружная реклама	10
Прямая почтовая рассылка	5
Газеты	3
Профессиональные журналы	3

Для отечественного рынка использование телерекламы продуцентом сегодня для вывода своей торговой марки на массовый рынок становится главным инструментом в рекламной деятельности. Это одна из причин, по которым телереклама отвлекает на себя значительную часть всего рекламного бюджета. Исторически сложилось так, что после экономического кризиса в 1998 г. из всех масс-медиа именно телевидение начало развиваться более быстрыми темпами (табл. 2).

Таблица 2

ОБЪЕМЫ ЗАТРАТ НА РЕКЛАМУ В СМИ в 1997—2001 гг., млн дол. (см.: Маркетинг и реклама. 2002. № 2)

	1997	1998	1999	2000	2001
Телевидение	91,8	173,6	172,9	215,9	398,0
Пресса	35,9	38,0	39,7	44,2	70,0
Наружная реклама	31,4	56,5	42,5	47,4	63,0
Всего	159,1	267,6	255,0	307,5	530,0

В основе вышеприведенных данных лежат показатели замеров продолжительности трансляции рекламы, объема площадей, занимаемых рекламой в газетах и журналах, типов и размеров носителей наружной рекламы, при этом предоставляемые рекламодателям скидки учтены не были.

Итак, анализируя сложившуюся ситуацию, можно заключить, что рост затрат на телерекламу только за последний год (2001 г.) составил 84,3 % уровня 2000 г., в то время как в 2001 г. рост рекламного бюджета составил 72 %. В 2001 г. удельный вес расходов на телерекламу составил уже 75 % общей суммы расходов на рекламу в СМИ против 70 % в 2000 г.

На рис. 1 отображена динамика затрат на телерекламу по месяцам в течение 2000—2001 гг., (по данным: Маркетинг и реклама. 2002. № 2).

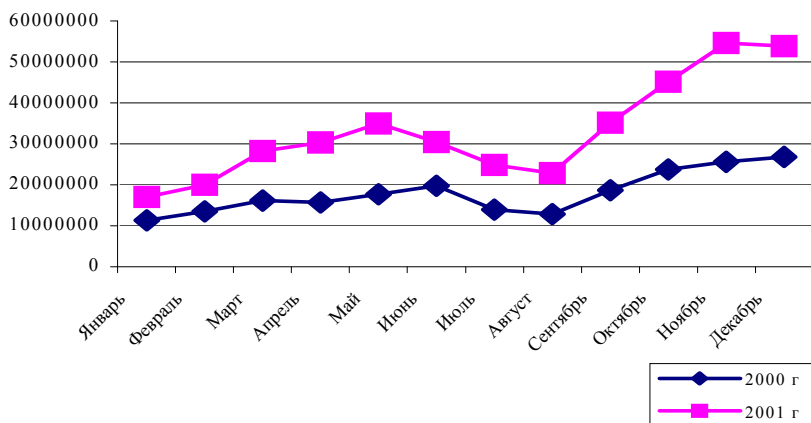


Рис. 1. Динамика рекламных затрат на телевидении в 2000—2001 гг., млн. дол.

Месяцами «затишья» для рекламы являются январь (связано с затратами перед праздниками) и август (период отпусков). Максимальная активность наблюдается в декабре месяце, умеренная активность — в апреле и мае.

На рынке телерекламы относительно телевизионных каналов наблюдается следующая активность (табл. 3).

При этом в пятерку крупнейших категорий, рекламируемых на ТВ в 2001 г., входят шоколадные изделия, моющие средства, кофе, жевательная резинка и мобильная связь.

Таблица 3

ДОЛЯ РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТОВ НА ТВ в 2001 г. (см.: Маркетинг и реклама. 2002. № 2)

Канал	Суммарная продолжительность, часов	Доля бюджета, %
Интер	719	47
Студия «1+1»	570	37
СТБ	918	5
Новый канал	702	5
УТ-1	243	4
ICTV	274	2

Анализируя все факты, можно предположить, что в скором времени рост рынка телерекламы замедлится. Объем рынка телерекламы в 2000 г. составлял 32 млн. дол., в 2001 — 42—45 млн дол., а на 2002 г. планируется его повышение до 55 млн. дол. Замедление роста связано, в первую очередь, с насыщением данного рынка. На сегодняшний день рекламные блоки на телевидении переполнены. По законодательству рекламный блок не должен превышать 9 минут в час, но на многих каналах нарушают законодательство путем использования гибкой ценовой политики. В связи с насыщением рынка, очевидно, что поднимутся цены на телевизионную рекламу, однако вполне возможно, что это будет сопровождаться сопротивлением рынка. Можно предположить, большой процент денег будет направлен в наружную рекламу и в прессу.

О.С. Співаков, аспірант
кафедри макроекономіки та державного управління
Київський національний економічний університет

**НАПРЯМКИ ОБСЛУГОВУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО БОРГУ
УКРАЇНИ В УМОВАХ СТАБІЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

Обслуговування державного боргу, деномінованого в іноземній валюті, вимагає все більше додаткових затрат. Як наслідок, неконтрольоване розширення витратної частини бюджету може призвести до накопичення фіскального дефіциту. Відношення зовнішнього державного боргу до загальної суми державного боргу України залишається достатньо високим; станом на кінець 1999 р., зовнішній державний борг склав 81,4 % загального боргу (табл.), на кінець 2000 р. — 73 %, на кінець 2001 р. — 71,7 %. У 2001 р. зовнішній державний борг — 26,8 % ВВП України (2000 р. — 32,5 %). До цього можна додати, що затрати на регулярне обслуговування зовнішніх боргів становлять значну частину витрат державного бюджету. У 2001 р. обслуговування таких боргів складало майже 12 % загальних витрат, а у 2002 р. ця частка має стати навіть вищою.

ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ УТВОРЕННЯ ДЕРЖАВНОГО БОРГУ УКРАЇНИ

Показники	Рік			
	1998	1999	2000	2001
Номінальний ВВП, млрд грн	102,600	130,400	173,000	201,900
Номінальний ВВП, млрд дол. США	41,900	31,600	31,800	37,400
Загальний державний борг, % до ВВП	49,4	61,4	44,5	37,4
Зовнішній державний борг, % до ВВП	38,4	50,0	32,5	26,8
Загальний державний борг, млрд грн	50,684	80,066	76,985	75,511
Загальний державний борг, млрд дол.	20,699	19,402	14,151	13,988
Зовнішній державний борг, млрд грн	39,398	65,200	56,225	54,109
Зовнішній державний борг, млрд дол.	16,090	15,800	10,335	10,023
Частка зовнішнього боргу, %	77,7	81,4	73,0	71,7

Джерело: Інститут економічних досліджень та політичних консультацій, місячний економічний моніторинг України, № 4 (18) квітень 2002.

Серпнева криза 1998 р. серйозно підірвала довіру до державних запозичень на внутрішньому ринку. Примусова реструктуризація державних облігацій, яка була проведена восени 1998 р., практично призупинила кредитування держави з боку національ-

них економічних агентів та позбавила Міністерство фінансів України можливості позичати кошти на внутрішньому ринку.

Сьогодні інструменти обслуговування внутрішнього боргу розвиваються дуже повільно. Разом із тим за умови чіткого дотримання державою своїх боргових зобов'язань внутрішні запозичення можуть стати важливим інструментом обслуговування бюджетного дефіциту. Заміна валютної структури державного боргу на користь національної валюти дозволила б запобігти негативним ефектам раптової девальвації.

Для того щоб уникнути негативних наслідків раптової девальвації, потрібно вжити певних заходів, а саме:

1) НБУ має продовжувати політику підтримки низької інфляції та відносної передбачуваності обмінного курсу;

2) потрібно підвищити дійсну незалежність НБУ. На даний час Міністерство фінансів заборгувало НБУ близько 20 млрд грн, включаючи кредити та процентні облігації внутрішньої державної позики. Рішення уряду щодо обслуговування цього боргу — це одночасно рішення щодо пропозиції грошей в країні. Це є причиною неповної незалежності НБУ у здійсненні монетарної політики;

3) рішення НБУ щодо майбутніх змін повинні бути більш цілеспрямованими та прозорими;

4) частка державного боргу у національній валюті має бути суттєво збільшена. Процес заміщення зовнішнього боргу внутрішнім вже розпочався, але він зумовлений, головним чином, неспроможністю уряду отримати нові кредити з-за кордону.

Отже, за сучасних умов стабілізації економічного розвитку України проблема обслуговування державного боргу постає у новому світлі: з метою запобігання постійному збільшенню затрат на обслуговування зовнішнього державного боргу, пов'язаних з можливою раптовою девальвацією національної валюти, зовнішній державний борг України в іноземній валюті має бути поступово заміщений боргом у національній валюті.

