

**Національна академія наук України
Інститут регіональних досліджень**

Ігор Коломієць

УПРАВЛІННЯ

**зовнішньоекономічною діяльністю
підприємства в процесі його
інтернаціоналізації**

Львів - 2004

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ РЕГІОНАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

ГОР КОЛОМІЄЦЬ

**УПРАВЛІННЯ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА
В ПРОЦЕСІ ЙОГО
ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ**

Львів – 2004

УДК 339.9:339.94

Коломієць І.Ф. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в процесі його інтернаціоналізації: Монографія / Інститут регіональних досліджень НАН України. – Львів, 2004. – 247 с.

У монографії обгрунтовано концепцію управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в процесі його інтернаціоналізації. Особливу увагу приділено формуванню соціально-економічних передумов діяльності підприємства за рахунок організації та управління організаційно-структурних змін, удосконаленням принципів та методів управління їх проведенням, активізації інвестиційної діяльності, удосконаленню організаційних форм міжнародної економічної інтеграції.

Для фахівців, що займаються питаннями зовнішньоекономічної діяльності менеджерів та керівників підприємств, наукових працівників, викладачів та студентів навчальних закладів.

Науковий редактор:

Долішній М.І. – доктор економічних наук, професор,
академік НАН України

Рецензенти:

Буркипський Б.В. – доктор економічних наук, професор,
академік НАН України

Бойко Є.І. – доктор економічних наук, професор

Оксанич О.Е. – доктор економічних наук, професор

ISBN 966-02-3254-3

Затверджено до друку Вченою радою
Інституту регіональних досліджень НАН України
(протокол № 9 від 26.12.2003 р.).

Зміст

.....	5
Організаційно-економічні засади зовнішньоекономічної діяльності підприємства	8
Інтеграційна функція підприємства в системі глобалізації економіки	8
Зовнішньоекономічна інтеграція в теоріях управління.	12
Методи розвитку та активізації зовнішньоекономічної діяльності	28
Індикатори та критерії зовнішньоекономічної діяльності підприємства	35
Структурно-організаційні зміни в процесі розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства	43
Структурне реформування підприємства	43
Інструменталізація в системі організаційного розвитку підприємства	49
Підприємство підсистем підприємства в контексті активізації зовнішньоекономічної діяльності.	60
Управління структурно-організаційними реформуваннями підприємств	67
Концептуальні підходи до реформування підприємств	67
Методи оцінки ефективності реструктуризації підприємства	76
Методологія формування і реалізації стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства	88
Стратегія зовнішньоекономічної діяльності.	88
Стратегія зміцнення міжнародної позиції підприємства	94
Форми зовнішньоекономічної діяльності підприємства	106
Інтеграція в розвитку інтеграції підприємства і збуту	113
Активізація інвестиційної діяльності в процесі формування зовнішньоекономічної орієнтації підприємства	122
Інтенсифікація інвестиційної діяльності підприємств як необхідна умова активізації зовнішньоекономічної діяльності	122
Розвиток ринкової інфраструктури в системі факторів активізації інвестиційних процесів	130
Механізми забезпечення фінансового забезпечення інвестиційних процесів на промислових підприємствах	141

5.4.	Програмування підвищення інвестиційної привабливості регіону
5.5.	Організаційні основи формування інвестиційної політики в регіоні
Розділ 6	Організаційні форми міжнародної економічної інтеграції вітчизняних підприємств
6.1.	Вільні економічні зони
6.2.	Спеціальні економічні зони і єврорегіони в Україні
6.3.	Офшорні зони як особливий різновид ВЕЗ
6.4.	Спільні підприємства – важливий напрямок залучення інвестицій
6.5.	Кооперація і посередництво як ефективні форми інтеграції вітчизняних підприємств
Висновки
Список використаних джерел

ВСТУП

Однією з найбільш суттєвих особливостей сучасного розвитку економіки є поглиблення інтеграційних процесів. Науково-технологічний прогрес, передусім розвиток інформаційних технологій, стали важливими передумовами міжнародної інтеграції, глобалізації економіки. Ці процеси на сучасному етапі є об'єктивними і закономірними явищами.

Україна як член світового співтовариства не повинна стояти на стороні інтеграційних процесів, а вести активний пошук форм участі в міжнародній економічній співпраці. Одним із завдань в контексті участі вітчизняної економіки в інтеграційних процесах є поглиблення і розвиток зовнішньоекономічної діяльності господарських структур, передусім промислових підприємств.

Промислове підприємство як форма господарювання, що функціонує на основі добровільності і самостійності у виборі напрямків діяльності та певної відповідальності за результати роботи, набула в останні роки певних темпів економічного зростання і створила об'єктивні передумови для активізації зовнішньоекономічної діяльності.

Для вітчизняних підприємств проблема зовнішньоекономічної діяльності не є новою. Ряд організаційно-економічних питань, в пов'язаних з експортом та імпортом продукції, вирішувалися в часи планово-регульованої економіки вищими ієрархічними органами управління – главками, управліннями, міністерствами. Разом з цим особливістю вирішення проблеми розвитку зовнішньоекономічної діяльності полягає в тому, що в сучасних умовах всі функції її реалізації перебувають в руках промислових підприємств.

Вислідження вітчизняних і зарубіжних фахівців показують, що на теперішній час не створено сприятливих умов для ефективного управління зовнішньоекономічною діяльністю підпри-

емств. Про це переконливо свідчать часті зміни в чинному законодавстві України з питань, які регламентують зовнішньоекономічну діяльність; низький рівень виконавчої дисципліни як з боку підприємств, так і з боку владних структур; високий рівень корупційності управління апарату та тіньової виробничої діяльності. Відсутність цілювності економічних відносин між підприємствами і державними структурами.

Бажання більшості промислових підприємств в отриманні максимальних прибутків за будь-яких умов переважає над необхідність розроблення довгострокової стратегії розвитку земної діяльності, виготовлення конкурентоспроможної продукції, впровадження ефективних ресурсозберігаючих технологій.

Створення з боку держави сприятливих умов для розвитку зовнішньоекономічної діяльності на теперішньому етапі має велике значення. Основною, шляхом зниження адміністративного впливу і ролі держави в сфері використання економічних важелів, які мають забезпечити підприємства до активізації інтеграційних процесів. Досвід розвинувшихся держав з розвинутими ринковими інституціями та економікою свідчить про те, що високі темпи економічного зростання досягаються за умов ефективного функціонування підприємств.

У представлений монографії сформовано цілісну концепцію управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства у процесі інтернаціоналізації. Враховуючи специфіку реформування економіки, реальну ситуацію в країні, що сформувалася за останні роки, перспективи розвитку національної економіки, автор зробив спробу теоретично обґрунтувати концепцію управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, методологію та організаційні форми внутрішньої економічної інтеграції.

Концепція управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства розроблена на принципах і тенденціях, які притаманні сучасним формам державного управління економікою і знайшли практичне застосування в розвинувтих державах світу.

Стосовно активізації зовнішньоекономічної діяльності підприємства виходячи з реальної ситуації, що склалася у вітчизняній промисловості, обґрунтовує необхідність проведення структурно-організаційних заходів у підприємствах.

Особливу увагу автор приділяє принципам та методам управління структурно-організаційними реформуваннями підприємств в процесі розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Особливий блок проблем, розв'язання яких створює необхідні умови економічних інтеграційних процесів, становлять питання активізації зовнішньоекономічної діяльності підприємств, вдосконалення організаційних форм зовнішньоекономічної інтеграції.

Структуру монографії характеризують шість основних розділів, в яких висвітлюються організаційно-економічні засади та механізми управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.

Монографія розрахована на широке коло фахівців, які займаються проблемами управління зовнішньоекономічною діяльністю на різних рівнях національної економіки, менеджерів і власників підприємств різних структур, наукових працівників, аспірантів, студентів вищих навчальних закладів.

РОЗДІЛ 1 ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Інтернаціоналізація підприємства в системі глобалізації економіки

Прискорення інтеграційних процесів у світовій господарській системі обумовлює розширення сфери діяльності підприємств за межі власних країн. Будь-яке підприємство в тій чи іншій мірі залежить від успішної співпраці з закордонними партнерами – або безпосередньої, прямої – або ж через посередників. Характерним є і те, що суть та особливості такої співпраці давно перейшли межі товарообміну в його класичному розумінні. Сьогодні діяльність підприємства за межами власної країни стосується не лише купівлі-продажу товарів і послуг, але й виробництва, інвестицій, фінансів, впливу на ринки.

Процеси розвитку і поглиблення зовнішньоекономічної діяльності підприємств, їх співпраці з іноземними партнерами всередині країни частіше стали окреслюватися поняттям інтернаціоналізації.

Під інтернаціоналізацією підприємства розуміється будь-яка діяльність господарської діяльності, яку воно здійснює у співпраці з іноземними партнерами. Це тлумачення є ширшим від тих, які пов'язують використання поняття інтернаціоналізації виключно з рівнем міжнародності діяльності підприємства за кордоном.

В науковій літературі зустрічаються численні спроби інтерпретації інтернаціоналізації підприємства як економічного поняття. Їх можна поділити на 3 групи [1. – С. 93] і трактувати:

- як процес;
- статично (інституціонально);
- в залежності від поведінки.

Інтернаціоналізація як процес може бути охарактеризована певними фазами розвитку її форм, якими є експорт, передача ліцензій

дочірнє підприємство, закордонна філія, виробниче підприємство, (виробництво) за кордоном. Вони відображають трансформацію процесу інтернаціоналізації на основі досвіду великих корпорацій. Ці форми часто представляються у вигляді ланцюга, що спливають до певної міри в причинно-наслідковому зв'язку між формами. Вважається, що дослідження однієї форми певною мірою може бути основою для переходу до другої (наступної). Такий підхід можна знайти в багатьох авторів, зокрема, у Л. Береховена [2, с. 38], Е. Бейтса [3, с. 2276], Н.Г. Мейснера [4, с. 17-19]. Інтернаціоналізація як процес розглядається і у вітчизняній науковій літературі. Зокрема, Б. Бірюк визначає її як "процес залучення фірми до міжнародних ринків" [13, с. 11]. На основі цього інтернаціоналізацію можна розглядати як розвиток підприємства від вітчизняного через інтернаціональне (міжнародне) до світового (глобального).

Важливо, як підтверджує практика господарювання, підприємство може переходити в своєму розвитку поступово від однієї форми до іншої. В залежності, зокрема, від вихідної позиції і цілей, які підприємство ставить перед собою, інтернаціоналізація може здійснюватись різними способами, а відкриття за кордоном різних форм фірми (від представництва до спільних підприємств) в кожному разі можна вважати рівноцінним варіантом.

В американській науковій літературі, яка стосується маркетингу міжнародного [5, с. 7]), інтернаціоналізація трактується як зміни, яким підлягають аналізовані сфери діяльності чи суб'єкти. Ними можуть бути:

- економіки економічних, культурних чи політичних явищ;
- продукція і послуги, призначені для продажу і обміну;
- структура ринку чи ситуація на ринках;
- організація підприємства чи її елементи.

Інтернаціоналізаційні впливи на суб'єкт виникають з:

- швидкого технологічного розвитку;
- змін поведінки суб'єктів ринку;
- зникнення усунути соціально-економічні протиріччя;
- економічних зв'язків;
- з'явлення нових міжнародних зв'язків і зобов'язань;
- наявності позитивних ефектів поглиблення економічних і політичних зв'язків у міжнародній співпраці.

Вплив вказаних факторів інтернаціоналізації стримують протекціоністськими важелями, якими є:

- неопротекціонізм;
- національна політика стабілізації;
- самообмежуючі дії;
- мито, податки, тарифи і позатарифні бар'єри;
- бар'єри, що обмежують можливості міжнародного спілкування (суб'єктивні і об'єктивні, наприклад, мовні).

Сам процес інтернаціоналізації має характер дифузії і характеризується трьома рівнями:

- усвідомленням можливості міжнародних впливів;
- адаптацією до міжнародного оточення;
- міжнародним розвитком, тобто створенням або трансформацією суб'єктів господарювання.

Статичні аспекти інтернаціоналізації (див., наприклад, [1, с. 10]) полягають у:

- застосуванні певних показників, які повинні інформувати про інтенсивність інтернаціоналізації підприємства;
- характеристиці інтернаціоналізації при допомозі рівня самостійності підприємства в реалізації цієї стратегії;
- аналізі інтернаціоналізації як міжнародного явища.

Входження вітчизняних підприємств в міжнародні інтеграційні процеси може здійснюватися, в першу чергу, шляхом формування стратегії їх інтернаціоналізації.

Характеристика стратегії інтернаціоналізації може бути здійснена за допомогою рівня самостійності її реалізації, адже підприємство може реалізувати стратегію інтернаціоналізації з іншими об'єктами господарювання, за допомогою їх чи самостійно (рис. 1.1). Представлена на рис. 1.1 схема дає можливість отримати інформацію про різні форми інтернаціоналізації, способи входження на іноземні ринки, зв'язки з партнерами на цих ринках і т. п., не інформуючи, однак, про інтенсивність.

Аналіз інтернаціоналізації як економічної категорії пов'язаний не тільки за все з розкриттям поняття і суті міжнародного підприємництва, а й з цього відносно нового явища існують різні визначення і погляди. Зокрема, хоч і досить часто співпадають, а часом мають суттєві відмінності. Неоднозначне трактувань призводить до різної інтерпретації поняття міжнародного підприємства, що може мати вплив на його результати.

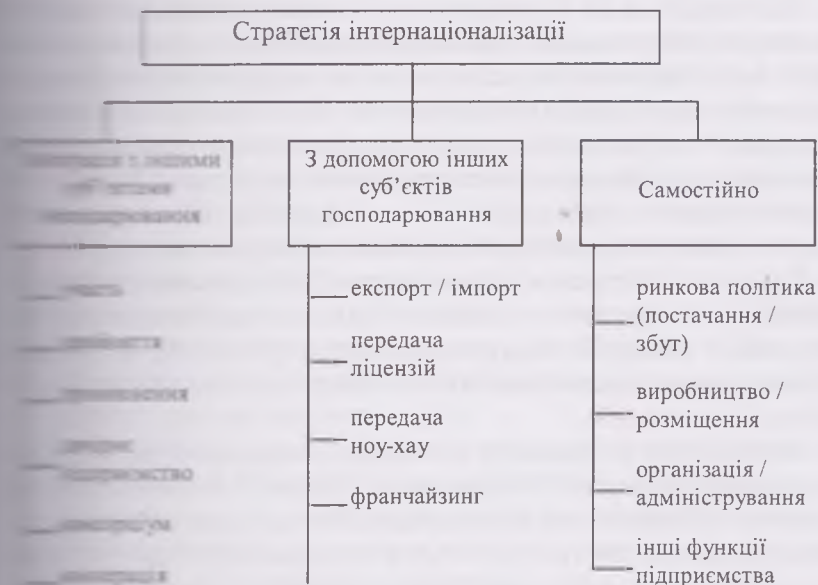


Рис. 1.1. Стратегія інтернаціоналізації підприємства з точки зору самостійності її реалізації

Джерело: Власна розробка на основі [7, с. 94]

В. Боррманн [6, с. 20] вважає, що підприємство, яке експортує та імпортує з різних країн, можна вважати міжнародним підприємством, коли в зв'язку з його діяльністю за кордоном змінюється структура.

Одним з критерієм оцінки рівня інтернаціоналізації підприємства є кількість закордонних ринків, на яких воно провадить свою діяльність. Деякі автори (наприклад, [8, с. 6], [9, с. 17], [10, с. 9], [11, с. 10]) вказують на точки зору, що для міжнародного підприємства є необхідним володіння чи контроль діяльності виробничих підрозділів підприємства в двох чи більше країнах. Інші вважають, що підприємство є міжнародним, якщо воно володіє підрозділами чи контролює їх діяльність в чотирьох чи п'яти країнах ([12, с. 11], [13, с. 21]), а Дж. Карген і Дж. Карген вважають, що кількість країн мусить бути не менше трьох [14, с. 2].

Е. Зібер [15, с. 54-55] висуває ще більш жорсткий критерій. Він вважає, що підприємство є національним навіть тоді, коли має декілька філій чи дочірніх підприємств за кордоном, якщо останні суттєво впливають на діяльність підприємства. Про “справжню інтернаціоналізацію” підприємства, на його думку, можна говорити лише тоді, коли центр ваги його діяльності пересунеться за кордон. “Глобальним підприємством, на його думку, є таке, яке має філії “в цілому світі” і має відносно високу питому вагу на іноземних ринках.

Е. Дюльфер стверджує, що визначення “міжнародне підприємство” не може стосуватись тих фірм, які займаються лише експортом і продажем ліцензій чи франчайзингом [16, с. 48]. В практиці міжнародним визнається таке підприємство, яке функціонує на світовому масштабі.

Деякі автори розрізняють поняття міжнародного підприємства і “мультинаціонального”. Наприклад, Й. Тайїма [17, с. 100-102] пише про розвиток підприємства від національного до експортного, далі до міжнародного і, в кінці кінців, до “мультинаціонального”, яке ототожнюється зі світовим (глобальним). Інші дослідники, однак, трактують поняття “міжнародне” і “мультинаціональне” як синоніми. Це стосується також часто вживаного в американській літературі визначення “транснаціональне”. В літературі можна також зустрітись з визначенням “супернаціональне підприємство” (супранациональне), яке відноситься до фірми, підпорядкованої якійсь громадській, позаурядовій організації [18].

Підсумовуючи вищезгадані точки зору, можна зробити висновок, що те, що найчастіше міжнародним (мультинаціональним) є підприємство, яке здійснює діяльність принаймні в двох країнах, тобто поза країною походження воно володіє (самостійно чи з іншими партнерами) виробничими чи торговельними підрозділами.

1.2. Зовнішньоекономічна інтеграція в теоріях управління.

Зовнішньоекономічна інтеграція як економічний процес розглядається в науковій літературі перш за все з позицій макроекономіки. В той же час в умовах ринку держава може лише створювати умови для поглиблення такої інтеграції.

У вітчизняній науковій літературі більшість авторів основну увагу приділяють ролі держави в міжнародній економічній інтеграції. Однак

завжди враховуються економічні інтереси підприємств (за винятком випадків лобіювання державних рішень в цій сфері з боку великих підприємств, найчастіше монополістів). Тому відмінності в поведінці розміщених в різних країнах підприємств материнської фірми [20, с. 419], [21, с. 17].

Важливий підхід до поведінки (стратегії) міжнародних підприємств запропонований у Г.С. Йіпа [22, с. 21, 30]. Він розрізняє стратегії:

- етноцентричну, яку можна ототожнити з етноцентричною;
- етнолокальну (багатонаціональну), яка полягає у відокремленому контролі в кожній країні чи кожному регіоні. В цьому випадку підприємство створює у даній країні філію, яка виробляє, освоює виробництво і продає товари чи надає послуги, адаптовані до місцевих потреб;
- глобальну, яка характеризує інтегрований підхід (поєднання міжнародної і міжрегіональної концепції), і означає, що ця стратегія не повинна мати загальносвітовий характер, а може бути реалізована на регіональному рівні, наприклад, країн, що належать до Європейської спільноти.

Виявлення причин, які обумовлюють різні форми діяльності підприємств, з відромом аж до стадії, коли вона має глобальний характер, повністю відомо природно підприємство стає міжнародним, зінтегрованим у загальносвітовому масштабі, зустрічає численні труднощі. Це пов'язано передусім зі значними якісними розбіжностями в цих країнах, а також з часом, умовами і місцем їх реалізації. Крім того, розвиток зовнішньоекономічної діяльності не є закінченим процесом, наслідком якого стадія – глобальне підприємство – з'явилась нещодавно.

Домінуючою формою виробничо-господарської діяльності підприємства за кордоном протягом кількох століть був експорт та імпорту. Лише протягом останніх тридцяти років суттєво зросло залучення закордонних безпосередніх інвестицій. Крім традиційних міжнародних стосунків виникли і розвинулись виробничі зв'язки. В останні роки значна частина закордонної торгівлі регулюється не лише через посередництво ринку і цін, але й через рішення підприємств, пов'язані з їх політикою інвестицій і виробництва [23, с. 17-18].

Вивчення причин, напрямків і результатів обміну благами на основі неокласичної і неокласичної теорій міжнародної торгівлі можна вважати завершеним. Цього, на жаль, не можна сказати про безпосередні міжнародні інвестиції.

Класична теорія міжнародної торгівлі базується на абсолютній перевазі (Д. Сміт) і корпоративних (Д. Рікардо) витратах і не передбачає міжнародної мобільності засобів виробництва. Товари, в порівнянні з засобами виробництва, повністю мобільні, а корпоративні витрати виникають з відмінностей продуктивності праці в окремих країнах. Закладена відсутність мобільності засобів виробництва означає, що капіталу, а значить і міжнародних інвестицій, як посередніх і безпосередніх, є неможливим. Крім того, класична теорія передбачає існування досконалого ринку, в той час як механізм безпосередніх інвестицій можна пояснити власне недосконалістю ринку.

Більш чітко визначення міжнародної торгівлі містить неокласична теорія, що базується на моделюванні пропорцій засобів виробництва. Хекшера і Б. Оліна. У відповідності зі вказаною теорією, корпоративні переваги виникали в результаті відмінностей забезпечення засобами виробництва: праця і капітал були доступні в різних країнах спеціалізації окремих країн у виробництві, яке базувалось на використанні одного з цих засобів. Неокласична теорія у своєму базовому варіанті не передбачає відсутність міжнародної мобільності засобів виробництва, а отже, виключала можливість безпосередніх і закордонних інвестицій.

Модель Хекшера-Оліна була розширена П. Самуельсона і В. Столпером, які довели, що міжнародна торгівля призводить до вирівнювання цін засобів виробництва. Отже, якщо усунути обмеження моделі щодо немобільності засобів виробництва, то міжнародне вирівнювання цін цих засобів може бути викликане також їх торгівлею.

Ці міркування склали основу теорії міжнародного руху капіталу, що спирається на відмінності в рівнях процентних ставок у різних країнах. Однак, якщо ця теорія в значній мірі обумовила розуміння місця і ролі посередніх інвестицій (у вигляді капіталу) в міжнародній співпраці, то стосовно прямих (безпосередніх) інвестицій її висновки досить неоднозначні. Безпосередні інвестиції можуть здійснюватися навіть при відсутності відмінностей в процентній ставці капіталу в різних країнах (наприклад, США інвестують в Європі і навпаки). Основою цієї теорії зроблено перші спроби визначення явища інтернаціоналізації виробництва [24, с. 34].

Подальший розвиток моделі Хекшера-Оліна був пов'язаний з дослідженнями В. Леонтєва, який довів, що США експортують

більше, ніж європейські країни, трудомістких виробів. Леонтьєва послужив основою розвитку двох наукових шкіл, які використовували модель Хекшера-Оліна шляхом включення до моделі додаткових факторів.

Нові теорії – нові теорії засобів (або неоресурсні теорії) – крім людського капіталу враховує також людський капітал (human capital) і природні ресурси країни як засоби виробництва. Обидва ці засоби відіграють важливу роль у формуванні корпоративних витрат в потоках міжнародного обміну, а у випадку людського капіталу, під яким розуміють кваліфікація, також ліцензії. Вони також дають змогу розуміти причини і місце локалізації прямих (безпосередніх) іноземних інвестицій виходячи з намагання використати трудові ресурси країни, а також природні ресурси в місцях їх наявності.

Теорія технологічного лагу – неотехнологічні теорії – тісно пов'язана з тезою про відмінності в продуктивності праці, які є вирішальними у міжнародних витратах обміну. Ця течія пов'язувала причини і наслідки технологічного лагу з існуванням “технологічного лагу”, тобто різного рівня виробництва благ в окремих країнах в один і той самий час. Результатом цього є експорт технологічно складних виробів до країн, в яких вони не в стані їх виготовити, аж до моменту освоєння технології їх виробництва в цих країнах. Ця концепція покладена в основу моделі міжнародної торгівлі виробів Р. Вернена, яка відіграє важливу роль в поясненні прямих іноземних інвестицій.

Детальніше про корпоративні витрати звертався також К. Коїма в своїй моделі міжнародних іноземних інвестицій [25]. Він намагався поєднати міжнародну торгівлю з моделлю Хекшера-Оліна прями іноземні інвестиції і міжнародну торгівлю. В зв'язку з цим він поділив прями іноземні інвестиції на міжнародну торгівлю на підтримуючі торгівлю (японська модель) і не підтримуючі торгівлю (американська модель). Здійснювані іноземні інвестиції в країнах, що розвиваються, у видобувній галузі і промисловості, тобто в тих галузях, де Японія не має технологічної переваги, призводять, на думку К. Коїма, до розвитку міжнародної торгівлі. Іноземні американські інвестиції, здійснювані з метою отримання монополістичної переваги (перш за все у капіталомістких технологічних галузях), призводять у сфері експорту до прямих іноземних інвестицій ефектів. Одночасно США при допомозі протекціоністської політики охороняють стагнаційні галузі (металургію,

текстильну, сільськогосподарських продуктів), у яких не корпоративною перевагою з точки зору високої зарплати, в той час розвиток цих галузей в інших країнах, при використанні корпоративної переваги низької вартості праці, призвів би до росту обсягу світової торгівлі. Теорія К. Коїма вносить певні елементи до пізнання процесу інтернаціоналізації, однак в досить обмеженому обсязі, наприклад пояснює механізми прямих інвестицій Японії у високорозвинені країнах і США в країнах, що розвиваються.

Згадані теоретичні підходи пояснюють міжнародну торгівлю частково прямі іноземні інвестиції з позиції макроекономіки. Сьогодні значний прогрес в дослідженнях цієї проблеми пов'язаний з макроекономічними аспектами, які передбачають використання в аналізі теорії підприємства і структури ринку.

До найбільш відомих мікроекономічних теорій прямих іноземних інвестицій належить **теорія монополістичної переваги** С. Хімара і Ч. Кемпфера і Р. Бергера [26]. Ці автори виходять з припущення, що підприємство, яке тоді здійснює іноземні інвестиції (тобто інвестує за кордоном),

- спроможне використати властиві йому переваги над місцевими конкурентами таким чином, що вони компенсують свої втрати, пов'язані з рішенням розпочати діяльність в чужому середовищі;
- освоєння виробництва, обумовлене ними, вигідніше від отримання ліцензії;
- місцеве виробництво є кориснішим, ніж експорт.

Використання потенційних переваг підприємством-інвестором можливе у випадку недосконалості ринків і володіння ним монополістичною цією перевагою.

Монополістичні переваги можуть виникнути як результат

- різниці в затратах на виробництво і збуту, в результаті здійснення науково-дослідних і дослідно-експериментальних робіт, маркетингової діяльності;
- володіння патентами і знаннями;
- ефекту масштабу, пов'язаного з використанням переваг виробництва підприємства;
- протекціоністської політики уряду стосовно вітчизняних підприємств.

Підприємство може отримати ефект зниження витрат на горизонтальний розвиток, пов'язаний з масовим виробництвом

– через оминання попередніх чи наступних фаз виробництва продукції. Нижчі витрати можуть бути обумовлені доступніми джерелами фінансування. Великі підприємства мають легший доступ до джерел, вартість кредиту для них, як правило, менша, і вони мають кращі можливості управління ліквідністю.

Теорія **олігополістичної реакції** намагається пояснити причини великих інвестицій олігополістичною структурою підприємств. Її автор, Ф.Т. Кніккербоккер [27], на основі проведених досліджень висунув тезу про те, що, іноземні інвестиції підприємств відображають тенденцію їх концентрації в часі і у галузях економіки приймаючої країни. Він визначив цей ефект як “ефект наслідування” і виявив виникаючі в зв’язку з цим проблеми:

– чи не злишаються лише окремі підприємства США вирішують інвестиційні проблеми з кордоном?

– чи не відбуваються інвестиції здійснюються, головним чином, з галузей економіки з олігополістичною структурою?

– чи не наслідують конкуренти своїх попередників?

Питання Кніккербоккер пояснив з допомогою теорії дифузії товару Вернена. Спочатку показав, як за допомогою централізації виробництва в галузях, які відзначаються високою витратою на НДР і розвиток, виникають великі підприємства – олігополісти, потім – експорт продукції, виробленої на місцевих технологічних системах, а в кінці – її виробництво в інших країнах.

Висновку ззападу Кніккербоккер стверджує, що в галузях економіки з олігополістичною структурою конкуренти добре знають один одного і поведінка одного впливає на ситуацію інших. Вони намагаються координувати між собою, або виробити спільний план дій. Це відбувається поступово. В цьому, в певній мірі, полягає і відповідь на питання про наслідування конкурентів виникає також з намагання і участі в ефектах знання і досвіду, якими передові підприємства володіють завдяки інвестиціям.

Кніккербоккер сформулював свою теорію на підставі досліджень американських підприємств, вибраних серед 500 найкращих підприємств, які ввійшли у список журналу “Fortune”. Вона дістала підтвердження також в дослідженнях міжнародних канадських і європейських підприємств у США [28, с. 43] і у колишній ФРН [29, с. 64].

Ця теорія пояснює лише “наступні” прямі інвестиції. У “перших” звертаються до теорії життєвого циклу продукції.

Положення теорії валютних просторів Р. Алібера стосуються міжнародної діяльності підприємства і охоплюють два простори. Перший передбачає існування монолітного валютного простору неоднорідних митних просторів. У такій ситуації найважливішими партнерами підприємства у виборі між можливими способами використання монополістичної переваги, тобто експортом, ліцензій і виробництва за кордоном, є: рівень цін, вартість монополістичної переваги, величина ринку збуту і приблизні кошти підприємства за кордоном [30, с. 17], [29, с. 57].

Для імпортера чим нижчим є мито, тим більшою є кількість експорту. Якщо мито високе, ринок взятої до уваги країни є досить малим, а постійні кошти інформації – високими, то тоді варто розглядати передачу ліцензії як найбільш прийнятну форму інтернаціоналізації. Одночасно зі зростаючими розмірами ринку і більш обґрунтованими будуть рішення про інвестиції за кордоном. Крім того, великі розміри ринку роблять можливим використання ефекту масштабу і досягнення точки беззбитковості (break-even point) забезпеченням витрат.

Другий аспект краще висвітлює механізм здійснення прямих іноземних інвестицій. У відповідності з ним причиною утворення потоків іноземних інвестицій є відмінності в силі валютних ризиків, коли вони надходять з країн з сильнішою валютою до країн з слабшою валютою. Р. Алібер пов’язує це з так званою валютною перевагою, яка застосовується при купівлі акцій підприємства з країни, що має сильнішу валюту. Для інвестора з країни, що має сильнішу валюту, ці акції будуть відносно дешевшими, оскільки при їх оцінці враховується очікуваний рівень девальвації і непевність щодо співвідношення формування курсів обміну валют.

Поза тим сильна валюта країни інвестора обумовлює таке ж відношення при дисконтуванні потоку доходів дочірнього підприємства, що належить до підприємства з країни з міцною валютою, використовується вища ставка капіталізації, ніж стосовно рівноцінного місцевого підприємства. В результаті інвестиції в країні зі слабшою валютою є більш вигідними, ніж в країнах з міцною валютою.

"Валютний ефект" може бути посилений також внаслідок таких факторів, як великі розміри ринку країни-реципієнта, високе мито і монополістичної переваги.

Теорія Алібера критикується за її монохарактер, за прийняття доведень, зворотень і, врешті, за розбіжності з практикою [31, с. 63-64], [32, с. 74-75]. Зокрема, прийняті в ній відмінності рівнів капіталізації і доцільність фінансування іноземних інвестицій у валюті є некоректними. Насправді міжнародні підприємства значною мірою використовують місцевими кредитами. Крім того, Алібер розглядає господарську діяльність підприємства трактує як таку, що здійснюється в просторі однієї валюти, навіть тоді, коли прибутки підприємств отримуються в "м'якій" валюті. Врешті, теорія Алібера не враховує ні "перехресних" інвестицій, ні їх галузевого поділу.

Теорія локалізації належить до мікроекономічних аспектів, описує фактори, які є вирішальними для здійснення в даній країні прямих іноземних інвестицій. Перелік цих факторів є надзвичайно широким. Їх можна розділити на чотири групи ([26, с. 114-115], [13, с. 53], [33, с. 93]):

1. Інституційні і політичні умови, що створюють так званий інвестиційний клімат в даній країні. Вони визначаються законодавством, фіскальною політикою, політичною стабільністю, правовою безпекою і ставленням суспільства до іноземних інвестицій.
 2. Вартість, які охоплюють доступ до засобів виробництва і їх ціни. Серед них особливо часто згадується оплата праці, низький рівень якої у країнах, що розвиваються, виступає аргументом на користь розміщення там інвестицій.
 3. Ринкові, в тому числі величина ринку, динаміка його росту, рівень конкуренції, можливості експорту і зовнішня охорона ринку.
 4. Торговельні бар'єри: мито, митні процедури, ліцензії, контингенти, квоти, державні субсидії для вітчизняних підприємств і т. п. Торговельними бар'єрами вважаються також транспорт і можливе невигідне ставлення місцевих споживачів до чужих товарів.
- Вказані фактори можуть мати вплив на вибір країни-реципієнта, стимулюючи чи стримуючи інвестиції. Їх значимість для підприємства залежить в залежності від мотивів інвестування.

Переваги, яке дає дане розміщення, мають потенціальний характер, тобто можуть проявитись, якщо будуть відповідати специфічним особливостям підприємства.

Теорія локалізації містить також певні положення, які стосуються міжнародної торгівлі і ліцензій. П. Теш [34, с. 30] стверджує, що міжнародну торгівлю можна пояснити використанням підприємством експортером обумовлених розміщенням переваг в сфері конкуренції на чужому ринку.

Передача ліцензій, у відповідності з теорією локалізації, пояснюється наступним чином: отримувач ліцензії неспроможний самостійно розробити відповідну технологію через втрати, зумовлені специфічними розміщенням. З метою отримання конкурентної переваги на зовнішньому ринку і потреба в імпорті цієї технології. Продавець ліцензії передає технологію, якщо прямі інвестиції і експорт або неможливі, або не є оптимальним рішенням. Його відмову від обслуговування зовнішніх ринків шляхом експорту можна пояснити обумовленими розміщенням втратами в сфері виробництва і реалізації товарів, а відмова від інвестування за кордоном – кращими умовами виробництва в країні або ж рестрикціями, пов'язаними з трансферами капіталу. Порівнянні з цим отримувач ліцензії використовує обумовлені специфікою розміщення конкурентної переваги.

Отже, обумовлені розміщенням переваги чи втрати в сфері конкуренції виступають детермінантами просторового розподілу інвестицій, виробництва і напрямів міжнародних торговельно-інвестиційних потоків.

Теорія локалізації інвестицій, що враховує також міжнародну торгівлю і ліцензії, досить однобоко характеризує міжнародну діяльність підприємства і фактично лише інформує, де ця діяльність здійснюється. Теорія П. Теша не враховує динаміки в міжнародній торгівлі. Крім того, обґрунтування вибору між передачею ліцензії і прямими інвестиціями є недостатнім. Тому дана теорія використовується для пояснення інтернаціоналізації підприємства в поєднанні з іншими підходами.

Теорія життєвого циклу товару походить з неотехнологічного підходу до міжнародної торгівлі. Вона містить спробу пояснити не лише міжнародної торгівлі, але й прямих іноземних інвестицій. Основні положення даної теорії були розроблені Х. Поснером [35, с. 32–34].

розвинуті Р. Верноном [36, с. 190-207]. Теорія базується на наступних положеннях:

– від положень традиційної теорії міжнародної торгівлі не відходить обміну і поширення інформації, що пов'язане з відстанню, як і функцією відстані;

– технології підлягають технологічним змінам; змінюються також технології продажу.

– положення, як і сама теорія, виникли зі спостережень реальними і позиції, яку США займає в той час у виробництві і торгівлі. Високий рівень оплати праці і в зв'язку з цим високий дохід населення США (в 60-х роках середній дохід на душу населення в США був удвічі вищим, ніж в Європі) сприяли інтенсивним дослідженням і пошуку нових товарів і нових можливостей. З одного боку, йшлося про зменшення частки живої праці і збільшення її ваги в затратах, з другого – про те, що нові технології зустріли ефективний попит.

– в даному варіанті теорія представляла три фази розвитку

– виведення нового виробу на ринок;

– адаптацію.

– виведення має місце освоєння виробництва товару в країні. Після продажу на вітчизняному ринку він в невеликих кількостях експортується. Через деякий час його виробництво підлягає інтенсивному одночасно росте попит на нього за кордоном. Оскільки експорт є сильним стимулом для утворення конкуренції, з метою збереження з точки зору зниження витрат (зниження оплати праці) відбувається освоєння виробництва за кордоном – спочатку в країнах, що розвиваються, а потім – в країнах, що розвиваються. В кінцевій фазі виробництва в США і європейських країнах зменшується на експорт, що розвиваються, оскільки останні мають компаративну перевагу в виробництві даної продукції США і європейські країни експортують переважно сировину і компоненти даної продукції.

– в 70-х роках) Вернон, частково під впливом критики, вніс до моделі елементи теорії організації виробництва і теорії локалізації [29, с. 89-114], [37, с. 108-117].

Найважливіша зміна полягає у врахуванні олігополістичної поведінки підприємств. В новому підході окремим фазам життєвого циклу товару відповідає поведінка олігополістів.

Першій фазі відповідає ситуація інноваційної олігополії. Підприємство, яке освоєє нову продукцію, охороняється від конкурентів інноваційним бар'єром.

Друга фаза означає настання зрілої олігополії. Підприємство займається розвитком свого товару (продукції) стикається з конкурентами, які наслідують його поведінку, в тому числі і у сфері прямих іноземних інвестицій [27, с. 53-81]. Олігополістична структура ринку даного товару зберігається завдяки існуванню бар'єрів масштабу виробництва (economies of scale) в витратах на НДДКР та продажу даної продукції.

В фазі стандартизації олігополія характеризується послабленням свого впливу. Згадані бар'єри втрачають значення, а виробництво здійснюється там, де втрати найнижчі.

Окремі аспекти теорії життєвого циклу продукції багаторазово досліджувались емпіричним шляхом. Однак, якщо для міжнародної торгівлі результати були позитивними, то для прямих іноземних інвестицій дослідження показували суттєві відмінності. Це стосувалось, зокрема, прямих іноземних інвестицій європейського походження [23, с. 29].

Незважаючи на значний вклад в пізнання процесів в інтернаціоналізації підприємства, теорія Вернена має суттєві обмеження. Вони виникають з того, що теорія справджується лише для підприємств переробних галузей і надто спрощено відображає технологічні процеси. Певною мірою ця теорія має історичну значимість. Внутрішні зміни відбулися в окремих країнах, а також в міжнародних відносинах. Зокрема, в числі поява так званої тріади: Європейський Союз, США і Японія. Це в значній мірі зробило цю теорію неактуальною.

Суть **інтернаціоналізації діяльності підприємства** полягає у використанні ним певних функцій, які були реалізовані незалежно від партнерів в стосунку до нього. Якщо ці партнери мають центральні офіси в різних країнах, то вищезгаданий процес призводить до утворення чи розвитку міжнародного підприємства, що, певною мірою, відображає інтернаціоналізацію через інтерналізацію. Автор концепції інтерналізації вважають Коазе [38]. Розвиток теорії зна

в працях Баклея і Кассона [39, с. 21]. Підприємство здійснюється, якщо внаслідок недосконалості ринку кошти і договори на зовнішніх ринках зростають до таких ступенів, що воно може здійснювати реалізацію умов і договорів, якщо обидві сторони ринку одночасно, тобто якщо буде “торгувати” певними товарами, словами, підприємство замінить зовнішній ринок внутрішнім ринком.

Це означає, що підприємство уникає накладних витрат, пов'язаних з розширенням закордонних ринків (так званих операційних витрат), тобто замість ринку вибирає вертикальну інтеграцію, виходячи з складу підприємства постачальників і споживачів. Слід зауважити, що крім економії витрат і уникнення ризиків, до мотивів здійснення такої інтеграції відноситься також прагнення до монополізації знань. Використання цього в межах власного підприємства, як правило, дає кращі результати, ніж продаж [40].

Це не означає цілковитого уникання ринку. Підприємство може здійснювати певні операції на ринку, незалежно від того, чи воно набуває робочу силу чи передавати продукцію. Натомість певні контакти підприємства з зовнішнім ринком перенесені і охоплені його внутрішнім ринком. В сфері діяльності здійснюється розміщення ресурсів при допомозі механізму внутрішнього ринку, який зберігається централізована координація (трансферні ціни), спеціфічні переваги і втрати.

Це завжди корисна для підприємства, якщо, як вже зазначено, витрати зовнішнього ринку перевищують кошти альтернативного ринку або ж не існує відповідний зовнішній ринок. Вибір нової діяльності окремих видів діяльності підприємства на ринку в цих умовах не лише для підприємства, але й для міжнародної економіки, оскільки часткове зміщення ринків міжнародним підприємством, як правило, підвищує ефективність функціонування

Витрати, пов'язані з витратами розуміються витрати координації стосунків між підприємствами господарювання. До них належать, зокрема, витрати, пов'язані з веденням відповідних партнерів, проведенням переговорів і укладанням контрактів, неточною чи частковою реалізацією зобов'язань чи іншими подібними діями і т. п.

всієї ринкової системи [40, с. 39-40]. Це пояснюється тим, що зростаючі витрати діяльності міжнародних підприємств сприяє зниженню ціни продукції і послуги, що повинно позитивно впливати на попит і змушувати конкурентів підвищити ефективність їх діяльності. Винятком є ситуація при якій скорочення операцій на зовнішньому ринку негативно впливає на інші суб'єкти господарювання. Це може статись, наприклад, коли внаслідок цих процесів він зруйнується.

Інтерналізація, крім вигоди, приносить і певні втрати. Вони пов'язані з ростом розмірів підприємства і його просторовим розпором. Зростаючи, виникають специфічні проблеми управління і формування внутрішнього ринку міжнародної організації.

Теорія інтерналізації підлягає критиці, передусім через неврахування олігополістичної поведінки підприємств і факторів, які мають вирішальне значення для розміщення іноземних інвестицій.

Еклектична теорія прямих іноземних інвестицій. Сторони. теорії інтерналізації спробував елімінувати Дж. М. Давенпорт створюючи еклектичну теорію прямих іноземних інвестицій [40, с. 9-31], [42, с. 269], [43, с. 30-64]. З метою комплексного охоплення поєднав три теорії, які висвітлювали окремі їх аспекти, а саме:

- теорію монополістичних переваг, яка відповідає на питання, чому підприємства здійснюють інвестування на іноземних ринках, причому саме в них, а не в інших країнах;
- теорію локалізації, яка, навпаки, висвітлює причини розповсюдження інвестицій в конкретних країнах, але не пояснює, чому здійснюється інвестування;
- теорію інтерналізації, яка відповідає на питання, за допомогою яких механізмів підприємства реалізують свої специфічні переваги на обох ринках.

Основу теорії складає припущення про необхідність існування певних основних умов для того, щоб підприємство інвестувало за кордоном [42, с. 275-276].

По-перше, підприємство мусить мати перевагу над місцевими суб'єктами господарювання. Ця перевага (перевага нетто, або чиста перевага) дорівнює специфічним (монополістичним) перевагам підприємства мінус втрати, пов'язані з незнанням ринку (або недостатньою інформацією про нього). Якщо виконана перша умова,

Даннінг полягає в тому, що підприємство саме повинно передавати специфічні переваги, якими володіє, а не передавати їх у формі продажу (ліцензії) чи оренди (лізингу). При встановленні двох перших умов необхідним є ще й наявність певних умов, інакше іноземні ринки будуть обслуговуватись через власне виробництво. Ці умови Даннінг висвітлює, надаючи певну класифікацію.

Даннінг першої умови, зв'язаної зі специфічними перевагами підприємства, він виділяє:

1. Підприємство, як правило, має стосовно конкурентів, які не пов'язані з його міжнародною діяльністю, наприклад, пов'язані з певною місцевістю, позицією, диверсифікацією продукції чи виробничого процесу, з технологією, управлінням, торговельною мережею, виключним чи привілейованим доступом до ресурсів чи технологій.

2. Підприємство володіє дочірніми підприємствами на даному ринку по всьому світу до створюваних підприємств, в тому числі і переваги виключного доступу до ресурсів материнського підприємства і синергічні, які виникають з поєднання функцій виробничого маркетингу і т. д. в межах корпорації;

3. Підприємство пов'язані з міжнародною діяльністю підприємства, завдяки чому воно може краще використати вищезгаданих переваг, знання про місцеві ринки, більші можливості використання міжнародних відмінностей в забезпеченні підприємств засобами виробництва і відмінностей в курсах валют, а також міжнародна діяльність виробництва і зменшення ризику її розвалу (наприклад, через страйки) через переміщення її до іншої країни чи зміну валют платіжними з допомогою трансферних цін.