Н. Л. Станько

*кафедра теоретичної економіки та економіки України
Національний університет «Львівська політехніка»*

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МОНОПОЛІЙ: ДОСВІД УКРАЇНИ ТА ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

Державне регулювання, як і конкуренція, ставить перед собою ціль забезпечити високі рівні виробництва за умови найнижчих цін.

В Україні державне регулювання діяльності монополій було розпочато прийняттям у в 1992 р. Закону «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності». Головним органом, який здійснює регулювання антимонопольної діяльності, є Антимонопольний комітет України (далі АКУ), розпорядження якого можуть стосуватись припинення порушень антимонопольного законодавства, примусового поділу монопольних утворень тощо. З метою запобігання монопольному становищу АКУ здійснює контроль за створенням, реорганізацією (злиттям, приєднанням), ліквідацією суб'єктів господарювання, проводить планові та позапланові виїзні перевірки.

АКУ здійснює також регулювання цін на продукцію монопольних утворень шляхом встановлення фіксованих цін, граничних рівнів цін, граничних рівнів торговельних надбавок і постачальницько-збутових націнок, граничних нормативів рентабельності або шляхом запровадження обов'язкового декларування зміни цін.

Для запобігання появі монопольних утворень 1) рішення про створення об'єднання (установчий договір) і статут цього об'єднання погоджуються з Антимонопольним комітетом України; 2) придбання господарським товариством часток (акцій), активів інших господарських товариств має здійснюватись з дотриманням вимог антимонопольного законодавства.

За порушення антимонопольного законодавства підприємства можуть обкладатись штрафами у розмірі до 5 відсотків виручки від реалізації продукції за останній звітний рік, що передував року, в якому накладається штраф.

Демонopolізація економіки і розвиток конкуренції в Україні забезпечуються згідно зі спеціальною програмою, яка розробляється Кабміном та затверджується Верховною Радою.

Головні цілі, завдання й механізми реалізації конкурентної політики на сучасному етапі розвитку економіки України визначено Указом Президента України «Про основні напрями

конкурентної політики на 2002—2004 роки» від 19 листопада 2001 р.

У США визначають дві системи, на які орієнтується закон про конкуренцію: структурна та біхевіористська. Елементами структурної системи є монополність; компанії-поглиначі; інші види міжкорпоративних об'єднань (наприклад, спільні підприємства). Елементами ж біхевіористської системи є 1) обмеження по горизонталі — змовництво (угоди про фіксовані ціни, домовленості про територіальний розподіл ринку, заборона штучного роздування ринку, свідомий паралелізм), цінова дискримінація; 2) обмеження по вертикалі — підтримка роздрібних цін, обмежувальна практика організації збуту; 3) відмова торгувати, цінове та нецінове грабіжництво, інші антиконкурентні заходи.

Контроль за виконанням та обов'язковість дотримання положень закону про конкуренцію включає такий розподіл основних обов'язків: 1) розслідування — виконує управління конкуренції; 2) примусове дотримання законодавства — управління конкуренції та/або офіційні правознавці, а також особисті дії окремих осіб чи класів; 3) розгляд справи з винесенням судового рішення — суди та/або спеціальні органи правосуддя; 4) адвокатура — управління конкуренції.

У США найбільш важливими є Закон Шермана (1890 р.), згідно з яким вважаються незаконними спроби «монополізувати чи намагатись монополізувати...будь-яку частину торгівлі й комерції між кількома штатами...», а також Акт Клейтона (1914 р.), одне з положень якого забороняє корпораціям придбавати власність акції своїх конкурентів, оскільки це могло б спричинити «значне ослаблення конкуренції і встановлення монополії».

Для трактування антитрестівських законів міністерство юстиції США розробило спеціальні рекомендації, які забороняють злиття конкуруючих компаній, якщо їх сукупний обсяг виробництва міг би перевищити наперед встановлену частку продукції галузі в цілому.

Якщо розглянути політику Канади щодо конкуренції, то закон про конкуренцію було прийнято в 1986 р. Цей закон передбачає призначення Директора по розслідуванню та науці (далі ДРН), який проводить розслідування справ, збирає докази, позиває через суди (спеціальні суди з питань конкуренції). Окрім цього, ДРН дає дозвіл на злиття компаній, який не підлягає оскарженню, урегульовує питання стосовно реструктуризації шляхом обговорень, оспорує справи у спеціальному суді з питань конкуренції.

Канадське законодавство передбачає обкладання штрафами у розмірі \$10 млн. (за справу), а також ув'язнення та відкриття кримінальних справ щодо фірм, які застосували змовницьку поведінку.

Що ж до злиття та поглинання компаній, то законодавством Канади передбачено обов'язкову перевірку кожного з таких випадків. Окрім цього, існує обов'язковість попереднього інформування про масштабні операції зі злиттям та поглинанням компаній, в яких величина сукупних активів більша за \$400 млн та вартість компанії, що купується, перебільшує \$35 млн (у випадку об'єднання компаній — понад \$70 млн).

У Польщі закон протидії монополістичній діяльності був ухвалений у 1990 р. Цей закон передбачав заходи боротьби з надмірною концентрацією виробництва та важелі керування (наглядові дирекції), що стримували розвиток конкуренції; заходи боротьби з практикою обмеження господарської діяльності; створення незалежних комітетів з нагляду за перебігом виконання ухваленого закону (Антимонопольний комітет — АМО та атимонопольний суд — АМС), санкції щодо порушників закону (штраф у розмірі до 15 % обсягів товарообороту підприємства за минулий рік і штраф у розмірі не менше ніж 6 щомісячних зарплат особи, відповідальної за реалізацію рішення АМО або АМС).

У 1993 р. у Польщі прийнято закон про боротьбу з нечесною конкуренцією, згідно з яким нечесна конкуренція означається як діяльність, що загрожує або порушує інтереси іншого підприємця або замовника. Порушення закону тягне за собою переважно цивільно-правову відповідальність, але іноді й юридичну.

На думку польського економіста Анни Форнальчик, конкуренція і приватизація становлять дві опори ринкової реформи. Конкуренція може сприяти підвищенню ефективності економіки в цілому; спричинений конкуренцією тиск з метою утримання цін на низькому рівні стимулює також і утримання затрат на низькому рівні. Монопольне регулювання ринків призводить до втрат цих переваг. Таким чином, переваги конкуренції слугують доказом реалізації стабільної антимонопольної політики як частини процесу приватизації.

Більшість економістів вважає, що антитрестівські закони приносять суспільству велику допомогу у тих випадках, коли перешкоджають змовам про фіксовані ціни або не дозволяють

об'єднуватись різним конкуруючим підприємствам у галузях із зіставним рівнем технології.

Діяльність монополій може створити небезпечні умови для розвитку ринкової економіки. У зв'язку з цим держава через антимонопольне (антитрестівське чи антикартельне) законодавство має регулювати діяльність таких утворень. У законодавстві повинні бути передбачені відповідні регулятори, оскільки монопольна діяльність стає привабливою для багатьох підприємств. Підприємства-монополісти отримують високі прибутки за значно коротший термін, ніж в умовах конкуренції, оскільки реалізують продукцію переважно за монопольними цінами, обсяг виробництва продукції і відповідно затрати при цьому скорочуються.

ПРОБЛЕМЫ ПРИВАТИЗАЦИИ В УКРАИНЕ

Украина переживает сейчас сложное время перехода к рыночной экономике. Этот процесс сопровождается проведением политики разгосударствления и приватизации собственности, связанной со структурной перестройкой экономики, переменами в формах хозяйствования. Приватизация оценивается и отечественными и зарубежными аналитиками неоднозначно. Мнения расходятся и по поводу экономических и социальных последствий. Однако приватизация является фактически единственным блоком макроэкономических реформ, который реализуется сравнительно динамично. Она играет существенную роль, способствуя созданию корпоративного сектора экономики, рыночной инфраструктуры, сословия мелких собственников, ликвидируя государственную монополию в производственном и финансовом секторах экономики.

Среди оценок результатов приватизации исследователями до последнего времени преобладали отрицательные:

- «распыление» собственности вследствие сертификатной приватизации; формирование неэффективной так называемой инсайдерской собственности и фиктивной акционерной собственности как основы теневой коррумпированной нецивилизованной рыночной экономики;
- отсутствие заметного положительного влияния на экономическую эффективность и негативного — на объемы производства.

Среди причин неудач называют:

- ♦ выбор ошибочной приватизационной модели (особенно критикуется сертификатная приватизация);
- ♦ отсутствие надлежащих условий: инфраструктурных (фондового рынка, достаточной правовой базы охраны прав собственности и механизма ее прозрачного перераспределения) и макроэкономических (проведение не в полном объеме либерализации и нестабильность развития экономики как предпосылки успешной приватизации);
- ♦ плохие стартовые условия, то есть самый высокий в мире уровень централизации и концентрации промышленного производства, критически низкий удельный вес легкой промышленно-

сти, сферы услуг на фоне гипертрофированно развитых сырьевых отраслей; мизерность роли и объемов производства сектора малого предпринимательства;

- ♦ неблагоприятные общественно-политические условия: доминирование социалистических и коллективистских идеологических стереотипов у основной массы населения;

- ♦ отсутствие надлежащего контроля со стороны государства за состоянием дел на реформированных предприятиях.

Сторонники же приватизации считают, что отрицательные оценки вызваны ошибочными представлениями о количественных и качественных параметрах приватизационного процесса, его структуре и масштабах. К основным факторам искажения реального процесса относят:

- √ недостаточный учет показателей глубины приватизации (оценивается деятельность фактически государственных предприятий с некоторой частью негосударственной собственности);

- √ приватизируемые предприятия могут реализовать свои преимущества лишь спустя некоторое время, в течение которого происходит реструктуризация общества, изменяется менеджмент и т. д.;

- √ образование сектора формально приватизированных предприятий (значительное их количество остается в сфере чрезмерного государственного регулирования);

- √ сохраняется значительная бюджетная поддержка государственного сектора экономики, тогда как частные предприятия дискриминируются государством.

На самом же деле, начиная с 1997 г., фиксируются отдельные признаки более эффективной работы негосударственного сектора в сравнении с государственным. Предприятия негосударственного сектора больше заботятся о своей платежеспособности, взысканиях и уплате налогов; быстрее оборачивают деньги, реагируя на неблагоприятную конъюнктуру ускорением обращения; проявляют большую склонность к инвестированию; в возрастающих объемах используют займы, предоставляемые на рыночных условиях. В 1999—2000 гг. почти весь объем прироста просроченной кредиторской задолженности приходился на государственный сектор. Еще в 1999 г. была зафиксирована положительная зависимость между индексами роста производства и глубиной приватизации, а в 2000 г. эта зависимость приобрела стойкий, сильный и значимый характер. Промышленный подъем 2000—2001 гг. является результатом главным образом массовой приватизации середины 90-х годов.

Несмотря на то, что технология приватизации не могла создать необходимые финансовые и инфраструктурные основы концентрации капитала и вторичного перераспределения собственности, эти процессы протекают достаточно интенсивно. Можно констатировать, что приватизация стала, с одной стороны, основным фактором формирования рыночной инфраструктуры и системы правовых отношений, которые регулируют рынок, а с другой, создание такой инфраструктуры и системы отношений позволяет значительно углубить и ускорить приватизационные процессы, содействуя реализации преимуществ частного сектора экономики. Приватизация создала также условия более-менее эффективной макроэкономической политики, и именно частные предприятия наиболее адекватно реагируют на эту политику.

Среди части радикальных реформаторов распространено убеждение, что переход государственной собственности в частные руки приведет к формированию социальной структуры, аналогичной развитым странами, характеризующейся наличием мощного среднего класса. А процесс его формирования через развитие мелкого предпринимательства сопровождается огромными трудностями по причинам:

- ♦ отсутствия государственной политики поддержки мелкого предпринимательства;
- ♦ крайне тяжелого положения в области финансирования и кредитования мелкого производства;
- ♦ засилья монопольных структур, диктующих свои цены и условия реализации продукции;
- ♦ давления, проводимого государственными чиновниками на местах, на ничем не защищенных мелких предпринимателей.

С начала реформ идет интенсивное размывание социальной базы среднего класса и усиливается социальная поляризация — крайне опасное и в экономическом, и в социально-экономическом аспекте явление, которое обусловлено, в конечном счете, не инфляцией и дефицитом государственного бюджета, хотя и они сыграли немалую роль. Есть другие, более глубинные причины. И одна из них — фактическое отчуждение большинства населения от возможности контроля и распоряжения бывшей государственной собственностью и концентрация этих функций в руках узкого круга лиц. Используя свое положение, этот слой создал специфические формы накопления капитала, позволяющие быстро обогатиться (использование кредита для конвертации его в валюту, получение

льготных лицензий на вывоз сырья, аккумуляция средств населения в «пирамидальных» структурах и т. д.). К тому же процесс раздела и передела сфер контроля стимулирует создание новых структур управления и способствует быстрому увеличению численности аппарата. Разбухание бюрократического аппарата в тесной связи со специфическими формами накопления является одним из факторов усиления социальной поляризации.

Украинская приватизация далеко не окончена. В настоящее время приватизированы объекты малого и среднего бизнеса и лишь незначительная часть крупных предприятий. Основное количество крупных предприятий еще подлежит приватизации.

Таким образом, объективный анализ предыдущих этапов приватизации является необходимым прежде всего для выявления, идентификации и смягчения будущих проблем, для выбора лучшей траектории проведения, приватизации, для сбалансированного восприятия ее всеми гражданами Украины.

М. В. Тарасюк, магістрант
обліково-фінансового факультету
Київський національний торговельно-економічний університет

МІСЦЕ ТА РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО КАЗНАЧЕЙСТВА УКРАЇНИ В СИСТЕМІ ЕЛЕКТРОННИХ ПЛАТЕЖІВ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ

З прийняттям спільної постанови Кабінету міністрів України та Національного банку України «Про створення внутрішньої платіжної системи Державного казначейства України» від 15.09.1999 р. № 1721 розпочався новий етап розвитку Державного казначейства України. Відкрився кореспондентський рахунок Державного казначейства України в Національному банку України і, таким чином, з 05.06.2001 р. Казначейство стає учасником Системи електронних платежів (СЕП) Національного банку України (НБУ).

Система електронних платежів НБУ — це загальнодержавна платіжна система, що забезпечує міжбанківські розрахунки між банківськими установами на території України із застосуванням електронних засобів приймання, оброблення, передавання та захисту інформації як за дорученнями клієнтів банків, так і за влас-

ними зобов'язаннями банків. Кількість учасників СЕП НБУ за станом на 1 січня 2002 р. становить 1562 установи, що на 14 одиниць більше, ніж на 1 січня 2001 р. За 2001 р. у СЕП здійснено 130 431 тис. початкових платежів на суму 1 236 614 млн грн, що перебільшує показники 2000 р. відповідно на 23 та 28 %. Наведені дані свідчать про високу розвинутість СЕП НБУ та його важливість для забезпечення оперативності розрахунків між банківськими установами за дорученням як господарюючих суб'єктів, так і самих банківських установ.

З огляду на позитивні характеристики системи електронних платежів, високу надійність розрахунків та їх оперативність виникла потреба входження Казначейства в СЕП НБУ.

Платіжна система (ПС) Державного казначейства України (ДКУ) — це програмно-технічний комплекс із засобами захисту інформації, що надані Національним банком України, який експлуатується Державним казначейством України та його органами і використовується для здійснення розрахунків між органами ДКУ, а також забезпечує взаємодію із системою електронних платежів Національного банку України (СЕП НБУ). ПС ДКУ розроблена з метою забезпечення виконання ДКУ покладених на нього завдань та функцій щодо виконання державного й місцевих бюджетів.

Місце внутрішньої платіжної системи ДКУ в Системі електронних платежів НБУ графічно зображено на рис. 1.

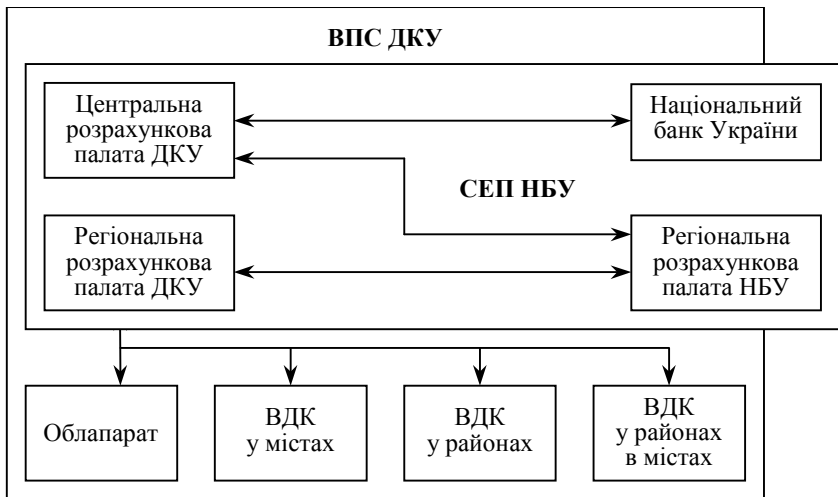


Рис. 1. Взаємодія Внутрішньої платіжної системи ДКУ і СЕП НБУ

До функцій ПС ДКУ слід віднести:

- забезпечення безперебійного проведення початкових та отримання відповідних платежів за виконанням державного й місцевих бюджетів як за доходами, так і за видатками (функція платежів);
- забезпечення управління грошовими потоками бюджетів з метою продуктивного використання тимчасово вільних залишків бюджетних коштів та їх належного територіального перерозподілу (функція перерозподілу).