4. Підприємство володіє перевагами, які виникають з інтерналізації, а також може використати переваги, які полягають в розміщенні підприємства в певній країні.

Висновки Даннінга з цих умов Даннінг зробив висновок, що чим більші переваги має підприємство даної країни стосовно підприємств інших країн, тим більшими є стимули до інтерналізації і тим більше одночасно тим більш ефективною є їх реалізація за умов певної країни-реципієнта цих інвестицій, тим

більшим є залучення країни, в якій розміщено головне підприємство, до міжнародну інтеграцію.

Безсумнівною заслугою Даннінга є здійснення синтезу основних теоретичних підходів до вивчення інтернаціоналізації підприємств у нову теорію, яка комплексно характеризує це явище. Вона намагається поєднати макро – і мікроекономічні фактори, які мають вплив на інтернаціоналізацію. Теорія Даннінга, якщо навіть, як у випадку з попередніми теоріями, не може бути повсюдно адаптованою парадигмою, то, однак, широко висвітлює не лише прями іноземні інвестиції, але й експорт, передачу ліцензій, і навіть договори про кооперації.

Критики еkleктичної теорії стверджують, що вона не являє собою завершеного цілого, а є лише каталогом факторів, які впливають на прями іноземні інвестиції [32, с. 114-115], що вона не висвітлює умов, за яких підприємства спроможні і готові здійснювати ці інвестиції.

Теорія портфеля стосовно зовнішньоекономічної діяльності
Питання про те, для чого здійснюється експорт чи прями іноземні інвестиції, знаходять просту відповідь в теорії портфеля (portfolio theory). У відповідності з нею, шляхом значної диверсифікації діяльності в слабо пов'язаних між собою країнах можна скоротити ризик, оскільки грошові потоки в усьому портфелі підлягають більш відмінним, ніж в межах однієї країни, впливам.

Міжнародна диверсифікація може виступати стосовно наступних критеріїв [31, с. 133-135]:

- з огляду на перебіг зміни кон'юнктури в різних напругах ринках різних товарів, які виготовляються і продаються в різних країнах;
- з огляду на відмінності в фазах життєвого циклу товарів, коли підприємство виготовляє кілька видів продукції, які знаходяться на різних фазах життєвого циклу, тобто підприємство має цілком збалансовану структуру їх віку, причому “дозрілі” види продукції фінансують ті, які освоюються, внаслідок чого гарантується довготривале виживання підприємства (виробництво різних видів продукції); міжнародні підприємства у стосунку до місцевих конкурентів мають кращі можливості нівелювати структуру віку також через впровадження “старих” видів продукції на нові іноземні ринки;

ситуацію на валютному ринку, зв'язану з трансфером ризику, тобто зменшення ризику можливе завдяки поділу власності на різні валютні сфери і країни з різною політичною ситуацією.

Виснавлення з часних іноземних інвестицій підприємство може здійснювати відповідний поділ ризику не лише на міжнародному ринку, але й на міжнародному ринку засобів виробництва, в той час як на національному існує лише перша можливість.

Підприємства до "розпорошення" ризику шляхом активізації зовнішньої діяльності підтримується певними аспектами менеджменту. В умовах поділу власності і влади в нових підприємствах можливість контролю з боку власників обмежена. В зв'язку з цим менеджери реалізують свої власні інтереси, що призводить до прагнення зменшити ризик. Оскільки менеджери самостійно не можуть контролювати свої робочі місця, вони посилено дбають про ринкову ситуацію підприємства [44, с. 28].

Виснавлення диверсифікації ризику, однак, не пояснює, чому значна частина ризику здійснюється безпосередньо, а не в формі "чистого" інвестування, при яких ефект скорочення ризику був би вищим, ніж при кількох великих інвестиціях у формі створення дочірніх підприємств (можна було б реалізувати багато менших вкладень у різні активи, в цінні папери). Беручи до уваги те, що на практиці ризик прямого іноземного інвестування, які є вищими ніж ризик підприємств, діючих лише на вітчизняних ринках, можна трактувати лише як одну з важливих, але не єдиною зовнішніх умов прямого інвестування за кордоном.

Виснавлення з огляду найважливіших теорій, пов'язаних з різними формами розширення зовнішньоекономічної діяльності, виходить з того, що не існує єдиної теорії, яка б в достатній мірі її висвітлювала. Відмінності в явищах, які спричиняють зовнішньоекономічну діяльність підприємства і які визначають її напрями, форми, методи, створення такої теорії взагалі є сумнівним.

Виснавлення окремих представлених підходів до порушеної проблеми показує, що з них висвітлюють лише одну з форм зовнішньоекономічної діяльності (наприклад, класична і неокласична теорії міжнародної

торгівлі), інші ж мають більш комплексний характер. Крім односторонньої інтерпретації зовнішньоекономічної діяльності (теорія Алібера), спроби висвітлення її з точки зору різних причин. Найбільш повною вважають теоретичний підхід, що знайшов відображення в експортній теорії Даннінга. В цілому ця теорія стосується прямих іноземних інвестицій, але посередньо може бути використана також до інтерпретації інших форм зовнішньоекономічної діяльності.

1.3. Механізми розвитку та активізації зовнішньоекономічної діяльності

Формуванню механізмів інтернаціоналізації повинно передувати визначення мотивів розширення і активізації зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Під мотивами розширення і активізації зовнішньоекономічної діяльності слід розуміти причини, які спонукають підприємство розпочати виробничо-господарську діяльність за межами своєї країни. Існують значні розбіжності в поглядах щодо цих мотивів, а також значення та вагомості визначення основного мотиву. Експортні країни колишніх соціалістичних країн найголовнішим мотивом розширення зовнішньоекономічної діяльності вважали повсюдну максимізацію норми прибутку в тривалому періоді.

Західні економісти мали неоднозначні точки зору. Частина з них підлягла наведений погляд, інші ж на перший план висували тезу про безпеку як гарантія виживання і розвитку підприємства (виживання означає розвиток).

Не відхиляючи існування таких мотивів і їх першочерговість у визначенні, слід відзначити, що їх реалізація на тривалу перспективу можлива лише шляхом досягнення високих прибутків. Лише в короткому період часу може виступати розбіжність між цими мотивами і максимізацією прибутку.

Емпіричні дослідження показали, що рішення підприємства про початок виробничо-господарської діяльності за кордоном обумовлюється не одним, а групою мотивів. Однак в переважній більшості випадків їх реалізація призводить до максимізації прибутку. Існують мотиви, які пов'язані з реалізацією (досягненням) високих прибутків, і такі, які обумовлюють їх досягнення.

Мотиви активізації і розширення зовнішньоекономічної діяльності відрізняються від тих, якими керується підприємство, яке здійснює свою діяльність в межах лише однієї країни. Місцеве підприємство, реалізуючи свої цілі, повинно враховувати лише місцеве (в межах однієї країни) середовище, а міжнародне підприємство – також інтереси країн, в яких функціонує. Це, однак, не змінює сутності мотивації його діяльності.

Вивчення мотивів зовнішньоекономічної діяльності спирається, зокрема, на емпіричні дослідження. З них випливає, що існує чотири мотиви розширення і активізації зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Вони можуть бути згруповані з точки зору різних критеріїв, зокрема, як об'єктивні і суб'єктивні, активні і пасивні, політичні, економічні. Найчастіше виділяють чотири групи:

- 1. Активні;
- 2. Пасивні;
- 3. Економічні;
- 4. Політичні.

Вивчення нових ринків і збереження на них досягнутих успіхів зокрема, як свідчать проведені дослідження, основним мотивом зовнішньоекономічної діяльності за кордоном, причому чим більшим є ринок, тим активніше підприємство прагне до проникнення або закріплення на ньому (див., зокрема, [45, с. 204], [33, с. 263], [46, с. 289], [47, с. 44]). Зокрема, дослідження, опитаних журналом DИИТ (Deutscher Industrie International) за без винятку відзначили, що найголовнішим мотивом зовнішньоекономічної діяльності за кордоном є відкриття нових ринків. На другому місці – утримання і розширення існуючих ринків [48, с. 132].

Додатково результати дало проведене за участю автора опитування 120 підприємств Західного регіону України, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. На третьому місці по мотивах зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств опинилася дещо інша мотивація – трансфер західних технологій.

Вивчення чим утримання закордонного ринку має особливе значення для українських підприємств, зокрема, як свідчать дослідження:

- 1. Підприємства, які працюють на внутрішньому ринку;
- 2. Підприємства, які працюють на внутрішньому ринку;
- 3. Підприємства, які працюють на внутрішньому ринку;
- 4. Підприємства, які працюють на внутрішньому ринку;

- при олігополістичній структурі ринку настає загострення конкуренції;
- іноземні ринки динамічно розвиваються;
- впроваджуються або посилюються обмеження на імпорту існуючих ринках підприємства;
- формуються інтегровані структури з метою створення спільного ринку [49, с. 13].

Дві останні ситуації обумовлюють сильну мотивацію здійснення прямих інвестицій, незалежно від того, чи підприємство займається експортом на ці ринки, чи ні.

До групи ринкових мотивів відноситься також намагання подолати конкурентів. Тут йдеться про технологічну, організаційну та маркетингову перевагу. Опанування монополістичного положення в певних сферах дає змогу доступу на певні закордонні ринки або ж розширити участь в них. Монополістична позиція може бути реалізована завдяки експорту. Однак, якщо існують сильні тарифні чи позатарифні бар'єри, можливі інші шляхи досягнення цілі – через передачу ліцензії або ж інвестиції – в залежності від існуючих умов [49, с. 23].

Підприємство може зробити спробу експортувати товари або ж інвестувати в даний ринок внаслідок подібної діяльності конкурентів (т. зв. ефект наслідування). При цьому йдеться про намагання опанувати певну частину ринку або ж втримати досягнену ринкову позицію.

Прагнення втримати частку в ринку, досягнуту внаслідок експортних операцій, може потребувати відкриття там пунктів обслуговування клієнтів, торговельних філій або навіть виробничих підприємств. А тому з'являється мотивація кращого пристосування діяльності підприємств до потреб споживачів. Цьому сприяє присутність підприємства на даному ринку, оскільки дає змогу краще пізнати смаки і уподобання споживачів, канали дистрибуції, форми реклами, законодавство, правила, норми, ніж коли це робиться "на відстані" – з країни походження підприємства. Це дає змогу також уникнути інвестиційних ризиків і помилок, як з точки зору кількості товарів, так і з позиції їх асортименту.

Експорт і прямі інвестиції мотивуються не лише зменшенням інвестиційних ризиків. Шляхом диференціації діяльності на різних ринках країн з різними коливаннями ринкової кон'юнктури можна заб

фінансово-господарської стабільності підприємства. Ризик економічного і політичного ризиків також може бути знижений за допомогою стратегії розміщення інвестицій.

Важливим мотивом зовнішньоекономічної діяльності підприємства є зниження затрат виробництва і збільшення в результаті рівня прибутку. Тому затратна мотивація ототожнюється з підвищенням рівня рентабельності підприємства.

Важливі фактори висуваються звичайні переваги масштабу, або ж переваги масштабу, пов'язані з розширенням виробництва внаслідок збільшення затрат продукцію. Ці переваги можуть бути досягнені за рахунок переміщення частини виробничого циклу за кордон, за рахунок прямих інвестицій за кордон, особливо коли інші фактори свідчать про правильність такого рішення.

Важливим аргументом прийняття рішення про прямих інвестицій за кордон з точки зору зниження питомих затрат на виробництво є нижча вартість робочої сили за кордоном. Такий аргумент має принципове значення тоді, коли робоча сила становить важливий фактор у виробництві даного продукту. В іншому випадку більш важливим з точки зору величини питомих затрат буде рівень зарплати в тій країні, в якій інший принципово важливий фактор виробництва буде дешевшим. Тому слід також взяти до уваги рівень зарплати, рівень оплати праці може бути компенсований за рахунок продуктивністю праці, а також додатковими затратами, пов'язаними з необхідністю залучення кваліфікованих працівників з закордонних підприємств і навчанням місцевого персоналу.

Важливим фактором розміщення виробництва також може бути обумовлений доступ до матеріально-сировинних ресурсів, земель, енергії, а також до затрат на охорону оточуючого середовища а також до затрат при імпортуванні для потреб започаткованого підприємства.

Важливими факторами можна також віднести дешевші кредити і доступ до фінансових ресурсів в країні інвестування внаслідок доступу суб'єктами господарювання. Виробництво "на місці" ринків збуту, знижує також транспортні витрати, а також витрати при виробництві окремих видів продуктів, що вимагають спеціальних умов (цемент, хімічні напівфабрикати тощо).

Досягнення економії в затратах може супроводжуватись певними втратами. До останніх можуть належати транспортні затрати, пов'язані з перевезенням за кордон недоступних там матеріалів і сировини з запущеного там виробництва, вищі транспортні затрати на місці зв'язку зі слабо розвинутою мережею доріг, вищі витрати, пов'язані з тарифами і цінами використання інших елементів ринкової інфраструктури на місці, нижчою якістю місцевих матеріалів.

Зниження затрат виробництва як важливий мотив інвестування за кордоном зустрічається практично у всіх дослідженнях даної проблеми, хоча різні дослідники по-різному визначають місце цього мотиву серед інших. Зокрема, за даними досліджень Інституту економічного розвитку (IFO) в колишній ФРН найбільше значення для підприємств здійснювали інвестиції за кордоном, мали витрати на оплату праці, що пояснюється передусім високим рівнем оплати праці в самій Німеччині. В дослідженнях Е. Колда [50] менші затрати на виробництво за кордоном визначені як другий за важливістю фактор інтернаціоналізації підприємства, а в звіті Гамбурзького Архіву Світового Господарства (HWWA) нижчі затрати на виробництво і нижчі затрати на оплату праці займають лише п'яте за значимістю місце, а нижчі затрати на сировину і матеріали – останнє, десяте місце [45].

Постачання засобів виробництва за рахунок імпорту є виправдане у випадку їх відсутності або ж вищої ціни в рідній країні. Водночас необхідно відзначити, що існує багато ситуацій, в яких забезпечення стабільного постачання або ж забезпечення безперервності необхідним стає пряме інвестування за кордоном, стосується передусім мінерально-сировинних ресурсів. Незважаючи на намагання країн, що розвиваються, обмежити приплив іноземного капіталу в видобувній галузі, вони змушені допустити іноземних інвесторів до участі в цих підприємствах, оскільки їх розвиток неможливий без значних прямих інвестицій, а власних інвестицій інвестування ці країни не мають.

Така мотивація характерна передусім для тих високорозвинутих країн, які не мають або ж мають досить обмежені власні природні ресурси, тому числі і матеріально-сировинні ресурси. Інвестиції підприємств в економіку слаборозвинутих країн здійснюються не лише у сфері сировини, але й у її переробку, оскільки ці країни часто висувають

значення при цьому мають також транспортні витрати на транспортування навколишнього середовища.

Важко сказати, що розміщення в слаборозвинутих країнах високотехнологічної продукції також часто пов'язане з зменшенням затрат на виробництво. Це пояснюється тим, що рівень затрат на дослідження і розвиток деяких виробів означає, що виробництво цих виробів потребує великої кількості робочої сили. Інколи основна частина виробничих витрат здійснюється з використанням малокваліфікованих працівників, які пройшли найпростішу підготовку і навчання. В розвинутих країнах існує, як правило, значна пропозиція саме такої робочої сили. Класичним прикладом такого підходу є підприємства американських електронних компаній в Японії та Східній Азії.

Використання робочої сили може виступати також при організації підприємств в промислово розвинутих країнах. Проте в цьому контексті йдеться про найм висококваліфікованих працівників і доступ до спеціалізованих знань. В цьому контексті, з огляду на науково-дослідні роботи, можна говорити про інвестиції. Цю ж ціль можна досягти при допомозі спеціальних заходів.

Важкими факторами виробництва як мотив інвестування виступають також менше значення, в порівнянні зі згаданими групами мотивів, доступ до джерел сировини на вигідних умовах займає від кінця позицію. В рейтингу Е. Паусербергера [47, с. 100] доступ до сировини займає останнє місце. В дослідженнях Архіву Світового Господарства (HWWA) [45, с. 204] використання сировинних ресурсів показане на шостому місці, а використання робочої сили в Німеччині – на десятому, тобто останньому місці.

Важкими мотивів зовнішньоекономічної діяльності підприємств є ті, які пов'язані з політикою, яку здійснюють по відношенню до різних форм міжнародної діяльності підприємств як підприємства мають головний офіс (країна походження) і виробляють країни. Тому використання урядами тих чи інших форм державного регулювання зовнішньоекономічної діяль-

ності підприємства вимагає врахування потенціальної реакції підприємства, особливо якщо в минулому можливість виникнення такої ситуації була врахована і погоджена.

Як правило, кожна країна в більшій чи меншій мірі проводить політику підтримки експорту. До важелів, які найчастіше використовуються при цьому, належать: страхування експортних кредитів, податкові пільги, повернення митних платежів і податків, стягнених при імпорту сировини і матеріалів, використаних в процесі виробництва, фінансування інформації про іноземні ринки і знижки на вітчизняну продукцію. Деякі важелі мають дво- чи багатосторонній характер внаслідок підписаних договорів, наприклад, про зниження митних платежів, уникнення подвійного оподаткування, усунення інших бар'єрів здійснення імпортно-експортних операцій.

Високорозвинуті країни, які володіють значним капіталом, часто експорту (продажу ліцензій) практикують також пряме інвестування за кордон, особливо на рівні малих і середніх підприємств. При цьому враховується також можливість надання кредитних гарантій, привабливих умов, доплати до витрат, пов'язаних з навчанням персоналу з числа місцевого населення, фінансування інформаційних консультацій щодо умов інвестування в різних країнах і т. п.

Якщо говорити про приймаючі країни, тобто ті, на території яких підприємство здійснює свою "закордонну" діяльність, то їх реакція на

Таблиця 1.1

Мотиви інтернаціоналізації вітчизняних підприємств

№ п / п	Мотив	% підприємств
1	Стагнація на внутрішньому ринку	72
2	Неспроможність вирішити свої проблеми самостійно	69
3	Наявність невикористаних виробничих потужностей	52
4	Олігополізація внутрішнього ринку і посилення «недобросовісної конкуренції»	37
5	Кращий інвестиційний клімат за кордоном	29
6	Посилення обмежень на існуючих ринках за кордоном	18

Інтернаціоналізації є різною. Найчастіше ці країни за допомогою тарифних і позатарифних важелів намагаються обмежити ринок від можливого шкідливого впливу імпорту.

На рис. 1.1 відображено основні мотиви інтернаціоналізації вітчизняних підприємств. Приведені в таблиці 1.1 дані відображають результати опитування керівників вищих ланок управління підприємств України, які працюють з іноземними партнерами. Як свідчать статистичних даних, мотивація вітчизняних підприємств відносно вирішення макроекономічних проблем України – стагнацію економіки, зменшення конкурентноспроможності підприємств, посилення недобропорядкової (“вечесної”) конкуренції тощо. Якщо для розвинутих країн інтернаціоналізація відображає розширення впливу підприємств на міжнародний ринок, то для України вихід вітчизняних підприємств на міжнародний ринок поки що вкрай недостатній (див. табл. 1.2).

1.4. Показники та критерії зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Відносини з сфера господарської діяльності підприємства, зовнішньоекономічна діяльність повинна управлятись, що обумовлює необхідність створення її рівня. Аналіз практики вітчизняних і зарубіжних підприємств дає змогу вважати найважливішими показниками, які використовуються при дослідженні інтенсивності зовнішньоекономічної діяльності підприємства, наступні:

Таблиця 1.2

Показники зовнішньоекономічної діяльності економіки України

Показники	Од. вим.	Рік				
		1997	1998	1999	2000	2001
Сума зовнішньоекономічних операцій	млн.\$	2053,8	2781,7	3247,9	3865,5	4406,2
Сума зовнішньоекономічних операцій України	млн.\$	133,8	97,6	98,3	170,3	157,5
Імпорт	млн.\$	14231,9	12637,4	11581,6	14572,5	16264,7
Експорт	млн.\$	17128,0	14675,6	11846,1	13956,0	15775,1

- кількість обслуговуваних закордонних ринків;
- питома вага балансової вартості майна за кордоном в загальній вартості майна підприємства;
- питома вага обороту за кордоном в загальному обороті підприємства;
- питома вага прибутку за кордоном в загальному прибутку підприємства;
- рівень міжнародної співпраці підприємства в натуральних показниках (наприклад, експорт, продажі, франчайзинг, закордонні філії, дочірні підприємства);
- обсяги прямих інвестицій за кордоном (абсолютні та відносна частка всіх інвестицій підприємства);
- питома вага зайнятих за кордоном в загальній чисельності персоналу підприємства.

Крім окремих показників, у оцінці інтенсивності зовнішньоекономічної діяльності можуть бути використані їх комбінації.

Прикладом може служити рівень прибутку (англ. gate of profit) відноситься до найважливіших показників у фінансовій діяльності підприємства (див., наприклад, [52], [53], [54]).

Використовуючи засоби загальновідомої моделі корпоративної діяльності [54, с. 112], взаємозв'язки між вказаними показниками можна поставити наступною схемою (рис. 1.2).

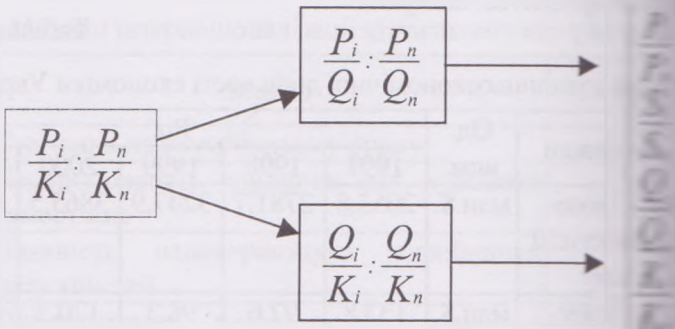


Рис. 1.2. Взаємозв'язки деяких показників інтенсивності зовнішньоекономічної діяльності.

Джерело: Розробка автора на основі [10, с. 96].

P_{pi} – прибуток підприємства, відповідно, отриманий за кордоном і повний;

K_{ki} – капітал підприємства, відповідно, вкладений за кордоном і повний;

P_{kn} – оборот підприємства (обсяги реалізації), відповідно, за кордоном і повний;

K_{pn} – загальні затрати на виробництво, відповідно, вкладений за кордоном і повний.

Відповідно до стратегічних цілей підприємства, специфіки галузі, масштабу виробничо-господарської діяльності підприємства за певний період для оцінки рівня інтенсивності зовнішньоекономічної діяльності підприємства може використовуватись той чи інший перелік показників, які вказані в певну систему. Найчастіше, однак, доцільно використовувати відносні показники прибутковості закордонної діяльності підприємства, обороту закордонного капіталу, рентабельності обороту за кордоном. Чим вищими є значення вказаних показників, тим вищою в певній мірі можна припустити, що підприємство інтересується.

Вказаний підхід відображає статичну модель оцінки рівня інтенсивності зовнішньоекономічної діяльності. Більш доцільним в багатьох випадках є використання динамічної моделі, основними елементами якої є індекси динамічних показників за певний проміжок часу. Такими показниками, зокрема, можуть бути:

1) індекс відносної прибутковості капіталу I_{pk} , який розраховується як

$$I_{pk} = \left(\frac{P_i^1}{K_i^1} \cdot \frac{P_n^1}{K_n^1} \right) : \left(\frac{P_i^0}{K_i^0} \cdot \frac{P_n^0}{K_n^0} \right) = \frac{I_{pi} I_{kn}}{I_{ki} I_{pn}}, \quad (1.1)$$

$$I_{pi} = \frac{P_i^1}{P_i^0}; \quad I_{kn} = \frac{K_n^1}{K_n^0}; \quad I_{ki} = \frac{K_i^1}{K_i^0}; \quad I_{pn} = \frac{P_n^1}{P_n^0}.$$

P_i – прибуток підприємства, отриманий за кордоном, відповідно, за базовий і аналізований періоди;

P_i^0 і P_n^1 – повний прибуток підприємства, отриманий, відповідно, в базовий і аналізований періоди;

K_i^0 і K_n^1 – капітал підприємства за кордоном, відповідно, в базовий і аналізований періодах;

K_i^0 і K_n^1 – весь капітал підприємства, відповідно, в базовий і аналізований періодах;

I_{pi} – індекс прибутку підприємства за кордоном;

I_{pn} – індекс повного прибутку підприємства;

I_{kn} – індекс всього капіталу підприємства;

I_{ki} – індекс капіталу підприємства;

б) індекс відносної рентабельності продаж за кордоном I_{RQ} розраховується за виразом

$$I_{RQ} = \frac{P_i^1 Q_n^1}{P_n^1 Q_i^1} \cdot \frac{P_i^0 Q_n^0}{P_n^0 Q_i^0} = \frac{I_{P_i} I_{Q_n}}{I_{P_n} I_{Q_i}}$$

де $I_{Q_n} = \frac{Q_n^1}{Q_n^0}$; $I_{Q_i} = \frac{Q_i^1}{Q_i^0}$.

Тут Q_n^0 і Q_n^1 – повний обсяг реалізації, відповідно, за базовий і аналізований періоди;

Q_i^0 і Q_i^1 – обсяг реалізації за кордоном, відповідно, за базовий і аналізований періоди;

I_{Q_n} – індекс повного обсягу реалізації;

I_{Q_i} – індекс обсягу реалізації за кордоном;

в) індекс відносного обороту капіталу за кордоном I_{QK}

$$I_{QK} = \left(\frac{Q_i^1}{Q_n^1} \cdot \frac{K_n^1}{K_i^1} \right) \cdot \left(\frac{Q_i^0}{Q_n^0} \cdot \frac{K_n^0}{K_i^0} \right) = \frac{I_{Q_i} I_{K_n}}{I_{Q_n} I_{K_i}}$$

Показники зовнішньоекономічної діяльності можуть бути використані в процесі багатоваріантного стратегічного аналізу та типізації підприємств стосовно рівня їх інтернаціоналізації. Також

...роблена на основі аналізу показників тридцяти великих підприємств, головні офіси яких знаходяться в Німеччині (1987-88). При цьому використано методику аналізу Кластера (методика аналізу вибірки генеральної сукупності) і включено наступні показники, які стосуються вказаних підприємств:

- загальний продаж (обороту);
- кількість країн, в яких вони мали виробничі підприємства (без фірми);
- загальний обсяг продаж (обороту) за кордоном у повному обсязі продаж (обороту);
- загальне виробництво за кордоном в обсязі продаж (обороту) за кордоном;
- загальний продаж за кордоном на одного зайнятого за кордоном;
- загальне виробництво у власній країні на одного зайнятого в країні.

Результати проведеного дослідження отримано і представлено, використовуючи діаграми, п'ять груп. Так, перша група (від фірми Volkswagen) характеризувалась:

- великою кількістю підприємств;
- великою питомою вагою реалізації за кордоном;
- великою питомою вагою виробництва за кордоном в загальному обороті за кордоном;
- великою обсягами реалізації (оборотами) на одного зайнятого за кордоном.

...рівняльності праці на рівні, який є середнім для Німеччини. ...які можна отримати за допомогою цього методу, ...за доступності відповідних даних.

...можливість зменшувать економічну діяльність підприємства може ...в певній мірі за допомогою певного профілю, який ...характер інтеграції підприємства в межах міжнародної ...

...можливість здійснювати оцінку рівня інтенсивності зовнішньоекономічної діяльності підприємства може бути використана наступна

$$R_{int} = \sum_{i=1}^I (2n_i - 1) K_i; \quad (1.4)$$

РОЗДІЛ 1

$$i=1, \dots, I;$$

$$0 \leq n \leq 1;$$

$$0 \leq k \leq 1;$$

$$\sum_{i=1}^I k_i = 1,$$

- де R – рівень інтернаціоналізації підприємства;
 n_i – частка діяльності підприємства за кордоном, що характеризується i -тим показником (яким може бути обсяг виробництва, обсяг продаж, обсяг інвестицій, кількість зайнятих і т.д.);
 k_i – “вага” i -го показника в загальній системі показників “виробничість” i -го показника).

При значеннях показника $R_{gr} > 0$ виробничо-господарська діяльність підприємства за кордоном по відношенню до діяльності в межах країни походження є домінуючою.

Розрахунок R_{gr} може бути проілюстрований наступним прикладом. Виробничо-господарська діяльність підприємства характеризується даними, приведеними в табл. 1.3.

На підставі наведених в табл. 1.3 даних розраховується частка, що припадає на діяльність за кордоном і на діяльність в межах країни походження. Результати розрахунків представлені в табл. 1.4.

Табл. 1.3

Показники виробничо-господарської діяльності підприємства

№ п/п	Показник	Од. виміру	В межах країни походження	За кордоном	Всього
1.	Обсяг виробництва	\$тис.	435638	72954	478592
2.	Обсяг реалізації (оборот)	\$тис.	356411	83356	439767
3.	Інвестиції	\$тис.	86117	31245	117362
4.	Прибуток	\$тис.	74058	15539	89597
5.	Акціонерний капітал	\$тис.	2292832	409854	2702686
6.	Чисельність персоналу	чол.	7453	1342	8795

Таблиця 1.4

Відсоток виробничо-господарської діяльності підприємства за кордоном і в країні походження, %

Категорія	Всього	В т.ч.		Значимість показника
		В межах країни походження	За кордоном	
2	3	4	5	6
Відсоток виробництва	100,0	91,1	8,9	0,17
Відсоток продажів	100,0	80,9	19,1	0,19
Відсоток прибутку	100,0	73,4	26,6	0,18
Відсоток витрат	100,0	82,7	17,3	0,15
Відсоток активу	100,0	84,8	15,2	0,24
Відсоток пасиву	100,0	84,7	15,3	0,07

Значимість показників, представлена у табл. 1.4 в графі 6, визначається в кожному конкретному випадку експертним шляхом, виходячи з багатьох факторів – стратегічних і тактичних цілей підприємства, економіко-правового середовища, умов міжнародної інтеграції тощо.

Важливим представлених в табл. 1.3 і 1.4 даних може бути визначення рівня інтенсивності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. В даному випадку він складає $-0,651$.

Важливо зауважитись в межах від -1 до 1 . Якщо $R_{mi} = 1$, підприємство функціонує за кордоном країни походження. В такому випадку можна говорити про припинення її діяльності в країні походження, де вона існує лише де-юре. Якщо ж $R_{mi} = -1$, підприємство виконує виробничо-господарську діяльність виключно в межах країни походження.

Важливо зауважитись, що $R_{mi} = 1$ відноситься до ідеального типу профілю зовнішньоекономічної діяльності [56, с. 14].

Важливо зауважитись, що R_{mi} відображає статичний аспект процесу інтенсивності зовнішньоекономічної інтеграції підприємства. Проте для визначення

тенденцій в його зміні необхідно враховувати ще й динамічність. Він може характеризуватись відповідним динамічним показником динамікою інтенсивності зовнішньоекономічної діяльності D_{int}

$$D_{int} = \frac{\sum_{i=1}^I \frac{n_{it} k_{it}}{n_{i(t-1)} k_{i(t-1)}}}{I}$$

- де n_{it} і $n_{i(t-1)}$ – частка діяльності підприємства за кордоном, відповідно, в поточному і минулому періодах;
- I – кількість показників у системі показників, які характеризують виробничо-господарську діяльність підприємства;
- k_{it} і $k_{i(t-1)}$ – “вага” i -го показника в загальній системі показників, відповідно, в поточному і попередньому періодах.

Представлені аспекти оцінки рівня зовнішньоекономічної діяльності підприємств дають змогу встановити тенденції їх розвитку, здійснювати порівняння між ними і середньогалузевими показниками, що дозволяє приймати управлінські рішення щодо розвитку підприємства за кордоном, розробляти стратегію експансії на нові ринки зовнішньої країни походження. Однак на основі вказаних показників неможливо визначити, коли підприємство можна вважати зінтернаціоналізованим. Прийняття будь-якого кількісного критерію завжди буде дискусійний характер.

РОЗДІЛ 2

СТРУКТУРНО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗМІНИ В ПРОЦЕСІ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Структурне реформування підприємства

Найбільш загальному розумінні цілі перебудови підприємства в його зовнішньоекономічній діяльності можна звести до того мінімуму умов, які б гарантували виживання підприємства на міжнародних ринках, а в подальшій перспективі - його розвиток. Така перебудова є передусім засобом досягнення поставлених цілей, а не самоціллю. У відповідності з логікою діяльності підприємств вона, особливо в тривалій перспективі, має метою:

- забезпечення конкурентоспроможності підприємства і його пропускної спроможності шляхом створення конкурентної переваги стосовно окремих елементів (проявів) його функціонування [57];
- забезпечення покращення фінансово-господарських результатів, скорочення обмеження і скорочення витрат і отримання прибутків, які дозволяти здійснювати розвиток підприємства [58];
- забезпечення (підвищення) ринкової вартості підприємства, що забезпечує розширення кола потенціальних інвесторів, зацікавлених у частку в його подальшому розвитку [59].

Важливою рисою перебудови підприємства, яка фактично має всі риси реструктуризації, відображають лише склад окремих завдань і напрямків, яких досить виразно вказують на відмінності в характері завдань і напрямків, які можна розглядати в категоріях або змінах, спрямованих на коригування ("оздоровлення"), або змінах, спрямованих на розвиток підприємства в умовах його виходу на іноземні ринки.

Специфікація коригуючого спрямування виникає частіше всього в умовах кризи і складного становища підприємства. Її метою є зміна

негативних економічних тенденцій, головним чином низького рівня фінансової ліквідності підприємства. У вітчизняних умовах з часом більше суттєвих властивостей коригуючої реструктуризації, метою якої є виживання і запобігання ліквідації підприємства, можна виділити наступні:

- селективного проведення реструктуризаційних заходів. Ефективні діють лише окремі сфери діяльності підприємства і створюють проміжку часу 1-2 роки;
- покращення фінансового стану, головним чином, шляхом повного використання наявних резервів підприємства;
- концентрація на утриманні досягнутого рівня виробництва;
- досягнення підприємством швидковідчутних результатів переваг.

Скрутне економічне становище більшості промислових підприємств на яких здійснювалась реструктуризація, призвело до того, що коригуюча реструктуризація на перших етапах системних перетворень в Україні стала буденним явищем. Не зменшуючи значимості цього типу реструктуризації, слід, однак, звернути увагу на деякі тенденції, що виникають з вузького трактування реструктуризації виключно як програми коригуючих робіт підприємства за часів кризи.

По-перше, фрагментарні і розраховані на короткий час заходи реструктуризації! заходи можуть, зокрема в випадку їх успіху, викликати другий план реальний стан необхідних перетворень, викликаючи самозаспокоєння керівництва і відсутність глибших змін на підприємстві. В результаті багато суттєвих проблем залишається невирішеними, а лише відстроченими в часі, а тимчасово відкладені труднощі через деякий час повертаються з ще більшою силою.

По-друге, звуження реструктуризації до однієї сфери і на короткий термін перспективи призводить до отожднювання всього процесу реструктуризації фрагментом. Прикладом може бути реструктуризація зайнятих працівників. Все ще сприймається, зокрема, суспільною думкою, викликаючи звільненнями і масовим безробіттям.

По-третє, зведення реструктуризації лише до коригуючих заходів не дає змоги використовувати всього арсеналу реструктуризаційних інструментів і процедур, обмежує діяльність керівництва і змінює характер управління, тобто безпосередньо пов'язаних з розвитком підприємства елементів управління. З перспективи створення основ сильної позиції підприємства процес реструктуризації найкраще себе проявляє в умовах реструктуризації, спрямованої на розвиток.

характер коригуючої реструктуризації, що має характер реструктуризації, спрямована на розвиток, базується на дієвості підприємства і охоплює часовий проміжок від початку до закінчення характерних рис реструктуризації, спрямованої на збільшення продуктивності наступні:

- здійснення глибоке здійснення структурних і якісних змін;
- здійснення значних інновацій у сферах технології, виробництва і маркетингу;
- здійснення заходів на рівні, вищому від середнього.

Таким чином, таким підходом до реструктуризації є підвищення продуктивності підприємства шляхом використання існуючих ресурсів. На практиці визначення реструктуризаційних потреб, пов'язаних з економічною діяльністю, повинно відбуватись з урахуванням умов і можливостей розвитку підприємства на міжнародних ринках, а не лише його найважливіших сегментів. Можливі варіанти рішень в процесі реструктуризації підприємства на рис. 2.1.

Важливою складовою від дискусійного змісту схеми, представленої на рис. 2.1, є проблематика кадрів у реструктуризації, орієнтованої на підвищення мотивації до меж коригуючої реструктуризації. Можна відзначити, що вона вказує на можливість здійснення двох основних сфер змін і відповідних ним видів реструктуризації підприємств, якими є:

- реструктуризація оперативна – зміни в основній господарській діяльності (виробництво, торгівля, послуги) і пов'язаних з нею ресурсів виробництва (трудові ресурси, матеріальні засоби, технології);

- реструктуризація фінансова – зміни в фінансовому господарстві підприємства (оборотний капітал, витрати, джерела фінансування);

- реструктуризація організаційна охоплює зміни в основній господарській діяльності підприємства, що визначається прибутками чи збитками підприємства, і знаходить своє відображення в зміні стану і структури підприємства. В умовах трансформації здійснення реструктуризації вимагає докорінних змін, які охоплюють

- організаційну структуру;
- систему управління підприємства;

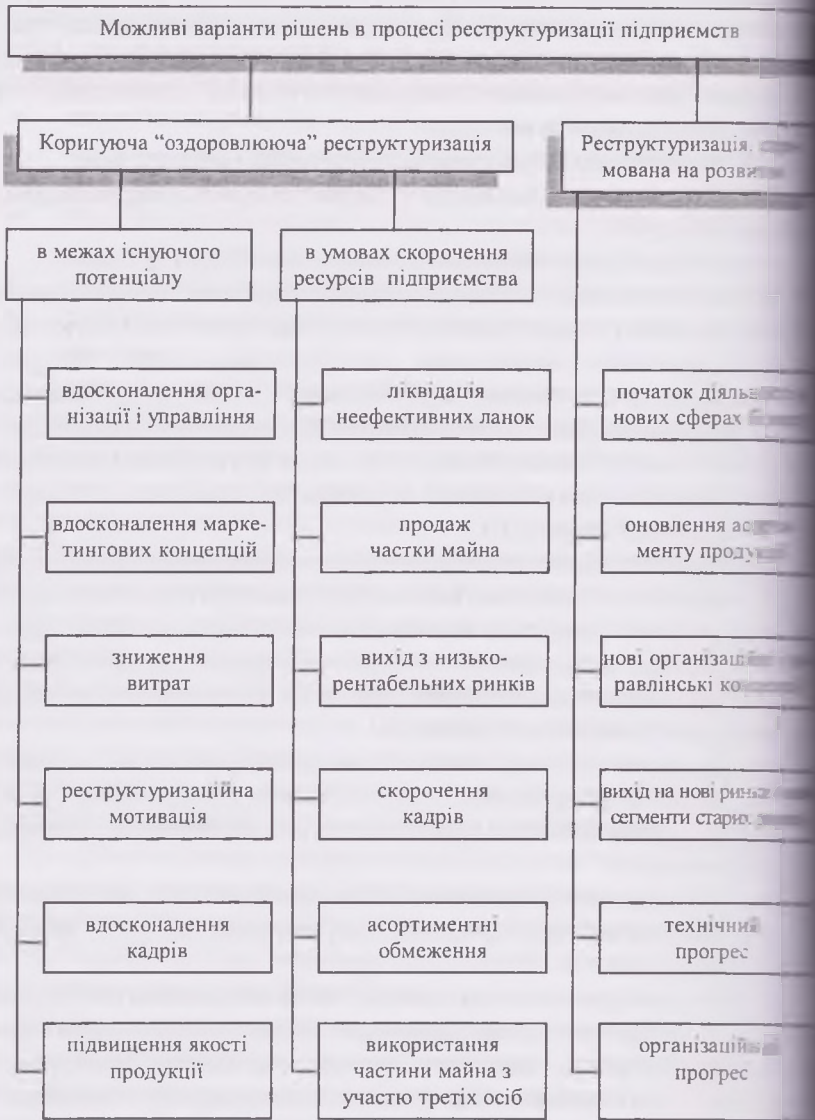


Рис. 2.1. Напрямки реструктуризації в процесі реструктуризації
 Джерело: власна розробка на основі [8, с. 99]

... і зміни системи управління.
... адаптації підприємств до нових умов господа-
... можуть зробити висновок про те, що принципове значення в
... реструктуризації мають:

- ... орієнтація підприємств,
- ... реструктуризація продукції,
- ... і використання інструментів маркетингу-мікс.
- ... ресурсів підприємства, зокрема, майна і пер-
... на збільшення їх продуктивності і більш еластичне,
... підприємства до умов здійснюваної діяльності. При всій
... засобів, які становлять ресурси підприємства,
... реструктуризація:
- ... технологічна;
- ... підприємства;

... аспектів прийняття рішень щодо технічної і
... реструктуризації належать:

... його утворюють господарські зв'язки, які в
... визначають стабільність потреб споживачів і обу-
... концепцію продуктово(товарно)-технологічної
... реструктуризації.

... який аспект; його визначає необхідність змін,
... потребою впровадження на підприємстві найно-
... технологічних рішень, якими нерідко вже володіють
...

... аспект; його визначають значні кошти, залучення
... для здійснення реструктуризації і отримання
... детермінує вибір стратегії розвитку підпри-
... пов'язаний з реструктуризацією власності.

... в технологічних змінах ускладнюють
... ілюстрації процесу технологічної реструк-
... групи підприємств, тим більше, що в вітчизняних
... мірою обмежена катастрофічною нестачею
... технологічної реструктуризації може бути здійс-
... і технічних змін на підприємствах Польщі, яка
... системи господарювання на 7-10 років раніше:

за 1989-1995 роки відбулось 6-кратне зростання конвеєрних ліній, які управляються комп'ютером; кількість роботів і промислових ліній зростає на 80%; число оброблювальних центрів збільшилось вдвічі [60].

Реструктуризація майна (активів) підприємства найчастіше розглядається як заходи, тісно пов'язані з фінансовою реструктуризацією. В практиці обидва види реструктуризації є підтвердженням можливостей, створюваних механізмами сучасного ринкового господарства, зокрема, можливостями ринку капіталу. Наближення до сутності реструктуризації активів підприємства обумовлює необхідність відокремлення питань суті і універсальних способів реструктуризації майна в умовах розвинутого ринку від специфічної реструктуризації майна державних підприємств в реаліях ринку, основні інститути яких перебувають лише в стадії становлення.

Реструктуризація активів підприємства в умовах розвинутого ринку може бути проілюстрована на прикладі США, де в 80-х роках відбулась безпрецедентна хвиля об'єднань, викупу і поглинання підприємств. Цей процес супроводжувався динамічними змінами в підприємстві, зокрема, тому числі і змінами структури активів. Головною метою реструктуризації було збільшення вартості підприємства за рахунок більш ефективного розміщення майна і зниження виробничих і господарських витрат. До найбільш поширених способів реструктуризації такого типу можна віднести зменшення величини капіталу, здійснюване шляхом реалізації складних схем продажу фізичних активів. Крім того, в числі інших способів реструктуризації деякі автори [61] виділяють наступні:

1. Продаж активів підприємства:
 - продаж частини спільного підприємства, відділення технологічної лінії (spin-offs, split-offs, split-ups);
 - продаж частини акцій спільного підприємства (equity carve-outs);
 - продаж частини підприємства за готівку, цінні папери окремо і друге одночасно (sell-offs, divestitures).
2. Продаж всіх активів підприємства за готівку, виплата акціонерам (liquidation).

Реструктуризація в системі організаційного розвитку підприємства

Суттєві реструктуризації підприємств в процесі активізації господарської діяльності обумовлюють необхідність врахування наступних конкретних реструктуризаційних заходів:

у галузях економіки, які на протязі багатьох років, а також багатьох десятиріч, відзначаються низькою продуктивністю і ефективністю;

на підприємствах, перед якими постала необхідність реалізації стратегії виходу з регресуючих ринків;

на підприємствах, які змушені функціонувати в умовах кон'юнктурних коливань на конкретних ринках або в країнах;

на економічно “здорових” підприємствах, які стоять перед необхідністю докорінної трансформації структури своєї господарської діяльності в зв'язку з передбачуваними економічними чи технологічними змінами;

на економічно “хворих” підприємствах, які стоять перед необхідністю пошуку нового змісту свого існування.

Необхідних трансформацій визначають реструктуризація як адаптацію до оточення, скільки як радикальні зміни в структурі діяльності підприємства. Власне, саме таке поняття реструктуризації характерне для більшості вітчизняних підприємств. Це обумовлює необхідність врахування, окрім універсальних принципів реструктуризації, таких як характер процесів змін, їх швидкість вплив на підприємство – детальних критеріїв трансформації в умовах суспільно-економічної трансформації. Більш конкретні принципи суті реструктуризації стосовно вітчизняних підприємств, це:

підприємство є інтегральним елементом системно-економічної структури, причому залежності в системі “реструктуризація підприємства – реструктуризація підприємств” мають характер взаємозалежності з вираженими взаємовпливами.

Важливість процесів стосується підприємств неефективних, “хворих” в категоріях нової системи господарювання, в яких процедури реструктуризації визначаються,

головним чином, через призму швидких змін власне на підприємствах.

3. Відносно швидке пристосування до кон'юнктурних змін до зовнішньої (з-за кордону) конкуренції стає – відносно в характеру реструктуризованого господарського комплексу ключовою метою реструктуризації підприємств, і одночасно успіху на ринку.

4. Параметри, які окреслюють позицію підприємства, та характер ринку і характер здійснюваної діяльності, в умовах системної трансформації особливо піддаються змінам (часто досить радикальним).

5. На початковій стадії трансформації на підприємствах адаптаційні заходи; стратегічні заходи і заходи спрямовані на мають обмежений характер і здійснюються на обмеженій підприємств.

Специфічні критерії суті реструктуризації підприємств визначають пізнавальні аспекти цього процесу. Необхідним доповненням враховує також практичний вимір реструктуризації, є взаємодія реструктуризаційних процесів з іншими близькими за своїм характером заходами, що обумовлюють зміни на підприємстві. Серед сучасних концептуальних підходів і механізмів управління особливо цікавими є ті, які, пропонуючи оригінальні вирішення, мають глибші передумови, власну інтерпретацію і механізми вдосконалення організації. Найбільш яскравими серед них є концепції: реінжиніринг (Business Process Reengineering) – комплексне управління якістю (Total Quality Management) – бенчмаркінг.

Основи реінжинірингу можна виразити в наступних положеннях, одночасно виступають спрощеним алгоритмом логіки самого процесу:

1. Реінжиніринг є методом розв'язання проблем.

2. Він є основою концептуально нової моделі діяльності підприємства і пов'язаний з нею набір методів.

3. Метою реінжинірингу не виступає виправлення помилок підприємства починає все спочатку.

4. Ключове значення для підприємства мають відповідні запитання: “Чому взагалі робимо те, що робимо?”, на відповідь питання “Як?” (збільшити, уточнити і т. п.), типового для впровадження змін на підприємствах.

діяльності підприємства неможливий при виконанні обережних кроків; треба здійснювати цілковиту і повну реструктуризацію, або ж не приступати до неї взагалі.

Реінжиніринг як процесу є так зване латеральне мислення, а отже, здатність визначити і відкинути застарілі засади та положення, що колись були покладені в основу діяльності підприємства.

Реінжинірингом є відмова від принципів, методів, традицій, які визначають характер управління підприємства, іншими словами – це позбавлення баласту минулого, під яким реінжинірингу розуміють, зокрема, основи промислової організації А. Смітом (спеціалізація і поділ праці).

Реінжиніринг з висловлюванням вважається, що промислова організація з найпростіші завдання, навпаки, повинна бути побудована з інтегрованих процесів.

Док. Чемпі [62] визначають реінжиніринг діяльності підприємства, які дають змогу здійснити радикальні зміни на підприємстві. Реінжиніринг фірми як набір методів, які дають змогу змінити структуру підприємства.

Реінжиніринг враховує потреби споживача, ставить за мету змінити структуру підприємства і пристосування до постійних змін в оточенні підприємства.

Висновки реінжинірингу дуже підкреслюють його неповторність щодо інших підходів до процесу змін на підприємстві. При цьому, що порівняння реінжинірингу з реструктуризацією є помилкою. “Частим також є ототожнення реінжинірингу з реструктуризацією, або іншого, модного в даному місяці поняття. Немає нічого більш помилкового, ніж порівняння реінжинірингу з мініатюризацією – методи виробництва з використанням меншого ресурсів. Реінжиніринг – це реструктуризація підприємства за допомогою менших ресурсів” [62]. Крім цього слід відзначити, що з точки зору популярності в більшій мірі сприяла реструктуризація підприємств, ніж реінжиніринг, “реінжиніринг – це реструктуризація підприємства з використанням меншими ресурсами” вимагає реструктуризації. Все ж, не полемізуючи з такою категоричною

точкою зору і признаючи оригінальність концепції реінжинірингу, обумовлену її радикалізмом, слід розглянути реструктуризацію як процеси крізь її призму. По-перше, концепція реінжинірингу сформульована пізніше і є більш сучасною, завдяки чому є більш перспективною в порівнянні з реструктуризацією. По-друге, більш радикальний характер реінжинірингу дає змогу більш виразно і об'єктивно порівнювати і оцінювати можливості практичного застосування підходів, в тому числі при врахуванні умов системної трансформації.

Порівнюючи реструктуризацію і реінжиніринг підприємств, можна визнати, що в обох випадках йдеться про свідомі, послідовні та цілеспрямовані дії. Обидва підходи використовуються в умовах складного, неоднозначного і динамічно змінюваного оточення. В цих умовах дження авторів концепції реінжинірингу про те, що він є методом розв'язання проблем, позбавленим бар'єрів, викликає сумнів. Реструктуризація як метод не претендує на універсалізм і не ставиться над існуючими проблемами, тим самим залишаючись способом здійснення змін, який здійснюється цілим рядом обмежень і умов – як зовнішніх, так і внутрішніх.

В умовах системної трансформації ці обмеження особливо помітні (опір старих структур перед новими), що обумовлює виникнення додаткових труднощів у здійсненні змін, робить необхідними компромісів, яких немає в деклараціях реінжинірингу. В зв'язку з цим більш реалістичною є точка зору, згідно з якою реінжиніринг, позбавлений бар'єрів, скільки передбачає їх обхід, уникнення яких, як реструктуризація – складний і важкий процес ламки бар'єрів, виступає необхідною умовою впровадження змін на підприємстві.

Еволюційний характер процесу реструктуризації підприємств, що відрізняє його від “революційного” реінжинірингу. Це тривалий період проведення реструктуризації, її розтягнення в часі, визначає її як тривалий елемент формування якісно нових дій, зокрема, на основі так званого самонавчання організації. Самонавчання організації, яка є проявом пошуку підприємством нових можливостей досягнення кращої ринкової позиції на основі інновацій, сформувалась під кінець 80-х років. В її основу покладено ідею, що темп самонавчання організації може стати єдиним джерелом конкурентної переваги. Суттєвим обмеженням при використанні цієї концепції є труднощі у визначенні саме

організації”. Це можна проілюструвати кількома цитатами з літератури: “Навчання організації означає процес діяльності через набуття досвіду і краще розуміння організації розглядаються як такі, що навчаються, коли отримують новий досвід в категорії звичайних процедур, що виконуються” [64]; “Самонавчання організації є процесом вивчення помилок” [65]. Реструктуризація прискорює процес навчання підприємств, без якого як окремі особи, так і цілі фірми не можуть застарілі підходи, а зміни є косметичними чи випадковими. В умовах системної трансформації необхідно здійснювати оцінку придатності реструктуризації чи самонавчання організації. Так чи інакше, можна сказати про те, що в ході реструктуризації існує ризик втрати старих навиків і шаблонів, вона створює не менші, ніж традиційні, можливості самонавчання підприємств мисленню про нові потреби і потреб споживачів.

Прискорення темпу змін, яке спостерігається в сучасних умовах реінжиніринг як підхід, що в більшій мірі відповідає вимогам здійснюваних трансформацій. Однак його використання вимагає збільшення і так великого рівня ризику, пов'язаного з впровадженням нових кардинальних заходів, тривалість яких може бути великою. В практиці це проявляється, зокрема, скороченням термінів впровадження нових продуктів. прискоренням впровадження на ринок нових продуктів, що призводить до скорочення продажів раніше впроваджених продуктів, попит на які ще є досить високим (так званий ефект “середнього продукту”). Явища, які спостерігаються в деяких галузях економіки, пов'язаних з новими технологіями (напр., комп'ютери, аудіовідео-технології), свідчать про те, що занепокоєння стосовно штучного прискорення темпу змін, яке призводить до скорочення продажів раніше впроваджених продуктів, є небезпідставним. Прихильники реінжинірингу розуміють як процес вдосконалення традиційних технологій, так і як процес побудови солідних і водночас гнучких основ підприємств. В умовах вказують на те, що реінжиніринг інколи має на увазі не тільки самі зміни”.

В умовах реінжинірингу масового виробництва і заміна її високо-технологічного виробництва є процесом, який належить до найбільш цінних

переваг реінжинірингу. Віддалення виконавця від керівника піддає критиці вже в 60-х роках, а окремі постулати реінжинірингу, зокрема мінімізація вартості операцій, не створюючих доданої вартості, з'являються з концепції М. Портера. Реструктуризація як процес впровадження на підприємстві в зв'язку з цим може бути системою підготовки заходів в процесі поступового відходу від традиційних і несприятливих структур і переходу до впровадження міжфункціональних властивих реінжинірингу. В умовах системної трансформації з'являється тенденція самонавчання організації нових підходів до діяльності, кращого пристосування до оточення, яке характеризується швидкими змінами умов діяльності. Наскільки реінжиніринг в основному, вимагає, настільки реструктуризація вчить нових менеджерів до концентрації на управлінні ключовими для підприємства процесами. В результаті вона дає змогу здобути навички і створити умови для здійснення радикальних змін, які за характером близькі до концепції реінжинірингу і властиві початковому етапу розвитку ринкової економіки господарювання. Одночасно це створює можливість поступового переходу від формули змін як цілі організації, що характерна для реструктуризації, до філософії змін як певної риси організації, а саме вищого рівня стратегічної культури підприємства.

В межах реінжинірингу проглядається надмірне захоплення процесами змін і їх технологічне трактування, підкреслення новизни сучасних інформаційних процедур як основи покращення діяльності підприємства (див., напр., [66]). Менше уваги приділяється питанню повим для самої концепції питанням: як ламати стереотипи, як сформулювати (крім гасел і декларацій) те, що найважче – мислити новими категоріями. Програма реструктуризації підприємства вирішує цієї проблеми, однак передбачає можливість позитивного впливу на підприємстві при поступовому, еволюційному втіленні окремих її позицій. Суттю і безсумнівною цінністю процесу реструктуризації є те, що в ньому принципове значення має підготовка персоналу підприємства до передбачуваних змін, формування їх позитивного сприйняття. Часто це потребує значних зусиль у пов'язаних, наприклад, з навчанням, підвищенням кваліфікації професійною перепідготовкою працівників і т. п.

підприємства як управління процесом змін має в характері. Це пов'язане з намаганням отримання в категоріях передусім максимального розуміння вищого стандарту товарів і послуг, їх ринкової якості як ефекту раціоналізації основних процесів і зв'язків на підприємстві. Тому слід розглянути цю концепцію в контексті концепції комплексного управління, яка в найбільшій мірі пов'язана з якісними аспектами підприємством. Основи цієї концепції визначаються припущеннями.

Увага на вимогах споживачів, збільшуючи рівень їх потреб і забезпечуючи в такий спосіб зростання

споживач, тобто той працівник фірми, який отримує виконаної кимось іншим (наприклад, іншим працівником), трактується так само, як зовнішній споживач, тобто отримувач продукту чи послуги. Внутрішні споживачі належать до ланцюг якості.

Якість означається як повне задоволення певних потреб споживачів власних витратах.

Важливі аспекти витрат, пов'язаних з якістю, – профілактика, уникнення помилок, вихід за межі вимог, стандартів і отримання вигоди.

Важливі основи і засади, визначені нормами, стандартами. В заходах по підвищенню якості стандарти виступають як вихідний пункт, але не ціль сама по собі.

Це не тільки управління, але не технічна діяльність; TQM це не тільки само управління, аніж конкретних методів і

вдосконалювати, використовуючи прийоми TQM, там, де йдеться про послідовно виконуваних дій і досягнення однієї спільної мети.

Розглядаються в нерозривному взаємозв'язку з процесами і людьми, які їх виконують; поєднання методів і залучення персоналу дає змогу отримати певну перевагу.

9. Ключовими формулами процесу підвищення якості є: “відмінно з першого разу”, “ніяких зауважень”, “професійно”, “порівняння з конкуренцією” (бенчмаркінг), “синергія в команді”, “самоконтроль”.
10. TQM передбачає неухильне вдосконалення, скорочення витрат, а також зміцнення співпраці з постачальниками та партнерами, формування в цій сфері клімату взаємної довіри та відповідальності.

Порівнюючи цілі і засади комплексного управління реструктуризації як процесу управління змінами на підприємстві, необхідно перш за все відзначити єдність вихідного пункту обох процесів виступає споживач, задоволення його потреб і ринкова орієнтація функцій і процедур управління. Така характерна для більшості сучасних підходів до змін в організації. Реструктуризація як процес пристосування вписується в основу ефективного і “здорового” підприємства. Реструктуризація відрізняється від TQM зміною акцентів і пріоритетів у сферах діяльності підприємства, наприклад, концентрація ринкової орієнтації в межах певних маркетингових структур підприємства на відміну від застосування цієї орієнтації у всіх підрозділах підприємства, яке використовує комплексне управління якістю (клієнти внутрішні і зовнішні).

Впровадження філософії TQM і пов’язаних з нею технологій і методів діяльності вимагає того, щоб досягнення якості було завданням для кожного працівника на підприємстві. Формування якості перестає бути прерогативою окремих підрозділів і структур – основою формування якості стає запобігання виникненню недоліків, а не їх викриття, як це найчастіше відбувається за традиційним підходом. Всеохоплюючий характер орієнтації на клієнта наближають реструктуризацію підприємства до концепції TQM. Впровадження широкомасштабних програм реструктуризації є практично нереальним, якщо немає розуміння і підтримки з боку переважної більшості працівників. Нові рішення повинні впроваджуватись принаймні синхронно зі змінами в оточенні підприємства, часом навіть випереджувати їх. З цієї точки зору суть реструктуризації полягає в прискоренні динаміки процесу управління, прискоренню тривалому часовому горизонту до якісних змін орієнтації підприємства.

Дослідження чітко показує, що першочергове значення в процесах управління підприємства має людський фактор, зокрема, високою вартістю грамотного управління всіма підрозділами, членів трудового колективу. Знання і досвід більшості працівників виходить від тейлорівського поділу на керівників і виконавців, які були спрямовані на формування конкурентної переваги підприємства за допомогою забезпечення високого рівня якості продукції і послуг.

Концепція ланцюжка якості є основою TQM. Концепція ланцюжка якості передбачає, що немає працівників і підрозділів (структур), які не впливають на кінцевий продукт, кожен розрив ланцюжка впливає на якість продукції для покупця. Тому немає зайвих працівників і підрозділів є важливим. В процесі інтернаціоналізації підприємства особливе значення, перш за все для українських підприємств, має вихід на іноземні ринки без суттєвого зниження якості продукції є неможливим.

Важливим фактором і положення працівників на підприємстві є організація процесу управління підприємством не є єдиним процесом, як щодо структури, так і щодо способів його реалізації в практиці. Організація управління на підприємстві служить передусім виконанню його завдань. Вплив величини і структури до нових завдань підприємства, організаційний якісний ефект з'являється пізніше. Це означає, що організаційна система управління підприємством. В моделі управління підприємствам якістю нівелюється вертикальний поділ праці. Підприємства набувають форми інтеграції за допомогою горизонтальної інтеграції, як ієрархічні (концентрація навколо лідерів, децентралізація), а вся система управління розвивається в певній структурі. У випадку реструктуризації – особливо на підприємстві – підприємства – найчастіше зустрічаються реструктуризації, які концентруються на раціоналізації і збільшенні ефективності структури підприємства.

Важливою проблемою є проблема затрат, виходячи з того, що організаційні зміни повинні здійснюватись при мінімальних затрат. Раціоналізація структури витрат і їх оптимізація виступають однією з основних цілей реструктуризації. При цьому реструктуризація відзначається складнішою

ідентифікацією елементів затрат і менш однорідним характером формування, оскільки при реструктуризації підприємств значна розбіжність напрямів впровадження змін. В результаті зниження затрат по конкретних напрямках може набувати локальних і автономних форм діяльності, тобто слабо пов'язаними іншими сферами змін. У випадку “оздоровчої” реструктуризації спрямованої на швидке вирішення поточних проблем підприємства раціоналізація структури і величини затрат є в певному розумінні по своїй суті субоптимізаційним заходом. В зв'язку з цим заходів такого типу реструктуризації характеризується не такою однонаправленістю у випадку TQM, системою заходів уніфікації скорочення затрат в процесі змін на підприємстві.

Як реструктуризація, так і комплексне управління якістю формують основу культури підприємства. TQM, виступаючи системою цілей і коштів, дає змогу однозначно формувати організаційну культуру, відповідної даному підходу. Реструктуризація пов'язана з багатьма різними цілями, часто в однаковій мірі важливими і вирішальними. Культуротворчим елементом реструктуризації підприємства виступає категорія самої зміни як умови його існування до вимог оточення. Це особливо помітно в реальних умовах економічної трансформації, коли лише здійснення фундаментальних змін може розпочати процес створення нової культури підприємства.

В процесі інтернаціоналізації підприємства здійснення змін в основних системах, яке часто ототожнюють з реструктуризацією, характеризується характер бенчмаркінгу. Бенчмаркінг – це перш за все реальний метод впровадження змін шляхом порівняння підприємства з кращими фірмами в галузі. Цей метод особливо важливий для інтернаціоналізації підприємства, оскільки вихід на іноземні ринки – це перш за все зіткнення з сильними конкурентами, які мають багатий досвід на ринкових позиціях.

Бенчмаркінг в основних рисах можна охарактеризувати наступним чином.

1. Порівняння з найкращими фірмами безпосередньо в галузі на підвищення оперативної і стратегічної ефективності діяльності на ті цілі, які становлять реальну суть діяльності підприємства.

СТРУКТУРНО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗМІНИ

Важливою ознакою є здатність призводити до переорієнтації культури підприємства шляхом переймання досвіду, збагачення тими методами і технологіями управління, які використовуються лідерами в даній галузі.

Однією з найбільших переваг цього методу є процес переймання найбільш ефективних прийомів, методів і технологій.

Важливою ознакою є успішним засобом вдосконалення підприємства шляхом суттєво впливає на процес управління змінами.

Важливою ознакою є частіше використовується для оцінки результатів, виконання функцій, практики господарювання і орієнтує підприємство на той суб'єкт господарювання, який є зразком високої продуктивності.

Важливою ознакою є може в певній мірі виступати в ролі “замінника” інших джерел сил, які обумовлюють необхідність підвищення ефективності діяльності тих підрозділах, в яких не діють закони економічної ефективності.

Важливою ознакою є з лідерами ринку виходить поза межі традиційного порівняльного аналізу. Основними етапами бенчмаркінгу є:

- визначення необхідності покращення виробничого процесу підприємства;
- вибір фірми, яка здійснює таку саму діяльність і є лідером в галузі;
- визначення причин високих результатів лідера і визначення кількісних характеристик цих результатів і факторів успіху;
- адаптація процесу вдосконалення підприємства, шляхом підвищення ефективності діяльності керівників і працівників підприємств.

Важливою ознакою є концентрацію зусиль на процесах, які відповідають сучасним концепціям управління (самонавчання, постійне вдосконалення якості), вказуючи відповідний пункт для функціонування підприємства. Наскільки сама діяльність лідера не є чимось абсолютно новим, настільки важливою ознакою цього методу серед підприємств, які є лідерами в даній галузі є інтересованість його використанням. На межі

1985-1986 років лише 6 підприємств зі “Списку 500” журналу використовувало цей метод, а в 1992 році – вже 65% серед підприємств, які підлягали обстеженню. Аналогічні дані для “Списку 1000 підприємств” газети “Times” в 1993 році складала 67%. Ці дані підтвердили прогноз фахівців щодо динамічного зростання підприємств, які використовують метод порівняння з лідером.

Здійснення змін на підприємстві в процесі його інтернаціоналізації бенчмаркінг виступає як надзвичайно практичний метод досягнення цілей, предмету, меж, і масштабів цих змін. В умовах глобальної трансформації, при відсутності аналогів і бази порівняння підприємств, глибоких змін, які пов’язані з інтернаціоналізацією, порівняння з лідером ринку (перш за все іноземним) створює додаткові механізми впровадження рішень і отримання реструктуризаційних ефектів, досягнень лідера, який функціонує в умовах розвинутої економіки.

Зв’язки бенчмаркінгу з реструктуризацією, обумовлені інтеграцією підприємства на іноземний ринок, проявляються на концептуальному рівні. Основні цілі і цінності, що визначають діяльність підприємств, сконцентровані навколо операційної та стратегічної ефективності підприємства, формування культури самонавчання і постійного підвищення кваліфікації працівників, невід’ємної умови провадження необхідних змін. Обумовлені міжнародною економічною інтеграцією підприємства, процеси реструктуризації мають гнучкий характер, відкриті для найновіших концепцій управління реструктуризацією. Якщо навіть нові механізми реструктуризації виникали б як альтернатива для реструктуризації, вони могли б бути прийняті нею і бути внаслідок цього ще більш успішними.

2.3. Перебудова підсистем підприємства в контексті активізації зовнішньоекономічної діяльності.

Реструктуризацію підприємства можна розглядати як процес змін структури власності, управління і організаційної форми господарської діяльності підприємства під впливом зовнішнього економічного середовища. Останнє формується під впливом кількох факторів, зокрема:

Міжнародна конкуренція виступає, головним чином, як один з ринкових чинників, що визначають поведінку підприємства.

На зовнішньоекономічному ринку (або економічна діяльність підприємства) впливає на підприємство, головним чином, наступні фактори (вимоги):

1. Зростаючий обсяг робіт і послуг* ;

2. Зростаючий асортименту і номенклатури товару;

3. Зростаюча ефективності витрат на виробництво і реалізацію

Міжнародна конкуренція висуває потребу так перебудувати підприємство, щоб воно могло, з одного боку – знайти свою нішу на ринку товарів і послуг, з другого боку – забезпечити ефективне використання виробничих ресурсів на рівні, який вимагають конкуренти. Перша вимога обумовлена тим, що відбуваються кон'юнктурні зміни, які характеризуються зростаючою конкуренцією, цінами. Друга – тим, що, крім ринку товарів і послуг, є декілька ринків, зокрема, ринків факторів виробництва, праці та ін.

Підприємство не буде ефективно використовувати виробничі ресурси, якщо воно збанкрутує. Наприклад, неефективне використання ресурсів веде до зростання витрат на виробництво. Це призводить до зменшення обсягів прибутку, оскільки ціна на товар не покриває витрат на його виготовлення. В свою чергу, зростаючі витрати призводять до скорочення витрат на техніко-технологічне оновлення оборотних засобів і витрат на оплату праці. Як наслідок, підприємство не зможе вчасно модернізувати обладнання й технології, що призведе до використання сировинних ресурсів нижчої якості, зниження продуктивності (оскільки висококваліфіковані потребують вищої оплати). В результаті – подальше зниження прибутків аж до банкрутства.

Вказані чотири фактори (вимоги) конкурентне середовище впливають на підприємство. Відповідно до них підприємство

* – товарів і послуг.

веде пошук шляхів підвищення якості товарів, розширює їх асортимент і номенклатуру (або визначає ключові товари), шукає напрямки зменшення затрат на виробництво і підвищення його ефективності, вибір маркетингової стратегії. Ці групи заходів взаємопов'язані між собою і є реакцією на вплив конкурентного середовища.

Метою перебудови систем підприємства і зміни систем управління є адаптація внутрішніх структур і процесів на підприємстві до прийнятої стратегії. Складний характер процесу цієї адаптації виходить далеко за межі оперативного виміру діяльності підприємства при складності сучасних структур і процесів, вимагає ретельного вивчення.

Думка про те, що організаційна структура мусить бути адаптована до стратегії підприємства, впливає з класичного підходу А. Чандлера сформованого ще на початку 60-х років [67]. З того часу встановилися взаємозв'язки між стратегією і структурою підприємства, які є однією з найактуальніших питань в теорії і практиці управління.

Аналізуючи основну ідею вказаного підходу можна зробити висновок про те, що незважаючи на багато недоліків і обмежень концепція А. Чандлера не була відхилена, навпаки, на її основі утворився ряд значно ширших, більш обґрунтованих і через це більш прийнятних для практики інтерпретацій зв'язків між стратегією і структурою підприємства. Найбільш суттєвими визначальними інтерпретаціями з позиції змін на підприємстві є наступні:

- сучасне підприємство розвивається як одне ціле і змінюється вимірі (як одне ціле) слід шукати можливості його трансформації;
- структура не слідує за стратегією, але вони взаємозалежні і мінуються і залежать одна від одної;
- чітка стратегія підприємства обумовлює більш раціональне створення структури і з цієї точки зору є критеріальним фактором оцінки перебігу змін;
- організація – це значно більше, ніж структура, тому адаптація до пристосування останньої в принципі є лише фрагментарною адаптацією організації підприємства.

Вказане не суперечить загальній цілі змін на підприємстві, а саме його інтернаціоналізації (адаптація структур і процедур до вимог

...налізації), лише вказує, що в сучасних умовах суть ... полягає не стільки в тому, щоб краще здійснити ... (що виникли внаслідок інтернаціоналізації), ... щоб забезпечити функціонування підприємства як ... Тогой підхід до організаційних змін на підприємстві ... з аспектів визначення структури підприємства: ... доцільності праці на окремі завдання і їх координація. ... з підприємстві здійснюються шляхом “маніпу- ... параметрів, які визначають поділ праці і координацію ... стосуються проектування [68]:

... місць праці;
... “надструктури” (мережі вказаних на організаційній схемі оди- ...
... “надструктури”;

... організаційних параметрів можуть бути описи місць праці, ... організаційних комірок, інструкції, переліки службових ... планування і контролю. В практиці параметри, ... праці і взаємну адаптацію завдань є часткою ... контролю: формальних і неформальних процедур, ... в рух.

... однак, легко проілюструвати конкрет- ... Одним з практичних проявів організаційних змін, які ... наміри підприємства, є зміни в структурі ... обумовлені диверсифікацією його діяльності в ... вимірі. В цьому випадку завданням ... формування організаційної структури, яка б ... внаслідок інтернаціоналізації в системі “ринки-товари”. Склад ... структурних вирішень представлено в табл. 2.1.

... принципів здійснення організаційних змін на ... його інтернаціоналізації приведене в таблиці ... що в ринковій економіці:

... структур відбувається в міру поглиб- ... товарної диверсифікації;
... в ринках, так і в продуктах, обумовлює ... структур підприємства;

Організаційні структури підприємства та просторова диверсифікація

Ринки \ Товари	Один товар	Багато споріднених товарів	Багато неспоріднених товарів
Один ринок	<i>Структура функціональна</i>	<i>Структура дивізійна</i>	<i>Холдингова</i>
Багато внутрішніх ринків	<i>Структура внутрішньо-просторова</i>	<i>Структура матрична</i>	<i>Структура мережево-просторова</i>
Багато іноземних ринків	<i>Структура зовнішньо-просторова</i>	<i>Структура просторово-товарна</i>	<i>Структура мережево-глобальна</i>

- створення холдингової структури є особливо ефектним у випадку розширення лінії товарів підприємства;
- розвиток ринків вимагає формування структур, зорієнтованих на просторово, а також нетрадиційних вирішень (наприклад, мережевої структури).

Практика інтернаціоналізації вітчизняних підприємств свідчить про те, що організаційні зміни, які вона зумовила, мали досить специфічний характер, значно відмінний від трансформацій, які повинні відбуватись в процесі реалізації сучасних стратегій розвитку. Головною метою змін було спрощення організаційних структур, збільшення їхньої більшої еластичності і відкритості для ринку. Беручи до уваги умови і обсяг змін на підприємствах в початковий період трансформації, який співпадав з активізацією інтернаціоналізації підприємств, можна виділити три групи змін:

- прості зміни організаційних структур;
- структурні зміни, які враховують стан і перспективи розвитку ринків;
- організаційні перетворення, пов'язані з формуванням структур, які б відповідали прийнятим стратегіям розвитку.

Звичайно, в кожному конкретному випадку розвиток організаційних структур має індивідуальний характер, хоча всі рішення

вимоги до вибору відомих структурних розв'язків. При цьому слід пам'ятати, що підприємство не може бути абсолютно незалежним у своїх діях, пов'язаних з формуванням організаційних структур.

Підприємство не може вільно приймати рішення про рівень своєї діяльності, оскільки глобалізація діяльності, з якою воно стикається, багата перешкод, які проявляються з різною інтенсивністю передусім від галузі і локалізації як самого підприємства, так його підрозділів і філій.

Підприємство можна поділити на три групи [74]:

- підприємства транспорту і складування;
- підприємства у потребах;
- підприємства кваліфікації дистрибуції;
- підприємства за кордоном;
- підприємства за інтересованості даним товаром;
- підприємства сегментація просторових ринків;
- підприємства попиту в світовому масштабі.

Підприємства управління:

- підприємства відмінності завдань маркетингу;
- підприємства місцеве обслуговування клієнтів;
- підприємства технологічні зміни.

Підприємства державою:

- підприємства, які вивчають зі способу сприйняття ситуації, в якій знаходиться підприємство, а також з відсутності відповідних дій.

Підприємства можуть, однак, сталого характеру, тобто можуть зберегти свою діяльність під впливом відповідних дій підприємства, які вони здійснюють.

Результати досліджень факторів, які впливають на діяльність підприємств, показали досить суперечливі результати. Це стосується як філій. В той час як з результатів одних досліджень випливає позитивний зв'язок [83, с. 99; 84, с. 15] між цим фактором і діяльністю, то з наступних – негативний [86, с. 247] або ж нейтральний [87, с. 139; 85, с. 825].

З більш нових досліджень, проведених в другій половині 1990-х років, випливає, що автономія філій підприємства є значною, якщо:

- вони створені для обслуговування місцевих ринків;
- належить до малої мультинаціональної групи;
- місцевий інвестор має в них значний капітал;
- концерн реалізує стратегію розвитку.

Автономія вважається незначною, якщо філії:

- належать до великої мультинаціональної групи;
- виробляють більш стандартні товари;
- здійснюють зінтегровану діяльність і припускають активний обмін послуг між ними;
- обслуговують більший ринок, ніж тільки регіональний;
- головне підприємство володіє більшою часткою капіталу.

Ті самі дослідження показали, що в практиці філії мають менший вплив на більшість рішень, що їх стосуються, ніж головне підприємство. Однак, певні рішення стратегічного характеру належать до їхньої компетенції. До них належать:

1. Рішення, які стосуються майна і основних засобів підприємства:
 - делегування з головного підприємства до регіональних філій;
 - розширення виробничих потужностей;
 - використання кредиту;
 - поділ дивідендів;
 - ліцензійні оплати і винагорода персоналу.
2. Рішення, які стосуються виникнення договірних, юридичних і господарських зв'язків.
3. Рішення, які стосуються певних стандартів:
 - політика цін;
 - норми контролю якості, система обліку витрат;
 - маркування товарів.

Нові підходи до ролі філій вимагають змін в організації всієї організації, з виділенням координаційних процесів та потоків, з наступним переходом до створення мережі центрів ролями вузлів цієї мережі, тобто філій.

РОЗДІЛ 3

СТРУКТУРНО-ОРГАНІЗАЦІЙНИМИ
РЕФОРМУВАННЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ3.1. Конструктивні підходи до реформування
підприємств

реформування і розширення зовнішньоекономічної діяльності підприємств абстрактно, без взаємозв'язків з поточною і перспективною господарською діяльністю підприємства. Тому реформування є те, що управління ними безпосередньо пов'язане з діяльністю підприємства в цілому, оскільки є його складовою. Ефективне управління підприємством в цілому проявляється передусім у здатності на зміни у зовнішньому оточенні і "допасування" до цих змін, що проявляється, з одного боку, у використанні можливостей, які вони відкривають, з іншого – у попередженні негативних наслідків, обумовлених змінами. Внаслідок цього найсуттєвіші з них стосуються цілей, завдань, визначення місця і ролі інтернаціоналізації підприємства в контексті цільових стратегічних і оперативних планів підприємства, основу процесу адаптації підприємства до зовнішнього оточення. Для цього необхідно:

1) визначити суттєві зміну суть і характер зв'язків в системі управління – процес управління (особливо стратегічного управління підприємством”;

2) визначити основні взаємозв'язки в системі: “функції управління – особливі процедури інтернаціоналізації підприємств”;

3) визначити основні проблеми, пов'язані з позицією і поведінкою підприємства в процесі використання правил і засобів управління в рамках управління підприємством.

4) визначити аналіз залежності і зв'язків управління з економічною діяльністю підприємств є наступні етапи управління [69, с. 4]:

Визначення концепції (ідеї) підприємства як суб'єкта господарської діяльності і створення цільового бачення його функціонування: надання чіткого напрямку діяльності, цілі, довгострокового напрямку діяльності і визначення місії.

1. Конкретизація місії підприємства та інтерпретація її в конкретних умовах: специфічні довго- і короткотермінові оперативні цілі.
2. Формулювання стратегії, яка б забезпечила досягнення поставлених цілей.
3. Правильне і успішне впровадження і реалізація стратегії.
4. Оцінка результатів прийнятої стратегії, переконання в її ефективності, здійснення адаптаційних заходів, впливаючих на досягнення цілей, досвіду, зміни умов, нових ідей і можливостей, корекції місії, цілей, стратегії підприємства.

Визначення концепції (ідеї) підприємства як суб'єкта господарської діяльності здійснює господарську діяльність (в тому числі і на іноземних ринках) безпосередньо пов'язане з атрибутами підприємства, яке є предметом інтернаціоналізації. Концептуальні рішення, які приймаються головним чином, до сфери планування, яке відображає діяльність, що здійснюється в оточенні підприємства. В рамках здійснення стратегії підприємстві відбувається менш чи більш глибока реструктуризація, яка має довести до динамічної рівноваги в системі: “функції підприємства – зміни в його оточенні”. В зв'язку з цим основні принципи управлінських завдань в сфері виробництва і маркетингу концепції підприємства повинні мати таку послідовність:

- вихідна концепція підприємства;
- зміни в його оточенні;
- визначення потреб інтернаціоналізації;
- нова концепція підприємства;
- процеси адаптації до нових умов господарювання, які призводять до виходу на іноземні ринки.

З поданого переліку випливає, що інтернаціоналізація підприємства зв'язана також з визначенням його місії.

Конкретизація місії підприємства та інтерпретація її в конкретних умовах: специфічні довго- і короткотермінові оперативні цілі є одним з заходів по управлінню, зв'язаним з перенесенням принципів, цільових орієнтирів, темпів і пропорцій розробленої оперативного управління. Обумовлена процесами інтернаціоналізації програма змін на підприємстві, здійснювана в розрізі методів управління, може впливати на досягнення цих цілей наприклад, через

в організаційній структурі, прийом на роботу працівників з кваліфікацією. З'являються нові підходи до розв'язання, які передбачають диференціацію концепції і орієнтирів стратегічного плану на конкретні завдання, зробити цілі підприємства більш конкретними. В на підставі цього можна зробити висновок про те, що ефективність управлінських заходів повинна бути наступною:

- 1. чіткість цілей підприємства;
- 2. узгодженість цілей підприємства;
- 3. узгодженість структури організації.

Впровадження місії і виникаюча з цього зміна довго – і короткотермінових цілей перекладається на цілі реструктуризації, а цілі реструктуризації на нижчому (оперативному) рівні перекладаються на цілі підприємств.

Саме поняття *стратегії*, яка б дала змогу досягнути поставлених цілей, виступає завершенням заходів у сфері діагностики і планування на початком процесу впровадження намічених змін. Саме поняття *стратегії* має риси в більшій чи меншій мірі розвинутої програми реструктуризації підприємства і набуття необхідних інструментів реалізації стратегії. Взаємозв'язки і взаємодія "запланування", інакше кажучи, міра, в якій стратегія перекладається з програмою його реструктуризації, є поняттями, які в категоріях пізнання, так і з точки зору методології.

В літературі з цієї точки зору бракує однозначних визначень зв'язку між стратегією і реструктуризацією підприємства. Ці поняття до цього розходяться – від майже ототожнення стратегії з реструктуризацією (часом пишеться навіть про "стратегію реструктуризації") до зведення програми реструктуризації до конкретного підприємства. В той же час стратегічний процес підприємства як єдиного цілого, а програма реструктуризації – це проект дій.

Важливою рисою в кінцевому результаті важливішими є характер заходів, які здійснює підприємство, варто виділити ті заходи, які підтверджують ширше значення стратегії:

- 1. стратегія розвитку стосується всього підприємства, а не лише реструктуризації можуть підлягати лише визначені частини підприємства;

- щодо підпорядкування – стратегічні орієнтири і директивний характер в стосунку до реструктуризаційних заходів, в той час як зворотна залежність є значно меншою;
- щодо змісту – стратегічні елементи можуть виникнути внаслідок програмою реструктуризації, в той час як реструктуризаційна діяльність в підпорядкована концепції “порятунку” чи реорганізаційних переваг;
- інструменти (важелі впливу) – програма реструктуризації є одним з інструментів реалізації стратегії, а в деяких випадках може домінувати над нею або навіть замінити.

Узагальнюючи вказане, можна стверджувати, що стратегія є первинною стосовно програми реструктуризації.

Правильне і у спільне впровадження і реалізація стратегії на практиці означає здійснення цілого комплексу заходів, серед яких знаходяться також заходи, передбачені програмою реструктуризації. Практичне застосування цієї програми може бути впроваджене послідовністю вирішення завдань управління на рівні:

- стратегії;
- програми реструктуризації;
- плану і графіку реструктуризаційних заходів.

Така послідовність визначає одночасно і роль, і місце програми реструктуризації (програма, план, графік реструктуризації) в загальному переліку важелів управління змінами на підприємстві.

Оцінка результатів прийнятої стратегії і початок впровадження адаптаційних заходів, що виникають з її реалізації, замикають цикл впровадження глибоких змін на підприємстві, і відкривають початком наступного циклу перетворень. Виконання багатьох заходів під контролем на цій фазі є можливе завдяки системі моніторингу впровадження процесу реструктуризації (контролінгу). Така система є невід’ємною складовою процедури реструктуризації.

Подвійний (з одного боку – щодо суті, з другого – щодо інструментів і важелів управління) вимір взаємозв’язків в системі управління підприємством може бути відображений в послідовності:

- результати реструктуризації;
- стратегічні ефекти;
- систему моніторингу процесу реструктуризації;
- стратегічну адаптацію.

в зв'язку оперативного управління з реструктуризацією можна розглядати їх розгляду принаймні з двох точок зору, які мають однакову суть. Перша з них, ширша, передбачає коло зв'язку реструктуризації з'являється на фоні зв'язку оперативного управління з оперативним. Друга, вузла, – безпосередній зв'язок з спільними елементами оперативного управління підприємств.

Визначення меж оперативних заходів, які, в процесі впровадження процесу поточної перевірки і раціоналізації підприємств розвитку підприємства. Чим в більшій мірі підприємство виконує стратегічні завдання, тим сильніше звужується коло оперативного маневру, причому перевищення певного "оперативного маневру" може призвести до дисфункції системи управління підприємства. Це втрачає через стратегічні орієнтири їх керівного персоналу одночасному "обезвладненні" ланок поточного управління. Проблема загострює той факт, що розмежування між стратегічним і оперативним управлінням за їх суттю є досить складним процесом – це частково зміщені один стосовно одного напрямку самих заходів [2].

Важливою роллю відіграє підготовлена на підприємстві програма реструктуризації підприємства, котра виступає одночасно як стратегічні вимоги (керівні орієнтири) і оперативне втілення (план і графік реструктуризації). Маючи чітку логіку, визначені цілі і засоби, програма реструктуризації підприємства, яка зв'язує стратегічні рішення з поточними діями, одночасно дозволяє здійснювати контроль над виконанням зв'язаних з впровадженням змін на підприємстві.

Взаємозв'язок між стратегічним і оперативним управлінням підприємства про міцні взаємозв'язки в системі "сфери стратегічного управління підприємства". В найпростішому випадку управління на підприємстві концентрується в таких напрямках: виробництво, реалізація, складське господарство. Ефективність часто є проявом реструктуризації, яка здійснюється групи постачальників (результат раціоналізації виробництва), встановлення нової техніки (технологічна модернізація), застосування з пропозиції деяких видів продукції

(маркетингова реструктуризація) або ж винесення складських функцій на межі підприємства (організаційна реструктуризація). На відміну від стратегічного управління, визначення основних напрямів змін і їх перенесення на реструктуризацію, оперативне управління концентрується на вадженні змін, реалізації функціональних (локальних) змін широким використанням засобів і процедур, притаманних реструктуризації (план-графік реструктуризаційних заходів). Вони виступають частиною інструментарію оперативного управління “реструктуризаційне походження” лише нагадує здійснюваних змін на підприємстві.

Основним плановим документом здійснення реструктуризації найчастіше програма реструктуризації, яка повинна забезпечити взаємозв'язки в процесі визначення напрямів розвитку підприємства, потреб реструктуризації, повинна включати заходи і ресурси для адаптації підприємства до обраної ним стратегії. Визначення можна вказати найчастіше згадувані в науковій літературі елементи програми реструктуризації, незважаючи на загальноприйнятних розв'язків та індивідуальності реструктуризації кожного конкретного підприємства.

1. Основні характеристики стратегії підприємства (концепція, основні стратегічні цілі).
2. Основні цілі і характер реструктуризації.
3. Напрями змін і трансформацій в основних сферах функціонування підприємства:
 - оперативна діяльність;
 - система організації і управління;
 - основні фонди підприємства;
 - фінанси;
 - структура власності (приватизація підприємства).

Підсумовуючи вказане, взаємозв'язок функцій управління на підприємстві і процедура реструктуризації можна представити наступному вигляді (табл. 3.1).

1. Очікувані ефекти і витрати реструктуризації і реорганізації підприємства.
2. Можливості і обмеження (ризик) процесу реструктуризації підприємства.

Таблиця 3.1

Основні функції управління і процедури реструктуризації

Основні функції управління

Планування	Організація	Мотивація і реалізація	Контроль
<ul style="list-style-type: none"> • аналіз, обробка та аналіз інформації; • розроблення можливих стратегій; • вибір оптимальної стратегії; • розробка стратегічного і операційного планів 	<ul style="list-style-type: none"> • аналіз можливостей виконання відповідних моделей і методів управління і форм організації; • вибір моделі і методів управління, структури і функцій окремих підрозділів і виконавців 	<ul style="list-style-type: none"> • вибір методів і систем мотивації; • виконання планових заходів 	<ul style="list-style-type: none"> • вибір системи контролю; • моніторинг реалізації стратегії; • аналіз результатів реалізації стратегії
<ul style="list-style-type: none"> • визначення масштабів і напрямів реструктуризації; • визначення потреб у ресурсах; • визначення власних можливостей ресурсного забезпечення; • визначення оптимального варіанту в межах «потреби-можливості»; • розробка програм і заходів реструктуризації 	<ul style="list-style-type: none"> • розподіл функцій і ресурсів; • організація ресурсного та інформаційного забезпечення 	<ul style="list-style-type: none"> • вибір методів і систем мотивації; • координація заходів реструктуризації 	<ul style="list-style-type: none"> • контролінг процесів реструктуризації

Інтегральним елементом програми реструктуризації є план-графік реструктуризаційних заходів, які виступають знаряддям оперативної діяльності на етапі організації впровадження їх реалізацією. Формулювання основ стратегії виступає в кінцевій фазі процесу планування, після здійснення зовнішнього оточення (економічного середовища) і аналізу підприємства. В процесі визначення основних положень одночасно визначаються потреби реструктуризації підприємства, виконання яких є умовою впровадження і реалізації прийнятих рішень. Тому розробка програми реструктуризації вимагає її взаємозв'язку з основами стратегії. Визначення основ стратегії розвитку підприємства, які виступають концептуальною проблемою, може бути незалежно від визначення потреб реструктуризації. Однак у більшій мірі характер змін на підприємстві має комплексний характер, тим сильнішим повинен бути взаємозв'язок рекомендацій реструктуризації з обраною стратегією. Відображення взаємозв'язку, який визначає аргументи напрям і характер перетворень в атрибутах підприємства, є розміщення основних положень стратегії на початку програми реструктуризації.