ПС ДКУ притаманні такі характеристики:

- ефективність. Складовими чинниками ефективності виступають підтримка безперебійності платежів за виконанням Державного та місцевих бюджетів та іншими функціями ДКУ, а також мінімізація витрат на проведення таких платежів;
- оперативність. Оперативність роботи ПС ДКУ забезпечується використанням сучасних комп'ютерних технологій з метою недопущення зволікань у процесі продуктивного використання бюджетних коштів;
- безпека. Досягнення та забезпечення необхідного рівня захищеності системи досягається шляхом використання вбудованих засобів захисту інформації, які є невід'ємною частиною системи.

Державне казначейство України будує свою роботу на дотриманні принципів, прийнятих у банківській системі. Це означає, що ДКУ мобілізує тимчасово вільні кошти бюджетів у вигляді бюджетних надходжень і залишків за рахунками розпорядників та одержувачів бюджетних коштів і використовує їх для проведення бюджетних видатків і здійснення інших операцій, що не протирічать законодавству України та нормативно-правовим актам Національного банку України. При розробці та експлуатації ПС ДКУ Державне казначейство України дотримується вимог нормативно-правових актів Національного банку України при здійсненні ними розрахунків через СЕП НБУ.

Складовими концепції банківської установи є концепція казначейського банківського регіону (КБР) та концепція консолідованого кореспондентського рахунку.

ПС ДКУ розроблена на основі використання концепції казначейського банківського регіону. Казначейським банківським регіоном у ПС ДКУ є сукупність органів ДКУ — учасників СЕП,

які здійснюють розрахунки за консолідованим кореспондентським рахунком, що відкритий у територіальному управлінні Національного банку України.

Відповідно до вимог нормативно-правових актів НБУ щодо здійснення міжбанківських розрахунків та взаємодії із СЕП НБУ в кожному казначейському банківському регіоні створюються:

- **обласна дирекція** — обласне управління Державного казначейства України (ОУДК), яке виконує спеціально обумовлені функції при здійсненні міжбанківських розрахунків органами ДКУ цього казначейського банківського регіону;

- **розрахункова палата комерційного банку** — розрахункова палата, яка є структурним підрозділом обласного управління ДКУ та обслуговує органи ДКУ в ПС ДКУ і забезпечує взаємодію ПС ДКУ із СЕП НБУ;

- **філії комерційного банку** — органи ДКУ, що належать до відповідного казначейського банківського регіону і не є ані обласним управлінням ДКУ, ані його розрахунковою палатою.

Концепція консолідованого кореспондентського рахунку (ККР) у ДКУ реалізується через сукупність консолідованих кореспондентських рахунків, що відкриваються в територіальних управліннях Національного банку України на ім'я відповідного обласного управління Державного казначейства України. Основним завданням ККР є забезпечення швидкої мобілізації та перерозподілу коштів бюджету між органами ДКУ.

Завдяки входженню Державного казначейства України в Систему електронних платежів Національного банку України буде досягнуто високу оперативність проведення платежів по операціях, пов'язаних із виконанням державного та місцевих бюджетів, значно підвищиться якість контролю за проходженням платежів та їх цільовим використанням, зменшиться імовірність затримання проведення платежів банківськими установами, підвищиться рівень безпеки платежів, вдасться запобігти зайвих витрат за посередництва послуги банків, підвищиться ефективність використання тимчасово вільних ресурсів державного та місцевих бюджетів, вдасться досягти максимального рівня оперативності інформації про стан платежів з виконання державного та місцевих бюджетів.

**СВОБОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗОНЫ И ЗОНЫ
ПРИОРИТЕТНОГО РАЗВИТИЯ КАК ОСНОВНОЕ
НАПРАВЛЕНИЕ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В
УКРАИНУ
(НА ПРИМЕРЕ ТПР НА ТЕРРИТОРИИ г. ХАРЬКОВА)**

Привлечение иностранных инвестиций в Украину является приоритетным направлением развития экономики нашей страны на ближайшее время. Поэтому особенно актуальна в данной ситуации разработка методов их привлечения. Свободные экономические зоны (СЭЗ) как раз и есть одним из важнейших инвестиционных механизмов.

Создание СЭЗ в Украине регулируется Законом Украины «Об общих основах создания и функционирования специальных (свободных) экономических зон» и постановлением Кабмина «О концепции создания специальных (свободных) экономических зон в Украине». В соответствии с этими документами для создания любой СЭЗ должен быть принят отдельный закон. Инициаторами создания СЭЗ могут быть Президент Украины, Кабинет министров Украины или местные Советы депутатов Украины и местные государственные администрации.

СЭЗ в Украине создаются с применением механизмов, которые характерны для свободных экономических зон, но не подпадают под классическое определение свободной экономической зоны, которое было описано в международной конвенции по упрощению и согласованию таможенных процедур. Их главные отличия:

1. Территория СЭЗ в Украине не исключается из таможенной территории государства, на ней лишь вводится специальный таможенный режим, тем не менее сама территория СЭЗ есть таможенной территорией Украины.

2. Льготный таможенный и налоговый режим автоматически не распространяется на все субъекты, которые находятся на территории СЭЗ, а лишь на те, которые получили статус субъекта СЭЗ.

Активизация процессов в регионах, где введен специальный режим инвестирования, способствует улучшению ситуации на рынке труда и структурной перестройке экономики регионов и страны в целом.

Позитивные результаты от внедрения специального режима инвестиционной деятельности достигнуты в Донецкой, Закарпатской, Львовской областях и городе Харькове, на территории которых сформированы положительные тенденции в инвестиционной и производительной сферах и занятости населения. Приняты соответствующие организационные меры по обеспечению их деятельности. В этих регионах сосредоточено более 85 % (500 млн. долл. США) привлечённых инвестиций, организовано и сохранено 55 % (34,5 тыс.) рабочих мест.

Начиная с 1998 г., часть инвестиций в СЭЗ и ТПР в общей структуре инвестиций возрастает. Важно, что тенденция привлечения инвестиций на территории и СЭЗ и ТПР осталась положительной. Хотя нельзя однозначно утверждать, что льготные территории содействовали привлечению дополнительных инвестиций в экономику Украины, тем не менее важно, что они не стали причиной значительной переориентации инвестиций на льготные территории. В 2000 г. объем валовых инвестиций вырос приблизительно на 11 %. Такой рост на 2,9 % был обеспечен за счет возрастания инвестиций в СЭЗ и ТПР и на 8,1 % — на остальной территории Украины. В дальнейшем можно ожидать возрастания объема инвестиций в СЭЗ и ТПР и увеличения этой части в структуре инвестиций.

По данным рейтинга инвестиционной привлекательности регионов Украины, проводимого Институтом реформ каждые полгода, Харьковская область входит в группу лидеров и с 2000 г. стала первой в Украине по темпам прироста прямых иностранных инвестиций — 63 %, в то время как по Украине этот показатель в 2000 г. составил только 5 %. Немалую роль здесь сыграла зона специального инвестирования, введенная на территории Харькова (в соответствии с Законом Украины «О специальном режиме инвестиционной деятельности на территории г. Харькова» от 11 мая 2000 г.). В 2001 г. Харьковская область была названа одним из регионов с наибольшим уровнем инвестиционной привлекательности в Украине.

Среди аналогичных территорий (а известно, что в Украине образовано уже одиннадцать свободных экономических зон и девять территорий приоритетного развития) Харьков также удерживает лидирующие позиции вместе с Донецкой, Закарпатской и Львовской областями.

Специальный режим инвестиционной деятельности активно влияет на улучшение инвестиционного климата в регионе. Позитивное развитие инвестиционного процесса в рамках льготного

режима способствует возрастанию интереса иностранных и внутренних инвесторов к Харьковскому региону.

За 2000 г. вдвое возрос объем прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в Харьковскую область: с 11 млн долл. США в 1999 г. до 24 млн долл. США в 2000 г.

На протяжении 2001 г. высокие темпы роста иностранных инвестиций в регион сохранялись.

Предприятия, работающие в рамках льготного режима, произвели 3,5 % ВВП региона. Эти предприятия осуществляют затраты по проектам преимущественно на территории области, то есть инвестируют свои средства в сопредельные производства, в экономику региона. На них созданы новые рабочие места (на сегодня около трех тысяч).

За два года работы специальный режим инвестиционной деятельности стал одним из центров оздоровления экономики Харьковского региона. Структура привлеченных инвестиций характеризует равномерность освоения приоритетных видов деятельности в рамках льготного инвестиционного режима в Харькове (рис. 1).