Визначення характеру і найважливіших цілей реструктуризації підприємства на практиці означає:

- вирішення в системі: коригуюча реструктуризація - реструктуризація розвитку; програма повинна чітко показувати характер реструктуризаційних заходів а також на те, чому вони безпосередньо пов'язані з використанням наявних можливостей довгострокового розвитку підприємства; заходи концентруються на використанні оперативних, короткострокових резервів і забезпеченні поточного функціонування підприємства;
- формулювання пріоритетів: цілей першого і другого порядку; визначення сфер концентрації засобів і зусиль підприємства; реструктуризації; визначення ієрархізації завдань.

Як показує практичний досвід, основу програми реструктуризації складають визначення переліку змін і перетворень в основних функціонування підприємства. Ступінь їх диференціації залежить від характеру і обсягів реструктуризації. Пропозиції змін і конкретними заходів враховують ситуацію на конкретному підприємстві.

Важливістю є перш за все основних сфер реструктуризації. В особливій ваги набувають пропорції, що стосуються сконцентровані слабкі сторони підприємств. Досвід найчастіше зустрічаються:

• скорочення боргів підприємства, які дозволяють зберегти фінансову ліквідність;

• реструктуризації портфелю продукції, можливі зміни портфелю підприємства і збільшення його маркетингової активності;

• підвищення еластичності організаційної структури підприємства, створення чи зміцнення маркетингової вертикалі (маркетингове управління), спрямування фінансової вертикалі на маркетингову діяльність і прийняття управлінських рішень, а не зворотного облік.

• скорочення і зміни структури зайнятості – групових перевикваліфікації, пошуку працівників з, необхідних для прийнятої стратегії підприємства;

• реструктуризації майна підприємства – відокремлення служб (транспорт, ремонти) в самостійні підприємства (які ще називають субпідприємствами), скорочення нематеріальних активів, і зниження витрат на їх утримання;

• пропозиції реструктуризації власності – основи приватизації підприємств, зокрема визначення можливих способів пошуку можливих стратегічних інвесторів.

Витрати і витрати, пов'язані з реструктуризацією разом з результатами її проведення є невід'ємними елементами реструктуризації, які доводять правильність пропонованих програм і стратегії підприємства, що лежить в її основі.

Визначення очікуваних ефектів змушує авторів оцінювати існуючий стан і становище підприємства.

Оцінка необхідних витрат реструктуризації зв'язана з визначенням фінансових можливостей підприємства (власних і з використанням зовнішніх джерел фінансування і використання). Практика доводить, що програми, які складаються з елементів, залишаються нереалізованими.

Оперативним знаряддям збалансування очікуваних витрат реструктуризації виступають фінансові прогнози, доповнення документації процесу змін на підприємстві повинна супроводжуватись обережною оцінкою з врахуванням можливості навіть значного перевищення плановий рівень. В розробці можливих сценаріїв реструктуризаційних рішень повинен бути використаний також і аналіз урахування рентабельності запропонованих заходів.

Визначення можливостей і обмежень реалізації програми змін є етапом планування реструктуризаційних заходів. З точки зору змін оцінка дає змогу встановити:

- в стратегічному вимірі – в якій мірі є реальними цілі реструктуризації, беручи до уваги сильні і слабкі сторони підприємства, а також шанси і загрози, що виступають в оточенні; в цій частині повинні знайти відображення результати стратегічного аналізу з етапу діагностики підприємства, масштабу його реструктуризаційних потреб;
- в поточному вимірі – якою є міра ризику реалізації реструктуризаційних заходів, при чому ключове значення має оперативний (ринковий) і фінансовий ризик.

Практичне врахування зв'язків стратегії і реструктуризації підприємства, яке вказує місце програми реструктуризації в загальному плануванні змін, представлено в таблиці.

Розробка програми реструктуризації не означає завершення процедури планування, оскільки на етапах реалізації управління процесами впровадження програма реструктуризації конкретизується, перевіряється і апробується. В результаті змін еластичне знаряддя управління змінами на підприємстві.

3.2. Методи оцінки ефективності реструктуризації підприємства

В процесі здійснення реструктуризації підприємства виникає проблема оцінки ефективності здійснюваних змін, перебудові всіх підсистем підприємства, виділенні окремих субпідприємства. Це породжує декілька задач:

об'єктом оцінки – одне чи декілька утворених на основі реструктуризації підприємств;
критерії оцінки ефективності;
можливо бути базою порівняння.
Вказаних задач дає змогу отримати відповідь на запитання про ефективність реструктуризації.

Об'єкти оцінки ефективності реструктуризації

Реструктуризації підприємства можливі декілька варіантів його правового статусу:

збереження існуючого статусу підприємства при зміні організаційно-технічної (виробничої) і організаційно-економічної структури;

розподілу підприємства на декілька рівноцінних, технологічно пов'язаних між собою в межах основного виду діяльності;

розподілу або відокремлення деяких структурних і функціональних підрозділів у самостійні субпідприємства, діяльність яких має визначальний вплив на роботу "материнського" підприємства, зокрема, не пов'язана технологічно з останнім; розподілу підприємства з іншими суб'єктами господарювання з повною або частковою втратою (повною або частковою) своєї самостійності.

Вибір сценаріїв має свої особливості розвитку, які визначають критерію оцінки ефективності реструктуризації.

Важливо розглянути їх детальніше.

Як правило, в даному випадку йдеться про реструктуризацію організаційної структури підприємства, його організаційно-економічними аспектами. Нові умови господарювання, посилення вимог зумовлюють перш за все змін у менеджменті підприємства, розподілі функцій менеджерів і спеціалістів на всіх рівнях управління. Організаційно-технічна перебудова здійснюється шляхом розподілу функцій підрозділів, хоча можливе створення нових структурних одиниць (цехів, майстерень і т. п.).

Оцінка ефективності реструктуризації підприємства в разі випадку не викликає проблем з точки зору вибору її об'єкта. Тут йдеться про "внутрішню" перебудову підприємства.

2-й варіант. Найчастіше в такому випадку здійснюється договірне об'єднання новоутворених суб'єктів господарства незалежності від обумовлених відповідними договірними умовами умов такого об'єднання підприємство може трансформуватися в концерн, корпорацію, холдингову компанію і т. п. організації господарювання. Оскільки новостворене формування є спадкоємцем підприємства, з якого утворилось, об'єктом оцінки ефективності реструктуризації є новостворене об'єднання.

В той же час можливі варіанти розформування крупних підприємств на декілька відносно однотипних підприємств, наприклад, в рамках Антимонопольного комітету. Оцінку ефективності реструктуризації підприємств доцільно здійснювати як середньозважену з урахуванням питомої ваги кожного з новоутворених підприємств за певному значенні критеріальних показників. Останні можуть бути представлені чисельністю працюючих, вартістю основних фондів, продуктовою потужністю тощо. Зростання (зниження) значення того чи іншого показника, який характеризує ефективність реструктуризації, визначене відповідним коефіцієнтом зростання (зниження).

$$K_{зр(зн)} = \frac{\sum_{j=1}^n X_{ij}^1 P_j}{X_i^0}$$

де X_i^0 , X_{ij}^1 – значення i -го показника ефективності реструктуризації відповідно по базовому (до реструктуризації) та новоутвореному підприємству;

P_j – питома вага критеріального показника j -го підприємства в загальному (новоутворених підприємств) значенні показника по всіх підприємствах.

$$P_j = \frac{N_j}{\sum_{j=1}^n N_j}$$

– значення критеріального показника (чисельність ПВП, кількість ОВФ і т.п. – див. вище) по j -му підприємству.

Таким чином, кожне підприємство до реструктуризації характеризується рентабельністю 20%. Після реструктуризації на основі цього утворено три однотипні нові підприємства, чисельність за яких складає відповідно 18%, 22% і 23%, а кількість працюючих – відповідно 200, 150 і 250 осіб. В такому разі середній ваговий коефіцієнт:

першого підприємства –

$$\frac{200}{200+150+250} = 0,33;$$

другого підприємства –

$$\frac{150}{200+150+250} = 0,25;$$

третього підприємства –

$$\frac{250}{200+150+250} = 0,42,$$

$$K_{\text{ср}} = \frac{18 \cdot 0,33 + 22 \cdot 0,25 + 23 \cdot 0,42}{20} = \frac{21,1}{20} = 1,055.$$

Таким чином, рентабельність в середньому зросла на 5,5% – з

20% до 25,5%. Ліквідація деяких підрозділів підприємства в процесі реструктуризації господарювання (субпідприємства), діяльність яких не має значального впливу на головне («материнське») підприємство здійснюється, як показала практика, в наступних

варіантах: – підрозділи не використовувались повною мірою, хоча їх потенційна продуктивність є значними;

– існують економічно доцільніші варіанти заміщення підрозділів, що використовувалися;

– деякі підрозділи технологічно не відповідали вимогам розвитку підприємства.

Як правило, в субпідприємства трансформуються об'єкти забезпечуючі цехи підприємства, окремі відділи і служби. Значна частина межох будівельного комплексу такими є транспортні засоби, вантажні зовані цехи та дільниці, проектно-конструкторські бюро, підприємства виробничої інфраструктури підприємства.

Відокремлені субпідприємства найчастіше суттєво відрізняються своєю місією з головним підприємством. Після відокремлення і здобуття статусу самостійних суб'єктів господарювання підприємства налагоджують господарські зв'язки з іншими агентами ринку. Деякий час частка послуг чи товарообороту з головним підприємством може суттєво зменшитись. Зрозуміло, що в такому разі ефективність реструктуризації потрібно визначати за результатами головного підприємства – субпідприємства, яке зберегло свою технологічну спрямованість.

4-й варіант. В даному випадку йдеться про реструктуризацію підприємства іншими суб'єктами господарювання. При цьому характер і спрямованість реструктуризації підприємства визначаються стратегічним цілям не підприємства, яке їй підлягає, а підприємства-ініціатора формування, яке «поглинає» його. Слід відзначити, що таке реструктуризація може бути:

- при добровільному входженні підприємства в дану форму господарювання, коли таке входження відповідає стратегічній спрямованості підприємства;
- при вимушеному входженні, обумовленому адміністративними розпорядженням владних структур, банкрутством підприємства тощо.

Оцінка ефективності реструктуризації підприємства в різних випадках може бути здійснена на основі співставлення показників підприємства до і після реструктуризації / якщо підприємство не втратило свого статусу юридичної особи.

В кінцевому рахунку метою трансформації структури підприємства господарського підприємства є отримання стабільного прибутку протягом тривалого, визначеного життєвим циклом часу. Основним критерієм порівняння підприємства до і після реструктуризації, не дає змоги порівняння ефективності функціонування підприємства з

Тому необхідно використовувати порівняльні критерії і

групи показників, що характеризують фінансово-економічний стан підприємства, в світовій практиці найчастіше використовують показники прибутковості, фінансової стійкості, ліквідності і платоспроможності [52; 53; 54].

З цього, можна виразити критерій ефективності

$$\sum_{i,j=1}^{I,J} \Pi_{ij} Q_{ij} = \sum_{i,j=1}^{I,J} Q_{ij} (C_{ij} - Z_{ij}) \rightarrow \max \quad (3.3)$$

$$i = \overline{1, I}; j = \overline{1, J}$$

$$\sum_{i,j=1}^{I,J} \Pi_{ij} \geq \sum_{i=1}^I \Pi_i^0 \quad (3.4)$$

$$\frac{\sum_{i,j=1}^{I,J} \Pi_{ij}}{\sum_{j=1}^J K_j + S_j} \geq \frac{\sum_{i=1}^I \Pi_i^0}{K^0 + S^0} \quad (3.5)$$

$$\frac{\sum_{i=1}^I A_i^1}{Z_j} \geq 2 \quad (3.6)$$

$$\frac{M_{gj}}{Z_j} \leq 0,5 \quad (3.7)$$

$$Q, C, \Pi, Z, K, A, M \geq 0 \quad (3.8)$$

реалізації j -м підприємством, що утворилось в процесі реструктуризації базового підприємства одиниці i -го продукції;

Q_{ij}, C_{ij}, Z_{ij} – відповідно обсяг виробництва, ціна і за
 i -ї продукції по j -му підприємству, що ут

реструктуризації* базового підприємства;

Π_i^0 – прибуток від реалізації одиниці i -го виду
 підприємством (тобто підприємством до
 ризації);

K_j – власний капітал j -го підприємства;

K^0 – власний капітал базового підприємства;

S_p, S_o – запозичений і залучений капітал відпов
 підприємства;

A_{ij}^n – поточний актив l -го виду на j -му підприємстві;

Z_{ij}^k і Z_{ij}^d – відповідно короткострокові і довгострокові
 зобов'язання j -го підприємства;

M_{ij} – сума власних активів j -го підприємства.

Вираз (3.3) є цільовою функцією реструктуризації
 максимізації прибутку підприємства.

Вираз (3.4) показує умову, у відповідності з якою
 прибутку підприємств, утворених у процесі реструктуризації
 (включаючи і базове підприємство) повинно перевищувати
 отримуваний підприємством до реструктуризації.

До реструктуризації підприємства норма прибутку
 повинна бути не меншою, ніж на базовому підприємстві
 відображене виразами (3.5).

Формули (3.6) і (3.7) виражають вимоги щодо швидко
 швидко ліквідувати поточну заборгованість і заборгованість
 строкових боргових зобов'язань власним капіталом.

Вирази (3.3)-(3.7) в формальному вигляді відображають
 здійснення того чи іншого варіанту реструктуризації
 здійснюється першим і другим варіантом (див. вище).

Що стосується третього варіанту, то тут може бути
 коли субпідприємство (одне чи декілька) є неплатоспроможним
 ліквідується, або переходить до іншого власника.

* Це стосується 1, 2 і 4 варіантів (див. вище). Під базовим
 розуміється підприємство до реструктуризації.

варіант («поглинання» підприємства) необхідно розглядати в контексті тих умов, на яких підприємство «поглинається» господарювання.

Ефект реструктуризації на кінцеві результати виробничо-господарської діяльності може бути визначений на основі факторного аналізу. Ефект реструктуризації підприємства призводить до збільшення обсягу виробництва (характеризується одночасно зміною обсягів виробництва, витрат на зарплату, робіт) і затрат на виробництво і збут.

Ефект прибутку визначається за виразом

$$P = Q p - E, \quad (3.8)$$

де Q – обсяг виробництва в натуральному виразі; p – ціна за одиницю товару; E – затрати на виробництво і збут.

Ефект виробництва в розгорнутому вигляді можна представити

$$E = M + L + A + D, \text{ або } E = M + B, \quad (3.9)$$

де M – матеріальні затрати; L – затрати на оплату праці; A – амортизаційні відрахування; D – інші витрати; B – сума L , A і D .

Ефект прибутку ΔP у такому випадку визначається за

$$\Delta P = (Q_1 p_1 - E_1) - (Q_0 p_0 - E_0). \quad (3.10)$$

де 0 і 1 – індекси відповідно базового і нового підприємства; Q – показники по підприємству відповідно до реструктуризації.

Ефект прибутку від здійснення реструктуризації може бути

$$\Delta P = (Q_1 p_1 - M_1 - B_1) - (Q_0 p_0 - M_0 - B_0). \quad (3.11)$$

З формули (3.11) можна визначити, якою мірою впливають ті чи інші фактори зміни величини прибутку.

Ефект змін обсягу матеріальних ресурсів забезпечує

$$\Delta M_p = M_0 - M_1. \quad (3.12)$$

Відносна економія матеріальних затрат E_m становить

$$E_m = \frac{M_0}{Q_0} Q_1 - M_1.$$

Збільшення прибутку за рахунок збільшення обсягу продажів розраховується як

$$\Delta P_p = (P_0 / Q_0) Q_1 - P_1,$$

а за рахунок росту цін (ΔP_c) –

$$\Delta P_c = (p_1 - p_0) Q_1.$$

Крім зміни прибутку, в результаті реструктуризації ринку значною мірою зацікавлений отримати високу рентабельності авансований капітал. Це зумовлює, зокрема, необхідність підтримки належного курсу акцій даного підприємства на фондовому ринку, що означає, і забезпечення умов економічного росту. У зв'язку з оцінкою зміни прибутку, велике значення для виробника має вплив змін в технологічних системах підприємства на авансований капітал, оскільки такі зміни зумовлюють зміни інвестиціями.

Для формалізованого його виразу позначимо величину авансованого 1 грн. обсягу продаж (виробництва продукції у вартості) як v , а капіталомісткість продукції як k , тобто

$$v = P/Q_p; \quad k = K/Q_p$$

Для спрощення позначимо Q_p як S , тоді

$$v = P/S; \quad k = K/S.$$

В такому випадку справедливо

$$P_1 = v_1 S_1; \quad P_0 = v_0 S_0;$$

$$K_1 = k_1 S_1; \quad K_0 = k_0 S_0.$$

прибутку (ΔN) викликана реструктуризацією підприємств з вищенаведеними виразами (3.16-3.18),

$$\Delta N = (v_1 S_1 / k_1 S_1) - (v_0 S_0 / k_0 S_0) \quad (3.19)$$

впливу різних факторів на зміну норми прибутку методом ланцюгових підстановок, який вимагає розгляду фактора як величини змінної, вважаючи інші фактори визначенні впливу прибутку на зміну норми прибутку збереженого капіталу приймається незмінним по відношенню до прибутку. При визначенні впливу капіталу на зміну норми прибутку величина прибутку приймається незмінною по новому

$$\Delta v_1 = (P_1 S_1 / S_1 K_0) - (P_0 S_0 / S_0 K_0). \quad (3.20)$$

$$(P_1 S_1 / S_1 K_1) - (P_1 S_0 / S_1 K_0) = N_1 (1 - P_1 K_1 / S_1 K_0), \quad (3.21)$$

впливу прибутку по новому варіанту.

Індекс росту виробництва продукції через I , тобто

$$\Delta N_p = (P_1 - P_0) / K_0 \cdot 100, \quad (3.22)$$

$$\Delta N_k = \frac{(K_0 I - K_1) N_1}{K_0 I}, \quad (3.23)$$

зміни обсягу виробництва на норму прибутку (ΔN_q) при зміні ціни на товар визначається як

$$\Delta N_q = P_0 (I - 1) / K_0 I \times 100, \quad (3.24)$$

зміни норми прибутку, викликана зниженням затрат на виробництво (ΔN_z) при постійних обсягах виробництва по базовому і новому варіанту визначається як

$$\Delta N_z = \Delta P / K_0 I \times 100, \quad (3.25)$$

зміни величини витратку $S_1 - S_0 I = 0$. На основі приведеної формули визначити вплив на норму прибутку зміни величини будь-якого фактора затрат на виробництво. Зокрема:

зміни матеріальних затрат

$$\Delta N_m = \frac{M_0 I - M_1}{K_0 I} \cdot 100, \quad (3.26)$$

де M_0 і M_1 – сума матеріальних затрат у затратах відповідно по базовому і новому варіантах;
– вплив затрат на оплату праці

$$\Delta N_L = \frac{L_1 I - L_0 I}{K_0 I} 100,$$

де L_0 і L_1 – сума витрат на оплату праці відповідно по базовому і новому варіантах;
– вплив амортизаційних відрахувань

$$\Delta N_A = \frac{A_0 I - A_1 I}{K_0 I} 100$$

де A_0 і A_1 – сума амортизації в затратах на виробництво відповідно по базовому і новому варіантах.

Підвищення якості продукції супроводжується підвищенням її ціни, що забезпечує отримання додаткового прибутку. Вплив фактора на зміну норми прибутку може бути визначено за формулою:

$$\Delta N_{ц} = \frac{\Pi_{ц}}{K_0 I} 100$$

Вплив підвищення організаційно-технічного рівня виробництва на норму прибутку визначається за формулами відповідно:

$$\Delta N_{\phi} = \frac{E_{\phi}}{K_0 I} 100$$

і

$$\Delta N_{op} = \frac{E_{op}}{K_0 I} 100$$

де E_{ϕ} і E_{op} – економія затрат на виробництво за рахунок відповідно, підвищення технічного рівня виробництва і вдосконалення організації виробництва.

На норму прибутку впливають зміни величин оборотного капіталу ($K_{об}$) і основного капіталу ($K_{осн}$). зміна норми прибутку може бути визначена за виразами, відповідно:

$$\Delta N_{коб} = \frac{K_{об1} I - K_{об0} I}{K_0 I} 100,$$

вєтчина оборотного капіталу відповідно по базовому і новому варіантах:

$$= [(K_{oc0} - K_{oc1})v/K_0I] + [(A_0I - A_1)/K_0I] 100. \quad (3.33)$$

різних факторів на норму прибутку має важливе значення для власника підприємства в процесі прийняття рішення реструктуризації. Відповідні розрахунки по формулах можуть бути основою певних державних заходів зменшення розмірів пільг для виробників, базою для розробки заходів збільшення отримання виробниками додаткових доходів. Для споживача головними факторами, які визначають вибір на ринку стосовно нового товару, виступають ціна і

РОЗДІЛ 4 МЕТОДОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

4.1. Стратегія зовнішньоекономічної діяльності

Стратегію зовнішньоекономічної діяльності відображає вибір способу діяльності підприємства в міжнародному формулюванні і адаптації його зв'язків до цього оточення внутрішньої структури і процесів. Підприємства, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, повинні приймати рішення, які трактувати як елементи стратегії інтернаціоналізації (або ж тактичні рішення).

До них належать [71]:

- визначення стратегічної орієнтації підприємства, прийняттям рішення про орієнтацію діяльності на світовий ринок (глобалізація) або ж її адаптацію до окремих іноземних ринків;
- вибір стратегії розвитку міжнародної позиції; в даному випадку йдеться про вибір між стратегіями консолідації, формування ринкової позиції і виходу на ринок;
- формування стратегії виходу на ринок, яке означає зачаткування і розвитку діяльності за кордоном;
- вибір між стратегією кооперації з іноземним підприємством і самостійним проведенням діяльності;
- визначення стратегії конкуренції, виду конкуренції, якою володіє підприємство, а також поведінки підприємства в створенні цих переваг і їх охороні;
- формулювання функціональних стратегій, тобто функцій підприємства (маркетинг, дослідно-розробочі роботи, виробництво, продажі, послуги).

виробництво, постачання, фінанси, кадри і т. п.) до умов зовнішньої діяльності;

стратегії «управління» політичним оточенням, яке здійснює намагання знизити ступінь ризику, що може виникнути внаслідок втручання владних структур як у власній країні, так і за кордоном, шляхом переговорів і розробки альтернативних варіантів поведінки;

стратегії координації, яка між іншим, охоплює формування інформаційних структур, інформаційних мереж, управління міжнародних підприємств, в тому числі і поділ функцій між головним підприємством і субпідприємствами.

Стратегії зовнішньоекономічної діяльності перебувають у взаємозв'язку і не можуть формуватись незалежно одна від одної, оскільки вибір одного з них обумовлює важливі зміни в іншому. Тому формування загальної стратегії і досягнення синергетичного ефекту оптимізації рішень в сфері розробки і реалізації стратегії.

Вибір стратегії в сфері вибору елементів стратегії приймаються в процесі поступового стратегічного процесу планування. Вибір стратегії залежить від багатьох факторів зовнішнього середовища підприємства, його особливостей, а також від процесу формування стратегії.

Тенденції розвитку світової економіки впливають на зовнішню діяльність підприємств, так і на виникнення нових тенденцій. Глобалізація проявляється в наступному [71,

1. глобалізація торговельних бар'єрів, обумовлених,

2. глобалізація дивизів капіталу.

3. глобалізація процесів світової стандартизації і введення єдиних стандартів в сфері інвестиційних благ.

4. глобалізація зменшення розбіжностей в смаках споживачів. Ця тенденція стосується передусім споживчих продуктів і послуг, які є найбільш впливовими чинниками:

5. глобалізація технологічного рівня і поширення діяльності підприємств в світовому масштабі;

- зростання міжнародного туризму між країнами, які раніше були ізольовані;
 - зростання рівня освіти і доходу, що обумовлює стандартизацію умов життя в різних регіонах світу.
5. Зростання витрат на дослідження і розвиток, що призводить до скорочення життєвого циклу виробів. Це обумовлює зростання в намаганні підприємств продавати свою продукцію на більшому ринку з метою компенсації витрат на дослідження і проміжок часу, обмежений згаданим циклом.
 6. Зростаюче значення ефекту масштабу, обумовлене зростанням виробництва. Результати досліджень свідчать про скорочення питомих витрат, обумовлене ефектом масштабу, відноситься не лише до виробництва, але й до функцій, що передують виробництву (маркетингові дослідження, технічна підготовка виробництва, поставка матеріалів) і наступають після нього (збут, сервісне обслуговування). Це вимагає поширення діяльності на можливі ринки збуту. Ефект масштабу має особливе значення для галузей, в яких вироби досягнули етапу стандартизації і теризуються високим рівнем стандартизації.

Однак, тенденції до глобалізації діяльності підприємств мають все ще існуючі переваги, пов'язані з виробництвом в місцевих умовах, і необхідність в адаптації до місцевих умов в інших країнах. Ці проблеми можна поділити на чотири групи:

1. Позатарифні торговельні бар'єри, які впроваджені в формі митних платежів. Скорочення митних платежів, яке згадувалось, в багатьох країнах супроводжується зменшенням часом в тих самих розмірах, різних цінових обмежень імпорту.
2. Транспортні витрати. На фоні загальної тенденції до скорочення транспортних витрат і логістики існують галузі, в яких підприємств по відношенню до їх вартості є досить високими, також ті, де з врахуванням їх специфічних особливостей необхідною є спеціальна технологія перевезення. У цих галузях транспортні витрати виступають як бар'єр до глобалізації. До них належать, наприклад, транспортні витрати на перевезення важких і великогабаритних вантажів.

продуктів харчування, металургія, окремих хімічних продуктів.

Споживачів стосовно глобалізації розділяють на окремі галузях. Наприклад, виробництво багатьох товарів залежить від різних умов (зокрема, витрат на транспортування). З другого боку, в таких галузях, як виробництво електроніки, телекомунікації, споживачі, які займають вигідну позицію, спроможні змусити виробників змінити відмінності у видах продукції.

В таких галузях, як виробництво друку, поліграфія велике значення мають підприємства роздрібною торгівлі, які мають велику кількість постійних клієнтів. Ці канали реалізації продукції впровадженні на ринок нових товарів дозволяють отримувати відповідну винагороди у вигляді постійних клієнтів. Вони є бар'єром входу на ринок. Маркетинг як альтернатива для багатьох підприємств береться до уваги, зважаючи на вузьку специфіку галузі.

Вплив протилежних тенденцій і факторів на вибір стратегічної орієнтації підприємств. В числі стратегічних орієнтацій можна виділити етноцентризму, глобалізацію і дуальну стратегії [55, с. 570-572].

Етноцентризм домінує на початкових стадіях інтернаціоналізації підприємств на використанні за кордоном конкурентних переваг на внутрішньому ринку. Вона орієнтована на внутрішній, іноземні ринки і реалізується через експорт. Звідси і інша назва цієї стратегії – етноцентризм. Використання її використання можна зустріти, наприклад, у виробничій сфері для текстильної промисловості, харчової промисловості. Ця стратегія є характерною для тих підприємств, які експортують свою продукцію в країни, зокрема, в Росію, і Білорусію, ринки яких є великими.

Глобалізація (стратегія багатьох окремих ринків) характеризується інтернаціоналізацією. В цьому випадку підпри-

емство намагається отримати конкурентну перевагу своєї продукції до вимог іноземних ринків. яв відрізняються. Для забезпечення цих вимог підприємства на найважливіших іноземних ринках філії, дочірні підприємства, які займаються не лише продажем, але продукції за кордоном. Бажано, щоб при цьому кордоном структури мали досить значну автономію. У місцевих конкурентів ці структури володіють перевагою існування в межах всього підприємства спільного фінансування, можливості поділу витрат, пов'язаних з дослідно-конструкторськими роботами на глобальні обороти підприємства, з координацією трансферу ноу-хау між окремими структурами підприємства в країнах і т. п. Пристосування діяльності до вимог того, зменшує ризик політичного втручання.

До галузей, в яких використовується поліцентральна належать виробництво харчових продуктів обм'язування, зберігання, цементу, основних хімікатів.

Глобальна стратегія (або інтеграційна стратегія) ставлять регіоцентричну орієнтацію підприємства, тобто трактується визначеного регіону як єдиного ринку. Вона Ігнорує специфіку окремих країн і відмінності в ринковому печуючи доставку стандартизованого, однакового продукту [72. – С. 689-712]. В основу цієї стратегії покладено прагнення отримати конкурентну перевагу в глобальному (регіональному) масштабі, мінімізації питомих витрат виробництва продукції. Чим більша частка підприємства у світовому ринку, тим його питомі витрати будуть нижчими, оскільки масове виробництво стандартних продуктів дозволяє в повній мірі використати ефект масштабу. Завдяки цьому досягається також шляхом створення інтегрованої виробничої мережі в масштабі «ланцюга вартості», описаного М.Е. Портером. Ця стратегія полягає в поділі діяльності підприємства на основні і допоміжні зорю процесу створення вартості види діяльності. Шляхом координації поділу між окремими країнами, в яких підприємство має виробничі і торговельні підрозділи, підприємство повинне отримати конкурентну перевагу в міжнародному масштабі.

В той же час поділ праці у світовому масштабі зберігає зв'язки між окремими підрозділами підприємства.

вимагає більших витрат для здійснення координації. У центричною стратегією тут виникає потреба у прийнятті рішень на головному підприємстві і філій і дочірніх підприємств.

У більш глобалізованими галузями вважаються виробництва комп'ютерів, автомобілів.

Важливою перевагою з глобальної інтеграції і необхідність умов покладені в основу дуальної (інтерактивної) стратегії пристосування до місцевих умов іноземної філії внаслідок протекціоністської політики з її боку.

Як правило, визначена поведінка урядових та фірм в процесі здійснення торговельних операцій, а також норми, згідно з якими виробник може продати певного зразка. Прикладом може служити впро-

ведення США норм, які стосуються дизельного палива, що призводить до продаж німецьких автомобілів з дизельними двигачами до того добре розвивався, впав майже до нуля [71, 72].

У більшості країн проявляється протекціоністська політика у відношенні підприємств економічно слабших країн. Зокрема, підприємств стикається з протекціоністськими заходами в країнах Європи, не кажучи вже про США, які проявляють у відношенні до європейських і японських

підприємств використовується дуальна стратегія, з чисто економічної точки зору лише потенційно можуть розглядатись як конкурентні протекціоністські погляди гальмують в них впровадження стратегії. Тому ці галузі визначаються як економічно блоковані.

Важливою принциповою позицією міжнародного підприємства є боротьба з усуненням перешкод в глобалізації економічної політики в переговорах, які стосуються економічного підприємства в даній країні, а також структурні зміни, спрямовані на адаптацію до місцевих вимог.

Важливою ознакою використання стратегії координації вищезгаданих підприємств. Практичне втілення цього підходу полягає в тому, що в процесі продажу продукції враховуються

місцеві вимоги, в той час як дії і заходи в сфері р... дослідних, дослідно-конструкторських робіт, вироб... маркетингу є стандартизованими настільки глибоко... можливо, з метою інтеграції всієї діяльності підприємства (локальна стратегія).

Дуальна стратегія використовується, головним чином, у галузях, як оборонна промисловість, телекомунікації, виробництво.

Вибір концепції стратегічної орієнтації підприємства визначити як комплексний процес прийняття рішення, який відбувається в результаті взаємовпливу між його змінними. Взаємодія зовнішнього оточення і особливостей самого підприємства в конкретному випадку є основою прийняття рішення. Основними критеріям узгодження можливостей підприємства з його стратегічною орієнтацією. Тип обраної стратегічної орієнтації може мати суттєвий вплив на інші елементи стратегії підприємства.

4.2. Стратегія зміцнення міжнародної присутності підприємства

Стратегічні рішення, які стосуються міжнародної присутності підприємства, приймаються не лише на його рівні для всієї гамми продукції в стратегічних сферах діяльності для всіх підрозділів підприємства (розміщених за кордоном) – філій, дочірніх і спільних підприємств.

Вибір стратегії може бути відображений матрицею стратегічної концепції розвитку підприємства, розробленою в рамках матриці «Дженерал Електрик» (Мак-Кінсі) (рис. 4.1).

В залежності від позиції, яку займають окремі підрозділи підприємства в портфелі продукції, а саме часткою в портфелі країн, підприємство може здійснювати чотири основними способами поведінки [73, с. 13]:

- стратегія зростання (експансії) придатна для підприємств, які виходять на ринки країн з прогнозованою високою чи середньою швидкістю зростання ринку; метою стратегії є досягнення лідерства підприємства на ринку;

КОНКУРЕНТНА ПОЗИЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА			
	СЛАБКА	СЕРЕДНЯ	СИЛЬНА
Швидкий вихід з ринку		Поступовий вихід з ринку, в залежності від темпів його скорочення	Використання існуючих конкурентних переваг без додаткових інвестицій
Поступове скорочення діяльності		Консолідація	Зростання
Інвестування з метою підвищення конкурентоспроможності		Інтенсивна інтервенція або зростання з інвестуванням	Зростання з інвестиціями

на основі [73, с. 83]

стратегії концепції розвитку підприємства

консолідації характерна передусім для тих видів діяльності, де підприємство вже досягло позиції лідера; за допомогою цієї стратегії можна цю позицію зміцнити, забезпечити додатковий приплив доходів підприємства. Стратегія зростання і стратегія ринкової позиції; ринкової позиції може бути придатною для підприємств, які конкурують на конкурентною позицією, які виходять на нові види продукції або які розпочинають свою діяльність на нових ринках з високою і середньою конкуренцією. Стратегія зростання зорієнтована на покращення позиції і частки в ринку, однак без претензій на лідерство.

- стратегія виходу з ринку (деінвестування) повно тих видів продукції і ринків, які періодичні втрати і з негативним грошовим відмову підприємства виробляти ці види продукції та продавати їх на таких ринках.

Модель матриці стратегічної концепції розрахована з врахуванням відносно високого рівня агрегації інформації показує лише глобальні можливості стратегічного планування. Її інформаційна значимість залежить від якості проробки ринку, частки підприємства на ринку та частоти її змін, що визначають привабливість ринку і конкурентну перевагу.

Слід відзначити, що позиції окремих видів продукції на його ринках не є постійно закріплені на тих чи інших позиціях, як показано в приведений матриці. В процесі стратегічного планування може змінити їх позицію. Рішення такого типу є одним з стратегічних припущень, які стосуються можливості досягнення наміченої позиції. Наприклад, позиція з точки зору конкурентної переваги може покращитись, якщо підприємство шляхом вжиття певних заходів зуміє перетворити приховані потреби клієнтів в реальний попит. Так само може змінитись конкурентна позиція підприємства воно шляхом збільшення інвестицій в науково-технічні та конструкторські роботи вийде на ринок з новими продуктами, що в більш повній мірі відповідали б потребам клієнтів.

Принципове значення для підприємства, яке здійснює процес інтернаціоналізації, має його конкурентоспроможність. Основні стратегії, при допомозі яких підприємство може досягти перевагу над конкурентами [74, с. 50]:

- конкуренція затрат (лідерство в затратах);
- виділення на загальному фоні.

Конкуренція на основі витрат означає, що підприємство приділяє увагу досягненню витрат нижче рівня конкурентів. Досягнення такого рівня означає, що в порівнянні з конкуруючих суб'єктів воно може досягнути дозволених витрат. Підприємство зуміє виробляти продукцію з найменшими витратами, тобто зуміє заволодіти лідерством у рівні затрат в даній галузі буде найвищим. Це, як правило пов'язане з досягненням

Оскільки в такому випадку виникає ефект масштабу і реалізації ефект досвіду.

Підприємство в лідерній позиції в сфері затрат частіше всього вимагає витрат на придбання сучасних машин і обладнання, прагне автоматизувати виробничі процеси і досягнути високої продуктивності виробництва. При реалізації цієї стратегії підприємство повинно особливо увагу приділяти управлінню затратами. Їх контроль мусить постійно бути в центрі уваги підприємства.

Управління на затратах не означає, що підприємство прагне до виробництва продукції низької якості. Прагнення до отримання низької ціни обумовлює рівень цін, сумірний з середньоринковим, який втрачає втрати ринку в умовах жорсткої конкуренції. Підприємство такого рівня якості продукції, який би задовольняв потреби споживача.

У сфері затрат дає змогу отримати перевагу над конкурентами процес проведення переговорів з постачальниками. Підприємство виграє сировини, напівфабрикатів, комплектуючих, які дають змогу в певній мірі здійснювати тиск на постачальників і отримати певні цінові скидки. Навіть у випадку коли ціна на сировину і комплектуючі цін ситуація лідера буде кращою, ніж інших конкурентів в галузі, оскільки питомий прибуток буде вищим за середньогалузевий.

У сфері затрат по відношенню до споживачів також є конкурентна перевага, оскільки споживачі здійснюватимуть тиск на тих виробників, які продають свою продукцію за вищу ціну. У процесі переговорів навіть і досягнуть зниження цін на продукцію. У сфері затрат, то і в такому випадку він не буде відчувати тиск з боку конкурентів підприємства галузі, затрати який є вищими. Реалізація цієї стратегії пов'язане з ризиком, який виникає

у випадку втрати лідера в затратах, яким є підприємство, що є лідером середньогалузевим попереднього лідера або ж володіє більшою часткою ринку. Таким підприємством може бути як існуючий конкурент, так і цілком нова на даному ринку компанія, яка здійснює великомасштабну інвести-

ційну інтервенцію на новий для нього ринок, виступаючи збитками, пов'язаними з адаптацією на цьому ринку.

- інфляції, яка зменшує можливість утримання стосовно продукції підприємств, які використовують високої якості та іміджу продукції;
- надмірної концентрації уваги на затратах і розвитку продукції шляхом інновацій і маркетингу.

Суть стратегії «виділення на загальному фоні» полягає в печенні відмінностей даного виду продукції від інших, щоб він був «єдиним у своєму роді». Найважливішою є сама продукція, споживчі властивості якої повинні відповідні характеристики аналогічної продукції. Неповторність може стосуватись також обслуговування, надання додаткових послуг, каналів розповсюдження. При реалізації цієї стратегії надзвичайно важлива роль яка, виділяючи унікальні властивості даного товару, сформувані у споживачів лояльне ставлення до нього.

Виділення на загальному фоні, як правило, пов'язане з затратами, тому має сенс лише при умові забезпечення прибутків. Найчастіше це пов'язане з вищим рівнем, який сприймаються споживачами, якщо їх властивості неповторності і унікальності даного товару чи послуги. Дану групу споживачів не впливають нижчі ціни у конкурентів, завойована підприємством репутація товарів, низька цінової еластичності попиту на них.

Як показує досвід господарювання, стратегія виділення на загальному фоні в найбільшій мірі пов'язана з ризиком втрати продуктів («піратством»). Іншими ризиками є відсутність споживачів відчуття різниці в якості продукції даної форми конкурентів або ж надто велика різниця в цінах.

Як стратегію виділення на загальному фоні, так і стратегію лідерства в затратах можна розглядати з точки зору підприємством всього ринку або лише окремих сегментів. У останньому випадку можна говорити про стратегію виділення, описану М.Е. Портером [74, с. 54]. Основою її є припущення того, що певну групу споживачів, товарний сегмент

можна більш успішно обслуговувати, ніж це роблять інші фірми, що діють в більш широкому масштабі.

Використання на так званій ринковій ніші може принести бажаний ефект від використання або стратегії лідерства в затратах, або стратегії виділення на загальному фоні, або ж обох одночасно. Це стосується для підприємств, які в порівнянні з крупними підприємствами мають невелике значення і не в стані конкурувати з ними по причині відсутності відповідних фінансових ресурсів.

Використання дві основні стратегії, сфера покриття ними ринку та географічний радіус їх дії, то можна отримати кілька різних стратегій (рис. 4.2).

Вибір певної схеми портфеля цих стратегій впливає, що як стратегія виділення, так і стратегія концентрації можуть бути реалізовані в різних масштабах, так і на ринку даної країни.

Використання переваги підприємства, яке спеціалізується на функціоналізації всієї діяльності, може бути використане в окремих функціональних сегментах підприємства, які

МІЖНАРОДНА СТРАТЕГІЯ КОНКУРЕНЦІЇ

	ПРОСТОРОВИЙ РАДІУС	
	Глобальний	Вітчизняний
Виділення на ринку	Глобальна стратегія лідерства на ринку, стратегія виділення на загальному фоні, стратегія лідерства в затратах	Вітчизняна стратегія лідерства в затратах
Концентрація в сегменті	Глобальна стратегія концентрації (сегментация), стратегія виділення на загальному фоні, стратегія лідерства в затратах	Вітчизняна стратегія концентрації

взято з [55, с. 996].

разом приймають участь в створенні вартості, або ланцюжка вартості [75, с. 22], оскільки лише на певних точках зору виконуваних функцій видів діяльності є справжні (або ж первинні) джерела конкурентної переваги.

Всі дії (процедури, заходи, рішення тощо) підпорядковані від галузі, можна підпорядкувати дев'яти базовим групами в межах ланцюжка вартості. Вони поділяються на основні та допоміжні. До першої групи відносяться дії, пов'язані з виробництвом продукції споживачам, з маркетингом і обслуговуванням. Допоміжні дії – це постачання засобами виробництва в межах виробничої інфраструктури (менеджмент, інформаційні системи, бухгалтерія, контролінг, внутрішній аудит). Вони повинні забезпечити нормальний перебіг основних дій.

Окрім групи дій взаємозв'язані між собою. Зміни в межах однієї групи часто призводять до змін у ефективності інших груп діяльності. Наприклад, покращення сировини і відповідний контроль виробничого процесу призводять до покращення якості готової продукції. З іншого боку, це вплине на зменшення затрат.

Численні взаємозв'язки виступають не лише в межах ланцюжка, але й «витаються» в ланцюжки вартості його постачальників. Через ці ланцюжки воно забезпечує постачання матеріалами і через них відбувається збут готової продукції. Ланцюжок вартості підприємства є частиною більшої системи званої системи вартості.

Для підприємства важливим є також вивчення ланцюжка вартості конкурентів. Порівнюючи їх впорядковані ланцюжки вартості, може робити висновки щодо сильних і слабких сторін підприємства і конкурентів.

Ланцюжок вартості підприємства можна аналізувати з точки зору використовуваної стратегії конкуренції. Якщо підприємство виступає стратегією зниження затрат, то слід встановити, чи є певні дії в процесі створення вартості в значній мірі обумовлені значними суттєвих витрат або спричиняють рівень витрат конкурентів і, звичайно, вжити заходів для відповідного зменшення витрат.

В свою чергу, стратегія виділення на загальний ринок вимагає визначення тих дій, які обумовлюють незамінність підприємства.

...їх клієнтів. Іншими словами, в ланцюжку вартості ... ті дії, які визначають «неповторність» продукції ... Підстер поділив дії в межах ланцюжка вартості також на ... виробничі, що суттєво полегшило їх поділ на ті, які ... користати ефект масштабу і економії витрат і ті, які ... до клієнта і в більшій мірі відповідають стратегії ... фоні.

... підприємство функціонує в багатьох країнах, або ж має ... то з точки зору його конкурентної переваги велике ... принцип структуризації дій в межах ланцюжка ... вчення профілю (конфігурації) цих дій.

... до дій в межах ланцюжка вартості вимагає перш за ... порядку на до – і післявиробничі заходи. Останні, як ... пов'язані з клієнтами, повинні здійснюватись, по ... території. Довиробничі ж дії не мусять бути ... з географічним розміщенням клієнтів.

... можливі способи профілювання можуть бути ... визначеному, з одного боку, максимальною ... ланцюжком вартості дій (видів і сфер ... у певному місці, з другого ж – допустимим їх ... [55-56]. В першому випадку всі дії були б ... країні, з якої готова продукція експортувалась би ... в другому – в кожній країні реалізувався б ... вартості.

... дії (або групи дій) інтернаціоналізованого ... відбуваються в різних країнах, що обумовлене ... певними перевагами. Наприклад, науково-дослідні ... роботи «розміщуються» в країнах, які є ... технологій в даній галузі, і де є відповідна ... технічна база для цих цілей, в той час як масове ... вимагає кваліфікованої робочої сили – в країнах,

... створення вартості глобального підприємства ... міжнародних товарних потоків. Якщо первісна ... виробництва полягала на виготовленні у своїй ... ж готових виробів і вивезенні їх за кордон, то

в сучасних умовах багато підприємств впроваджують конфігурація якої має вид мережі. Суть згаданого підходу в тому, що частини або ж готова продукція виготовлені незалежними, розміщеними в різних країнах, виробляються після чого відбувається взаємообмін.

Мережа може формуватись різними способами. Підприємства субпідприємства виготовляють лише окремі компоненти, а потім монтують з них готові вироби і вивозять їх до різних країн, крім того до тих, в яких були виготовлені окремі частини цих виробів.

Профіль мережі дає змогу отримати ефект масштабу завдяки досвіду, уникаючи при цьому митних платежів та податків і бар'єрів. При цьому можна використати компаративні переваги, розміщуючи, наприклад, трудомісткі виробництва там, де вони є з найнижньою. Однак ця стратегія потребує значних витрат на логістичну діяльність окремих підрозділів підприємства (субпідприємства), що є раціональною, якщо транспортні витрати в загальному обсязі виробництва є відносно малими.

Реалізація конкурентної переваги глобального підприємства залежить також від координації, тобто способу організації дій, подібні або такі самі дії, «розміщені» в різних країнах, пов'язані між собою. Можливі вирішення в цій сфері охоплюють різні концептуальні підходи – від тісної координації, тобто організації дій між собою всіх дій в межах ланцюжка вартості, – до децентралізованої координації і надання філіям, дочірнім і спільним підприємствам автономії. Тісна координація означала б, що окремі підприємства (субпідприємства) сильно пов'язані між собою в процесі використання однакових інформаційних систем, стандартизації технологічних процесів (систем), виробництва, впровадження технічних концепцій у виробництві і т. д. Відсутність координації означає, що субпідприємства можуть вільно формувати свої інформаційні системи, виготовляти різні обсяги комплектуючих.

Глобальне підприємство може здійснювати різні типи профілів і координації. Однак відмова від координації або її низький рівень можуть спричинити до появи в ньому внутрішніх конфліктів, будуть тим сильніші, чим, між іншим, більшим буде обсяг охоплених діяльністю підприємства, більшою їх географічною

їх ними. [76, с. 163]. Хоча міжнародна координація може призвести до значного збільшення витрат, пов'язаних з системою міжнародних відрядженнями, перекладачами і т. п., втрати, спричинені відцентрових сил можуть бути більшими.

З цієї причини, але й з точки зору досягнення синергічного ефекту швидкого розповсюдження результатів науково-технічних конструкторських робіт, своєчасного інформування керівництва і створення єдиного «обличчя» фірми тощо, координована діяльність, так і в майбутньому відіграє суттєву роль в успішності підприємств, що конкурують в міжнародному масштабі.

Функціональних стратегій підприємства, інтернаціоналізованої діяльності, в тому числі найважливіших серед них – міжнародних стратегій, є дуже широкою. Детальний їх розгляд не входить в межі даного дослідження.

Маркетингові стратегії. Маркетинг, який застосовується підприємством для аналізу своєї діяльності, можна визначити як комплекс функцій, охоплюючих аналіз, планування, організацію, контроль, направлених на споживачів його товарів і послуг в міжнародному або ж в цілому світі.

Успіх маркетингу впливають, окрім інших факторів, особливості підприємства. Якщо воно обирає міжнародну стратегію, використовувати в вітчизняних умовах маркетингові функції перенесені на іноземні ринки. При поліцентричній стратегії спостерігається тенденція появи розбіжностей в маркетинговій діяльності при застосуванні їх до вимог нових ринків, в залежності від того, чи підприємство планує розпочати свою діяльність в нових ринках, в свою чергу, буде обумовлювати використання маркетингових стратегій підприємства в цілому світі. Так само, як існує національна орієнтація, так само можливим є існування міжнародної стратегії.

Визначення стратегії підприємства, в свою чергу, можна поділити на три групи з використанням інструментів. В літературі [73, с. 121], [77, с. 388-390] найчастіше можна зустріти три чи чотири групи, в межах яких відбувається стратегічне планування. Якщо виходити з того, що поділ на три групи є більш правильним, то можна виділити стратегії пропозиції, дистрибуції і

Стратегія пропозиції складається зі стратегій виробництва, включаючи стратегію формування ціни. Стратегія виробництва має три способи впровадження його на іноземний ринок:

- просте розширення, яке означає впровадження на іноземний ринок без будь-яких суттєвих змін;
- адаптацію виробу, яка полягає на пристосуванні до умов і пріоритетів;
- винайдення виробу; воно може набувати форми тобто впровадження на іноземні ринки товару, узятих з поширення в вітчизняних умовах (в цьому випадку існує розбіжність товується різниця в стадіях життєвого циклу продукції в країні його походження і даному іноземному ринку) або винайдення абсолютно нового виробу, пристосованого до потреб.

Якщо йдеться про ціну, то підприємство також має три способи впровадження своїх продуктів. Може встановити:

- однакову ціну на всіх ринках (ціну по каталогу);
- різні ціни, виходячи з особливостей окремих ринків (наприклад, беручи до уваги доходи населення);
- ціни на основі витрат, пов'язаних з виробництвом продукції в окремих країнах.

Дві останні стратегії враховують специфіку іноземних ринків і є вразливими на можливий потік товарів з країн, де ціна є вищою, до країн, де її ціна є вищою.

В науковій літературі з ціновою стратегією міжнародного підприємства часто пов'язується проблема трансфертних ціноустановлення між головним підприємством і філіями, а також між спільними підприємствами. Метою цієї стратегії є отримання вищої ціни там, де існують найнижчі податки, в той час як операції здійснюються в країнах з високим оподаткуванням. Стратегія ціноустановлення головним підприємством надто низьких цін на експортуються до закордонних підрозділів може призвести до звинувачення в демпінгу. З іншого боку, продаж продукції в «податкового оазису» зменшить величину податку на доходи, сплачені за оплати вищого мита імпортуєчим підрозділом. З іншого боку, можливим зловживанням шляхом використання трансфертних

...зобов'язують міжнародні підприємства встановлювати
...з конкурентів і здійснюють відповідний контроль за їх

...елементами стратегії дистрибуції є стратегія збуту і
...маркетингової логістики. Рішення, які приймаються в межах
...стосуються каналів дистрибуції між країнами і в межах
...де міжнародне підприємство, вибору посередників,
...транспорт, складів, способів фінансування, ризику, відпо-

...маркетинг передбачає використання стандартизації
...збуту. В практиці можливою є стандартизація лише окремих
...стратегії або стосовно груп країн, які мають подібні риси
...взаємозв'язання.

...комунікації складають такі підсистеми, як реклама,
...продажу, public relations, corporate identity. Вони
...рекламний профіль виробу на іноземних ринках, його
...можуть бути рішення про його купівлю. Вони можуть бути
...умов або ж мати стандартний характер, що
...можна відрізнити від інших в будь-якій країні, де він
...Кока-кола, МакДональдс).

...що маркетингові рішення, як в стосунку до ринків
...глобальному масштабі, тяжіють не до оптимізації
...окремих часткових стратегій, а до їх оптимальної
...mix). Це обумовлене припущенням, що їх
...більші ефекти, ніж сума окремих стратегій

...-mix для іноземного середовища здійснюється в
...процесу: окремо для конкретних товарів на
...ринках, пізніше стосовно груп країн, на кінець, в

...глобальної маркетингової стратегії з погляду на
...маркетингової переваги вимагає формування певного
...маркетингових дій, диференціації їх по окремих країнах [76,
...зросторомо зв'язані зі споживачами. Еластична
...вимагає, щоб вони здійснювались на місці, а не на

Необхідно здійснювати також відповідну координацію маркетингових стратегій окремих країн, передачі між ними маркетингового досвіду та здійснення узгоджень в сфері планування маркетингових стратегій.

Глобальний маркетинг поєднаний з іншими формами маркетингу за вартості шляхом профілювання і координації. Його значення для виробництва і розвитку, оскільки він дозволяє досягти зниження витрат і швидкий процес набуття досвіду та інформації про універсальні вироби, шляхом формування стратегій і створення можливостей їх збуту, шляхом спеціального обслуговування клієнтів, вибору відповідних характеристик та адаптації до індивідуального пристосування їх до місцевих умов.

4.3. **Форми зовнішньоекономічної діяльності підприємства**

Різним мотивам міжнародної діяльності підприємства відповідають різні її форми. Для підприємства, яке здійснює зовнішню економічну діяльність, пошук і вибір відповідних форм (стратегій) виходу на іноземні ринки слід віднести до найважливіших етапів прийняття рішень. Прийняття відповідного рішення в даній сфері в даній мірі буде визначати можливість досягнення успіху.

Рішення, що стосуються вибору форм зовнішньоекономічної діяльності, залежать від трьох основних факторів:

- цілей підприємства чи його політики;
- доступу до ринків і їх привабливості;
- конкурентної позиції, яку можна реально досягти.

Можливість використання окремих форм визначається наступні фактори:

- ресурси, якими володіє підприємство;
- співвідношення витрат і доходів;
- рівень ризику і ймовірність ринкового успіху;
- впливи підприємства на даному ринку і його привабливості;
- фактор часу.

стратегія входу на іноземні ринки охоплює: визначення форм і можливих обмежень їх використання, вибір форм, які неможливо використати, економічний розрахунок ефективності і прийняття рішення щодо вибору такої форми, яка б забезпечувала найвищий ступінь досягнення цілей.

Форми зовнішньоекономічної діяльності, які реально можуть бути використані, не слід трактувати відокремлено одна від одної, оскільки пристосування до змін в зовнішньому оточенні буде пов'язана зі зміною форми або ж одночасною зміною кількох форм. По мірі набуття досвіду і зменшення завдяки діяльності на даному ринку первинні форми зовнішньоекономічної діяльності часто проявляють тенденцію еволюції у напрямку розвитку, в результаті чого здійснюється перехід до

вищих чи інших форм зовнішньоекономічної діяльності здійснюється на основі певних критеріїв. Найчастіше критерієм виступає рівень задіяння ресурсів підприємства за кордоном. В науковій літературі по даній проблемі цим критерієм часто згадувана модель розвитку зовнішньоекономічної діяльності Х.Г. Мейсснера [4]. Згідно з цією моделлю, форми зовнішньоекономічної діяльності мають наступну еволюцію:

Експорт – ПЕРЕДАЧА ЛІЦЕНЗІЇ – ФРАНЧАЙЗИНГ –
ПІДПРИЄМСТВО – ЗАКОРДОННА ФІЛІЯ –
ПІДПРИЄМСТВО – СПІЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО.

Перехід від нижчої форми до вищої супроводжується передачею капіталу і менеджменту за кордоном і, відповідно, зміною походження.

Критерій використовує і Б.Н. Кумар [55, с. 916]. Він на основі цього поділяє форми зовнішньоекономічної діяльності

на експорт, зокрема, експорт;
інвестиції без участі капіталу, наприклад, передача ліцензій;
франчайзинг;

- форми кооперації з участю капіталу, наприклад, до-емство чи спільне підприємство у формі акціо-риства.

В свою чергу, Г. Лерой, Р. Річард і П. Салланау за форм зовнішньоекономічної діяльності приймають основну ознаку) діяльності підприємства, яку воно кордоном (табл. 4.1).

Г. Стар, крім сфер, обсягів та інтенсивності діяльності за кордоном, приймає до уваги також область контр-приємство може здійснювати на конкретними формами економічної діяльності (рис. 4.3).

До форм функціональної зовнішньоекономічної вимагає інституційного розміщення за кордоном, він

- посередній і безпосередній експорт;
- безпосередній імпорт;
- бартер (англ. counter-trade);
- передачу ліцензії;
- франчайзинг;
- лізинг.

Контроль враховується і Ф.Р. Роотом у своїй схемі зовнішньоекономічної діяльності. В певній мірі він пов'язаний з рівнем ризику і часовим горизонтом (рис. 4.4).

Форми зовнішньоекономічної діяльності з точки зору специфіки діяльності

Форми	Основні варіанти	Особливості
- торгівля	експорт	-
- договори	ліцензії, франчайзинг	-
- участь	консорціум, торговельне СП, дочірнє підприємство	-
- інтеграційна	прямі виробничі інвестиції	-
- автономія	акціонерне товариство у всіх фазах підприємницької діяльності	-

Джерело: власна розробка на основі [78, с. 77].

*інтенсивність діяльності
власного підприємства за кордоном*

<p>Висока частка капіталу власною сферою контролю</p>	<p>Висока частка капіталу зі значною сферою контролю</p>
<ul style="list-style-type: none"> • частка в капіталі (акція) • дочірє підприємство • частка в проекті • договір про кооперацію • виробництво на замовлення 	<ul style="list-style-type: none"> • повністю інтегроване виробниче підприємство • виробниче підприємство • складальне підприємство • торгівельне СП • торгова фірма
<p>Невисока частка капіталу власною сферою</p>	<p>Невисока частка капіталу зі значною сферою</p>
<ul style="list-style-type: none"> • виробничі ліцензії, • технологічні ліцензії • партнерська угода • спільне виробництво • спільне підприємство • консорціум • франшиза • дистрибутор • контрактний виробник 	<ul style="list-style-type: none"> • безпосередній експорт з безпосереднім продажем • технічні договори по кооперації • менеджерський контракт

Сфера контролю →

Рис. 4.3. Форми інтеграції з точки зору інтенсивності діяльності підприємства за кордоном і ступеню контролю
Джерело: Власна розробка на основі [80, с.55]

ЧАСОВИЙ ГОРИЗОНТ

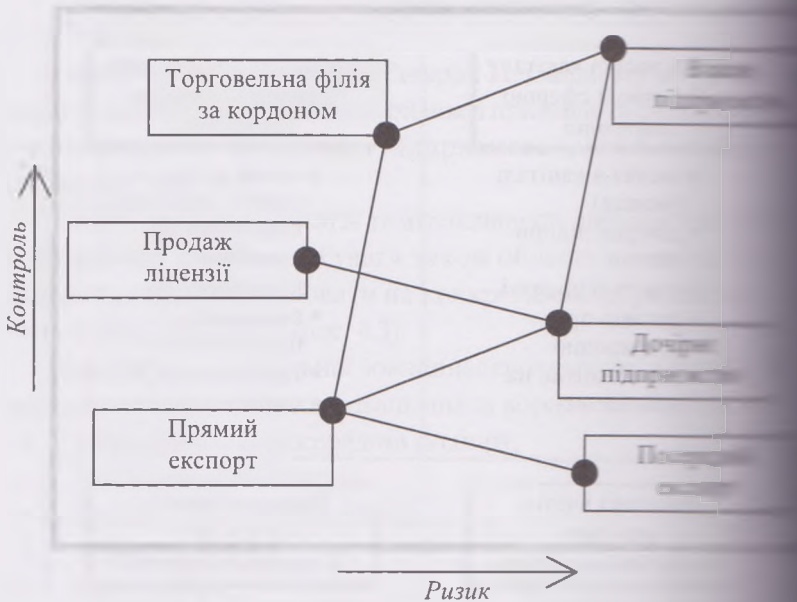


Рис.4.4. Форми інтернаціоналізації з поглядом на сфери контролю і рівня ризику
Джерело: Власна інтерпретація на основі [10, с. 100]

Інший поділ, в залежності від того, чи діяльність підприємства вимагає інституційного розміщення за кордоном, запропонований Е. Дюльфером (рис. 4.5).

Друга група охоплює інституційні форми інтеграції підприємства в країну:

- менеджерські контракти;
- будівництво підприємства «під ключ»;
- створення і здійснення діяльності торговельної філії;
- створення і діяльність складального виробництва;
- створення і діяльність виробничого підприємства.

Окрім фази зовнішньоекономічної діяльності підприємства в країні з перспективи країни походження підприємства, розглядаються фази в країні (табл. 4.2).

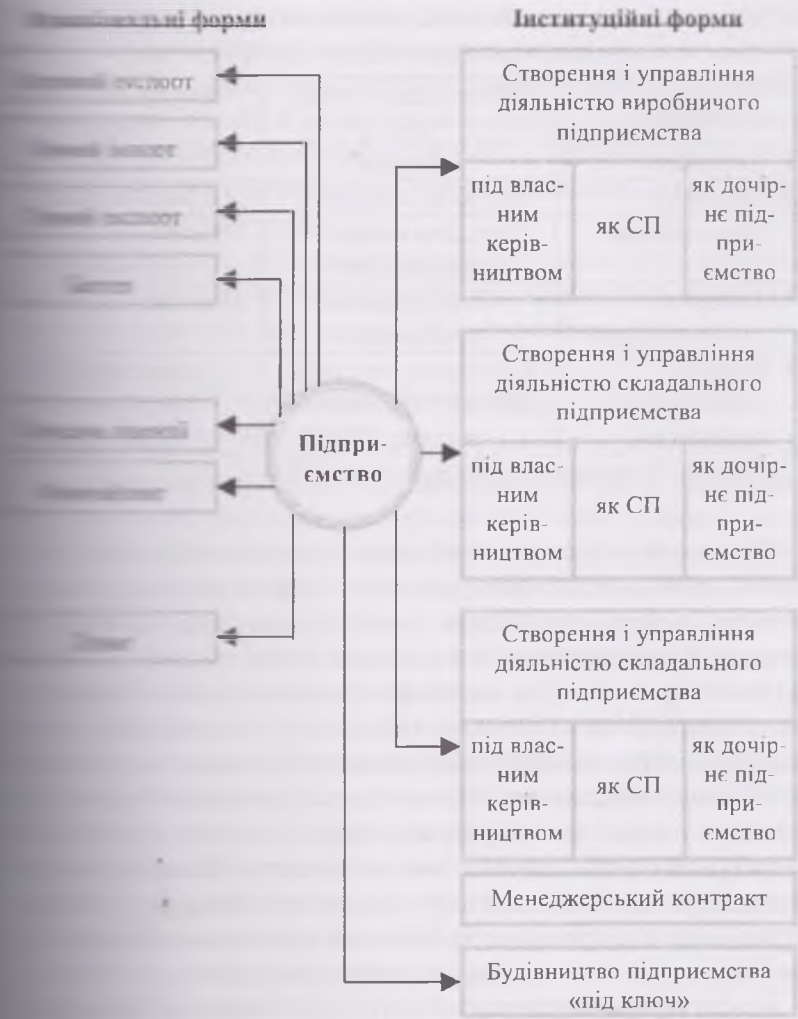


Рис. 1.10. Форми істернаціоналізації підприємства за критерієм інституційного задіяння підприємства за кордоном
 Джерело: власна розробка на основі [82, с. 137]

Форми зовнішньоекономічної діяльності
за критерієм розміщення підприємства

Форми	«Зовнішня» точка зору	«Внутрішня» точка зору
1. Торгівля	Експорт	Імпорт
2. Ліцензія	Передача ліцензії	Отримання ліцензії
3. Франчайзинг	Передача концепції франчайзингу	Отримання франшизи
4. Дочірнє підприємство	Поза країною походження	В країні походження
5. Власна господарська діяльність	Створення чи прийняття підприємства за кордоном	Підприємство в країні походження

Джерело: Власна розробка на основі [23. – С. 7].

Це означає, що формою зовнішньоекономічної діяльності підприємства, яке вивозить товари за кордон, буде експорт (якщо в той час як для підприємства, що купує цей товар – імпортом (форма)). Дуже часто участь в пасивній формі обумовлена експортом активної форми. Наприклад, імпорт сучасних машин і обладнання нау чи ліцензій часто дає можливість перейти до експорту. Так, якщо виробляється завдяки цьому імпорту. Інколи вартість обладнання чи технологій покупець забезпечує самостійно, а експорт товарної при їх допомозі продукції, зокрема, шляхом експорту розрахунок у формі готових товарів чи послуг. Така практика зустрічається досить часто, особливо в умовах нестабільності економічного середовища. Створення іноземним інвестором підприємства в країні його походження, так і на ринки третіх країн.

Кожна з форм зовнішньоекономічної діяльності має свої особливості, що дає можливість вибору застосування тієї чи іншої форми в різних умовах господарювання. Тому доцільно зупинитися на особливостях ристичі найбільш поширених форм зовнішньоекономічної діяльності.

Посередній і прямий експорт. Серед всіх форм зовнішньоекономічної збуту товарів і послуг за кордон, підприємства найчастіше використовують

Однак експорт може набувати і негрошових форм, або ж комбінації тієї та іншої. На фоні інших форм діяльності підприємства експорт відзначається еластичністю, тобто можливості відносно легкого його змін, невеликими капіталовкладеннями і витратами в розширенні персоналу підприємства. В економіці господарської діяльності підприємств експорт першим кроком інтернаціоналізації, як це видно з рис. 4.6.

Експорт може постачати товари вітчизняному експортеру або ж іноземному імпортеру з метою продажу їх за кордоном, або посередній експорт (рис. 4.6).

Тенденції в розвитку інтеграції виробництва і збуту

Розвиток основних інститутів ринку сприяє розширенню кругообігу капіталу, прискоренню його обігу. Базою цього є розвиток перш за все інформаційні технології і нові (принаймні) організаційні форми інтеграції виробництва і збуту.

Важливою вимогою є тісної його ув'язки з ринком. Виникає потреба в інтеграції промисловими підприємствами вивчення і реалізації збуту. Змінюється співвідношення між виробничими витратами по реалізації у загальній вартості продукції. Зокорочення виробничих витрат спостерігається у розрахунку на одиницю готової продукції. Ці витрати зростають абсолютно і відносно, що пояснюється підвищенням витрат на перевезення зростаючих мас готової продукції з виробничих контор або торгових точок, часто розташованих одна від одної, розширенням асортименту і зростанням проблем управління товарними запасами, ростом витрат на збут і т.д.

Витрати по збуту продукції і звести до мінімуму збитки витрати на збут, витримок в доставці, порушення термінів виконання збуту підприємства запроваджують наукові методи управління збутом, враховують організацію збуту і перевезень, зменшення витрат на збут.

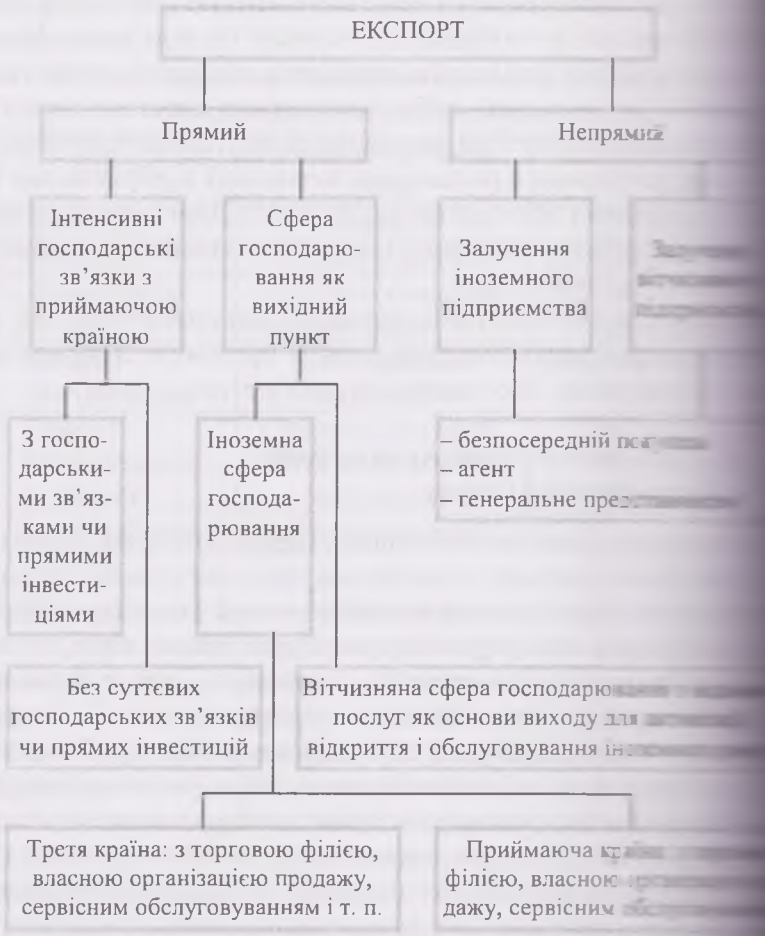


Рис.4.6. Форми експорту

У багатьох промислових підприємствах з'явилася система з обробки і розміщення замовлень («Світча», «Кава», «Карпати», «Сімекс»), було перебудовано господарство, багаточисельні місцеві склади замінили мережу розподільчих центрів і спеціалізованими сховищами. Підприємства почали використовувати найновіші методи управління

обслуговувальну техніку, що у кінцевому рахунку сприяло зближенню з ринком і активному втручанню промислових підприємств у сферу обігу.

Використання нетрадиційних форм інтегрування виробництва і обігу дає можливість проаналізувати і оцінити найновіші досягнення в маркетингу і управління господарством, але і визначити напрямки розвитку.

Висококонцентраційної діяльності підприємств, появи нових технологій і насичення ринків різноманітною новою продукцією зростає залежність кінцевих результатів економічної діяльності підприємств від часу доставки продукції споживачам, її якості і ціни на окремих ринках збуту.

Підприємства все більше повинні орієнтуватись на певні сегменти ринку збуту, на обслуговування певних груп споживачів як промисловості, так і споживчих товарів. При цьому виробники останніх мусять випускати продукцію з врахуванням певних потреб, але і доходів окремих груп населення. Для досягнення максимуму прибутку при реалізації готової продукції підприємства планів її випуску не тільки по асортименту, але і по кількості в кожній партії, координуючи виробничі плани з потребами окремих ринків. Вивчення ринку стало основою наукового маркетингу.

У більшості вітчизняних підприємств здійснюється маркетинг або маркетингу. В останні роки воно стало самокерованим і провідних функцій підприємств, витрати на яку зростають роком. За оцінками компанії голландської фірми «Селікс» здійснюється комерційними дослідженнями, для організації маркетингу в певних умовах фірми з оборотом в 50 млн. дол., яка випускає товари, потрібно біля 100 тис. дол. на рік, а фірмі з оборотом до 10 млн. дол. випускає засоби виробництва, біля 50 тис. дол.

Чим більше підприємство, тим більше уваги воно повинне приділяти маркетингу на ринку. Хоча сфера, масштаби досліджень і напрямки маркетингу неоднакові у різних підприємствах, можна все ж виділити основні за якими проводиться вивчення ринків збуту. Це починає з організації інформаційної служби, на яку надходить інформація і здійснюється обробка найрізноманітнішої інформації,

яка допомагає їй покращити планування і прискорити реалізацію продукції. У деяких випадках доцільним є створення інформаційної служби, зайнятої виключно збором інформації. До цієї роботи західні фірми залучають агентів по збуту, встановлюють зв'язки з торговельними організаціями і покущачами. Вони складають за певними формами звіти про ринки і на основі яких вони підписують угоди на продаж.

Зібрана інформація необхідна для проведення попередніх ваних досліджень і узагальнення їх результатів. Для більшості крупних підприємств найбільш актуальними є наступних питань:

- галузь, в якій працює підприємство;
- склад споживачів підприємства;
- психологічні та інші фактори, що стимулюють попит;
- платоспроможний попит;
- промислове споживання і система закупівель;
- реакція споживачів на продукцію підприємства;
- інші.

Одночасно потрібне накопичення інформації, яка характеризує збутову діяльність самого підприємства і дозволяє визначити в його організації, а також визначити основні напрями розвитку. Для цього у підприємстві повинна збиратися інформація про те, скільки і яких товарів реалізується на окремих регіональних ринках (а. іноді і в масштабах вітчизняного ринку), докладні дані про канали збуту, торгових посередників і дилерах (роздрібних торговельних мережах), які використовуються підприємством. При цьому використовуваним широким спектром методів аналізу даних – від простих методів типу АВС, побудови профілю і сегментації до складних методів експертних оцінок і комп'ютерного моделювання.

Різностороння інформація служить основою для проведення попередніх досліджень. Переважна частина інформації збирається на основі вибіркового методу обстеження, які повинні проводитися в групах населення у рамках окремих регіональних ринків.

Об'єктом аналізу для підприємств, які виготовляють обладнання промислового призначення (обладнання, матеріали, комплектуючі), є спеціальні ринки збуту, тобто ринки певних видів промислових

продукції. Для цих підприємств вивчення ринку не зводиться тільки до аналізу потреб їх безпосередніх клієнтів. Їхня продукція останніх використовується для виробництва промислових товарів. Об'єктом вивчення і аналізу в цих випадках повинні бути потреби ринку фінальних продуктів.

Найважливіше для підприємств, які виробляють устаткування, – це те, що вони підлягають сильним циклічним коливанням, – металургія, машинобудівництво, будівництво. В основу планів цих підприємств, поряд з власними прогнозами повинні бути враховані прогнози реалізації продукції підприємств, пов'язаних з ними співперуванням. Так, наприклад, західні фірми, які спеціалізуються на виготовленні тканин для текстильної промисловості, складають свої плани на п'ять років наперед. Для цього перед ними стоять заводи, текстильні фабрики, магазини і фабрики, які виробляють барвники. Прогнози, складені в результаті аналізу на базі аналізу загальноекономічних тенденцій, використовуються для прогнозувати збут їх власної продукції [69].

Виробники споживчих товарів, повинні здійснювати аналіз споживчого попиту за регіональними зонами і за групами споживачів, з яких складається увесь ринок. Так, наприклад, виробниками харчових продуктів на Заході здійснюється глибокий аналіз ринку. Вони аналізують не тільки загальні потреби в різних продуктах, але і кожний регіональний ринок; аналізують не тільки потенційні можливості окремих регіонів, але і структуру населення по окремих групах. За словами одного з керівників ринку фірми «Macro Cash & Carry», зараз важко уявити збут без знання регіональних відмінностей і специфік споживання окремих груп населення [84].

Висновком з цього можна сказати, що торгівлі і промислові підприємства, які виробляють споживчі товари, відділи вивчення ринку повинні бути розміщені і плануванні нових торгових точок повинні бути приділяється при цьому вивченню потенційного попиту в кожному районі, смаків людей, аналізу діяльності окремих організацій і асортименту їхніх товарів. Крім того, майбутні продаж визначають і розміри проєк-

Диверсифіковані фірми, які випускають продукцію не одного виду, а широкого асортименту, а також продукцію різного ценового використання, так і споживчі товари, повинні проводити комплексне дослідження ринку одночасно за деякими напрямками. Найкращим прикладом такої роботи є діяльність великої хімічної фірми «Дюпон» робота по вивченню ринку різних видів продукції за чотирьох напрямках. Передусім вивчається ринок самої продукції, потім досліджуються ринки кінцевих споживачів всіх видів продукції, потім накреслюються шляхи нових пошуків і, нарешті, проводиться дослідження підготовки комерційного використання результатів досліджень [85].

Прагнення максимально прискорити процес реалізації продукції і розширити ринок змушує промислові підприємства переглядати форми торгівлі і збуту, змінювати характер торгівлі з торговими фірмами і споживачами.

Не дивлячись на велику різноманітність форм збуту, виробничих устаткування, напівфабрикатів і споживчих товарів реалізуються по декількох основних каналах:

- пряmier продаж продукції споживачу;
- продаж через власні гуртівні;
- продаж через незалежні оптові підприємств;
- використання власної роздрібної мережі;
- продаж через незалежні магазини і роздрібно-оптові підприємства.

В залежності від специфіки продукції, яка збувається, підприємства на заході користуються послугами незалежних агентів збуту і різного роду комісіонерів.

Крупні промислові підприємства в Україні переважно користуються використанням якогось одного каналу збуту своєї продукції. Реалізація її по декількох каналах дозволяє не тільки реалізувати продукцію ширшому колу споживачів, але і успішніше конкурувати з іншими виробниками.

Все більше розповсюдження одержує форма прямого продажу продукції споживачу. Раніше прямі продажі були характерні для нафтових, вугільних, сталеливарних та інших компаній, які виробляють основні види сировини для обробної промисловості. У останні роки ці форми збуту переходять багатьом промислових підприємств різних галузей промисловості, тим самим виробники одержують можливість безпосередньо вивчати ринок своїх товарів, налагоджувати тісне співробітництво з

взаємовидами. проводити з ними спільні наукові пошуки по
виробничій продукції. Багато промислових підприємств
випуск продукції з врахуванням рекомендації своїх
партнерів. А це призводить, в кінцевому результаті, до
підвищення виробничих зв'язків між підприємствами і
ефективність збуту у майбутньому.

Умови збуту сприяють розвитку договірних відносин і
заказів на замовлень. Для заохочення продаж за дого-
ворами від 3 до 12 місяців, підприємства надають своїм
партнерам торговельних цін та інші вигоди, пов'язані з графіком
постачанням обслуговуванням (напр., ЛАЗ) Виконання
обов'язків поставок звільняє замовника від необхідності мати у
себе великі запаси і створювати широку мережу сховищ.

Важливим форм зв'язків і перехід до роботи на замовлення
підприємств не тільки зробити
виробничої продукції стійкішим, але і прискорити кругообіг
кошти. Продажі приносять певні вигоди і підприємствам-
заказувачам, зменшуючи їх витрати на закупки матеріалів і напів-

фабрикатів. Прямий продаж вимагає встановлення зв'язків із
споживачами продукції, що часто робить
необхідною апартату збуту. У більшості випадків
підприємства розширюють мережу своїх представництв або
пунктів продаж, створюють і розширюють сервіс-центри з
обслуговування споживачів, створюють або розширюють
склади готової продукції. Все це призводить до
підвищення ефективності реалізації продукції.

Попри розширення прямих продаж призвело до
зміни структури господарства, оскільки доставка продукції
здійснюється двома шляхами: прямою доставкою споживачу
або через склад. Пряма форма доставки використовується
підприємствами, які обслуговують регіональні ринки, де
відстань на порівняно невеликі відстані.

Прямий продаж при збуті продукції на національному ринку
вимагає менше транспортних витрат, все частіше підприємства
використовують регіонально-розподільчих центрів або місцевих складів

і доставляти продукції з їхньою допомогою. В товарно-розподільчих центрах зберігаються всі види продукції, що виробляються в цехах і підприємствах фірми. Збутові агенти відправляють одержані товари до відповідного товарно-розподільчого центру, звідки замовлення надходить до замовника в короткі строки.

Збут споживчих товарів на відміну від засобів виробництва не допускає ширшого використання торгових посередників. За статистичними даними тільки 5% споживчих товарів збувається безпосередньо виробцями. Переважна їх частина реалізується через роздрібну мережу. При поставці продукції на регіональні ринки до останніх років підприємства виграють вигідніше користуватися послугами незалежних гуртових підприємств, ніж створювати мережу власних гуртових підприємств. Тут намічається тенденція промислових підприємств відходити від споживачів. Проявляється вона в розширенні продажу середньо незалежним роздрібним підприємствам, створенні мережі власних магазинів, відмові від послуг оптовика. Таким чином, гуртівня перестає бути посередником між промисловими і роздрібними підприємствами. Уже зараз велика частина споживчих товарів збувається промисловими підприємствами безпосереднім торгівцям, обминаючи оптові організації.

Створювати або купувати власні магазини змушує необхідність продажу через незалежного продавця пов'язаний для підприємства зі значними витратами. За наявними статистичними даними 50% загальної вартості продаж переходить до роздрібно-торгівельного підприємства. Магазини промислових підприємств використовують своєрідними торговельними лабораторіями, за допомогою яких вивчає ринки і потенційні можливості споживачів, аналізує нові товари і експериментально перевіряє нові форми технічного обслуговування. Так, фірма «Світоч» збирає в своїх магазинах інформацію, на базі якої коректуються виробничі процеси, вносяться зміни в асортимент і стиль товарів.

Промислові підприємства, які збувають свою продукцію через незалежним роздрібним фірмам, також намагаються зменшити витрати за продажем своїх товарів безпосереднім споживачам. Вони роблять це в різних формах прямої участі підприємств-виробників у роздрібних продажах.

Підприємства надають роздрібним фірмам кредити на магазинів або складів, дозволяють користуватися своєю мережею споживачів і ринки, співпрацюють в організації збуту на себе значну частину витрат по рекламі.

Підприємства і тісніше ділове співробітництво. Промислові підприємства займаються питання упаковки, фасування і зміни окремих представниками роздрібних фірм.

Деякі фірми, наприклад електротехнічні, що випускають продукцію, беруть на себе чисто торгові функції: доставку і обслуговування споживачів, залишаючи роздрібній фірмі функції продажу продукції.

Постачальник може передати магазинам всі торгові і функції, але при цьому активно приймати участь у збуті продукції. Таким шляхом магазин незалежного підприємства перетворюється на збутову контору промислової фірми з агентів збуту.

У процесі конкурентної боротьби за ринки збуту інтеграція збуту і пряме проникнення промислових підприємств в збут прискоренню кругообігу капіталу. Промислові підприємства не хочуть і часто не можуть довіряти збут своєї продукції торговим організаціям, які ще переважають у збуті. Страх втратити споживача примушує промислову фірму самостійно займатися збутом. Торгові філії промислових підприємств засобом прямого впливу на ринок, дають можливість своїм підприємствам отримувати свої прибутки за рахунок присвоєння частини прибутку збуту.

РОЗДІЛ 5 АКТИВІЗАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ОРІЄНТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

5.1. Інтенсифікація інвестиційної діяльності підприємств як об'єктивна умова активізації зовнішньоекономічної діяльності

В попередніх розділах були проаналізовані, зокрема, в умовах активізації зовнішньоекономічної діяльності підприємств, відзначити, що при виборі будь-якої форми зовнішньої діяльності підприємство змушене впроваджувати певні заходи, визначаються цілями, масштабами і фінансовими ресурсами підприємства. Проблема активізації інвестиційної діяльності є актуальною для вітчизняних підприємств. Це зумовлено такими причинами, найсуттєвішими з яких є такі.

Зношеність основних фондів і відсталість виробничих технологій. У численних публікаціях зазначається, що однією з причини відтворення виробничого потенціалу внаслідок зношення основних фондів у промисловості. Наслідками зменшення асигнувань на інвестиційні програми стали фізична та моральна зношеність основних засобів, обладнання, технічна і технологічна відсталість виробників, низький рівень автоматизації та комп'ютеризації виробництва, відсутність електронно-обчислювальних комплексів у бухгалтерському та бухгалтерському обліках. Так, М. Чумаченко та інші зазначають, що потреба в інвестиціях у зв'язку з модернізацією та оновлення виробничих потужностей постійно зростає, а потреби в оновлення і реструктуризація окремих підприємств загалом на прикладом на фоні загального руйнування виробничого потенціалу.

АКТИВІЗАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

виробничих основних джерел процесу відтворення» [86, с. 8]. У дослідженні про стан основних фондів свідчать такі дані: 40% основних виробничих фондів служать понад 20 років, ще 40% – від 10 до 20 років [87; 88; 89; 90]. М. Якубовський вказує, що по Україні середній вік зношеності основних виробничих фондів у промисловості становить 57,8% [91].

Зношеність обладнання проявляється в зниженні якості продукції, зниженні продуктивності робочих машин та устаткування, збільшенні витрат на ремонт і обслуговування, і, як результат, у збільшенні питомих витрат на будівництво і зниженні конкурентоспроможності продукції.

Аналіз фінансового та реального аспектів інвестування показує, що в Україні зберігається незбалансованість. Проблема полягає в тому, що в Україні інвестиційного комплексу України не мають змоги забезпечити достатньої кількості якісного устаткування та освоїти нові технології будівництва.

Дані за останні роки дають достатньо матеріалу для аналізу причин інвестиційної кризи в Україні порівняно із загальносвітовими тенденціями та кризовими явищами (рис. 5.1).

в % до 1995 р.

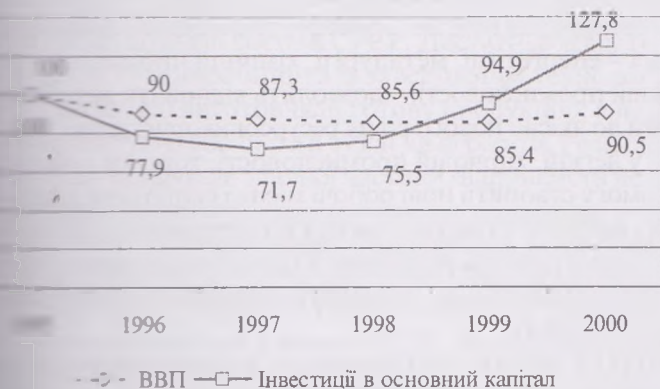


Рис. 5.1. Динаміка зміни окремих макроекономічних показників економіки України за 1991 – 1998 роки (в % до 1991 р.)

Наведені дані свідчать, що криза в інвестиційній діяльності має затяжний характер, а наслідки недостатніх обсягів інвестицій будуть відчутними ще протягом багатьох років.

Рівень зношеності технологічного обладнання певною мірою характеризує рівень використовуваних технологій.

Аналіз наукових публікацій з даної проблеми дає підстави для висновку про те, що рушійною силою розвитку країни є технологічний та інформаційний розвиток [92; 93]. Ю.В. Пелішанський зазначає, що сучасні технології мають такі специфічні характеристики: спеціалізацію, швидке старіння, необхідність постійних витрат, високу ризикованість фінансових ресурсів, швидку потребу в розробку і впровадження ноу-хау, розвиток при тиражуванні. Крім того, збільшення обсягів інвестування не обумовлює автоматично простого відтворення виробничого апарату, а й для його модернізації сучасній технологічній базі, що є об'єктивно необхідною умовою збереження конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Процеси інтернаціоналізації у зв'язку з цим мають характер дифузії технологій у їх широкому розумінні. Відродження науково-технічного потенціалу потребує багатьох років. З окремих напрямів наукових досліджень відставання України від передових країн вимірюється десятиліттями. Тому модернізація і відставання власними силами сьогодні практично неможливі, немає ані часу, ані коштів. Трансфер технологій у промислових галузях – енергетиці, металургії, хімічній промисловості, вугільній промисловості, – дозволить відновити виробничий потенціал, перейти до якісно нового рівня ресурсовикористання. Це дасть змогу створити нові робочі місця і скоротити витрати на імпортовані товари широкого вжитку і продуктів харчування. Сьогодні є реальна можливість зможу довести якість вітчизняної продукції до рівня світових стандартів, що збільшить шанси вітчизняних підприємств на іноземних ринках.

Низький рівень ефективності використання вітчизняних сировинних та енергетичних ресурсів і екологічних проблем виробництва. У вітчизняній економіці вкрай недостатньо використовуються енергозберігаючих технологій, комп'ютерної автотехнології, зменшення витрат на печення виробництва і виробничої інфраструктури сучасними машинними технологіями на основі використання комп'ютерних

Виснавлення застарілої технічної бази виступають незбалансованими витратами і споживання, міжгалузеві диспропорції, висока енергоємність. За рейтингом щодо рівня технологічного розвитку, міжнародної кооперації та інтеграції, Україну віднесено до групи країн світового співтовариства [118].

Відносна ефективність економіки України в одиницях нафтового еквіваленту становить 10-15% доходу США ВВП у 5-7 разів вища, ніж у Франції, Німеччині, а ресурсомісткість ВВП – у 2-3 рази більша

Виснавлення використання існуючого виробничого потенціалу і модернізація приведе до створення ще більшого розриву в рівнях розвитку України і передових країн світу.

Виснавлення інвестиції в реальний сектор економіки, зокрема, у виробництво, виступають важливим фактором і об'єктивною необхідністю економічного розвитку на основі підвищення ефективності і конкурентоспроможності вітчизняного виробника.

Виснавлення економічна інтеграція сприятиме цим процесам, поширення трансферу технологій, про що вже згадувалось вище, поширення впливу іноземних ринків – безпосередні (щодо якості, технологій) і посередні (щодо питомих затрат).

Виснавлення *структурної перебудови господарського комплексу* структура економіки України формувалась, виходячи з радянської господарської системи СРСР. Достатньо згадати, що в СРСР понад 15% виробництва із завершеним технологічним процесом здійснювалися на підприємствах, які виготовляли готову продукцію, а не напівфабрикати, або окремі вузли чи агрегати. Розпад СРСР призвів до розпаду продукція значної частини підприємств не знаходиться. Це зумовлене кількома причинами. По-перше, в умовах переходу до ринку «прив'язка» підприємств до споживачів і держави, зберігаючи встановлювані ціни, номенклатура і технологію. Перехід до ринку лібералізував процеси конкуренції і формування вже в межах СРСР. Подальший розвиток економіки вимагав скасування митних бар'єрів і розриву господарських зв'язків. У багатьох випадках купувати сировину, матеріали і комплектні частини стало вигідніше в країнах «далекого зарубіжжя». Економіка СРСР була мілітаризованою, з великою

часткою продукції підприємств військово-промислового комплексу до ВВП. Після утворення нових незалежних держав потреба в цій продукції суттєво знизилась. Особливо це стосується військової продукції, елементи якої виготовлялись у різних республіках.