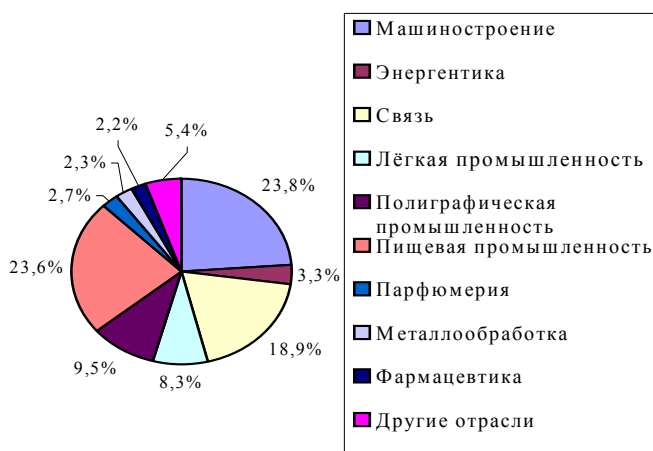


Рис. 1. Отраслевая направленность утвержденных инвестиций

Результаты деятельности специальных территорий в первом полугодии 2001 г.:

— превышение номинального размера поступлений платежей в бюджеты всех уровней над суммой льгот, полученных субъектами хозяйствования, составляет 54,2 млн. грн;

— доля представленных льгот в ВВП — 0,32 %;

— наибольшие поступления в бюджеты всех уровней регистрировались на территориях приоритетного развития в Донецкой (284,5 млн грн), Луганской (25,7 млн грн), Закарпатской области (9 млн грн) и городе Харькове (3,4 млн грн).

Таким образом, СЭЗ и ТПР играют важнейшую роль в привлечении иностранных инвестиций, а значит — и в развитии экономики Украины.

В. В. Тринчук, аспирант

Київський національний торговельно-економічний університет

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

За умов формування новітньої економічної системи роль і значення страхування в житті пересічного громадянина, у підприємстві, в цілому в країні істотно зростає. З'являються нові види ризиків, страхування яких дозволяє страхувальнику не просто компенсувати понесені збитки, але й зберегти стабільність ведення бізнесу. Процес становлення індустрії страхування є важливою складовою національної економіки.

Безумовно, одним із найбільш ефективних сучасних засобів розвитку страхового ринку є використання інструментів маркетингу в діяльності страхових компаній. Його можливості значні, оскільки він являє собою нову продуктивну філософію бізнесу. Поширення положень страхового маркетингу є доволі перспективним напрямом у розвитку страхового ринку України. Історично формування повноцінної науки як квінтесенція двох галузей — страхування та маркетингу — відбувалося на Заході у 60—80 рр. XX ст. Викликано було це процесом насичення страхового ринку продукцією, а також загостренням конкурентної боротьби. Настала об'єктивна необхідність розв'язати протиріччя, які виникли в ринковій економіці між учасниками страхового ринку: страховиками — з одного боку, та страхувальниками й державою — з другого. Улагодження конфлікту стало можливим лише

за умов задоволення потреб населення та бізнесових структур у якісних страхових послугах, завдяки формуванню вираженої маркетингової стратегії.

На сьогодні набув розвитку маркетинг у більшості галузей вітчизняної економіки, страхування тому не виключення. Страховий маркетинг є складовою частиною загальної маркетингової науки і являє собою цілісну систему взаємодії (інтерації) страховика та страхувальника, яка спрямована на взаємний облік інтересів і потреб. Страховий маркетинг слід розглядати в двох площинах: теоретичній та практичній. З одного боку, це явище страхового ринку значною мірою визначає обличчя страхування, а з іншого — слугує практичним інструментом для поліпшення ринкової результативності професійних страховиків.

Інструменти маркетингу поширились не тільки на збутову політику, а й на інноваційну, яка стосується розробки нових страхових продуктів, їх орієнтації на певний сегмент споживчого ринку.

Страховий ринок будь-якої країни є специфічною економічною територією, де відбувається купівля-продаж унікального товару — страхової послуги, а мистецтво її продукування, виведення на ринок, просування та продажу — це сфера діяльності страхового маркетингу. Вона являє собою комплекс заходів, покликаних формувати й постійно вдосконалювати діяльність страховика завдяки розробці конкурентоспроможних страхових продуктів. Зростання рівня привабливості й доступності ринку для всіх — як страховиків, так і страхувальників — можливе при впровадженні довгострокових соціальноважливих видів страхування, розширення інвестиційних можливостей страхової сфери. Нехтування питаннями розвитку саме страхового маркетингу загрожує економіці України втратою значної частки вітчизняного ринку страхових послуг зокрема та національної безпеки в цілому.

Не зважаючи на те, що існує багато робіт вітчизняних та зарубіжних авторів у галузі страхування, страховий маркетинг в Україні й досі знаходиться поза увагою фахівців.

Вітчизняні страховики зіткнулися також із необхідністю використання комплексу маркетингу і намагаються впроваджувати його окремі елементи у свою діяльність. Однак у більшості випадків ці процеси відбуваються стихійно, адже відсутні теоретичні та практичні рекомендації щодо застосування маркетингу в галузі страхування. Саме тому виникає об'єктивна необхідність у застосуванні маркетингу як комплексної системи управління виробничо-збутовою діяльністю страхових компаній шляхом реалізації специфічного товару — страхового продукту. Лише виражена маркетин-

гова політика на страховому ринку України сприятиме підвищенню рівня страхової культури потенційних страхувальників, що позитивно вплине на розвиток молодого, але, разом із тим, перспективного напрямку людської діяльності. Саме маркетинг допоможе сформувати потужну галузь — страхову індустрію незалежної України.

Я.В. Шестакова, III курс
юридичного факультету
Київський національний економічний університет

ПРАВОВИЙ СТАТУС АКЦІОНЕРІВ У ЗАКОНОДАВСТВІ УКРАЇНИ: СУЧАСНІСТЬ І МАЙБУТНЄ

Акціонер — член акціонерного товариства, який відповідає за зобов'язаннями товариства тільки в межах належних йому акцій. Під членством розуміється сукупність прав і обов'язків акціонера. Всі права акціонера поділяються на особисті та майнові. До особистих відносяться право на участь у спільних зборах товариства, право на голос, право на оскарження прийнятих рішень, право на інформацію. До майнових — право на отримання дивідендів, право на частину мана при ліквідації АТ (ліквідаційну квоту), переважні права на отримання нового випуску акцій при збільшенні статутного капіталу.

АТ має чітко капіталістичний характер. Його ціль — збирання капіталу для здійснення якої-небудь соціально корисної діяльності, що приносить дохід, і тому, на жаль, особисті права тут не домінують, а деколи можуть і взагалі не враховуватись. Обсяг цих особистих прав прямо залежить від майнових: можливість реального здійснення особистих прав належить особам, які володіють значною кількістю акцій. Це гостре питання на сьогодні, яке потребує вирішення теж сьогодні.

Основним майновим правом акціонера є право на отримання дивідендів. Вони визначаються в процентному відношенні щодо номінальної вартості акції, а якщо номінальна ціна акції не оплачена повністю, то — відповідно до оплаченої суми.

Звичайно вважають, що акціонеру гарантоване щорічне отримання дивідендів. Це неправильно, оскільки для отримання дивідендів необхідно, щоб товариство мало прибуток. АТ має прибуток тоді, коли його активи перевищують пасиви. Він може бути

отриманий іншим шляхом, наприклад, продажу акцій за ціною, яка перевищує номінал, шляхом переоцінки активів товариства внаслідок зменшення статутного капіталу.

Для отримання дивідендів потрібно також відповідне рішення загальних зборів. Можливий інший варіант: збори акціонерів вирішують весь прибуток направити в діло. І тоді дивіденди за рік не виплачуються (це буває досить рідко).

Щодо обов'язків, то акціонери-засновники повинні оплатити частину статутного капіталу, яка представлена їхніми акціями, не розголошувати конфіденційну інформацію, берегти майно, що належить АТ, дотримуватись положень статутних документів, допомагати товариству при здійсненні ним своєї діяльності та нести майнову відповідальність по боргах товариства у розмірі вартості своїх акцій.

Характерні риси акціонера в АТ на сьогодні:

1) відсутність субсидіарної майнової відповідальності за зобов'язаннями товариства, якщо він повністю сплатив свою частку;

2) обов'язковість майнової участі в АТ і необов'язковість персональної участі в діяльності АТ;

3) корпоративний характер управління й відповідна система органів: вищий орган — загальні збори акціонерів, виконавчий — правління, контрольні — ревізійна комісія, спостережна рада (за діяльністю правління);

4) участь в управлінні, що залежить від кількості акцій, які належать йому на праві власності;

5) можливість засновників (акціонерів) вибрати тип АТ — закрите або відкрите;

6) визначення обсягу прав акціонера залежно від типу акції (прості чи привілейовані), які належать йому на праві власності;

7) вихід із АТ шляхом відчуження акцій.

Що чекає акціонера в майбутньому, невідомо. Чи можуть акціонера позбавити того, що він має, а саме його позитивних рис:

1) обмеженість ризику акціонера розміром сплачених за акції коштів;

2) стабільність майнової бази АТ, оскільки на неї, як правило, не впливає вихід акціонера з АТ;

3) необов'язковість персональної участі акціонера в діяльності АТ;

4) та інше.