В Україні базові галузі становлять до 60% промислового ВВП, що є як оптимальне значення для розвинутих країн – 20% [97].

З другого боку, в даний час доводиться імпортувати обладнання для виготовлення якої можливе на українських підприємствах. Потреба в певній технологічній перебудові і диверсифікації виробництва потребує інвестицій. У зв'язку з цим активізація інвестиційної діяльності є фактором запобігання банкрутства значної частини підприємств, поліпшення зовнішньоторговельного сальдо, створення нових робочих місць і зниження соціальної напруженості в суспільстві.

Інтернаціоналізація з цієї точки зору дає змогу подолати негативний вплив структури економіки України. Виробництво в таких галузях, наприклад, «важких» галузей в Україні набагато перевищує внутрішню потреби, тому пошук закордонних ринків і вихід на них є одним з головних проблем не лише для підприємств цих галузей, а й для економіки України в цілому.

Необхідність створення нових робочих місць. Активізація інвестиційної діяльності підприємств необхідна також для збільшення зайнятості населення. У результаті поглиблення кризи в національній економіці зайнятість населення зменшується, а безробіття має чітку тенденцію до зростання (див. рис. 5.2, табл. 5.1, 1998 року 9,1% [98]).

Рівень безробіття понад 10-12% є критичним, оскільки його збільшення може мати непередбачувані соціальні та політичні наслідки. Поза тим, на рис. 5.2 проілюстровано тенденції статистики, хоча реальне безробіття в Україні значно перевищує показані дані [99]). Перехід частини працездатного населення з категорії «зайняті» в категорію «безробітні» передусім означає те, що з національного доходу ця частина населення перетворюється на витрати його зниження, оскільки безробіття – це додаткові витрати держави у вигляді відповідних виплат, не говорячи вже про соціальні та економічні проблеми – зростання рівня злочинності, захворюваності, зниження рівня освіти та культури.

АКТИВІЗАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

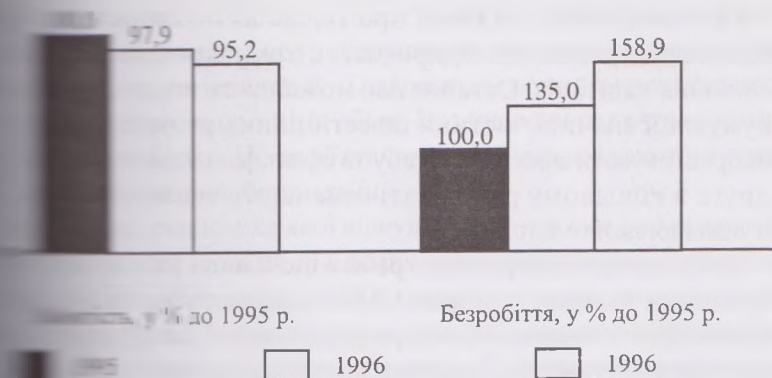


Рис. 5.2. Динаміка зайнятості і безробіття в Україні в 1995–1997 рр.

Активізація інвестиційної діяльності підприємств в Україні здійснюється за допомогою запропонованої схеми причинно-наслідкових зв'язків між інвестиціями та очікуваними наслідками (рис. 5.3).

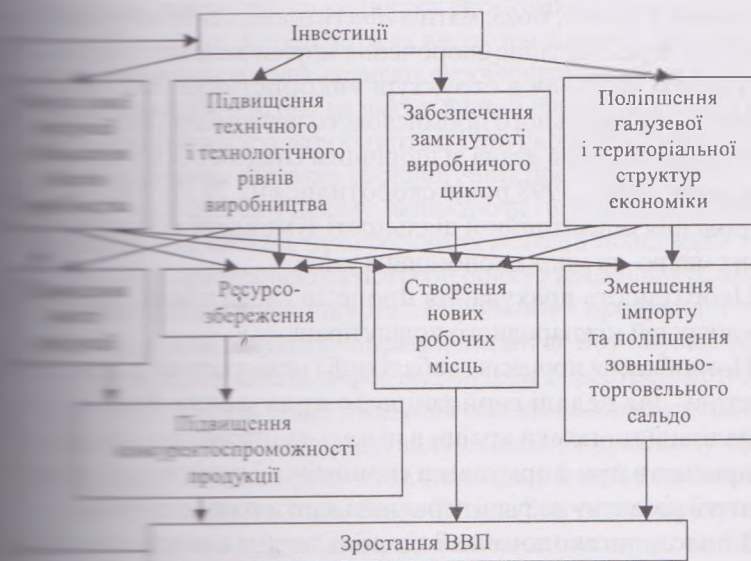


Рис. 5.3. Причинно-наслідкові зв'язки між інвестиціями та їх очікуваними наслідками

Світовий досвід свідчить про те, що активізація діяльності національних підприємств є важливим чинником зовнішніх капіталів. Останнє дає можливість поглиблення акумуляції значної частини інвестиційних ресурсів, використовувати ефект масштабу та ефект фінансового мультиплікатора і друге в кінцевому результаті означають економічне відродження вітчизняної економіки.

За оцінками експертів, потреба в іноземних капіталах становить 40 млрд. доларів США, які потрібні для впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій інфраструктури агропромислового, паливно-енергетичного охорони здоров'я, літако-, судно – і ракетобудування.

Проблема залучення іноземних інвестицій є предметом дискусій у наукових колах. Попри наявність різних думок, більшість науковців, підприємців і представників влади вважають, що іноземні інвестиції Україні потрібні, а їхня необхідність в інвестиціях узагалі.

Подальше поглиблення інвестиційної кризи, в якій перебуває економіка України, може мати найнегативніші довготривалі наслідки, оскільки через постійне скорочення норми валового внутрішнього основного капіталу в структурі використання ВВП відбувається руйнація національного промислового потенціалу. Ця тенденція тісно пов'язана зі щорічним спадом обсягів інвестицій впродовж 1990 – 1998 років скоротилися на 79,9%. Цей процес скорочення інвестиційної діяльності зумовлене складними зовнішніх макро- та мікроекономічних умов.

Необхідність врахування процесів глобалізації та її можливостей міжнародного поділу праці.

Поглиблення процесів глобалізації і незворотній характер процесів надає підставу для дедалі серйознішого врахування факторів глобалізації економіки країни в цілому та інтересів підприємств при формуванні економічної політики та стратегії розвитку на рівні первинної ланки господарства.

З положень економічної теорії відомим є вплив мультиплікатора акселератора на динаміку економічного росту [10]. Суть цього ефекту полягає в тому, що зміна національного доходу

...ним, до багатократної зміни так званих індуктивних
... національного доходу призводить до багатократного
... івних інвестицій – і навпаки, скорочення національного
... ретно скорочує їх обсяг. Враховуючи це, зрозумілими є
... глобалізації, як збагачення промислове розвинутих і
... тно слабших країн.

... економіка якої відчуває певні ознаки пошвавлення,
... сприяти покращенню інвестиційного клімату, що
... інтернаціоналізації підприємств, залученню інозем-
... зростанню конкурентоспроможності вітчизняних
... ладу їх на іноземні ринки. В кінцевому рахунку це
... використати ефект акселератора і сприятиме
... зростанню.

... інтенсифікація інвестиційної діяльності потрібна для:
... та якісного зростання виробництва, створення нових
... робочих місць, збільшення за рахунок цього зайнятості,
... підвищення рівня життя населення, формування
... класу і створення на цій основі соціально-економічних
... динамічного розвитку економіки України та вхо-
... до світової спільноти як високорозвинутої держави;
... оновлення існуючих виробництв і підвищення на цій
... ресурсоощадності на якісно вищій рівень, зростання кон-
... можності виробництва. При цьому йдеться не лише
... окремих технологічних процесів, а й про зміну
... систем у цілому, включаючи і впровадження нових
... систем, прогресивних методів менеджменту та
... орієнтацією на потреби ринку і тенденції в їх змінах;
... освоєння конкурентоспроможної продукції, у тому
... основі закупівлі ліцензій, патентів, ноу-хау, що дасть
... якість виробів, знизити їх ресурсомісткість.
... освоєння нової продукції пов'язане з використанням
... потенціалу, залученням у виробничу сферу
... інженерно-технічних працівників, які сьогодні
... значну частину безробітних. Значною мірою осво-
... продукції пов'язане зі зниженням імпорту, особливо
... товарів і продуктів харчування, наслідком чого буде
... зовнішньоторговельного сальдо;

- технологічного забезпечення замкнутості виробничих виробництв, які виготовляли проміжний продукт інвестування доцільно здійснювати, якщо на підприємстві передбачено потужності, що забезпечують більшу частину логічного циклу, в іншому випадку – інвестиції в модернізацію та реструктуризацію і диверсифікацію виробництва. Це може забезпечити підвищення конкурентоспроможності продукції, створення нових робочих місць, скорочення витрат
- структурної перебудови економіки, метою якої є збереження, створення нових робочих місць у різних галузях економіки, поліпшення зовнішньоторгівельних зв'язків
- зміцнення конкурентної позиції вітчизняних підприємств, збільшення інвестиційної привабливості економіки України для іноземного капіталу.

5.2. Розвиток ринкової інфраструктури в системі факторів активізації інвестиційних процесів

Розглядаючи активізацію зовнішньоекономічної діяльності як орієнтацію підприємств на іноземні ринки, слід врахувати іноземних партнерів для спільної діяльності на внутрішньому ринку. Відзначити, що цей процес потребує створення відповідних умов. Цілому можна назвати інвестиційним кліматом. Така ситуація обумовлена, якщо врахувати, що для іноземного партнера українським підприємством означає частіше вступити на ринок інвестицій в Україні.

Важливим фактором впливу держави на активізацію економічної діяльності є «забезпечення стабільності інфраструктури, яка дають ринок товарів і послуг, система законодавства, фінансова, кредитна і банківська системи, адміністративно-господарський контроль, контрольна-регулююча діяльність держави, транспортна, енергетичні та комунальні інституції, структури соціальної інфраструктури населення» [103].

Впроваджувана в Україні реформа не може не торкатися цих інфраструктурних ланок, маючи за кінцеву мету створення повноцінної, збалансованої ринкової інфраструктури.

«... інфраструктура» (ПІС) став використовуватися в літературі порівняно недавно [102].

Трактатування інфраструктури як комплексу галузей, які мають економічну (насамперед матеріальне виробництво) основу життєдіяльності суспільства, не викликає особливих сумнівів стосовно того періоду розвитку ринкової економіки, коли розвиток цивілізації справді становило матеріальне виробництво у вигляді його провідних галузей – промисловості і сільськогосподарства.

Важко сказати сутність інфраструктури в умовах сучасної ринкової економіки на основі макроекономічного підходу А. Грищенко та В. Соколов [105].

Виробництво, як правило, функціонує і керується вимогами сучасної інфраструктури, яку становлять такі відомі інститути, як ЄСР, ГАТТ, мережа INTERNET тощо. Локальний рівень інфраструктури складають елементи ринкових інфраструктур, які сформовані юрисдикцією відповідної держави.

Якщо береться національний рівень, то очевидно, що ПІС, яка є локальною стосовно світової ПІС, водночас функціонує в рамках відповідної країни. І саме як глобальна інфраструктура, вона визначає суб'єктів і забезпечує напрями їхньої діяльності на різних регіональних рівнях.

Важко сказати, як інфраструктура в будь-якій соціально-економічній системі. Вона, серед, сукупність – елементів, які забезпечують функціонування взаємозв'язків об'єктів і суб'єктів даної системи. Це визначення впливає, що інфраструктура, як певна складова системи, покликана, по-перше, забезпечити функціонування зв'язків між елементами самої системи, до яких належать і суб'єкти. Саме в цьому полягає її основна функція. Зрозуміти визначення цієї обставини не можна. Крім забезпечення функціонування інфраструктура водночас виконує регулюючу функцію, організовуючи взаємодію елементів самої системи.

Важко сказати про взаємозалежність інфраструктурних ланок – логічний елемент функціонування вільного ринку. Виробничі та торговельні організації, фондова біржа, банки, бюджетні установи надають свої послуги організованій завершеності, поєднують виробників і

споживачів у спільний господарський процес. Учасником в змозі стати будь-хто, але відчутного результату, успіху хто здатний обрати правильну конкурентну стратегію.

Проблема забезпечення ефективного функціонування економіки вирішується відповідними функціональними ланками інфраструктури (в тому числі і державою), які прагнуть визначених конкурентних переваг і в досить налагодженій

Завдання держави, як одного з тих інститутів, полягає в уряд міг простежувати загальну економічну ситуацію оцінюючи при цьому сумісність окремих інфраструктурних головними цілями національної економіки і відповідно орієнтири у межах економічної політики.

Основні функції інфраструктури можна поділити на інститути загального призначення і спеціальні інститути. Інститути загального призначення звичайно не зводяться до однієї чи іншої функції у складі РІС, а передбачає таку реалізацію й інших завдань та цілей, особливо коли враховуючи які з цих елементів належать державі і використовуються в бізнесі з комерційними цілями. Ці інститути орієнтовані на взаємодію або з товарними, або з грошовими потоками.

Світовий досвід стверджує, що неодмінною умовою функціонування економіки ринкового типу є розвинута інфраструктура товарного типу. Її суб'єкти виконують дуже важливі функції: збирання, розфасовка, збереження товарів на складах, утилізація, розукрупнення або, навпаки, збільшення об'ємів поставок, транспортування і постачання продукції, надання інформації, пропозицію, ціни, умови продажу, місцезнаходження товарів.

З точки зору інтенсифікації інвестиційних процесів дуже важливий передусім як становлення тих елементів оточуючої інвестиційної діяльності, без яких інформаційні, фінансові та технічні потоки не змогли б існувати.

Інфраструктура інвестиційного ринку може бути поділена на кілька груп агентів, зокрема, наступними.

1. Інституційні інвестори:

- інвестиційні банки;
- іпотечні банки;

- інвестиційні фонди, компанії і траста;
 - комерційні банки.
- Інструменти в забезпеченні руху інвестиційних ресурсів:
- валютні та клірингові центри;
 - банківські контори;
 - брокерські фірми;
 - фондові біржі;
 - банківські компанії;
 - валютні біржі.
- Інструменти в інформаційно-правовому забезпеченні інвестиційних процесів:
- страхові компанії;
 - конструкторські та будівельні фірми;
 - юридичні реєстратори;
 - нотаріуси;
 - консалтингові та консалтингові фірми.

Важливо розглянути такий її елемент, як страховий ринок. Це соціально-економічне середовище, визначена сфера діяльності, як і на будь-якому ринку, де об'єктом купівлі-продажу є страховий захист, формуються попит і пропозиція на страхування. Ринок – це «особлива форма організації грошових відносин, що полягає в купівлі-продажу страхової послуги, яка надається страховими організаціями, юридичним і фізичним особам».

У ринкових країнах саме страхові компанії займають провідні позиції за величиною активів і за використанням їх як позичкового капіталу. Характерною рисою є те, що страхові компанії, дозволяючи виробничим підприємствам вкладати гроші в цінні папери, що надає їм доступ до грошових коштів, яких їм бракує, банки, що спираються на порівняно невеликі грошові кошти, цих можливостей не мають. Тому за участю страхових компаній банки обрали трастів. Це довірчі операції комерційних банків, які здійснюються за домовленістю з клієнтом.

За умови, що надходження коштів у вигляді страхових доходів від активних операцій набагато перевищують виплат за полісами власників, страхові компанії в змоззі збільшувати інвестиції у високоприбуткові цінні папери в облігації промислових корпорацій та державні обли-

Держава як елемент ринкової інфраструктури в змоззі приймати участь в ринкових відносинах як страхові страхові організації і впливати на функціонування стра-

Грошові потоки проходять через відповідні фінансові інститути, які, на відміну від натурального господарства, саму природу грошових потоків, існують тільки в ринковій Грошова форма капіталу є найуніверсальнішою і знеособлює що пронизує всі сторони життя сучасного суспільства його сфери. При характеристиці інститутів грошового ринку провести відмінність між приватними і державними інститутами розмежувати їх за критерієм форми власності, а не за ширини.

З приватних інститутів ключову роль у фінансово-кредитній відіграють банки як універсальні інститути грошового ринку. Іншим елементом сучасної РІС є небанківські фінансові інститути, які мають більшою мірою не універсальний лізований характер. Серед них виділяються страхові пенсійні фонди, існування яких сприяє оптимізації економіки завдяки зменшенню ризику підприємств. Підсистемі фондового ринку виділяються фондові біржі, посередники – торговці цінними паперами, інвестиційні фонди, страхові компанії (довірчі товариства), а також депозитарії тощо.

Держава у цій частині РІС представлена насамперед банком і податковими службами.

Фондовий ринок відіграє в ринковій економіці важливу роль. Насамперед цей ринок постачає підприємства грошима, використовуються для збільшення чи оновлення основних засобів. При цьому фондовий ринок сприяє підвищенню ефективності використання залучених коштів, оскільки останні спрямовані

підприємства, де перевага економічних ефектів над збитковою.

Фондовий ринок впливає на ефективність роботи підприємств шляхом підвищення еластичності і забезпечення безпе-

фондового ринку на ефективність діяльності підприємств у мірі проявляється при наявності таких умов: висока ліквідність цінних паперів; значна кількість учасників фондового ринку; високий попит, так і на боці пропозиції; конкуренція серед учасників; високий ступінь довір'я до цінних паперів, їх ліквідності і посередницьких структур.

Важке значення для ефективної роботи підприємств має висока частота обороту цінних паперів, що забезпечує їм ліквідність. Фактично лише підприємства, акції яких можна вільно купувати, перетворювати в готівку чи в інші акції, в повній мірі користуються всіма перевагами акціонерної форми власності. Акціонери підприємств можуть впливати на їх керівництво не лише шляхом голосування, але і шляхом продажу своїх акцій. Крім цього, вплив акціонерних товариств з боку інвесторів велике.

Важко сказати, що на ефективність роботи підприємств здійснює вплив вторинний фондовий ринок. Саме йому притаманні ті переваги, які реалізують переваги акціонерної форми власності.

Важко сказати, чи є явне відставання ринку цінних паперів, фондового ринку, від потреб приватизованих підприємств.

Важко сказати, чи стимулюють розвиток фондового ринку, є декілька. Однак важко сказати, чи на нашу думку, є намагання керівників підприємств і в приватизованих колективах не допустити виходу акцій на ринок.

Важко сказати, чи свого підприємства по пільгових цінах, трудовий ринок підприємств страхують себе від можливої появи небажаних акцій. Важко сказати, чи можуть скупити значну кількість акцій і прийти до ліквідності. Важко сказати, чи з'явилося поширене на підприємствах гасло: "ми не продаємо нічого, ми тільки купуємо". А для керівництва приватизованих підприємств це означає збереження існуючого становища.

Важко сказати, чи цей ринок запрацював і став вагомим фактором приватизації України, необхідно, на наш погляд, насамперед підвищити довір'я до ринку цінних паперів і його інституцій. Це

довір'я мусить бути не меншим, ніж довір'я до банків і банківських установ. І завдання захисту прав інвесторів повинні виконуватися державою та вирішуватись якомога швидше. Залежить мобілізація ресурсів на фондовому ринку від підсумку стабілізації економіки в цілому.

Щоб фондовий ринок став вагомим фактором стабілізації економіки України, потрібно реалізувати й інші заходи, запропоновані фахівцями. Заслужують на увагу, зокрема, такі пропозиції: запровадження обов'язкового державного страхування приватних інвестицій населення; введення інституту незалежних реєстраторів цінних паперів. Пропонується цю функцію передати депозитарним установам з обмежень на суміщення певних видів професійної діяльності цінних паперів; посилення контролю за рівнем професійної та моральних якостей працівників інвестиційних закладів (посередників).

Реалізація вказаних пропозицій активізує внутрішні інвестиції, створить сприятливе макроекономічне середовище для ефективної діяльності підприємств [108; 109; 110].

Щодо ринку цінних паперів, то на ньому в ринковій формі функціонує фондова біржа, де здійснюються купівля і продаж цінних паперів. Встановлюється їх ринковий курс. Поєднуючи інтереси інвесторів та власників заощаджень, саме біржа організує та міжрегіональний рух фінансових потоків, без якого неможливо функціонувати ринкова система.

Залучаючи заощадження та допомагаючи здійснювати інвестиції, фондова біржа здійснює координаційні зв'язки з банківськими ринками. З іншого боку, вона найтісніше пов'язана з банківським ринком грошей, оперуючою там банківською системою. З цього зв'язку відбувається через заощадження, значна частина якого здійснює зворотно-поступальний рух від біржі до банків. Цей канал побудовано на взаємодії курсу акцій та проценту на депозити. Натомість в розпорядженні Національного банку є інструменти впливати на ринки грошей та цінних паперів.

Саме тому, як провідний елемент інфраструктури фондового ринку цінних паперів, фондова біржа має дещо ширший діапазон впливу.

Важко сказати тим, що в ринковій економіці головна частина капіталу концентрується акціонерними товариствами (корпораціями), існування яких неможливе без фондової біржі. Чим більшого розвитку набуває акціонерна форма власності, тим вагоміша роль фондової біржі та біржі, тим відчутніший їх вплив на інші ланки економічної структури.

Біржовий механізм підтримується або універсальними банками, або спеціалізованими біржовими фірмами (інвестиційні банкі, інвестиційні банки), або і ті, та інші. Зокрема, у США склалася своєрідна модель, яку пізніше запозичили й інші країни. Вона будується на забороні, згідно з актом Гласса-Стегала (1933 р.), комерційним банкам приймати участь в біржових операціях, надавати брокерські послуги щодо корпоративних цінних паперів. Спеціалізовані інвестиційні банки можуть бути залучені до операцій з цінних паперів. Комерційні банки в змозі лише надавати та надавати кредити.

Горизонтальна межа існує вже не так виразно, як у часи великої депресії. Комерційним банкам надано право купувати та продавати цінні папери на первинному ринку та приймати доручення (так звані брокерські послуги). З іншого боку, комерційні банки беруть участь в угодах на первинному ринку з урядовими та корпоративними цінними паперами, тобто здійснюють у сфері державних операцій, що й інвестиційні банки щодо корпорацій, надаючи їм цінні папери.

У розвинутих країнах характерна інша модель – на біржах функціонують спеціалізовані комерційні банки. Саме через них (як правило, це банкі однієї країни), здійснюється така велика частина операцій з цінними паперами, що банк фактично виконує функції фондовій біржі функцію – акумулює попит і надає ліквідність [111].

Важко сказати про розвиток фондового ринку України протягом останніх років:

зростає масштабів капіталізації ринку цінних паперів і спектру фондових інструментів, що на ньому

- активне становлення розгалуженої, відповідаючої стандартам інфраструктури;
- цілеспрямоване формування адекватної сучасної нормативно-правової бази функціонування фондового ринку.

Серед факторів, які найбільш суттєво обумовлюють розвиток фондового ринку, слід виділити:

- масову приватизацію;
- активну діяльність державних інститутів по збільшенню і вдосконаленню організаційно-економічного механізму облігацій внутрішньої державної позики (ОВДП);
- прийняття пакету документів з питань функціонування цінних паперів та його державного регулювання;
- створення позабіржової фондової торгової системи та інституту незалежних реєстраторів;
- випуск векселів Національного диспетчерського центру фінансової тики та їх застосування для вирішення проблеми ліквідності;
- вихід України на міжнародний ринок капіталів (включно з міжнародних розрахунках облігацій зовнішньої державної позики іноземних інвесторів в придбанні облігацій внутрішньої державної позики).

Комерційним банкам в історії фондового ринку належить важке місце. Це пояснюється тим, що банки були першими емісійними товариствами в Україні, і саме їх емісійна діяльність по випуску паперів започаткувала функціонування фондового ринку. Акції комерційних банків були чи не єдиним більш-менш популярним товаром на цьому ринку, а проведення операцій з ними визначало параметри ринку і виступало основним джерелом професійної освіти його учасників.

На даний час банки на фондовому ринку, окрім емісійної діяльності, виконують також інвестиційною діяльністю, виконують функції і посідають важливе місце в інфраструктурі ринку.

Стверджувати однак, що банки є центральною ланкою структури фондового ринку України і відіграють ключову роль у формуванні та розвитку, не можна. Факти свідчать про те, що банки в більшості своїй виступають як досить пасивні учасники цінних паперів з дуже обмеженими функціями, які не відповідають потенційним можливостям [112].

1997 р. в обігу знаходилося цінних паперів комерційних банків на суму 631,577 млн. грн. Це складало 40,2% загальної кількості цінних паперів, які оберталися на фондовому ринку України. В загальному обсязі корпоративних цінних паперів (без урахування банківських цінних паперів) становила 49,1%.

В кінці 1997 р. банки додатково емітували цінних паперів на суму 42,731 млн. грн. В загальному обсязі випущених за цей період цінних паперів усіх емітентів (включаючи державу) частка банківських становила 7,9%, а в загальному обсязі корпоративних – 32,7%.

В загальній структурі фондового ринку України частка банківських цінних паперів за цей період скоротилася майже в три рази, частка корпоративних паперів – на 6,4% [113].

Ці дані чітко демонструють, з одного боку, процес ускладнення структури фондового ринку, а з іншого – засвідчують посилення монополізації ринку і послаблення позицій комерційних банків.

В загальному обсязі емітованих банками цінних паперів переважали акції – становила 54,7%, облігацій – 0,06%, ощадних та депозитних – 33,8%, векселів – 0,4%, інших цінних паперів – 7,8%. За цей період було випущено на загальну суму 220,3 млн. грн., в тому числі банківських акцій – на 218,3 млн. грн. і привілейованих – на 2,0 млн. грн. Частка загалом банківських акцій в загальному обсязі випущених цінних паперів за цей період усіма корпораціями акцій становила 49,1%.

Важкі параметри випуску акцій пояснюються насамперед зменшенням НБУ щодо розміру статутних фондів комерційних банків. Згідно з нормативів величина статутного фонду кожного банку в кінці 1997 р. повинна була становити суму не меншу ніж 274,0 млн. грн. З огляду на це більшість банків вимушена була приділяти значні кошти на випуск акцій. В результаті загальний розмір статутних фондів комерційних банків виріс за рік в 3,1 раза і на кінець 1997 р. становив 857,7 млн. грн. або 274,0 млн. ЕКЮ [115].

Важко сказати про активної торгової діяльності на вторинному фондовому ринку протягом 1997-1998 років не спостерігалось. Це пов'язано з низькими обсягами:

1. Низькою ліквідністю більшості банків, яка полягала в сплачуванні акціонерам не грошима, а пакетами акцій

- банкрутством великих комерційних банків та товариств, що мали десятки тисяч – акціонерів, капітали;
- появою на фондовому ринку більш привабливого об'єкта для інвестування вільних коштів (ОВДП), значною мірою скомпрометували себе в 1998 року.

Це свідчить про те, що Україні не вдається активізувати банків, страхових компаній та інших фінансових інвестиційному процесі, що значною мірою пов'язане з розмежувати функції і відповідальність цих інститутів, вони виявляються неспроможними своїми силами реалізувати інвестиційний процес. Інакше кажучи, держава зазвичай байдужою до розв'язання тих проблем, які не в силі самостійно прагне компенсувати свою неспроможність впровадити регулюючих норм щодо механізмів та процесів, які працюють краще.

При цьому йдеться передусім про форми та методи захисту інтересів потенційних інвесторів. Спроба запровадити страхування депозитів – один з перших уроків до реформування захисту. Але встановлюючи досить низькі граничні суми, які підлягають страхуванню та відшкодуванню, держава зберігає відповідальність щодо захисту вкладів, які перешкоджають мізерний розмір. Це, в кращому випадку, спонукає вкладальників джень розпорошувати свої вклади по різних банках у разі повне відшкодування збитків у разі скрутного становища, а індивід має депозитний рахунок, а в гіршому – до втрачених тимчасово вільні кошти у банки взагалі [116].

Організаційними формами посилення взаємодії між банками посередницькими, зокрема страховими, структурними формами придбання банком пакета акцій посередника, і навпаки створення страхової компанії, інвестиційного фонду, співробітництва на комерційній основі, використання банківської мережі для надання страхових послуг тощо. Дещо по-іншому використовувати страхувальників за договорами ризикового страхування, щоб інвестуватися насамперед у високоліквідні короткострокові

В кожній складовій РІС може забезпечити синергетичний ефект та взаємодію між секторами економіки. Разом з тим, слід врахувати, що інтеграція складових РІС є необхідною, але недостатньою умовою виконання властивих їй функцій. Не менш важливою є гармонійної взаємодії. А вона, в свою чергу, вимагає умови поєднання розвитку всіх її складових. Це означає, що функціонування усіх інфраструктурних елементів повинно створювати можливість сформувати раціональну систему регіонів з адекватним використанням їх ресурсів, підвищити рівень життя населення, залучити іноземних та місцевих інвестицій в економіку регіону і на цій підставі досягти конкурентоспроможності в міжнародних ринках.

Інтеграція фінансового забезпечення інвестиційних процесів на промислових підприємствах

Інтеграція процесів, пов'язаних з інтернаціоналізацією економіки, вимагає вкрай великої потреби здійснення інвестицій. Це пов'язано з ключових проблем інвестування для підприємств: фінансове забезпечення реалізації інвестиційних процесів набуває вибір і оптимізація джерел інвестування передбачає використання різних типів інвестиційними ресурсами (рис. 5.4).

На рис. 5.4 представлена спрощена схема. В реальних умовах інтеграція трансформована з врахуванням специфіки підприємств (наприклад, рис. 5.5).

Інтеграція ринку суттєво розширює можливості інвестування. У той же час повинні існувати умови для вибору цих джерел.

Важливим критерієм вибору є оцінка ефективності інвестицій з урахуванням ризику. Критерії і показники ефективності інвестицій досить широко представлені в науковій літературі. Що стосується використання залучених іноземних інвестицій, то критерієм вибору того чи іншого виду

Забезпечення інвестиційними ресурсами

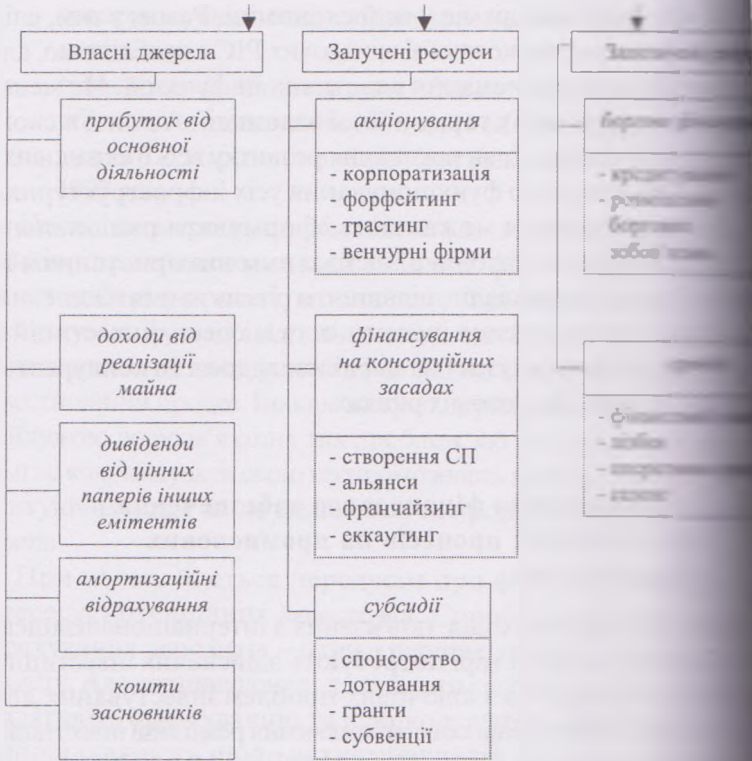


Рис. 5.4. Джерела забезпечення підприємства інвестиційними ресурсами

фінансування буде сумірність доходів, отриманих від використання цих коштів і усіма затратами, пов'язаними з отриманням чи залученням цих коштів, наприклад, пов'язаними з суми коштів, відсотки за кредит, плата за обслуговування тощо. У загальному вигляді критерій вибору джерел фінансування може бути представлений у вигляді:

$$Y = \frac{L}{K + \Delta K} \rightarrow \max.$$

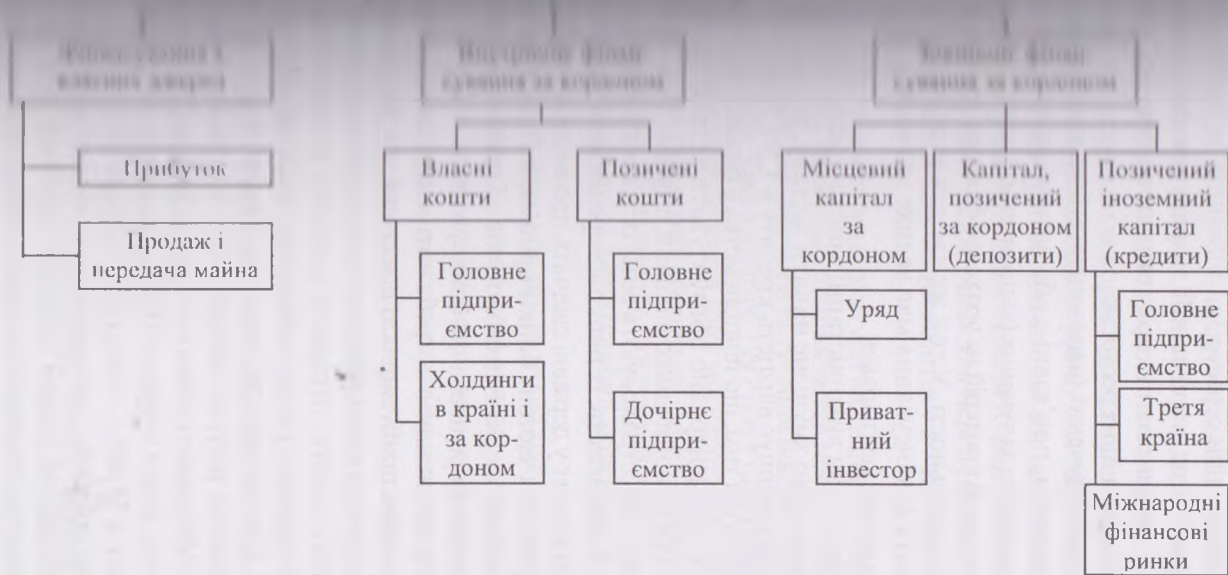


Рис. 5.5. Джерела фінансування дочірнього підприємства

- де Y – показник ефективності використання залучених інвестиційних ресурсів;
- L – прибуток, отриманий за рахунок фінансування зумовленого використанням залучених інвестиційних ресурсів;
- K – сума залучених (запозичених) інвестиційних ресурсів;
- ΔK – витрати, пов'язані з обслуговуванням залучених (запозичених) інвестиційних ресурсів.

Проте вказаний критерій не враховує фактора ризику інвестиційної діяльності. У той же час для української економіки вибір варіанта фінансування має велике значення, обумовлено двома факторами:

- по-перше, при використанні запозиченого капіталу підприємство змушене надати заставу, реальна вартість якої часто перевищує вартість кредиту в 1,5-1,7 рази. Така ситуація пояснюється тим, що підприємства в більшості випадків неможливо обґрунтувати реальною вартістю своїх активів через брак відповідних фахівців, а банки, надаючи застави, перестраховують себе, оскільки фінансовий клімат у державі свідчить про високий ризик банкрутства підприємств, їх ринкові перспективи і інвестиційний клімат у державі свідчать про високий ризик банкрутства підприємств.
- по-друге, під заставу банки приймають високотехнологічне обладнання підприємства рівнозначна банкрутству.

У зв'язку з цим виникає потреба оптимізації джерел фінансування лише за критерієм прибутковості інвестицій, а й за критерієм ризику.

В умовах розвинутої ринкової економіки основним джерелом фінансування є кошти, отримані на ринку цінних паперів. Іншими словами, фондовий ринок забезпечує основну частину фінансування інвестиціях. Статистика свідчить, що в розвинутих країнах 45% інвестиційних ресурсів підприємств – це кредити банків, 40% – кошти, а 55-60% інвестиційних потоків створюється на ринку цінних паперів, з яких близько 60-65% надходить через державний капіталу, а 35-40% – через корпоративні облигації.

Банківські кредити є допоміжним механізмом створення інвестиційних потоків, а бюджетні кошти використовуються лише як гарантія при залученні приватних інвестицій на соціальні потреби.

потреб в інвестиційних ресурсах, основна маса відносно незначних інвестицій. Їх можна залучити на ринку. Проте близько третини суб'єктів не мають таких обсягів інвестиційних ресурсів, для використання ринку цінних паперів. Використання механізмів ринку для залучення інвестицій суттєво відхилення від загальноприйнятих у віддає перевагу традиційним методам – підприємства перебувають у скрутному стані, для залучення коштів уже використано дорогі

інфраструктури вітчизняного ринку банків-українські підприємства поступово починають створювати умови залучення інвестиційних ресурсів. Уже з лютого 1997 року цінні папери восьми підприємств включено в Лист міжнародного інвестиційного фондової корпорації (МФК). Проте в даний час підприємства збільшують статутний капітал у зв'язку з необхідністю фінансувати і лише одиниці здійснюють мобілізацію

фінансових інституцій має специфічні риси, які характерні для стадії формування української ринкової інвестиційні фонди та компанії, на відміну від зарубіжних аналогів. Вони розпочали свій розвиток для сприяння економічному зростанню доходів населення. Вони є фінансовими посередниками, які можна умовно згрупувати

у три категорії фінансового посередництва – інвестиційні фонди, банківські товариства, довірчі товариства, торговці цінними

інструментами;
інвестиційних фондів;
торговців цінних паперів.

Вибір методів залучення коштів посередників аналізується за такими

- за сумами акумульованих коштів за видами: грошові, валютні, майнові сертифікати, компенсаційні сертифікати, валютна, позичальні бони;
- за сумами розміщених коштів за видами;
- за структурою інвестиційного портфеля;
- за кількістю емітентів цінних паперів.

Деякі особливості в діяльність фінансових посередників приватизації. Так, зростання темпів приватизації визначається випуском цінних паперів в Україні на користь акцій приватних підприємств.

Радикальне реформування економіки потребує створення розвинутої мережі фінансово-посередницьких структур. Структури ринкової економіки легалізуються і набувають значення. У зв'язку з цим доцільно впроваджувати в практику кожного ринку концепцію ефективного розподілу ресурсів за умов обмеженості, розроблену А. Пігу, Р. Голдсмітом. Дякуючи до цього, Б. Фрідманом для активізації неактуальних інвестицій. З погляду економічної теорії, фінансові посередники створюють попити займаються забезпеченням економіки позикомісткими засобами та розвитком системи безготівкових розрахунків. Вони беруть участь у створенні нових приватизованих підприємств, управлінні ними.

Із розвитком фондового ринку його інституційна структура починає більше набувати міжгалузевого і міжрегіонального характеру. Вони виконувати одну з важливих макроекономічних функцій – мобілізувати капіталу. Тому інституційне інвестування у формі акцій виконує функції фінансових посередників знайшло широке застосування.

Щодо можливостей залучення інвестиційних ресурсів на фондовому ринку українські підприємства можна умовно поділити на три групи:

Перша група – великі підприємства, які мають великі обсяги капіталу, але не використовують механізму залучення коштів на фондовому ринку при випуску цінних паперів. Як правило, до таких підприємств належать акціонерні товариства, створені на базі великих об'єктів промисловості в тоспроможних галузях – електроенергетиці, нафтогазовидобування, чорній і кольоровій металургії та інших. Високий потенціал цих підприємств обумовлений, з одного боку, відносно високим рівнем

нашого – позитивним іміджем на ринку, створеним за часів діяльності підприємства у відповідному

підприємства, які розробили нові технології чи конкурентні товари на рівні кращих світових зразків, але які не розпочали серійний їх випуск. За часів СРСР основні ресурси – інвестиційних, інформаційних, матеріально-технологічних – спрямовувалася на розвиток військово-промислового комплексу (ВПК). Тому саме підприємства ВПК у перекладі були розробниками високих технологій і конкурентоспроможними. Після розпаду СРСР і зміни економічної моделі діяльності підприємств цієї групи – у скрутному фінансовому стані і є носіями новітніх, часто унікальних технологій.

Ці підприємства – потенційні банкрути. Це досить складні підприємства. Слід, однак, ретельно проаналізувати фінансово-господарський стан цих підприємств, а деякі підприємства свідомо йдуть на створення банкрутства, що може бути зумовлене багатьма причинами: необхідністю за безцінь викупити майно підприємства і в такий спосіб забезпечити виживання підприємства передострогостю податкового пресу і несприятливих умов здійснення господарської діяльності.

Для невеликих підприємств, потенційних можливих банкрутів для реального залучення достатнього обсягу фінансових ресурсів найчастіше – це невеликі підприємства, а саме підприємства, як правило, належить керівництву, акції таких підприємств продати за більш-менш прийнятною ціною.

Для другої групи, залучення інвестиційних ресурсів не має видимих перешкод. Головним стримує фактором виступає інертність мислення керівників. Тому необхідно переконати керівників, передусім вищої керівної ланки, про ефективності проведення додаткових емісій, випущених цінних паперів, розвивати і активізувати ринок їх цінних паперів.

Для третьої групи необхідно здійснити повну або часткову реструктуризацію шляхом залучення значного фінансування. Ці підприємства необхідно випускати цінні папери під гарантії.

До підприємств третьої групи повинен бути застосований механізм банкрутства, який передбачає зміну неефективного власника шляхом продажу акцій даного підприємства і наступну його реорганізацію.

Найбільш прийнятний вихід для підприємств другої групи полягає в об'єднанні (консолідації). Процес залучення інвестицій відбувається в умовах, коли значну частину підприємств приватизації становлять підприємства, переважно шляхом створення холдингових компаній, які отримують контрольні пакети акцій підприємств, що їх створили.

Існують об'єктивні і суб'єктивні причини, які перешкоджають інвестиційним підприємцям-емітентам залучати інвестиції в Україні за допомогою механізмів фондового ринку. У даний час поширеною причиною відмови отримання прибутку від підприємства – виключно за рахунок продажу контрольним пакетом його акцій. Як правило, державні підприємства акціями підприємства не пов'язані безпосередньо з його діяльністю, а з результатами його діяльності і виплатами дивідендів. Як правило, власник підприємства – власник контрольного пакета акцій підприємства, який контролює його як засіб контролю над підприємством. Він свідомо надає перевагу цьому механізму, аніж залучення інвестицій в підприємство, що є ефективною. Профанация ідеї акційного механізму зводить нанівець можливість розвитку нормального фондового ринку.

Чинна система оподаткування підприємства є перешкодою для маневру на фондовому ринку. Так, наприклад, податок на прибуток не дозволяє відносити проценти по облігаціях на собівартість продукції, з цим корпоративні облігації практично не представлені на фондовому ринку підприємствам не вигідно використовувати цей механізм фінансування. Крім того, ліквідний, аніж банківський кредит, інструмент фінансування не є популярним в практиці корпоративного фінансування. Крім того, існують інші причини можливостей вкладення коштів у промисловість, зокрема такі як наступні проблеми: низька конкурентоспроможність порівняно з зарубіжними товарами, низька ефективність виробництва, застарілі технології обладнання і т. п.

Розгортання діяльності фінансових посередників в Україні є необхідною умовою суттєвого поліпшення економічної ситуації в Україні. Для цього необхідно створити необхідні передумови. Це стосується наступного:

- удосконалення правової бази, що дасть змогу створити в Україні аналогічними посередницькими структурами, що існують в розвинених країнах;

...ного психологічного середовища, в якому працюють посередники і яке диктується непрогнозованою політикою держави;

...необхідного інформаційного простору для розвитку філій і представництв, які б сприяли активізації діяльності.

...інвестицій через фондовий ринок потребує підвищення кваліфікації працівників і недосконала система господарською діяльністю підприємств виступає стримуючим фактором в активізації інвестиційних участі підприємств у фондовому ринку зокрема.

...підвищення професійного рівня працівників повинна здійснюватися двома шляхами:

...кадрів і залучення молодих фахівців, які мають освіту, здобуту на принципово новій програмній основі з урахуванням сучасне розуміння ринкової економіки;

...готування кадрів, їх стажування з використанням міжнародних фондів підтримки реформ у країнах

...рівня менеджменту пов'язана значною мірою з посилення ролі стратегічного управління. У зв'язку з активізацією інвестиційною діяльністю на підприємстві повинні бути принаймні за трьома основними напрямками:

...інвестиційними процесами на підприємстві;

...стратегічними напрямками інвестування;

...інвестиційними проектами.

...можуть сконцентрувати кадровий потенціал підприємства за своїм рівнем завдань інвестиційної діяльності в різних напрямках зовнішньоекономічної діяльності.

4. Стимулювання підвищення інвестиційної привабливості регіону

...співпраці підприємства з іноземними компаніями пов'язані з середовищем, в якому здійсню-

ється діяльність підприємства і його партнерів, зокрема, високою цінною привабливістю країни в цілому, і регіону – зокрема, високий рівень інвестиційної привабливості змушує в бізнесі нехотіть нести ризики інвестування, що призводить, з одного боку, – до зменшення масштабу і свободи діяльності підприємства, яке виступає на зовнішньому ринку, з другого – до недовіри між партнерами. Інтернаціоналізація пов'язана з укладенням угоди з іноземними контрагентами.

Більшість українських підприємств в процесі інтернаціоналізації виступають приймаючою стороною. Це можна проілюструвати на прикладі прямих інвестицій в Україну і з України. За статистикою за 2000 році прямі інвестиції в Україну склали 792,2 млн. дол. США, з України – 2,18 млн. дол. США [117, с. 155, 159].

Інвестиційна привабливість України в цілому характеризується високими значні ризики інвестицій. В зв'язку з цим потенційно привабливі:

- така норма прибутку, яка б враховувала провідні ризики інвестиційну премію та за інші негативні інвестиційні фактори;
- тимчасові низькі прибутки при забезпеченні високої динамічності цілей – закріпленні на ринку, адаптація на зовнішньому ринку в нових регіонах, тобто формування бази для зростаючих прибутків у майбутньому.

Залучення іноземних інвестицій можливе лише при умові досягнення паритету економічних інтересів сторін, тобто при умові здійснення інвестицій (з боку інвестора) і прийняття рішення про інвестиції (з боку реципієнта).

Стратегічною ціллю іноземних інвесторів є отримання високого прибутку з інвестованого капіталу, приймаючої сторони – збільшення економічного розвитку регіону. Якщо структурувати ці стратегічні цілі в порядку другого порядку, то такими будуть:

для інвестора – закріплення на вітчизняному ринку, закріплення на зовнішньому ринку, розширення завойованого сектора економіки, збільшення продажів товарів (послуг, робочих місць) і створення нових підприємств в регіонах

для реципієнта –

- 1) вирішення економічних проблем:

АКТИВІЗАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

— стимулювання переозброєння підприємств, підвищення їх ефективності (як наслідок – підвищення якості і конкурентоспроможності продукції);

— оптимізація галузевої структури господарського комплексу країни;

— розв'язання соціальних проблем:

— зменшення зайнятості населення,

— збільшення доходної частини місцевого бюджету і вирішення за рахунок цього окремих місцевих соціальних та економічних проблем.

— створення для іноземних інвестицій макроекономічне середовище, в якому бачать можливість місцевих органів влади сприяти залученню інвестицій в окремі регіони. Вирішити цю проблему можна шляхом розробки і реалізація відповідних регіональних програм залучення іноземних інвестицій.

— при формуванні програми залучення іноземних інвестицій бути покладений принцип забезпечення синергійного ефекту заходів по кожному, окремо взятому напрямку, а саме найбільш суттєвішим при узгодженій, одночасній дії цих заходів.

— заходи, які стримують притік інвестицій та інновацій, виступають негативним чиним.

— складна та і заплутана система оподаткування;

— обмежені можливості використання інструментів фондового ринку;

— висока темп інфляції;

— нестабільність макроекономічного середовища.

— недостатня правова база захисту інвестицій;

— нестабільність законодавства, внесення немотивованих змін, зловнень до правових актів, наявність суперечливих законодавчих правових положень;

— недостатність правової бази, відсутність або нечіткість функцій регуляторів щодо окремих принципів з точки зору інвестиційної діяльності положень (наприклад, щодо захисту інтелектуальної власності, авторських прав).

Організаційні:

- відсутність належного інформаційно-інвестиційної діяльності;
- недорозвинутість ринкової інфраструктури;
- невідповідність використання статистики і контролю (статистики, бухгалтерського обліку) окремих категорій і термінів. методи застосовуються на Заході.

Соціально-психологічні:

- недисциплінованість і необов'язковість з українського боку;
- корумпованість і бюрократія при веденні бізнесу;
- інертність і низька підприємницька активність.

Переважає більшість перерахованих проблем на загальнодержавному рівні. В той же час існують певні можливості, які є на рівні обласних адміністрацій.

В зв'язку з цим програми такого типу необхідно розробити наступні етапи:

Етап 1. «Визначення цілей програми». Визначається головна мета і цілі другого порядку. Формується дерево цілей.

Етап 2. Визначаються варіанти (сценарії) розвитку окремих блоків:

Блок «Економічні важелі» – податкове, фінансове регулювання, митна і цінова політика, економіко-організаційна реалізація, включаючи створення ВЕЗ, СЕЗ, зон вільної торгівлі, форм транскордонного співробітництва.

Блок «Організаційно-адміністративні важелі» – організаційна структура і адміністративне забезпечення.

Ринкова інфраструктура: передбачає виділення інформаційної, фінансово-кредитної (послуги банків, захист інвестицій), технічної (зв'язок, транспорт), консалтингової підтримки бізнесу.

Адміністративне забезпечення: повинен бути встановлений зворотний зв'язок з питань адміністративного забезпечення.

бюрократичного тиску) реалізації іноземних інвестицій з владних структур по найважливіших проектах (держадміністрації)) немайна підтримка, спрощення адміністрації, дерегуляція

«Фізичне забезпечення»: міжнародні угоди, антикорупційні заходи безпека, забезпечення дотримання правових норм, захист інвестицій (гарантії місцевої влади).

«Соціально-психологічне забезпечення»: інформованість населення про основні проекти, можливо, громадська організація з них, залучення коштів фізичних осіб до участі в проектах, створення АО з участю іноземного і приватного капіталу для найбільш привабливих проектів).

«Механізм узгодження завдань програми по строках, ресурсах».

Активізація інвестиційної діяльності на території України може бути здійсненою за допомогою таких підходів:

1. *Диференційована політика*, в тому числі шляхом прискореної реалізації, яка повинна визначатися диференційовано для окремих галузей і видів основних фондів;

2. *Підприємства та першочергової фінансової допомоги підприємств*, діяльність яких конкурентоздатна, у вигляді

3. *Прямих кредитів, грантів іноземного інвестора, бюджетних коштів* окремих галузей і регіонів;

4. *Субсидювання*, диференційованого з окремих видів інвестицій (будівництво, енергозберігаючі технології, транспорт)

5. *Підтримка на виробництво наукомісткої продукції, створення нових робочих місць, посилення соціального захисту населення.*

Важливою умовою для здійснення інвестиційної діяльності в Україні сьогодні вкрай незадовільні, особливо в умовах кризи для іноземних інвесторів у квітні 1997 року.

Основним чинником активізації інвестиційної діяльності виступає зміна умов здійснення інвестицій, обумовлене зміною форми власності, зокрема, на основі приватизації майна підприємств. Світовий досвід країн з ринковою моделлю

господарювання свідчить про об'єктивні переваги підприємств недержавної форми власності. Підприємства недержавної форми власності потенційно вищу мотивацію здійснення організації та впровадження інновацій та інвестицій в створення нових видів продукції.

Інвестиційна активність суб'єктів господарювання (залежно від за все від економічних умов господарювання, умов функціонування підприємства) економічного і правового середовища. В такому середовищі повинне здійснюватись в рамках національної стратегії економічного розвитку України. Викликом для економіки є подолання економічної кризи і подальший розвиток економіки, який тісно пов'язаний з процесами роздержавлення і приватизації державних підприємств. У той же час господарювання свідчить про те, що приватизовані підприємства в більшості випадків здійснюють активної інвестиційної діяльності в економічній сфері. Якщо підприємства державного сектора економіки зазнають протекціонізму з боку уряду і апарату управління, то приватизовані «підприємства такої підтримки» економіки.

Таким чином, у практиці господарювання економіки держава в своїй економічній стратегії виступає як фактор підвищення інвестиційної діяльності приватизованих підприємств, фактичної допомоги цим підприємствам не надає.

В зв'язку з цим виникає потреба в розробці економічної політики підтримки приватизованих підприємств на рівні держави. Така підтримка повинна бути спрямована на стимулювання ефективного інвестування в пріоритетні напрями економічної сфери в яких були б зацікавлені як суб'єкти господарювання, так і держава. Це можливо на основі розвитку і вдосконалення організаційно-економічних методів управління економікою, системи післяприватизаційної підтримки приватизованих підприємств, формування економічного механізму інвестиційної діяльності.

Спад інвестиційної активності, що відзначається в економіці капітального будівництва, введення в дію економіки невиробничих фондів, зменшенням обсягів та витрат на капітальних вкладень, стає небезпечним для економіки.

Небезпечність економічного спаду, який відбувається в економіці, насамперед з реноваційною заборгованістю, у економічній сфері економіки.

власної інвестиційної активності як державних незалежних інвесторів, виникає проблема поповнення інвестиційного потенціалу підприємств. З цієї причини насамперед підвищити роль власних джерел фінансування коштів підприємств: амортизації і прибутку. З огляду на це відомо, що в період кризи вони повинні становити 70-75% усіх коштів на фінансування інвестицій, а в післякризовий період – частка амортизації у валових інвестиціях досягала 10-12%. В Україні в той час, як вона вступила в активну фазу економічного зростання, частка амортизації не перевищувала 10-12%. Тому вона не могла бути ефективною формою перерозподілу чистого доходу. Такий стан призвів до зносу основних виробничих фондів та важеля їх відновлення. Через систему платежів до бюджету з прибутку амортизованого грошового фонду держави частина коштів не надходила до підприємств. Така амортизаційна політика стримувала процес накопичення фондів у галузях народного господарства.

Важливою складовою інвестиційної політики слід відзначити незадовільний стан банківської системи. Пожвавленню інвестиційної активності мають сприяти кредитні важелі, концентрація банківського капіталу, стимулювання банківських стимулів для процесу виробничого нагромадження коштів, синхронізація індексації основних фондів та врахування вимог приватизації, реструктуризації підприємств, встановлення оптимальної черговості платежів.

Важливою складовою інвестиційної діяльності підприємств виробничої сфери визначається створення такого механізму, його ключові елементи та умови функціонування. Принципи формування цього механізму, його функціональні структури, є предметом подальших досліджень. Важливою тенденцією економічного розвитку на сучасному етапі економічної моделі господарювання, головною метою якого є встановлення економічно-економічного механізму інвестиційного розвитку підприємств є створення економічних умов накопичення інвестиційних ресурсів і спрямування їх в економіку підприємств. При цьому згадана пріоритетність економічного механізму між економічними інтересами державами, підприємствами та підприємств.

5.5. Організаційні основи формування інвестиційної політики в регіоні

Вихід економіки України з кризи і подальший її розвиток зростання обсягів промислового виробництва. При цьому і про звичайне відновлення виробництва в обсягах і структурі цього періоду, а про нарощування обсягів випуску конкурентоспроможної продукції в пріоритетних галузях народного господарства. Іншими словами, необхідно здійснити оптимізацію галузевої структури економіки і оновлення виробничого апарату шляхом впровадження ефективних ресурсозберігаючих технологічних систем. Вказаних проблем вимагає залучення значних інвестицій у виробничу сферу. Ефективне використання інвестицій вимагає здійснення відповідних змін у глибинних основах економіки 70-80-х роках обсяги капіталовкладень у виробничу сферу складала десятки мільярдів карбованців, проте віддача вкладень виявилася суттєво нижчою від очікуваної. Тому ми йти про трансформацію всієї економічної моделі господарства.

Ефективне використання інвестиційних ресурсів і вирішення основних проблем структурної перебудови вітчизняної економіки середньо пов'язане з процесами становлення основних сегментів ринку. Слід відзначити, що принципове значення при цьому мають наступним з них:

- наявність конкурентоспроможного недержавного сектора економіки, в тому числі й приватного;
- вільне ціноутворення на товари і ресурси нестатевих значення;
- наявність цінової конкуренції виробників, свобода підприємства.

Проте, згадані умови є необхідними, але недостатні для вирішення проблем економічного росту. Потрібна ще й відповідна міцна політика держави, результатом якої стало б створення економічних умов, котрі б забезпечували належну мотивацію підвищення кінцевих результатів господарювання в виробничому рівні первинної ланки.

Мотиваційною основою інтенсифікації інвестиційної діяльності виступає узгодження економічних інтересів держави, підприємства та громадянського суспільства.

економічних інтересів є компромісом між державними, економічними інтересами розвитку і стратегічними економічними цілями. Ігнорування хоча б одного з цих інтересів призводить до економічних наслідків. Домінування інтересів держави сьогодні, знижує мотивацію ділової активності і зменшує ініціативу регіональних владних структур. Збалансоване врахування економічних інтересів підприємств веде до зростання корпоративних інтересів, що виражається широким спектром негативних явищ – від виробництва неякісної продукції і збільшення витрат до погіршення екологічної ситуації.

Враховування економічних інтересів спирається на виконання функцій організаційно-адміністративних і економічних важелів економічного розвитку на данку господарювання. За допомогою них і формується сприятливі економічні умови господарювання, які максимально враховують інтереси держави, регіону і виробника.

Для забезпечення економічного росту потребують перебудови стратегії управління економічними процесами. Директивне управління економікою, притаманне адміністративно-командній системі, в сучасному проявляється в сучасному державному регулюванні економіки. В той же час західна економіка успішно розвивається за допомогою концепції регіоналізації управління. Центральні органи влади забезпечують лише загальні макроекономічні умови, які забезпечують виконання довгострокової економічної стратегії розвитку економіки. Що стосується регіонів, то їм надані досить широкі повноваження економічного, адміністративного і правового регулювання економіки. Це може бути проілюстроване досвідом США,

який показує курс на підтримку вітчизняного виробника. Економіка може бути втілена лише при формуванні гнучкої економічної політики. Регіоналізація економіки, хоч і не завжди успішна, на практиці не знаходить свого розвитку через відсутність ефективних концептуальних підходів до вирішення економічних питань загальнодержавних, регіональних і корпоративних рівнів.

Ефективна економічна політика повинен бути покладений на економічне планування. При цьому розробником індикаторів економічного розвитку народногосподарського комплексу регіону повинні бути відповідні органи управління.

Основою індикативного планування регіонального розвитку виступає стратегія економічного розвитку регіону, яка виходячи з макроекономічних умов господарювання, визначає напрями розвитку регіону і ресурсних обмежень. Таким чином, індикативний план відображає оптимальні, з точки зору регіону, показники розвитку галузей, які можуть бути досягнуті, виходячи з наявних умов макроекономічного середовища.

Забезпечення досягнення показників індикативного планування здійснюватись через створення відповідних регіональних умов господарювання. Це означає, що суб'єкти господарювання мають «режим найбільшого сприяння», тобто найкращі умови для своєї фінансово-господарської діяльності. Ця політика спрямована на забезпечення досягнення показників індикативного плану розвитку регіону.

Індикативний план розвитку регіону з точки зору економічного управління складними економічними системами є програмним документом, який відображає максимально можливі результати розвитку народногосподарського комплексу, які є «корисними» для реального розвитку. В зв'язку з цим постає задача досягнення «корисні» цілі. В основу вирішення цієї задачі повинні лягати програмно-цільові методи.

Практика господарювання свідчить, що при наявності економічної обґрунтованості програмних завдань регіональні інвестиції можуть бути ефективним інструментом стимулювання економічного розвитку.

Доцільно широко використовувати такі економічні інструменти: державне інвестування і надання субсидій, створення фондів для фінансування програм, залучення іноземного приватного капіталу, державне пільгове кредитування, преференції, використання позабюджетних фондів.

Із централізованих джерел слід насамперед фінансувати нове будівництво і великі реконструктивні роботи в будівельній промисловості, агропромисловому та військово-промислових комплексах, включаючи будівництво важливих підприємств об'єктів, а також витрати на прискорений розвиток економіки державства в окремих регіонах, спроможних у стислі терміни

збільшення валютних коштів і збільшення випуску товарів і послуг. Державна допомога повинна надаватись для структурної перебудови депресивних регіонів, розвитку виробництва у регіонах з відносно низьким рівнем потенціалу та надлишком трудових ресурсів, а також у районах із складними природно-географічними та соціальними умовами.

Реалізація інвестиційних програм повинен тісно пов'язана з індикативного планування. Принципова відмінність індикативного плану від плану-директиви на обласному рівні полягає в тому, що індикативний план розробляється як документ, який відображають бажані межі розвитку підприємств, галузей і виробництв області, виходячи з наявних умов економічного росту. По-друге, індикативний план повинен створюватись створенням таких економічних умов, які б забезпечували економічну зацікавленість підприємств у збереженні його показників. При цьому мова йде не тільки про стимулювання економічних важелів. Комплекс економічних заходів повинен мати компенсаційний характер. Тому важливим фактором успішної реалізації індикативного плану є фінансова підтримка ініціативних проектів за рахунок коштів місцевого бюджету.

Важливим питанням методологічного і методичного планування є питання щодо невирішеними.

Важливо сьогодні добитись надання регіонам задекларованих повноважень. Особливо важливо збільшити надходжень в місцеві бюджети, що дасть змогу більш ефективно використовувати бюджетні надходження. Це досягається шляхом посилення контролю використання витратної частини коштів на місцевому рівні зробити простіше. Крім того, важливим є процес реалізації інвестиційних проектів і програм, які мають першочергове значення для регіону. Здебільшого близько 80% бюджетних коштів акумулюється і витрачається на регіональному рівні, можливість регіонів щодо фінансового розвитку в межах власної стратегії власного розвитку досить обмежена. Основними проблемами активізації регіонального розвитку є:

- надання ширших повноважень місцевим органам влади в ринганні фінансово-економічних регуляторів;
- перегляд нормативів відрахувань в державний бюджет в бік збільшенню частки останніх.

Зрозуміло, що без цього будь-які спроби регулювання економічних процесів у регіоні будуть неефективними.

Однією з ключових проблем в сучасних умовах економічного постає підтримка підприємств виробничої сфери. Висхідна тенденція роздержавлення і приватизації майна держави, то мова йде швидше про післяприватизаційну підтримку. Така постановка питання обумовлена наступними факторами виробничої сфери:

- підвищення економічної і майнової самостійності підприємств, відміна практики доведення планових завдань, мобілізації ресурсів і гарантій збуту готової продукції;
- система управління приватизованими підприємствами здебільшого акціонерними товариствами, які є негнучка і не відповідає сучасним вимогам;
- галузева структура промислового виробництва в Україні і в країні в цілому, вкрай нерациональна, що вимагає інвестицій для її оптимізації;
- фінансовий стан більшості підприємств становить загрозу життєдіяльності, що загрожує розвалом цілих галузей і комплексів.

Післяприватизаційна підтримка підприємств повинна мати дві форми. Перший з них визначається державою і проявляється в заходів з теми стимулювання розвитку приватизованих підприємств і виробництв, потреба в рості яких обумовлена державною економічною політикою і довгостроковою стратегією економічного розвитку.

Другий рівень визначається регіональними економічними процесами. Оскільки, як вже вище зазначено, на економічна політика повинна бути узгоджена з економічними інтересами регіону враховуватись при формуванні регіональний рівень післяприватизаційної підтримки підприємств своєю економічною суттю продовженням відносин підприємств і держави, але з диференціацією способів і методів підтримки відносно регіональними особливостями економіки.

інфраструктуру після приватизаціїна підтримка підприємств

економічну підтримку, яка забезпечується формуванням економічних регуляторів) сприятливого середовища, створенням належної виробничої

інфраструктури, яка полягає в розробці (в межах встановленої компетенції регіональних органів самоврядування) нормативно-правових документів, що дозволяють розвивати фінансово-господарську діяльність суб'єктів господарювання і спростити, вирішення питань адміністративного порядку.

Найважливішими сьогодні є інвестиційна підтримка і розвиток ринкової інфраструктури.

Інвестиційних ресурсів повинен враховувати наступні фактори стану економіки:

1. Недостаток у промислових підприємств власних коштів у достатній для здійснення інвестицій в проекти, які б забезпечили конкурентоспроможність підприємства;

2. Відсутність широких верств населення;

3. Відсутність інвестиційних ресурсів в державному та місцевих

бюджетах значних коштів в кримінальному середовищі і тіньовій

економіці. Необхідно відзначити, що основним фактором, який гальмує інвестиційні процеси в вітчизняній економіці, є відсутність державних і недержавних інституціональних інвесторів – венчурних, інвестиційних і страхових компаній і фондів, банків.

Важливим фактором – процес тривалий, до того ж говорити про його завершення немає підстав. Тому інвестиційна підтримка підприємств здійснюватись на основі створення таких умов господарювання, які б забезпечували можливість підприємствам самостійно

привертати кошти для інвестицій в виробничу сферу. Здійснення інвестиційних проектів потребує об'єднання коштів підприємств. Крім необхідно стимулювати створення інтегрованих фінансових структур, які б забезпечували накопичення

необхідних коштів. Йдеться про створення холдингових та фінансово-промислових груп, консорціумів і т. п.

Особливого значення набуває сьогодні розвиток інфраструктури. Суб'єкти цієї інфраструктури повинні забезпечити підприємств, пов'язані з необхідністю їх реструктуризації зокрема, належать:

- розробка і експертиза реструктуризаційних та інших проектів, бізнес-планів;
- інформаційне забезпечення фінансово-господарського та економічного розвитку підприємств;
- надання послуг по підвищенню професійного рівня кваліфікації персоналу, перш за все працівників управління і керівників;
- оцінка нерухомості та іншого майна;
- пошук потенційних інвесторів;
- надання фахових консультацій (консалтинг та юридичні) з економічних і правових питань.

Координація робіт по післяприватизаційній підтримці підприємств може здійснюватись як підрозділами місцевих органів місцевого самоврядування, так і госпрозрахунковими структурами, наприклад, регіональними центрами післяприватизаційної підтримки підприємств.

Виходячи з проблем і тенденцій економічного розвитку України на нинішньому етапі формування ринкової моделі господарства, основною метою функціонування організаційно-економічного механізму державного забезпечення розвитку підприємств є створення сприятливих економічних умов акумуляції і перерозподілу інвестицій, спрямування їх в пріоритетні галузі і виробництва. Пріоритетність визначається компромісом між економічними інтересами держави, регіонів і промислових підприємств.

Інвестиційні процеси в Україні мають чітко виражену тенденцію до скорочення. При цьому незадовільними є темпи і пропорції інвестиційної діяльності. Особливу тривогу викликають процеси скорочення інвестиційної відтворення основних фондів у виробничій сфері, зокрема, в промисловій частини. Подальший спад інвестиційної діяльності підприємств загрожує вкрай негативними явищами, які потребуватиме декількох років.

Приватизовані підприємства, які мають вищий рівень інвестиційної активності, з позиції мотивації цієї активності в сучасних умовах

належною організаційно-економічною підтримкою, в сфері інвестиційної діяльності. Держава в певній мірі і сама підтримує державний сектор економіки, особливо в сфері, декларуючи при цьому в економічних програмах потреби для суб'єктів господарювання різних форм власності. Потребна потреба в формуванні цілісної системи післяприватизаційної підтримки підприємств взагалі і підтримки інвестиційних підприємств зокрема є об'єктивною необхідністю і фактором подолання економічної кризи і подальшого розвитку національної економіки.

Механізм забезпечення розвитку підприємств повинен бути ефективним економічним механізмом, метою якого є створення умов накопичення інвестиційних ресурсів і спрямування цих ресурсів в перспективні галузі і виробництва. При цьому згадана потреба визначається компромісом економічних інтересів держави і промислових підприємств.

Механізм управління інвестиційною діяльністю повинен відповідати з довгостроковою стратегією розвитку економіки. Головною метою його створення полягає в формуванні такого середовища, в якому інвестиційна діяльність була б найбільш вигідною, причому найвигіднішим (найприбутковішим) середовищем існування в ті галузі і виробництва, в розвитку яких держава інтересується в найбільшій мірі. При цьому необхідно використати весь арсенал податкових і кредитних пільг – від звільнення підприємств від податку на прибуток, що йде на інвестиції в виробничу сферу; звільнення від сплати податків на певний термін – до створення спеціальних банків та інвестиційних фондів довгострокового характеру. Метою останніх має стати акумуляція інвестиційних ресурсів і спрямування в найбільш перспективні галузі і виробництва,

зокрема в галузі і виробництва, спроможні використати інтелектуальний потенціал країни;

в галузі з високою окупністю – АПК, легка промисловість, машинобудівництво будівельних матеріалів;

в галузі з високою прибутковістю – енергетика, хімічна промис-

РОЗДІЛ 6 ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В основі економічної інтеграції лежить взаємозалежність суб'єктів ринку. Хибне уявлення, що регіони процвітають у виживанні поодино і тільки центр і деякі свідомі регіони піклуються про зберігання економічної цілісності країни, є нормальному економічному середовищі жодному регіону не вигідна, кожний із них зацікавлений у широкому розвитку відокремлення виникає тільки при макроекономічних аномаліях. Варто лише уточнити, що для деяких регіонів ефективними можуть бути економічні зв'язки не з іншими кими регіонами, а з партнерами з інших країн.

Оскільки основними суб'єктами міжрегіональних відносин стали підприємства, функції центру і регіональних властей усе більш обмежуються створенням сприятливих умов для регіональних економічних відносин.

Подолання дезінтеграційних тенденцій взаємозалежності є передумова, і як наслідок) із поновленням загальнонаціонального росту. Серйозне посилення інтеграції неможливе з регіональними тенденціями, правильно й інше: інтеграційні рухи послаблюють зростаючі тенденції.

Зменшення частки міжрегіонального обороту у ВВП є індикатором інтегрування економічного простору країни. Це відбувалося з кінця 1980-х рр., типове для стадії економічного зростання відбувається стискання місткості ринку. На стадії економічного підйому типовим стає випереджаючий ріст торгової обороти порівнянні зі зростанням виробництва, що підтверджується багатьох країн. Мінімум торгового обміну досягається на етапі мінімуму обсягу виробництва, а вже потім індекс торгової обороти перевищує індекс виробництва.

Української ситуації в 1990-х рр., як відомо, полягала в руйнуванні частини економічних зв'язків на зовнішньоекономічному ринку. Податковим чинником зменшення міжрегіональної економічної перспективи посилення міжрегіональної інтеграції на ринку європейського росту істотно залежать від динаміки і структури економічного зростання.

Слід зауважити, що економічний ріст у країні буде відбуватися за умови зростаючого росту міжрегіонального товарообміну, який визначається адекватними організаційними формами міжрегіональної інтеграції господарюючих суб'єктів.

Інтеграційної тенденції не стане реінтеграцією в тому сенсі, що будуть відновлюватися старі економічні зв'язки, які існували в економічному господарському комплексі кінця 1980-х рр. Це вже неможливо економічно. Дійсно, неможливо відновити попередній рівень економічних зв'язків з республіками колишнього Сходу, які існували у рамках колишніх Держзбуну та Держзбуну. Економічна інтеграція повинна будуватися відповідно до нових економічних умов, що змінилися.

Інтеграційні тенденції повинні одержати своє відображення у стратегії територіального розвитку України і в державній регіональній політиці.

Класифікація економічних зон

Класифікація економічних зон із метою стимулювання соціально-економічного розвитку в кризових ситуаціях, більш ефективного використання локальних умов утворюються або вибираються економічні зони, в яких застосовуються особливі методи і механізми економічної діяльності.

Важливими вважаються наступні типи особливих економічних зон: вільні економічні зони, зони підприємництва, зони спеціального економічного розвитку (технополіси).

Вільні економічні зони – це завжди обмежені території, міста, порти, в яких діють особливі пільгові економічні умови для іноземних господарюючих суб'єктів.

Відомий французький фінансист, викладач Політичних наук Мішель Пєбро в своїй монографії «Політика Франції» наводить таке визначення економічної зони: «Економічна зона – це промисловий район, що фізично і (або) адміністративно обмежений межами митних бар'єрів і орієнтований на експорт, який має інфраструктуру, яка здатна привабити іноземні інвестиції». Завжди знаходить там додаткові стимули і заохочує підприємства. Виділяються два основні фактори – інфраструктура та стимулювання.

При цьому розвинута інфраструктура є самостійним фактором для припливу капіталу, як вітчизняного, так і іноземного.

Значний інтерес представляє точка зору на стратегію розвитку відповідної інфраструктури провідних економічних міст. М. Фразьє і Р. Рен відмічають, що економічні зони являють собою одну із давніших і в той же час найефективніших форм людства в області економічного розвитку. Завдяки діяльності фінікійців, держави намагалися залучити іноземні інвестиції, міжнародну торгівлю, відокремлюючи визначені території, звільнені від податків, митних зборів і наділяючи їх повною самостійністю.

М. Фразьє і Р. Рен вважають, що в своєму розвитку економічні зони проходять три етапи:

- перший етап – складські і транзитні зони. Це зони, де товари складаються, перевіряються, пакувати, маркуються, а потім звільнення цих товарів від мита та інших зборів;
- банківські і страхові зони;
- відкриті (вільні) міста;
- зони економічного сприяння і т. ін.

Виступаючи елементом державного регулювання економічних зв'язків, вільні економічні зони (ВЕЗ) є важливими елементами стратегії експортної орієнтації держави для притягнення місцевого й іноземного капіталу, стимулювання росту валютних доходів, одержання доступу до нових технологій, поліпшення стану платіжного балансу і, у кінцевому підсумку, розвитку національної економіки і її більш ефективного функціонування.

широке поширення у світовій господарській практиці, вільні зони мають багато різновидів: кількість ВЕЗ дорівнює понад 200, в них розрізняють більш 20 видів [119]. Практика встановлення всього різноманіття ВЕЗ у різних країнах світу забезпечують насамперед і головним чином, цілком вільне (без перешкод) переміщення товарів, послуг, власності, інвестицій і людей (робочої сили і спеціалізованих державний і митний кордон, що відокремлює світовий економічний простір однієї території якоїсь держави. Крім митних пільг, існують і деякі інші пільги, наприклад, податкові. Підприємства ВЕЗ розвивається від простого до складного, від дешевих приміських до великих капіталомістких і дорогих. Іноземних підприємців приваблюють в зону після того, як там створена необхідна інфраструктура. А капіталовкладення в інфраструктуру складають більшу частину всіх витрат, пов'язаних із створенням і функціонуванням ВЕЗ. Тому приблизно 80% всіх інвестицій у ВЕЗ припадає на інфраструктурні капіталовкладень.

Існують різні підходи, за якими класифікують вільні економічні зони. Найпоширеніший підхід, що кожен дослідник, що займається цією проблемою, має свою класифікацію вільних економічних зон. Саме тому при різноманітті підходів існують і різні визначення економічних зон.

Вільні економічні зони виступають в економічній практиці в різних формах і в різних сферах економічних роботах, присвячених проблемам вільних економічних зон. Ця проблема трактується більш і широкі: вони визначаються як економічні зони, що характеризуються скороченням масштабів державного втручання в економіку [120]. Це формулювання поняття «вільна зона» вільна економічна зона, пов'язаних із дією преференційного режиму економіки. При такому підході вільна зона – це «не тільки і не лише географічна територія, але, скоріше, частина економічного простору, де введена і застосовується система пільг і стимулів, не використовуваних в інших його частинах» [121, с. 8-9]. Але незважаючи на розходження в назвах і визначеннях функціональному призначенні, ВЕЗ володіють рядом

характерних ознак. Від визначення вільної зони, яке ввійшло в міжнародну економічну практику завдяки VII Кіотській Конвенції 1973 р. по відношенню до вільних зон, до визначення митних процедур [121, с. 141-15 8], можна зробити такі загальне визначення ВЕЗ: *під вільними еконо-*

мічними зонами слід розуміти частину на території країни (іноді виділеної з загального митного кордону), де розширену самостійність у вирішенні гострих питань особливий режим управління і преференційної діяльності для іноземних і національних підприємств.

Так само, узагальнюючи, можна сказати, що підходи до створення ВЕЗ – територіальний та режимний. У практиці частіше усього використовується територіальний. При подібній формі організації механізму вільної зони вільний режим надається підприємствам, розташованим на території. При режимному підході визначені підприємствам незалежно від їхнього розміщення. А в якості цих підходів існує все різноманіття видів вільних зон.

Розробляючи подальшу класифікацію вільних зон, сучасні дослідники використовують додаткові критерії, дозволяють об'єднати існуючі у світі ВЕЗ у 4 групи за критеріями:

- 1) за характером діяльності або функціями;
- 2) за ступенем інтегрованості у світову економіку;
- 3) за характером власності;
- 4) за галузевою ознакою.

За характером діяльності або функціями виділяють такі основні типи зон: вільні зони; науково-промислові парки; офшорні зони.

До *вільних зон* належать території, функції яких зводяться до ввозу, збереження, сортування, пакування, вивозу товарів без додаткової обробки. У міжнародній класифікації цього типу вільних економічних зон позначення: *Duty (tax free weals) shop, Free port*. Це вільний ареал /склад, магазин вільної/безмитної торгівлі.

Вільна зона являє собою невеличку територію (територія порту, аеропорту) без постійного митного контролю митної території і яка має митну свободу в установленому законодавством. В її основі лежать принципи вільної торгівлі за кордоном, можливість обробки товарів, яка надає торговий характер.

Вільна зона виконує функцію розвитку зовнішньої торгівлі, оскільки у більшості країн на межі вільної зони з митною

держави діють високі мита, і це ускладнює привезення кількості (при входженні на внутрішній ринок товарів оподатковуватися митом). Оскільки на території немає митне законодавство, то в цю зону можна завозити партіями без сплати мита. Витрати виникають лише зберігання і збереження товарів. Перехід товарів на внутрішній ринок здійснюється поступово, у залежності від попиту, а також з сплати щораз мита за партію товару, що призначена для внутрішньої території. Товар може бути вивезений за кордон. Це дозволяє раціонально використовувати товар, що постійно знаходиться в міжнародному обороті. Таким чином, будучи ніби вільною територією з митної точки зору, вільна зона фактично стає зоною, що дозволяє контролювати міжнародну торгівлю.

Зони вільної торгівлі ЗВТ діють як в розвинутих країнах («нових індустріальних»). До числа старіших ЗВТ можна віднести, які виникли у вільних містах Гамбург і Бремен ще в середньовіччя. В кінці XIX ст. була створена ЗВТ у морському порту Гамбург. В США зони вільної торгівлі почали створюватися в 1916 році за ініціативи Ф. Рузвельта, котрий запровадив на початку 30-х років «зону вільної торгівлі». До кінця 80-х років XX ст. в США вже функціонувало 140 зон загального призначення і більш як 100 субзон. Це досягнення – це те, що ці структури надали роботу американців.

Зона вільної торгівлі «Гамбург» суттєво відрізняється від управління зоною вільного порту, яка управляє зоною вільної торгівлі виконувати митні функції, за винятком збирання мита на ввезенні складів і пакгаузів експлуатується фірмами і приватними підприємствами, але будівництво нових об'єктів зберігання здійснюється з керівництвом зони. Місцева влада має в зоні вільної торгівлі будівельну компанію, яка володіє значною кількістю складів і пакгаузів.

В зоні вільної торгівлі в копенгагенському порту будівництво складування здійснюється підприємцями – співчасно з будівництвом нових складів на орендованих землях.

Це дозволяє отримувати певні вигоди, одержувані від митних зборів, а також зменшити на накладних витратах, можливості цього типу зон

у розвитку експортного виробництва, залученні до нього матеріальних і трудових ресурсів обмежені. Саме це, що такий тип ВЕЗ у чистому вигляді не одержав широкого поширення в сучасній міжнародній практиці [123, с. 468].

В міру посилення конкурентної боротьби, ускладнення соціально-економічного розвитку, для більш активного залучення іноземного капіталу в сферу матеріального виробництва зони доповнюється новими елементами. Така еволюція характерна для всіх країн, призводить до їхньої трансформації в експортно-виробничі зони [123, с. 468]. Серед цього процесу поширення одержали такі види вільних економічних зон: зони вільного виробництва і зони вільного підприємництва.

Зони експортного виробництва (Export processing zones) зони спеціалізованого типу з високим ступенем індустріалізації, сприяння експорту в слаборозвинених країнах. Найбільш поширені зони стали створюватися після Другої світової війни. Внаслідок заходу спостерігалася зміна стратегії економічного розвитку – від імпортозаміщення до експортно-орієнтовного росту, з масовими закордонні інвестиції в експортні галузі.

Зони експортного виробництва являють собою частину території держави або регіону, котра має чітко визначені межі і відокремлена для промислового освоєння. Цей вид вільних економічних зон характеризується, по-перше, на застосуванні пільгового митного режиму, а по-друге, на застосуванні пільгового податкового і фінансового режиму.

Зазвичай зони експортного виробництва звільняються від сплати податку на дохід. Можуть бути звільнені від сплати податку на вартість. Проводяться також різноманітні відрахування з доходу, звільнені від оподатковуванню (на підготовку робочих кадрів). Крім того, при залученні іноземних спеціалістів знижується або звільняється від сплати особистий прибутковий податок, надається можливість отриманих доходів за рубіж.

Ще одна важлива пільга – право прискореної амортизації обладнання і фондів. В окремих країнах завдяки цьому дозволу значно знижується списується майже повністю вартість обладнання.

Ефективність функціонування зон експортного виробництва тісно пов'язана з тим, наскільки плідно складаються умови для

галузями виробництва. І тут ЗЕВ так само мають переваги, зокрема, пільги на постачання з вільної промислової зони готовою продукцією і напівфабрикатів. Або пільги, які надаються при використанні місцевих мінерально-сировинних

ресурсів, одержувані від пільгового фінансового або податкового режимів:

• надання кредитів під низькі відсотки;

• надання пільг в зоні різноманітних валют і їхня вільна купівля – продаж;

• надання безкоштовного переказу прибутків, котре може здійснюватися з першого року промислової діяльності.

Важко не звернути увагу на особливість ЗЕВ в Малайзії, де вони тісно пов'язані з економікою. Корпорації розвитку (а їх в Малайзії багато) надають місцевим підприємцям інформацію про імпортні можливості і рекомендують їм приймати участь у промислових виробництвах. Зони мають право поставляти до 20% свого обсягу виробництва.

Важко не звернути уваги на відродження окремих областей і районів, які стали результатом різноманітних соціально-економічних причин у стані економічного зупинення одержали зони вільного підприємництва.

Важко не звернути уваги на **зони вільного підприємництва** (free economic activity zones) в країнах, де стимулювання експорту, а зберегання існуючих і створення нових робочих місць в умовах росту безробіття або економічного зупинення економіки. Ці зони являють собою території (як окремі райони), у межах яких підприємствам, що працюють в зоні збереження зайнятості, надаються податкові пільги на оплату за газ, електроенергію, інший ресурс, або на ввіз товарів за пільговими тарифами.

Важко не звернути уваги на те, що зони підприємництва являють собою локальні зони, де встановлюється пільговий режим для підприємств, що займаються економічною діяльністю, зменшення безробіття і зростання доходів населення. Але ці зони, на відміну від ВЕЗ, не мають чіткої територіальності.

Важко не звернути уваги на те, що в них мало і середнього підприємництва, а тенденція йде на лібералізацію контролю над

структурою діяльності, цінами, заробітною платою, звільнення від місцевого податку на майно, кредитів, дозвіл прискореної амортизації та інше. Ці заходи спрямовані насамперед на ріст інвестицій. Місцеві органи спрощують процедури одержання дозволу на діяльність, з'являється звітність про результати діяльності.

Зони підприємництва створюються на об'єктах різноманітних штатах США граничний термін – Великобританії і Бельгії – 10 років, в Іспанії – 3 роки продовження.

У США в 1983 р. був прийнятий Федеральний закон про зони підприємництва, а вже в 1984 р. аналогічні закони були прийняті в штатах. Підприємницькою зоною могли стати ареали з населенням до 4 тис. осіб, площею до 300 га, із рівнем безробітності вищим за середній. У 1995 р. у країні нараховувалося 150 зон підприємництва. Програми їхнього розвитку включають заходи з орієнтири виробничої діяльності, але і завдання з орієнтири здоров'я, освіти, соціального забезпечення.

Аналіз ефективності 357 підприємницьких зон проведено в рамках проекту «Міське житлове і міське розвиток» Уряду США. Ефективне функціонування зон сприяло створенню нових робочих місць; зайнятість зросла на 7-10% (у більшості в сфері промисловості і роздрібній торгівлі). Політика зосередження закинутих раніше земельних ділянок, а також кооперативних і приватним секторами [124].

У Великобританії на початку 1980-х рр. створено 15 зон підприємництва, в них діяли 4250 фірм, що мали 15 тис. робочих місць. Наприкінці 1980-х рр. створення зон підприємництва включено в загальну систему заходів для боротьби з депресивних регіонів. Проведене обстеження показало, що за 5 років функціонування зон більш половини зон створено новими, а третина – відновленими. Істотно зросло число робочих місць, покращився стан інфраструктури.

Характерною рисою зон підприємництва в Бельгії є зосередження (за допомогою відповідних стимулів) на розвитку високотехнологічних виробництв [125].

тапом зон підприємництва можна вважати *офшор-*

струється, як правило, банківський і страховий бізнес, інвестиційна діяльність, експортно-імпортні операції з нерухомістю, трастова (довірча) і консал-

приваблюють клієнтів сприятливим валютно-контролем, високим рівнем банківської і комерційної пільговим податковим і зовнішньоторговельним

діяльність і всі пов'язані з нею функції створюють поширеного у світі типу вільних економічних зон – *індустріальних зон*. Найбільш широко цей тип зон представлений в індустриальних країнах, які використовують модель

розвиток всіх елементів експортного потенціалу, які виробництва, просування і збуту, цей тип зон привабливий, оскільки забезпечує високу конкурентоспроможності виробленого в зоні товару, головним чином через низькі виробництво.

звсом основним чинником конкурентоспроможності товару, а його якість, новизна, науковий та інтелектуальний потенціал. Якщо в 1980-х рр. пік популярності припадав на виробничі зони, то сьогодні в індустриальних країнах створюються технопарки і парки високих технологій «сприяють створення екологічно безпечних, високотехнологічних зон, що сприяють у розвитку наукової бази» [126].

відбився і на характері діяльності експортно-орієнтованих бізнесу з яких почали трансформуватися в науково-технічні. Нові вільні економічні зони створюються і як технополіс, технопарк), мета функціонування – стимулювання впровадження сучасних технологій.

концентрацією дослідницьких, проектних, науково-технічних підприємств, що користуються особливою державною підтримкою, створюються на базі університетів, наукових установ або спеціальних витяжних промислово-виробничих зон [127].

Технополіси є посередниками між функціонуваннями виробничих структур та інтересами територіальні зони високих технологій спочатку університетів, до яких приєднувалися промислові дослідними структурами і обчислювальними більше половини штатів мають свої технополіси. У Німеччині – 30, в Японії станом на 1990 рік – 20. Сьогоднішній день у світі функціонує понад 300

У США найбільше відомі три технопарки:

- 1) *парк «трикутник Північної Кароліни»*, створений трьома університетами і створений Його діяльність особливо активізувалася підприємств IBM. На початку 1980-х уже 40 видів діяльності, а кількість 20 тис. осіб. Сполучення таких личкому містечку, близькість університету обслуговування, створює особливу
- 2) *«Бостонський маршрут 128»* на базі технологічного інституту, який спеціалізується космічних замовленнях і розвитку технопарк включав уже більш 300
- 3) *«Силіконова долина» у Каліфорнії*, щується декілька тисяч фірм, котрі види продукції.

Технологічні зони в США стали швидко В даний час їх не менше 150. Вони забезпечують університетами і промисловістю, стимулюють брати участь у практичній реалізації наукових технопарків створюються і невеличкі високотехнологічні що випускають дослідні партії нових видів продукції.

Ідея таких зон, які ще називають технополісами зонами, одержала широке визнання в Японії державна програма «Технополіс».

Спочатку програма передбачала створення префектури, органи місцевого самоврядування територій подали заявки на утворення

У цьому рахунку державна програма включила заходи, спрямовані на створення нових підприємств та модернізацію існуючих по всій території країни. Програма реалізується за допомогою спеціального комітету Міністерства зовнішньої торгівлі та інвестицій. Координаційні комітети діють і в префектурі, де вони стають важливим елементом формування пост-індустріального простору.

Важливими є вузково-технологічні центри, які створюють і модернізують підприємства і устаткування. Ці центри поділяються на наукові центри та промислові парки, техноцентри, грюндерські парки. Наукові парки є проміжною ланкою між вузом і підприємством, створюються вони біля наукових центрів та науково-технологічних парків.