Звичайно, АТ має й негативні риси, які обмежують розвиток діяльності акціонера в товаристві:

1) можливість формування виконавчого органу з найманих працівників і неовов'язковість персональної участі в них акціонерів, що зумовлює відчуження останніх від управління АТ;

2) складність управління (кілька органів — загальні збори акціонерів, правління, спостережна рада і ревізійна комісія) і контролю за виконавчим органом з боку акціонерів;

3) можливість зловживань з боку засновників через легкість акумулювання коштів;

4) можливість здійснення контролю над АТ завдяки володінню контрольним пакетом акцій, якщо такий контроль (вплив) здійснюється на шкоду інтересам АТ та його акціонерам.

Це дуже гострі питання. Ситуація повинна змінюватись, підприємства мають вносити зміни до своїх статутів, відповідно до яких права акціонерів не будуть обмежуватись.

Статут товариства слід удосконалювати із правового, так і з економічного боку.

На сьогодні в АТ реальна влада зосереджена в руках засновників — менеджерів, а не акціонерів, і менеджери часто діють самостійно і незалежно. Лише контрольний пакет акцій того чи іншого члена корпорації або блоку акціонерів примушує їх дотримуватись вимог останніх та якось обмежувати свою самостійність. Але придбати контрольний пакет акцій дуже важко, отже, щоб бути впливовим і «реальним» акціонером, треба мати контрольний пакет акцій, проте його може мати тільки одна людина. Як бути іншим акціонерам? Звичайно, є загальні збори, правління, ревізійна комісія, спостережна рада, але ситуація не є безхмарною. Права та інтереси акціонерів деколи обмежуються. І вони потребують юридичної допомоги, а система управління і регулювання діяльності АТ — змін, що зумовило б виникнення більш досконалої внутрішньої і зовнішньої системи управління АТ в Україні.

*А.В. Шкловец, II курс
факультета международных
экономических отношений
Харьковский государственный
экономический университет*

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ПОВЫШЕНИИ КВАЛИФИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Современный уровень экономики предъявляет новые требования к качеству рабочей силы на предприятиях, ее конкурентоспособности. Научно-технический прогресс обуславливает необходимость постоянного обновления знаний и повышения квалификации персонала. Однако не всегда сами работники и руководители предприятий заинтересованы вкладывать денежные средства в повышение квалификации, поэтому для обучения профессионала требуется сочетание усилий государства и непосредственно фирм.

Правительства многих стран активно участвуют в программах подготовки профессионалов путем прямого финансового стимулирования предприятий для организации обучения в форме предоставления грантов. В Чили, Германии, Пакистане, Великобритании государство защищает инвестиции предпринимателей в обучение: работники сами оплачивают часть стоимости обучения, если они ушли с данного предприятия до окончания учебы. В Дании, Франции, Индии, Ирландии, Сингапуре, Малайзии правительство разрабатывает и внедряет схемы обязательного обучения работников на предприятиях. И несмотря на то, что процесс повышения квалификации в Украине еще не стал одним из основных факторов повышения производительности труда, первые шаги со стороны государства уже сделаны. Так, Кабинет министров Украины утвердил распоряжение «О мероприятиях по содействию предприятиям в организации профессионального обучения кадров на производстве» от 24.01.2001 г. № 13-г, в соответствии с которым планируется разработать учебные программы и методические рекомендации по вопросам профессионального обучения кадров на производстве. Следующим этапом должно стать принятие Закона Украины «О профессиональном обучении кадров на производстве». Аналогичные законы уже действуют в Германии и Франции.

Кроме изменения законодательной базы необходимо разработать рекомендации по усовершенствованию форм и методов повышения квалификации персонала непосредственно на предприятиях. В рамках рекомендаций должны быть отражены самые перспективные формы обучения (рис. 1).

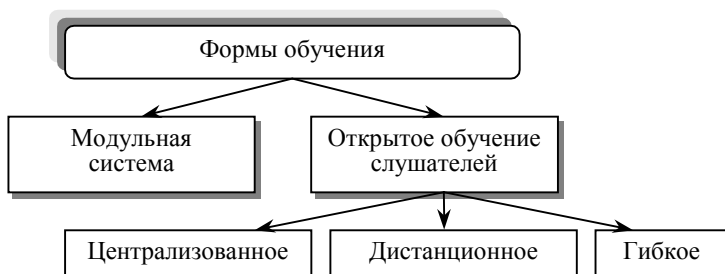


Рис. 1. Формы обучения персонала

Но наиболее важным со стороны государства является стимулирование персонала предприятия и работодателей в организации профессионального обучения кадров. Украина относится к такому типу государств, где предприятия не имеют юридических обязанностей по подготовке персонала и финансированию его обучения, поэтому было бы целесообразным вменить в обязанность правительству разрабатывать схемы обязательного финансирования (например, налоги на доход, освобождение от налогов и налоговые гранты), некоторые из них уже функционируют. Так, согласно постановлению Кабинета министров Украины «О размере затрат налогоплательщика на профессиональную подготовку или переподготовку» от 24.12.97 г. № 1461 предприниматель может включать в валовые расходы производства затраты на профессиональную подготовку или переподготовку кадров в размере до 2 % фонда оплаты труда. Вместе с тем размер таких затрат на зарубежных фирмах достигает 10 %, и делает их более конкурентоспособными на рынке.

Государственное стимулирование повышения квалификации персонала осуществляется в других странах через налоги и государственные кредиты под низкие проценты:

- ♦ затраты на обучение высчитываются из налогооблагаемой прибыли или других видов налоговых платежей (Чили, Малайзия, Республика Корея);

- ♦ предприятия освобождаются от налогов на импорт учебного оборудования (Пакистан);

- ♦ предприятия получают низкопроцентные кредиты на строительство учебных центров и освобождаются от налогов на землю и имущество (Республика Корея);

◆ государство предоставляет субсидии и участвует в затратах предприятий на повышение квалификации работников (Бельгия, Великобритания);

◆ государство привлекает частный сектор к научной деятельности путем заключения договоров на предоставление образовательных услуг.

Таким образом, государство играет огромную роль в решении вопроса о профессиональном обучении, имея множество направлений для стимулирования предприятий по обеспечению повышения квалификации работников и определяя необходимые пропорции между профессионально-техническим и высшим образованием.

В.І. Шушковський

кафедра економіки підприємств

Київський національний економічний університет

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПРОЦЕСІВ КОРПОРАТИВНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ В УКРАЇНІ, РОСІЇ ТА КРАЇНАХ ЗАХОДУ

Увага, яку спеціалісти і преса в Україні та практично в усіх інших постсоціалістичних країнах приділяють сьогодні інтегрованим корпоративним утворенням, є цілком виправданою, враховуючи роль, котру вони грають у сучасній економіці. Переконливим доказом того, що значення цих утворень сьогодні важко применшити, можуть слугувати, зокрема, наступні факти. Серед 100 найбільших компаній України за обсягом валового доходу в 2000 р. Принаймні 18 — це головні компанії інтегрованих утворень, а ще 7 є складовими подібних структур із центром в іноземних державах. сукупний валовий дохід цих компаній досягав майже 60 млрд грн. Схожа картина спостерігається і в Росії: на 28 інтегрованих корпоративних утворень, які входять до рейтингу 200 найбільших промислових компаній за обсягом реалізації у 2000 р., припадає понад 61 % загального обороту підприємств, представлених у рейтингу, або понад 80,2 млрд доларів.

Щоправда, процеси корпоративної інтеграції в Україні тільки зароджуються, тому достатньо глибоко розібратися в їх закономірностях можливо лише на основі вивчення відповідного досвіду інших держав.

Цікаво, що вже навіть поверхове зіставлення особливостей корпоративної інтеграції як у «нових ринкових країнах», так і у розвинених державах Заходу наводить на думку про те, що при вивченні процесів корпоративної інтеграції досить ефективним може виявитись застосування метафори життєвого циклу. За базовий параметр моделі життєвого циклу тут доцільно прийняти певний показник складності інтегрованого утворення, скажімо, кількість бізнес-одиниць, які входять до нього.

Спробуємо розібратися, що являє собою стандартний життєвий цикл інтегрованого корпоративного утворення, взявши за основу досвід Сполучених Штатів Америки і прийнявши за точку відліку післявоєнні роки. Отримана картина виглядатиме так: на ранніх етапах інтеграційне утворення розвивається в напрямку побудови завершеного вертикального ланцюгу, після чого активізуються горизонтальні інтеграційні процеси. Цю стадію можна назвати стадією концентричної інтеграції.

За нею слідує стадія конгломератної інтеграції, коли у вже сформованих вертикально інтегрованих утвореннях формуються значні фінансові резерви, котрі інвестуються у придбання компаній та створення нових виробництв у галузях, практично не пов'язаних із базовим профілем діяльності компанії. Пік процесів формування конгломератів припав у США на 1960—70-ті роки.

У наступне ж десятиліття стало очевидним, що прогнозовані переваги конгломератів далеко не завжди підтверджуються на практиці, і більшість інтегрованих утворень конгломератного типу зазнало нового етапу трансформації — виділення непрофільних виробництв у окремі компанії та повернення до стандартного вертикального ланцюга. Іншими словами, цей період відповідає стадії оптимізації структури інтегрованих утворень.

Тепер звернемось до російського досвіду. Ключових відмінностей у порівнянні з Америкою тут дві. По-перше, інтеграційні процеси у Росії останнім часом розвиваються надзвичайно динамічно: тривалість виділень нами стадій тут вимірюється не десятиліттями, а роками. По-друге, цій країні більше притаманна інша послідовність розвитку інтегрованих утворень.

В середині 1990-х років центрами корпоративної інтеграції в Росії були не стільки багаті промислові компанії, скільки фінансові групи, котрі завдяки накопиченим у перші роки реформ значним капіталам та політичному впливу встановлювали контроль над підприємствами практично не пов'язаних між собою галузей, використовуючи за критерій відбору не стратегічні переваги, а співвідношення між фактичною та потенційною вартістю активів.

Таким чином, можна стверджувати, що першою стадією еволюції корпоративних утворень у Росії була конгломератна. Дещо складніше охарактеризувати наступний період розвитку інтеграційних процесів у цій країні, який розпочався два-три роки тому. Сьогодні російські інтегровані утворення прагнуть одночасно позбавитись непрофільних бізнес-одиниць і добудувати вертикальні ланцюги в обраних ними пріоритетних сферах діяльності. Іншими словами, вони вийшли на стадію концентричної інтеграції, котра супроводжується процесами, типовими для оптимізаційної стадії.

Як можна в даному контексті охарактеризувати процеси корпоративної інтеграції в Україні? Зрозуміло, що на сьогодні в більшості галузей вони або перебувають у зародковому стані, або мають латентний, прихований характер. Це зумовлено, серед іншого, незавершеністю приватизації в багатьох галузях, яким властива тенденція до формування інтегрованих утворень. Однак лише цим картина не вичерпується, і при розгляді вітчизняних особливостей інтеграційних процесів слід наголосити на ще двох їх аспектах, котрі ми проігнорували при розгляді досвіду Росії та США.

По-перше, це наявність надзвичайно великої кількості вертикально та горизонтально інтегрованих компаній, які були створені рішенням уряду і контролюються державою (енергогенеруючі компанії, «Укртелеком», «Хліб України», «Нафтогаз України», «Надра України» і т. п.). Подібних утворень у США не було ніколи, а в Росії вони поширені тільки в оборонно-промисловому комплексі. В цьому сенсі Україну можна порівняти лише з деякими країнами Західної Європи, де подібні утворення виникли після війни, а в останні роки в більшості своїй зазнали радикальної реструктуризації. На жаль, наявність таких компаній нерідко дискредитує саму ідею інтеграції, оскільки неефективність їх управляючих елементів справляє значний негативний вплив на економічні показники підприємств, котрі входять до складу таких утворень.

По-друге, масштаби української економіки значно менші за масштаби російської або ж економік інших провідних країн. Наслідком цього є те, що інтеграційні процеси в Україні значною мірою пов'язані із входженням вітчизняних компаній до складу інтегрованих корпоративних утворень із центром у зарубіжних державах. Ця особливість також є спільною для України та країн Європи, перш за все Східної.

Однозначно вказати, в якому напрямку відбуватиметься подальший розвиток інтеграційних процесів в Україні, поки що важко. Втім, вже можна із достатньою впевненістю припускати, що вітчизняні інтегровані корпоративні утворення в найближчому майбутньому розбудовуватимуться за моделлю концентричної, а не конгломератної інтеграції. Про це свідчить, зокрема, і стратегія, обрана зараз такими великими інтегрованими структурами, як «Індустріальний союз Донбасу» чи «Інтерпайп».

Досвід практично всіх зарубіжних країн свідчить, що саме цей напрямок еволюції інтеграційних утворень є найбільш ефективним у довгостроковому аспекті. Водночас недоліки утворень конгломератного типу виявляються незалежно від національних умов: більшість американських конгломератів, що виникли тридцять років тому, на сьогодні вже розпалися, південнокорейські «чеболі» та їх японські аналоги, про успіхи яких чимало говорилося у 1980-х рр., зазнали краху або були змушені зберегти лише найбільш конкурентоспроможні напрямки своєї діяльності, а російські фінансово-промислові угруповання досить швидко вирішили сконцентруватися на обмеженій кількості пріоритетних напрямків, не очікуючи, поки почнуть виникати проблеми, породжені стратегією конгломератної диверсифікації.

Загальний висновок для України, який можна зробити на основі аналізу процесів корпоративної інтеграції у світі, досить простий: формування максимально ефективної структури в провідних галузях економіки може бути забезпечено тільки тоді, коли і на макрорівні, і на рівні окремих суб'єктів економіки сформується чітке уявлення про наші конкурентні переваги, які відкривають реальні можливості для побудови потужних вітчизняних компаній, що були б здатні на рівних конкурувати зі світовими лідерами чи, принаймні, зайняти свою нішу в ланцюгах міжнародної кооперації.

*Я.В. Щетинская, IV курс
экономического факультета
Донецкий национальный университет*

ЭФФЕКТ ОТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БЕСТАРИФНОЙ СИСТЕМЫ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ

С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СВОДНОГО КОЭФФИЦИЕНТА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «АРТЕМОВСКИЙ ЗАВОД ПО ОБРАБОТКЕ ЦВЕТНЫХ МЕТАЛЛОВ»

Открытое акционерное общество «Артемовский завод по обработке цветных металлов» (далее ОАО «АЗОЦМ») — крупнейший в Украине комплекс по прокату и переработке цветных металлов. «АЗОЦМ» — ведущее предприятие цветной металлургии Украины, один из крупнейших производителей медного проката в странах СНГ. Продукция завода — трубы, прутки, листы, полосы, ленты.

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 оправках из цветного металла; медные кофеварки; декоративные подносы. Номенклатура товаров постоянно обновляется с учетом конъюнктуры рынка.

В статье проанализирована прогрессивная система оплаты труда (на основе применения распределительного (бестарифного) варианта организации заработной платы) и проецирования ее в условиях, в которых работает завод. Это приведет к повышению материальной заинтересованности каждого работника.

В практике организации заработной платы можно встретить варианты бестарифной модели, в которых вместо двух коэффициентов ($K_{\text{кв}}$ — коэффициент квалификационного уровня и $K_{\text{ту}}$ — коэффициент трудового участия в текущих результатах деятельности) определяется один сводный коэффициент оплаты труда ($K_{\text{свт}}$), механизм расчета которого учитывает как факторы квалификационного уровня работника, так и факторы результативности его работы и отношения к труду в конкретном расчетном периоде. В своей основе данный метод базируется на определении диапазона различий в индивидуальных результатах труда и построении так называемых вилок соотношений в оплате труда разного качества.

Модель бестарифной системы с использованием вилок соотношений в оплате труда различного качества характеризуется наличием в ней следующих элементов:

— определенным количеством квалификационных групп, которые объединяют работников, относящихся к различным кате-

гориям персонала (рабочие, служащие, специалисты, руководители);

— заданными коэффициентами нарастания оплаты от одной квалификационной группы к другой;

— установленными диапазонами (интервалами) значений коэффициентов, соотношений в оплате, отражающими возможные индивидуальные различия в трудовом вкладе работника.

Что касается правил определения повышения и понижения значения коэффициентов соотношения, то в «вилочной» модели бестарифной системы оплаты труда они должны быть максимально конкретными для каждой профессии, входящей в ту или иную квалификационную группу, и по своей сущности должны заменить все ранее действующие положения об оплате, находясь в то же время в пределах жесткого диапазона повышения или понижения базового коэффициента.

Если, например, в одну квалификационную группу попадут начальник котельного отделения, инженер-теплотехник, мастер участка сетей и электрик 3-го разряда, то по каждому из этих работников необходимо разработать показатели повышения и понижения коэффициента, а также определить лицо лиц, ответственных за достоверность предоставляемых сведений. Ниже приводится вариант разработки таких показателей, если в качестве базового выбирается среднее значение коэффициента по интервалу. При этом профессия и квалификация по ЕТКС — электрик 3-го разряда; квалификационная группа в бестарифной системе оплаты — 5; диапазон интервала — 2,5—3,9; среднее значение интервала — 3,2.

Существуют показатели корректировки: увеличивающее значение коэффициента (выполнение графика работы (+0,2), не превышение сроков работы (+0,1), стаж работы по данной профессии (+0,1 и +0,2) и уменьшающее значение коэффициента (срыв (нарушения) в работе (–0,2), повторная переработка из-за качества (–0,2), нарушение трудовой дисциплины (–0,1).

По результатам работы за месяц работник

— выполнил график работ (+0,2);

— не нарушил нормативных сроков работ (+0,1);

— имеет стаж работы 6 лет (+0,2);

— имел повторную наладку системы освещения (–0,2).

Итоговая величина трудового вклада составит:

$$K_{\text{кв}i} = 3,2 + 0,2 + 0,1 + 0,2 - 0,2 = 3,5$$

Для определения месячной зарплаты этого электрика необходимо его $K_{\text{кв}}$ в данном месяце умножить на ставку, соответствующую квалификационной группе, в нашем случае — это размер минимальной заработной платы (118,3 грн).

Итак, зарплата электрика 3 разряда составит:

$$ЗП_i = 3,5 \cdot 118,3 = 414,05 \text{ грн.}$$

Аналогичным образом рассчитывается заработная плата всех рабочих по всем квалификационным группам и всего персонала энергетической службы завода.

Подсчитав ФОТ энергослужбы, можно судить о возможном его изменении в пределах от минимального значения, составляющего 29205,4 грн в месяц, до максимального — 95375,7 грн. Такой широкий диапазон дает возможность свободно варьировать в уровне заработной платы по всем категориям работающих. Однако в таком случае очень сложно спрогнозировать ФОТ службы в месяц и тем более на год. Если же уровень заработной платы принять средним по всем группам, то ФОТ (средний) за месяц составит 61404,9 грн. Он на 11904,9 грн превышает размер месячного существующего фонда. Эта разница составляет 24 % существующего и она тоже меньше 30-процентного размера премии. Подсчитав разницу между ними, получим чистую экономию:

$$\Xi = 14850 - 11904,9 = 2945,1 \text{ грн.}$$

А общая экономия по обоим подразделениям завода составит:

$$\Xi_{\text{общ}} = 6169,4 + 2945,1 = 9114,5 \text{ грн в месяц.}$$

Данная система с наибольшей степенью адекватности реагирует на работу каждого сотрудника, учитывает ее изменения и стимулирует к еще более продуктивному труду. На основании данных легко отслеживается тенденция каждого работающего в его отношении к труду. Постоянно ухудшающееся отношение может служить предупреждением, а также основанием для увольнения данного работника.

Общий экономический эффект от введения новых вариантов системы оплаты труда позволит предприятию ежемесячно сэкономить десятки тысяч гривен.

ЗМІСТ

<i>Michal Przedlacki</i> Problems of management in non-profit organizations	4
<i>Алексеева Ю. В.</i> Державне регулювання національної індустрії туризму в умовах Європейської інтеграції	9
<i>Башилик А. В.</i> Особливості фінансового менеджменту в холдингових компаніях	11
<i>Бруйка О. П.</i> Вплив факторів зовнішнього середовища на інноваційну діяльність підприємств фармацевтичної галузі України	15
<i>Бутюгин Н. А.</i> Полноцветная картонная упаковка как пятый элемент маркетинг микс	18
<i>Вдович П. С.</i> Напрями розвитку корпоративного управління в Україні	20
<i>Вискуб Є. В.</i> Необхідність наявності держсектору в умовах транзитивної економіки	24
<i>Власов М. С.</i> Сучасні системи заробітної плати	27
<i>Волкова К. М.</i> Измерение и управление Mystery Shopping — надежный инструмент измерения и управления качеством сервиса банков, финансовых организаций, розничных сетей.	30
<i>Володін Д. С., Водяницький Д. П.</i> Лізинг як складова реконструкції виробничого підприємства (на прикладі ДП «Електропобутприлад» ВО «Чернівцілегмаш»)	33
<i>Воробьев А. А.</i> Стратегия продвижения на рынок продукции полиграфического предприятия на примере ТПО «РотаПринт»	36
<i>Глівенко С. В.</i> Вплив екологічних факторів на соціально-економічний розвиток територій	39
<i>Горбатюк А. И.</i> Эффективность производства: сущность, критерии, факторы повышения	41
<i>Грушко О. О.</i> Міжнародний туризм у розвитку економіки України	44
<i>Гусев Ю. В.</i> Роль політичних процесів у соціально-економічному розвитку нового покоління в Україні	46
<i>Демченко В. С.</i> Роль региональной политики государства в социально-экономическом развитии Украины	48
<i>Дяк М. Б.</i> Визначення маркетингової орієнтації вітчизняних підприємств галузі ламп-фар у європросторі	51
<i>Євдокимова Д. М.</i> Державне регулювання економічного розвитку регіонів	54
<i>Єрофеева Т. А.</i> Стратегія монетарної політики в Україні	57
<i>Іпатенко О. М.</i> Фінансова звітність як засіб управління розвитком організацій	59
<i>Капаруліна М. С.</i> Особливості впровадження регуляторної політики у сфері підприємництва в Україні	60

<i>Коваленко І. А., Коваленко Н. А. Государственное регулирование процессов международной миграции рабочей силы</i>	63
<i>Комаров В. А. Джерела місцевих запозичень: світові тенденції та ситуація в Україні</i>	67
<i>Кононенко А. А. Совершенствование управленческой структуры АОЗТ страховой компании «Velta»</i>	70
<i>Курець Т. С. Зростання обсягів промислового виробництва в Україні: тенденції та перспективи</i>	73
<i>Лебухорська Т. В. Розвиток тіньового сектору як наслідок державного регулювання економіки</i>	78
<i>Леонова В. В. Інвестиційний банкінг в Україні</i>	81
<i>Лозинська М. Ю. Роль бенчмаркінгу у формуванні конкурентних переваг підприємства</i>	83
<i>Луцкевич Д. В. Перспективи розвитку курортних регіонів України</i>	86
<i>Мазярчук В. М. Економетричне оцінювання впливу політики обмінного курсу на виробництво продукції металургійного комплексу в Україні</i>	88
<i>Малінко Д. О. Механізми державного антикризового регулювання</i>	92
<i>Мельникова О. О. Необхідність формування інноваційного ринку в Україні</i>	96
<i>Мильченко І. В. Вопрос о необходимости проведения мониторинга общественного мнения при разработке программ муниципального реформирования</i>	99
<i>Москалюк А. П. Проблеми управління зовнішнім боргом України</i>	102
<i>Мишов М. А. Ринок консалтингових послуг в Україні. Становлення й проблеми розвитку</i>	105
<i>Нестеренко Р. А. Система підготовчих заходів антикризової програми</i>	109
<i>Николаев Е. Б. Новые реалии деятельности фирм в глобальной информационной экономике</i>	112
<i>Ничволода А. С. Корпоративные информационные системы в управлении предприятиями</i>	115
<i>Новікова І. В. Інноваційний потенціал підприємства: сутність, методичні підходи до оцінки та інвестиційне забезпечення розвитку</i>	118
<i>Нурієва А. О. Вплив правотворчості на соціально-економічний розвиток держави</i>	122
<i>Павленко О. О. Визначення природоохоронних складових в управлінні соціально-економічним розвитком у державі</i>	125
<i>Палажук І. В. Етика бізнесу як складова корпоративного управління</i>	127
<i>Пасічник О. В. Таргетування курсу гривні та проблеми вибору оптимального валютного режиму в Україні</i>	131

<i>Пилова Е. П.</i> Экономические и экологические аспекты использования каменных углей в производстве электрической энергии	133
<i>Пицаліна Н. Є.</i> Проблеми державного регулювання малого бізнесу	135
<i>Плісковський Р. В.</i> Формування інформаційної бази управлінських рішень у торговельних підприємствах	137
<i>Правик Ю. М.</i> Державне регулювання макрозмінних ринку цукру в Україні	141
<i>Процик Т. В.</i> Вплив монетарної конституенти на регулювання інноваційно-інвестиційних процесів в Україні	144
<i>Раизова В. А.</i> Курортная корпорация как феномен трансформационной экономики	146
<i>Рымаренко М.</i> Quality Management Systems: «Customer First: A Powerful Competitive Strategy»	149
<i>Солонская Н. Ю.</i> Рынок телерекламы: Каков он?	152
<i>Співаков О. С.</i> Напрямки обслуговування державного боргу України в умовах стабілізації економіки	155
<i>Станько Н. Л.</i> Державне регулювання діяльності монополій: досвід України та зарубіжних країн	157
<i>Сухоставец І. Н.</i> Проблемы приватизации в Украине	161
<i>Тарасюк М. В.</i> Місце та роль Державного казначейства України в системі електронних платежів Національного банку України	164
<i>Ткачѳв Д. С.</i> Свободные экономические зоны и зоны приоритетного развития как основное направление привлечения инвестиций в Украину	168
<i>Тринчук В. В.</i> Актуальні питання розвитку страхового маркетингу в Україні	171
<i>Шестакова Я. В.</i> Правовий статус акціонерів у законодавстві України: сучасність і майбутнє	173
<i>Шкловец А. В.</i> Роль государства в повышении квалификации персонала . . .	175
<i>Шушковський В. І.</i> Порівняльний аналіз процесів корпоративної інтеграції в Україні, Росії та країнах Заходу	178
<i>Щетинская Я. В.</i> Эффект от использования бестарифной системы заработной платы с использованием сводного коэффициента распределения на примере ОАО «Артемовский завод по обработке цветных металлов».	181