Наукові парки допомагають підприємцям з розміщенням підприємств. Це об'єднання фірм із спільними службовими приміщеннями та земельними ділянками. Вони спеціалізуються на високих технологіях.

Технопарки – це різновид промислових парків, які підтримують розвиток розробної промисловості на першому етапі її розвитку.

Суть створення технопарків, спеціалізованих на розробці нових технологій, доводить їх можливе і доцільне функціонування в різних умовах, залежно від функцій, обсягу, рівня розвитку регіональної економіки. Найбільш розповсюджені в Європі парки (центри), як:

- 1) спеціалізуються на впровадженні у галузі високих технологій (наприклад, в них компанії ризикового капіталу);
- 2) спеціалізуються на раціональному використанні виробничого простору (включно з інфраструктурою);
- 3) спеціалізуються на наданні стартової допомоги з наданням послуг управління процесами становлення нових підприємств (фірм);
- 4) спеціалізуються на науково-технологічній інфраструктурі (виконують прикладні науково-дослідні роботи, розробку нових продуктів, серійне виробництво яких здійснюється поза парками).

Доцільність їх створення обумовлена необхідністю зміцнення взаємозв'язку науки та виробництва, бази підприємств регіону, запровадження нових технологій та технічних ідей.

У Львівській області до такої створеної належать центр «НьюБізнет», бізнес-інкубатор університеті «Львівська політехніка», бізнес-Мета-Центр», ЗАТ «Львівський регіональний ційної підтримки підприємств», Львівський економічної інформації (ЦНТЕІ) та інші. У 1999 р. «Каунтерпарт-Мета-Центр» надано гарантій суб'єктів малого підприємництва на суму 1,175 фонд за 1999 р. виділив 17,356 млн. грн. на інноваційних проектів малого бізнесу.

В основі переваг технологічних зон лежать інвестиційні ресурси, ресурси знань, технології забезпечують весь спектр конкурентних випередження в одній або декількох галузях лідерства країни в цілому.

За ступенем інтегрованості у світову міку можна виділити два типи ВЕЗ: зони ринку (анклави, виключені з митної території вані в національну економіку.

Найбільше поширення орієнтовані на зони в нових індустріальних країнах Азії. Підприємства зонах, вивозять, як правило, від 75 до 90% продукції [129]. Специфікою даного виду виробництва, що базується на імпортних роду компонентах, напівфабрикатах і деталях.

Для зон, інтегрованих у національну економіку особливістю є наявність тісних економічних районами країни. Ці зони орієнтовані з проміжних товарів, а на використання компонентів і напівфабрикатів.

За характером власності вільні економіки на державні, приватні і змішані.

...у світовій практиці формою власності вільної ...
...визначений тип, де поряд із державною власністю

...в першу чергу підлягають класифікації ...
...Але класифікувати таким чином найчастіше ...
...як правило, в експортно-виробничих зонах ...
...виробництва, які належать до різноманітних галузей ...
...виробництва. Проте у світовій практиці існує певна ...
...виробничих зон в одній або декількох галузях ...
...і електротехнічні вироби, машинобудівна ...
...продукція, одяг, взуття, текстиль, електронно- ...
...люботова електроніка тощо.

...галузевою ознакою характерна і для науково- ...
...більшість з яких спеціалізується в мікроелек- ...
...біотехнологіях, генній інженерії, агротехнологіях. ...
...вираженою спеціалізацією також відносять зони ...
...зони (сервісні). Зокрема, банківськими ...
...зважаються: Швейцарія, Люксембург, Гонконг, ...
...Гаманові острови. Офшорні холдингові компанії ...
...Ліхтенштейні і Швейцарії. Страхові фірми ...
...Бермудським островам, островам Мен, ...
...Території, де переважно реєструються морські ...
...Беліз, Гібралтар.

...часом усе більшу увагу привертають такі ...
...жени, як, наприклад, туристичні і рекреаційні

...зонах найбільша ефективність характерна ...
...Тим на даний час всесвітньо відома комплексна ...
...островах (о. Велика Багама), поєднує принципи ...
...офшорної, транзитної зони і технопарку. ...
...1950-х років на економічно слабо розвиненій ...
...зона налічує на сьогоднішній день сучасний ...
...гавань, декілька технопарків, великі ...
...об'єкти, упорядковані житлові масиви [130].

...необхідно звернути увагу на створення ...
...не обмежуються рамками однієї країни. В

1992 р. між Канадою, Мексикою і США був підписаний договір про створення Північноамериканської зони вільної торгівлі. Ця угода на протязі 15 років будуть скасовані тарифи та обмеження на ввезення товарів, скасовані митні збори на всі види сільськогосподарської продукції. Що стосується фінансових послуг, то доступи американського і канадського капіталу в мексиканських банках, страхових фірмах і страхових компаніях будуть поступово скасовані.

В Кабінеті Міністрів США обговорюється проект створення Європи глобальної вільної економічної зони (зона вільної торгівлі, зона інвестицій та ін.). Передбачається, що до цієї зони ввійде 15 європейських країн, США, Канада і Пакистан. Згодом планується створити зону вільної торгівлі, що буде охоплювати Західну півкулі, тобто весь Американський континент та деякі острівними державами, крім Куби.

Було б доцільно розробити концепцію і механізми створення зон в прикордонних регіонах України. Міждержавні зони можна поєднувати як територію України, так і території сусідніх країн. Це дозволило б, з одного боку, поєднати зусилля з метою економічного та соціального розвитку з нашими сусідами, а з іншого – використати попередні прецеденти, коли одна держава отримує вигоду з розвитку сусідньої. Поряд з цим, спільні вільні економічні зони можуть виникати як формою вирішення суперечностей, що породжують «конфлікти між гнітним демпінгом» сусідських дешевих товарів на ринку однієї з країн з метою захисту свого здоров'я і навколишнього середовища,

Як відзначається практично у всіх сучасних дослідженнях, основними характерними рис сучасного світового інтеграційного процесу є швидкий розвиток вільних економічних зон, диверсифікація форм їхньої еволюція форм створення і функціонування. У своєму розвитку процес відбиває об'єктивні процеси розвитку світового економічного простору та міжнародного поділу праці (див., наприклад, [13], с. 57).

Так, домінуюча довгий час у світовій практиці політика протекціонізму призвела до появи вільних зон. Лібералізація економічних зв'язків, поширення концепції системної інтеграції, споживання сприяли динамічному розвитку експортно-імпортних зв'язків. Глобалізація економіки, концентрація банківського капіталу, лібералізація валютних операцій, розвиток «тіньових» економічних зв'язків,

виступили об'єктивною основою формування розгалуженої мережі зв'язків. Перетворення науково-технічної революції в один з активних елементів сучасного відтворювального процесу, посиленні чинників, котрі визначають конкурентоздатність економіки на світовому ринку, породили достатньо ефективну форму організації наукомісткої продукції – науково-промислові парки. Це стало основною економічною парадигмою і поява концепції сталого розвитку цивілізації, викликали до життя таку форму економічної організації – економічні райони.

На сьогодні в активі світового співтовариства є різні форми організації, функціонування, розвитку й еволюції ВЕЗ як економічної стратегії країн, що йдуть шляхом інтеграції економіки з світогосподарськими зв'язками. В той же час можна стверджувати, що ВЕЗ, у всьому їхньому різноманітті, є своєрідними «лабораторіями дослідженнями». Ці досліди (як позитивні, так і негативні) в значній мірою демонструють результати того або іншого варіанта організації зовнішньоекономічних відносин у різноманітних галузях економічної та фінансової діяльності, а також показують, як ефективний підхід до лібералізації відбивається на економіці, як окремої країни, так і в глобальних масштабах.

3.2. Спеціальні економічні зони і спеціальні економічні райони в Україні

Внаслідок неоднозначності визначення зони неоднакові і різноманітні інтереси мають собі держави, створюючи СЕЗ. Окремі з них використовують зони для вирішення проблем конкретних галузей економіки, боротьби з безробіттям, низьким рівнем економічного розвитку, захистом як виробників, так і споживачів. Крім того, створюють вільні економічні зони в суспільних інтересах як механізм економічного розвитку, ефективний засіб накопичення і передачі зарубіжного досвіду господарювання і підвищення конкурентоспроможності власного виробництва. У випадку цих завдань поєднуються в три великі сфери діяльності: соціальний і науково-технічний.

Економічні цілі:

- залученню іноземного і національного капіталу за допомогою спеціальних пільгових економічних механізмів, удосконаленню законодавчої бази і спрощення окремих організаційних процедур;
- використання переваг міжнародного географічного розташування праці і міжнародного обігу капіталу для збільшення національного експорту готових виробів, розвитку експорту імпорту і створення імпортозамінного механізму;
- ліквідація монополії зовнішньої торгівлі через перехід до різних форм зовнішньоекономічної діяльності, стимулювання ініціатив і підприємств ВЕЗ;
- ріст валютних надходжень в бюджет країни;

Соціальні цілі:

- прискорення розвитку відсталих регіонів за допомогою спеціальної трації в рамках зон обмежених національних ресурсів;
- підвищення зайнятості населення, створення нових робочих місць, боротьба з безробіттям;
- формування прошарку висококваліфікованого робочого класу, врахунок вивчення і впровадження на підприємствах зарубіжного досвіду в сфері організації, управління, фінансування, маркетингу, культури менеджменту, орієнтованої на використання досягнень технологій управління;
- задоволення потреб населення у високоякісних товарах, насичення внутрішнього ринку.

Науково-технічні цілі:

- залучення передових зарубіжних і вітчизняних науковців;
- прискорення інноваційних і впроваджувальних процесів;
- залучення іноземних вчених і спеціалістів;
- підвищення ефективності використання науково-технічної інфраструктури конверсійних комплексів.

Цілі створення ВЕЗ, в Україні відмінні за деякими аспектами від тих, що досягаються в інших країнах. Якщо за кордоном ВЕЗ створюються своїй – це анклав, не пов'язані з національним ринком, то в Україні вони повинні бути головним чином на експорт, то в Україні вони повинні бути рядковані вирішенню не стільки зовнішньоекономічним, скільки внутрішнім.

загальноєкономічних завдань. Не втрачаючи експортної функції, українські СЕЗ повинні перш за все працювати на внутрішній ринок, продаючи його товарами і технологіями, і одночасно виконувати функції зовнішнього полігону засвоєння зарубіжного управлінського досвіду різних форм господарювання. Тому українські СЕЗ повинні бути не лише часткою економіки України, забезпечувати сприятливі умови діяльності не лише для іноземних підприємців, а і для українського виробника [132, с. 32-42].

За останні 30-х років, коли почали розгортатися процеси лібералізації економічного життя, ринкових та структурних перетворень у господарстві, регіони України виявили зацікавленість і дозвіл на власній території особливих, спеціальних, підприємств – економічних зон. «Піонерами» цього процесу стали Закарпатська, Івано-Франківська, Тернопільська, Харківська, Дніпропетровська області та Республіка Крим.

Важкими рішення з цього питання відкладалося з об'єктивних причин. Це пов'язано з відсутністю відповідної законодавчої бази на державному рівні концепції регіональної політики, відсутністю в Україні СЕЗ, невизначеність перспектив господарського розвитку. Нерішучість владних структур з цього питання призвела до такої ситуації, коли ініціатива регіонів не знаходила підтримки уряду.

Виходом з цієї ситуації стали: прийняття Верховною Радою України в жовтні 1992 р. Закону «Про загальні засади функціонування спеціальних (вільних) економічних зон», створення постійної Міжвідомчої комісії з розгляду і підготовки пропозицій до заснування СЕЗ, схвалення Кабінетом Міністрів України певних напрямків державної регіональної економічної політики та утвердження спеціальних економічних зон.

Законом, який здійснює регулювання зовнішньоекономічної діяльності є Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність». Зовнішньоекономічна діяльність визначається як діяльність господарської діяльності України та іноземних підприємств господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними як на території України, так і за її межами.

Згідно з Законом, спеціальна економічна зона – територія, в межах якої за законом України встановлюється і діє спеціальний

правовий режим господарської діяльності та спеціальне застосування і дії законодавства в Україні.

У розділі III Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» зазначено, що на території України можуть запровадити спеціальні економічні зони різного типу. Статус та територія спеціальних економічних зон встановлюються Верховною Радою України згідно з Законом України про спеціальні економічні зони шляхом прийняття Закону України для кожної з таких зон.

У статті 25, що стосується спеціальних правових режимів зовнішньоекономічної діяльності, зазначено, що Україна може укласти з іншими державами, які мають спільні з Україною морські та річкові кордони, двосторонні та / або багатосторонні договори, що регулюють на основі взаємності спеціальні правові режими торгівлі та імпорту і експорту (прикордонна, прибережна торгівля та імпорту і експорту) за певними пільговими умовами для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та суб'єктів господарської діяльності цих держав у відповідних зонах.

Отже, в діючому законодавстві України лише в Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» згадується про спеціальні правові режими торгівлі, однак для здійснення транскордонної торгівлі значно більше – визначення суб'єктів і їх повноважень, структури системи управління, фінансового та кадрового забезпечення законодавства щодо можливої власності об'єктів торгівлі здійснюються спільно на кордоні, врахування появи нових спеціальних соціально-економічного планування та просторового розвитку транскордонного регіону тощо [133].

Законом України «Про підприємства в Україні» [134], що:

- підприємство самостійно здійснює зовнішньоекономічну діяльність;
- зовнішньоекономічна діяльність підприємства здійснюється в межах зовнішньоекономічної діяльності України і регулюється Законом України;
- підприємство, яке здійснює зовнішньоекономічну діяльність, може відкривати за межами України свої виробничі підрозділи, утримання яких здійснюється підприємством;

ство у своїй зовнішньоекономічній діяльності з питань економічної, технологічної, екологічної та соціальної безпеки регулюється державними органами.

Закон України «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон» визначається порядок створення та механізм функціонування спеціальних (вільних) економічних зон на території України, загальні правові і економічні основи їх функціонування, а також загальні правила регулювання відносин суб'єктів економічної діяльності цих зон з місцевими Радами народних депутатів, органами державної виконавчої влади та іншими органами. Законом спеціальна (вільна) економічна зона являє собою територію України, на якій встановлюються і діють спеціальний режим економічної діяльності та порядок застосування і дії законодавства України. На території спеціальної (вільної) економічної зони застосовуються пільгові митні, валютно-фінансові, податкові та інші умови економічної діяльності національних та іноземних юридичних осіб.

Основною метою створення спеціальних (вільних) економічних зон є залучення іноземних інвестицій та сприяння їм, активізація спільно з іноземними партнерами підприємницької діяльності для нарощування виробництва і послуг, поставок на внутрішній ринок високоякісної продукції, послуг, залучення і впровадження нових технологій, стимулювання господарювання, розвитку інфраструктури ринку, використання природних і трудових ресурсів, прискорення економічного розвитку України. На території спеціальної (вільної) економічної зони діє законодавство України з урахуванням умов, передбачених цим Законом або законом про створення спеціальної (вільної) економічної зони. Закон про створення спеціальної (вільної) економічної зони не може суперечити

Рішенням Кабінету Міністрів України «Про Концепцію створення спеціальних (вільних) економічних зон в Україні» дано визначення спеціальної (вільної) зони та класифікацію СЕЗ за різними ознаками. Створення спеціальних (вільних) економічних зон в Україні є основою для прийняття рішень і підготовки документів про створення конкретних ВЕЗ та має реалізуватись у

взаємозв'язку з програмами структурної перебудови економіки України та розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, іншими програмами економіки країни. Вона базується на положеннях Закону України «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних економічних зон», інших актах законодавства України.

Постановою Кабінету Міністрів України «Про створення та функціонування спеціальних (вільних) економічних територій із спеціальним режимом інвестиційної діяльності» (1998) та Програму розвитку в Україні спеціальних (вільних) економічних територій із спеціальним режимом інвестиційної діяльності на 2010 року, в якій визначена підпрограма розвитку в Україні спеціальних (вільних) економічних зон, визначені основні завдання та сформульовано основні вимоги до розташування спеціальних економічних зон, відбору проектів їх створення. Підпрограма спрямована на створення умов для економічного зростання, розвитку зовнішньоекономічної діяльності, залучення інвестицій (в т. ч. – іноземних), розвитку інноваційних процесів, розвитку національного економічного експортного потенціалу, забезпечення зайнятості населення, покращення соціально-економічної ситуації в регіонах [137].

Ініціатива створення ВЕЗ у різних регіонах України почалася в 1989-1990 рр. Всього за період 1989/1990-1998 рр. було розроблено та подано до Кабінету Міністрів України понад 100 проектів заснування локальних та точкових спеціальних економічних зон різних типів. Зокрема, у Закарпатській області – зона «Чоп-інтерпорт», комплексна спеціальна економічна зона «Івано-Франківський паття», ВЕЗ «Європа-Центр»), Чернівецькій (комплексна економічна зона в Івано-Франківській області, туристично-рекреаційна зона «Буковина»); Одеській (Одеська-комплексна, «Антарктика», «Южененська»); Хмельницькій («Південна Пальміра», «Аджалик») областях. Автономній Республіці Крим (Севастополь, «Манганарі», «Сиваш», Керч, Кримська комплексна економічна зона, точкова зона «Фотон»); Львівській (Львівська рилгач), Дніпропетровській («Дніпроавіа», «Північний бас»), Чернігівській (Північноукраїнська зона промислових підприємств бітництва). Волинській («Інтерпорт-Ковель»), Донецькій (Донецький технопарк у м. Донецьку, комплексна ВЕЗ), Луганській (Луганська «Курорттополіс Трускавець»), Запорізькій («Степ»).

«Яремче»), Харківській («Лідія-Харків»), Львівській («Львів-Подільський»), Київській («Славутич»), Полтавській («Славутич») областях та ін. Тобто 15 з 25 крупних адміністративних одиниць (області та АР Крим) вважають за вигідне створити на власній території особливий режим зовнішньої діяльності у формі ВЕЗ. На сьогодні маємо:

- 1. «Севастополь»;
- 2. «Азов»;
- 3. Первомайськ (Луганська область);
- 4. місто Трускавець».

ВЕЗ:

- 1. «Славутич-Франко» (Одеса);
- 2. «Славутич»;
- 3. «Славутич» Ковель»;

на території пріоритетного розвитку:

- 1. «Славутич» (Сумська обл.);
- 2. «Славутич» області;
- 3. «Славутич» області;
- 4. «Славутич» області;
- 5. «Славутич» Республіці Крим.

на території розробляються:

- 1. «Славутич»;
- 2. «Славутич» [138; 139].

Про спеціальну економічну зону «Яворів» створення, ліквідації та особливості механізму спеціальної економічної зони «Яворів». Спеціальна економічна зона «Яворів» (далі – СЕЗ «Яворів») створюється на період 2014-2020 року в адміністративно-територіальних межах Яворівської області, за винятком територій військового призначення та інших спеціальних частин. СЕЗ «Яворів» поєднує в собі функції

комплексної виробничої зони, вільної митної зони та територіального парку. СЕЗ «Яворів» створюється з метою залучення інвестицій

- створення нових робочих місць та забезпечення зайнятості працівників Яворівського державного підприємства «Сірка», що вивільняються у зв'язку з ліквідацією підприємства, перепрофілювання вільних потужностей, вирішення екологічних проблем у Яворівському районі шляхом створення умов для відновлення зупинених техногенним впливом гірничо-хімічного виробництва активізації підприємницької діяльності, збільшення виробництва товарів (робіт, послуг), поставок на зовнішній ринки високоякісної конкурентоспроможної продукції (послуг), а також впровадження нових технологій, методів господарювання та розвитку інфраструктури економічної зони;
- розвитку експедиційно-складської, транспортно-логістичної виробничої сфер на території автопорту «Краматорськ».

На території СЕЗ «Яворів» встановлюється та діє спеціальний правовий режим економічної діяльності, визначений Законом України «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних економічних зон» з урахуванням особливостей, встановлених Законом України «Про спеціальну економічну зону «Яворів».

Законом передбачається, що у разі зміни законодавства питання оподаткування до суб'єктів СЕЗ «Яворів» застосовуються протягом періоду функціонування СЕЗ «Яворів» з урахуванням особливостей оподаткування, передбачені Законом України «Про спеціальну економічну зону «Яворів», та податкові норми, встановлені іншими законами України на день їх реєстрації на території СЕЗ «Яворів». У статті 6 визначено, що суб'єктами СЕЗ «Яворів» є суб'єкти підприємницької діяльності, філії, відділення та інші підрозділи, які розташовані та реалізують на території СЕЗ «Яворів» інвестиційні проекти кошторисною вартістю, оціненою не менше 500 тисяч доларів США (крім проектів техногенного характеру), затверджені Яворівською районною державною адміністрацією та зареєстровані органом господарського розвитку і управління СЕЗ «Яворів» як суб'єкти СЕЗ «Яворів» [140].

визначенням голови Яворівської районної державної адміністрації. Порядок реєстрації суб'єктів спеціальної економічної зони становлено такі розміри плати:

реєстрацію суб'єктів СЕЗ «Яворів» (реєстраційний збір) – 0,03 відсотків від суми та інвестиційного ліміту (500 тисяч дол. США), встановленого Законом України «Про спеціальну економічну зону «Яворів»;

реєстрацію суб'єктів СЕЗ «Яворів», які реалізують інвестиційні проекти в технологічному парку – 0,03 відсотка від суми інвестиційного ліміту (500 тис. дол. США);

копію дублікату свідоцтва про реєстрацію суб'єкта СЕЗ «Яворів» – 10 відсотків реєстраційного збору [141].

Свідоцтво суб'єкта СЕЗ «Яворів» надається суб'єктам підприємницької діяльності, відділенням та іншим відокремленим підрозділам, підприємствам та реалізують на території СЕЗ «Яворів» інвестиційні проекти в технологічному парку, затвердженому постановою Кабінету Міністрів України.

Порядок затвердження та реєстрації інвестиційних проектів реалізуються на території спеціальної економічної зони «Яворів».

Реєстрація суб'єктів СЕЗ «Яворів» є підставою для надання передбачених Законом України «Про спеціальну економічну зону «Яворів».

Суб'єктам СЕЗ «Яворівської зони» також надані пільги з оподаткування: звільнення від обкладення податком на додану вартість, залежно від виду об'єкта оподаткування, товари та інші предмети (устаткування та обладнання (крім підакцизних товарів), що ввозяться з-за меж митної території України на територію спеціальної економічної зони для використання в спеціальній зоні [143];

звільнення від сплати ввізного мита сировини, матеріалів і комплектуючих (крім підакцизних), що завозяться в Україну суб'єктами СЕЗ «Яворів» для власних потреб, пов'язаних з реалізацією інвестиційних проектів [144];

звільнення від оподаткування терміном на п'ять років прибутків, отриманих в СЕЗ (під час реалізації інвестиційних проектів варіантної вартості до 500 тис. дол. США, а в наступні роки реалізації інвестиційного проекту оподатковується за ставкою 50 відсотків

діючої ставки оподаткування. Зазначена пільга застосовується з моменту одержання суб'єктами СЕЗ «Яворів» прибутку, а саме з того звітного (податкового) періоду, коли отримано такий прибуток. Першим роком застосування пільгового режиму вважається рік, у будь-якому з яких (податкових) кварталів якого отримано перший прибуток.

- звільнення від виплати зборів в Інноваційній фонді;
- звільнення на протязі перших трьох років повністю від обов'язкове соціальне страхування [140];
- звільнення на протязі перших трьох років повністю від сплати на 50% від сплат земельного податку [146].

З прийняттям наприкінці 1998 року Закону України «Про спеціальний режим інвестиційної діяльності у Закарпатській області» та Закону України «Про спеціальну економічну зону «Закарпаття»» активізується надходження інвестицій в пріоритетні галузі економіки області.

Спеціальна економічна зона (СЕЗ) «Закарпаття» в межах території Закарпатської області згідно з Законом України «Про спеціальну економічну зону «Закарпаття»» терміном на 30 років з моменту створення СЕЗ «Закарпаття» є залучення інвестицій в економіку області, збільшення прибутку, сприяння зовнішньоекономічним зв'язкам, розвитку виробничої, транспортної й ринкової інфраструктури області, створення нових місць. Згідно з Законом підприємницьку діяльність на території «Закарпаття» можуть здійснювати лише суб'єкти господарської діяльності, зареєстровані на території зони, як це вказано в статті 10 Закону. Відділень, інших відокремлених підрозділів за межами зони створювати не можна, що для реалізації будь-якого інвестиційного проекту в межах СЕЗ «Закарпаття» необхідно створювати та реєструвати спеціальне підприємство – юридичну особу. Законом чітко визначено, що з якого суб'єкт може користуватись передбаченими пільгами. Крім того, обмежуються права іноземного інвестора щодо вивозу грошових доходів, одержаних від здійснення підприємницької діяльності на території СЕЗ.

Згідно з Законом України «Про спеціальний режим інвестиційної діяльності у Закарпатській області» у межах території області протягом 15 років запроваджується спеціальний режим інвестиційної діяльності стосовно реалізації інвестиційних проектів у пріоритетних галузях економіки області.

діяльності, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України. Спеціальний режим інвестиційної діяльності передбачає ряд податкових пільг для суб'єктів підприємницької діяльності, які уклали договір з місцевими державними адміністраціями щодо реалізації інвестиційного проекту [146].

Спеціальна економічна зона туристсько-рекреаційного типу «Харків-Хустополіс Трускавець» (далі – СЕЗТРТ) започатковано Президентом України в адміністративних межах м. Трускавця і м. Хуст Верховною Радою України. СЕЗТРТ створена терміном на п'ять років, починаючи з 1 січня 2000 р. Поєднує в собі функції спеціальної економічної зони, зони промислової та інноваційної зон, що забезпечує пільговий режим і створює сприятливий інвестиційний клімат.

Суб'єктами СЕЗ є суб'єкти підприємницької діяльності будь-яких форм власності, філії, відділення та інші відокремлені підрозділи, які реалізують діяльність переважно на території СЕЗ та реалізують там інвестиційні проекти. Капітальна вартість цих проектів повинна бути еквівалентною не меншій \$500,000, вони мають бути затверджені Трускавецькою державною адміністрацією та зареєстровані органом місцевого розвитку та управління СЕЗ як суб'єкти СЕЗ [149].

Суб'єкти СЕЗ надаються пільги по сплаті ряду податків і зборів. Зокрема звільняються від:

сплати податку на прибуток підприємств на три роки з моменту початку діяльності конкретним суб'єктом СЕЗ першого прибутку від реалізації інвестиційного проекту. У наступні три роки сплачується податку на прибуток у розмірі 50% від базової;

сплати ввізного мита за ввіз на територію СЕЗ медикаментів, обладнання та комплектуючих деталей до них (крім підакцизних товарів) для потреб власного виробництва, пов'язаного з реалізацією інвестиційних проектів;

сплати податком на додану вартість операцій з ввезення (ввезення) медикаментів, обладнання та комплектуючих деталей до них (крім підакцизних товарів), які ввозяться на територію СЕЗ для потреб власного виробництва, пов'язаного з реалізацією інвестиційних проектів [150].

Спеціальні умови створення в кожному конкретному випадку СЕЗ враховують її особливостями, наявними перевагами регіону

чи області: географічне розташування територій, розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, промисловий, науковий потенціал і т. ін. Це так звані необхідні умови, за наявності яких створюються СЕЗ відповідної орієнтації, їх реалізація та ефективного функціонування можливі при наявності:

1. Політичної стабільності в державі і тих регіонах, де розташовуються СЕЗ.
2. Стабільна і всестороння законодавча база, економічні, соціальні, адміністративно-управлінські, податкові та інші права СЕЗ.
3. Розвинута інфраструктура зв'язку, транспортна, соціальних умов.
4. Розвинута комерційна інфраструктура по обслуговуванню (банки, консалтингові і юридичні фірми, аудиторські, транспортні послуги).
5. Наявність (або створення) ефективної структури адміністративного управління СЕЗ, здатність керувати діяльністю діти новою культурою управління.

Вивчення світового досвіду створення і функціонування СЕЗ, що їх ефективність базується на сучасному рівні розвитку економіки, господарської, правової і фінансової інфраструктури, дозволяє дотриманні відповідних попередніх умов. А саме:

- наявність великих акціонерних товариств (за участю держави), володіючи солідним капіталом, в змозі взяти на себе відповідальну відповідальність за виконання програм створення СЕЗ;
- створення спеціального заставно-страхового фонду (страхове товариство), який би забезпечував гарантію гривневих та валютних надходжень в обсязі, необхідному для вирішення завдань з розвитку зони;
- створення центрального банку зони, який забезпечує формування бюджету зони, контролює його виконання, бюджетних і кредитних засобів, координує їх використання з державним бюджетом;
- розробка спеціальних зональних законів та постанов, а також державному рівнях; ці законодавчі акти повинні вирішувати питання зонального оподаткування.

застосування, закладного права надання концесій, трудового і земельного порядку;

координування функцій між керівництвом зони («Радою зони») і місцевими (регіональними) органами влади, укладання угод між ними щодо проблем володіння і розподілу власності, процедури і порядку вирішення питань ціноутворення, оподаткування, регулювання, надання відповідних пільг;

визначення державними органами програм розвитку конкретних економічних зон; в цих програмах найважливіше не лише визначити і окреслити завдання, що вирішують зони з позиції національного інтересу, а визначитись розмірами державних капіталовкладень і субсидій, об'ємами пільг та термінами їх закінчення;

регулювання владним структурам регіонального і місцевого рівня, органам управління вільних економічних зон, а також місцевим виробництвам, підприємствам, фірмам, що розташовані в межах визначених прав, які мають вищі органи управління, в першу чергу, в сфері фінансово-економічної діяльності.

За умов основними ефектами, які отримують СЕЗ, стають:

збільшення безпосередньої зайнятості населення;

отримання валютної виручки, за умов експортно-спрямованої діяльності вільних митних зон;

збільшення конкурентоспроможності національного експорту;

впровадження сучасних технологій;

залучення іноземних інвестицій;

збільшення потреб у вітчизняних ресурсах, послугах і капіталі при виробництві експортної продукції;

залучення робочої сили в області нових методів виробництва;

впровадження сучасних методів управління;

збільшення об'ємів продажу товарів національного виробництва;

розвиток банківської і страхової діяльності.

Важливо підкреслити, що при створенні нових СЕЗ треба враховувати наступні важливі фактори.

Важливою умовою нової утворюваної ВЕЗ, особливо, якщо мова йде про її діяльність (а саме її намагаються реанімувати регіони колишніх ВЕЗ), відразу вступає в конкуренцію з безліччю ВЕЗ, які

вже мають досвід, сформований ринок збуту і сировини і інвесторів. Іншими словами, на економіку нових ВЕЗ впливає прямо і опосередковано в значно більшій мірі, ніж в традиційно організованих регіональних структурах.

Досліджуючи досвід створення СЕЗ за рубежом, можна констатувати, що іноземні інвестори мають в розпорядженні величезні території країн і територій, де функціонують ВЕЗ, можуть вибирати найкращі політичні, економічні, соціальні і природні фактори. Створення СЕЗ цілком не гарантує відповідного задумам об'єму іноземних інвестицій.

І, по-друге, ефективність діяльності зони залежить від загального стану економічної кон'юнктури в країні, від ступеня розвитку механізму ВЕЗ з внутрішнім господарським механізмом і від загальної ситуації в країні. Важливе, від наявності в регіоні економічних і валютно-фінансових умов, ступеня розвитку інфраструктури, фінансово-банківської системи, від кількісного і якісного стану трудових ресурсів.

Розглядаючи з цих позицій процес створення СЕЗ у різних районах України, доцільно передбачити в їх господарському розвитку наступне інфраструктурне забезпечення:

1. Фінансовий блок (отримання фінансового кредиту на вигідних умов; ційно-договірних умовах; одноканальна система розрахунків з державним бюджетом; податкові пільги).
2. Податковий блок (максимальна ставка оподаткування прибутку господарюючих суб'єктів; ставка обов'язкового відрахування валютних надходжень; визначені додаткові зони зони).
3. Зовнішньоекономічний блок (експортно-імпортові квоти; скасування квот, митних зборів і тарифів).
4. Соціальний блок.
5. Валютний обіг (в тому числі впровадження безконтрольного валютного обігу в зоні при взаєморозрахунках між підприємствами, право на виплату заробітної плати у валюті зони).
6. Організаційно-управлінський блок (загальне підвищення кваліфікації національних кадрів за рахунок їх постійної участі в ВЕЗ; якість робочої сили, придатної до участі в міжнародному розподілі праці; ефективна управлінська структура; режим господарської діяльності і система управління).

СПЕЦИФІЧНІ ФОРМИ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

важливим елементом залучення іноземних інвестицій є діяльність міжнародних регіональних організацій.

слід відмітити Товариство Європейських Прикордонних Регіонів (ТЄПР).

ТЄПР виникла в червні 1971 р. як добровільна позаурядова організація, котра об'єднує на сьогодні понад 100 різноманітних регіонів транскордонної співпраці в Європі, низка з них відома як ТЄПР).

ТЄПР є діяльність на користь європейських прикордонних і регіональних регіонів, щоб:

розв'язати їх специфічні проблеми, потенційні можливості їх розвитку;

представляти їх спільні інтереси на державних і міжнародних економічних форумах, перед урядами, органами влади та міжурядовими інститутами;

сприяючи, підтримувати та координувати їхню співпрацю в Європі;

сприяючи обмін досвідом та інформацією у щоб зробити і сприяти формування і узгодження спільних інтересів і шляхів їх реалізації з врахуванням всіх проблем і потенційних можливостей транскордонного співробітництва.

завдань ТЄПР належать:

розробка програм та проектів, експертиза фінансових джерел, а також реклама та пропаганда;

здійснення заходів, що сприятимуть транскордонному співробітництву, а також участь і підтримка пов'язаної з ним діяльності;

здійснення та втілення в життя спільних акцій та ініціатив;

здійснення у їхній координації з Європейським Союзом та Радою Європи центрів європейських прикордонних та транскордонних регіонів.

здійснення політичних і суспільних кіл Європи про проблеми транскордонної співпраці.

У 1989 року розпочала роботу перша Конференція з економіки регіонів сходу та заходу Європи під егідою Палати Європи, яка має на меті інтенсифікувати економічний співробітництва для всіх регіонів Європи.

Конференція створила Фундацію для економічного розвитку Європи. В роботі цієї конференції взяло участь 100 регіонів. Були представлені Київська, Волинська та Закарпатська області.

Керівна Рада Фундації щонайменше раз на рік скликає засідання Фундації, де аналізується робота за минулий рік і визначаються напрямки роботи на майбутнє. Керівна Рада звітується щорічно перед Радою про роботу і фінансову діяльність Фундації.

Робота Фундації спрямована на підтримку зусиль регіональних економічних комітетів в регіонах зі встановлення прямих ділових контактів між підприємствами, з інших регіонів. Вона працює не лише з підприємствами, а й з місцевими та регіональними організаціями.

Одним з основних напрямків роботи Фундації є допомога місцевим урядовцям та представникам місцевої влади при запрошенні експертів та впровадженні спільних проектів. Зокрема, надається підтримка в галузі розвитку інфраструктури, перебудови промисловості та гармонізації стандартів з метою розвитку економічного потенціалу регіонів, сприяючи новітньої економікою, зміцнення безпеки в Європі та підтримки економіки країн до європейської економіки.

Фундація тісно співпрацює з усіма регіонами Європи, Регіонами Ради Європи, Комітетом Регіонів Європейської Асамблеї Європейських Регіонів, іншими фундаціями, міжнародними організаціями та установами, які здійснюють свою діяльність в галузі регіонального економічного розвитку з метою забезпечення максимального впливу та запобігання дублювання виконання роботи.

Фундація також встановлює зв'язки з Міжнародним центром прийомництва в Женеві, Мережею Європейського центру підприємств та інновацій, з Європалатами в Брюсселі, Фондом регіонального співробітництва в Будапешті, а також конференцією економіки в Москві та ін.

Фундація намагається забезпечити вільне проходження інформації та документації між регіонами. Основна мета – допомогти регіонам та їх економічним суб'єктам під'єднатися до Мережі (World Wide Web) в Internet.

Фінансові ресурси Фундації складаються із внесків регіональних органів державної влади регіонів Європи, платоспроможності кожного члена, а також внесків

урядів, донорських організацій та установ, траст-фондів
 фундацій.

Головний офіс фондації знаходиться в м. Женеві.

Активності цих міжнародних організацій насамперед повинні
 брати участь регіони України, перш за все з метою залучення
 і створення відповідних умов для цього.

Також існує розвинута мережа Агентств регіонального
 створених на різних правових засадах та формах власності.
 участь в діяльності цих Агентств приймають держава,
 регіональні та місцеві органи влади.

Регіональні Агентства покладено завдання розробки, форму-
 Проблемного каталогу регіону, організації і координації
 інвестиційних проектів, організації роботи з рекламування
 різноманітних каталогів, проспектів, бюлетенів і багато

перших завдань участі українських регіонів в міжнародних
 типу вищенаведених є ознайомлення з роботою євро-
 Агентств регіонального розвитку, методичними підходами до
 проблемних каталогів, інформаційної бази даних про
 та адаптації механізмів вирішення регіональних
 в Україні в умовах становлення ринкових відносин.

Значено вище, однією з форм транскордонного співро-
 прикордонними регіонами та територіями є єврорегіони.
 практично не існує загальновизнаної теоретичної дефініції,
 визначений та загальноприйнятий перелік основних ознак,
 Щоб сформулювати його суть, спершу ідентифікуємо
 які характеризують єврорегіон:

географічна – єврорегіон є територією, яка має конкретне
 положення;

територіальна – частини цієї території перебувають під юрисдикцією
 держав, які мають спільний кордон;

структуривна – єврорегіон утворюють прикордонні регіони
 які мають спільний кордон;

функціональна – єврорегіон є формою транскордонного співро-

регіон – це форма транскордонного співробітництва між
 громадами або місцевими органами влади прикор-

донних регіонів двох або більше держав, що мають спільні інтереси, яке спрямоване на координацію їх взаємних зусиль і вжиття узгоджених заходів у різних сферах життєдіяльності у відповідності до національних законодавств і норм міжнародного права для вирішення спільних проблем і в інтересах людей, котрі населяють його територію по обидва боки державного кордону.

На сьогодні єврорегіон є одним з найбільш перспективних і перспективних варіантів європейського співробітництва у рамках співробітництва об'єднань та асоціацій. Уперше ідея таких структур виникла в Європі після Другої світової війни як спосіб побудови міцного суспільного порядку в Європі, а також метод економічної інтеграції територій. Зараз нараховується більше 150 таких єврорегіонів. Результати їх півстолітньої роботи на практиці довели ефективність і необхідність такої форми транскордонного співробітництва.

Результатом використання цього досвіду в умовах України стало створення єврорегіону «Буг», установчі документи якого були затверджені 29 вересня 1995 року в місті Луцьку. Засновниками єврорегіону виступили Волинська область України, Хелмське, Люблінське, Бжезьке і Замостське воєводства Республіки Польща. У 1998 року до нього приєдналися Білопідляське воєводство Польської Республіки та Мінська область Республіки Білорусь. Унаслідок адміністративної реформи з 1 січня 1999 року польську сторону в єврорегіоні представляє Люблінське воєводство. Організація цього єврорегіону стала не результатом директивних вказівок, а була ініційована органами влади, виходячи з усвідомлення, що лише співробітництво і зміцнення добросусідських і дружніх відносин між територіями можуть гарантувати гармонійний соціальний та економічний розвиток територій, що входять до його складу, покращити життя населення. Його засновники керувалися бажанням подолати дію перешкод, породжених державними кордонами, і налагодити контакти між громадянами трьох країн на різних рівнях, сприяти взаємодію в багатьох галузях життєдіяльності.

На сьогодні єврорегіон «Буг» охоплює територію площею 10 кв. км, де проживає 5,3 млн. мешканців. Його назва походить від річки Буг, розташування якої у місці, де сходяться три держави, символізує об'єднані спільними етнічними і культурними коренями народи.

Інституційно-правові засади єврорегіону дотримуються єдиної позиції в сфері його діяльності повинна стати взаємовигідна торгово-економічна співпраця [151].

Діяльність єврорегіону «Буг» створено статутні документи нарис. 6.1.

Організаційними єврорегіону «Буг» є:

Рада єврорегіону, яка складається з 30 осіб: по 10 з білоруської, польської та української сторін.

Консультаційна Рада єврорегіону «Буг» – триособова (до її складу входять по одному представнику з кожної сторони), нею керує Президент на один рік Голова Президії, котрий одночасно є Президентом Рад.

Консультаційна Рада, що складається з Національних бюро в Бресті, Львові та Луцьку.

Консультаційна комісія, яка складається з 6 осіб (по два представники з кожної сторони, які вибираються раз на два роки).

Консультаційна комісія адміністративної реформи в Польщі, яка відбулася в сфері діяльності органів самоврядування на рівні повіту і воєводства з боку сторони в єврорегіоні «Буг» представляють представники самоврядування Люблінського воєводства, а також представники колишніх воєводств: Білопідляського, Тарнобразького, згрупованих у Товаристві самоврядування «Буг» і також люблінський воєвода (органи інших воєводств були ліквідовані в процесі транскордонного об'єднання підлягали ліквідації).

Діяльність єврорегіону проявилася в скликаних Радою єврорегіону польсько-українських робочих групах із питань:

– економічного господарювання, комунікації, транспорту і

– охорони здоров'я, культури, спорту і молоді;

– навколишнього середовища;

– інформаційної та бази даних;

– співробітництва між установами та суб'єктами господарської діяльності.

– охорони здоров'я, культури, спорту і молоді;

– діяльності органами самоврядування і мешканцями;

– реагування на надзвичайних ситуацій.

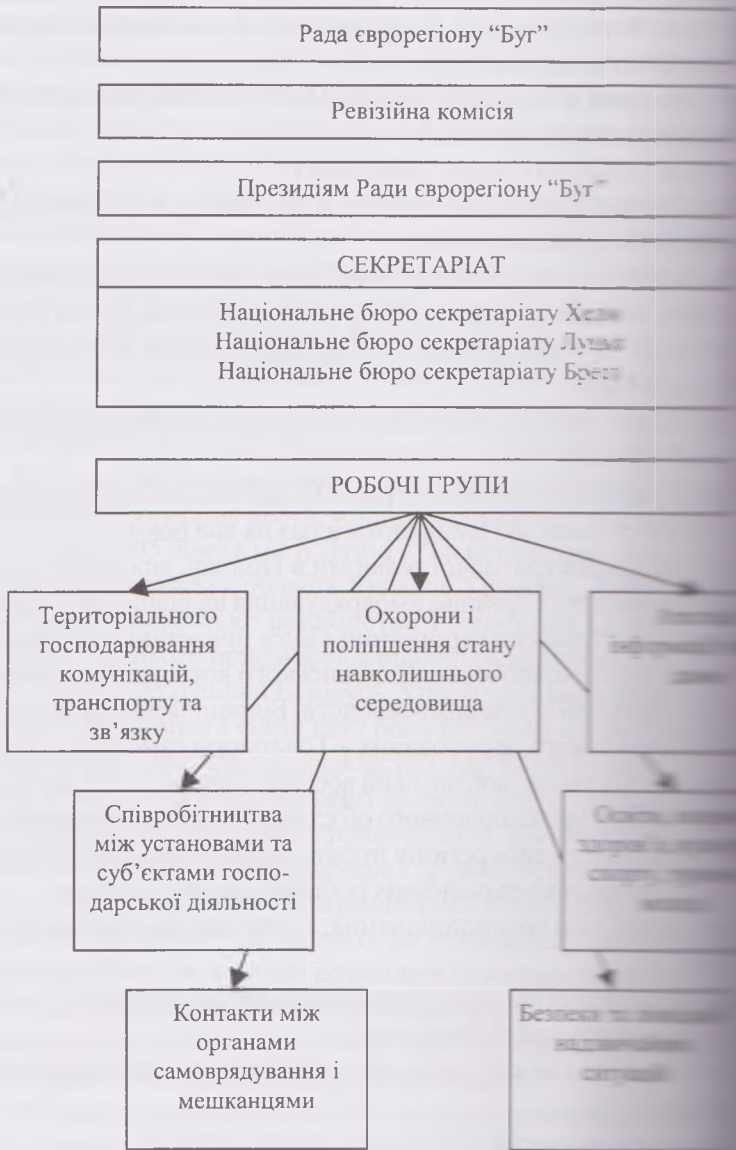


Рис. 6.1. Організаційна схема Євро регіону "Буг"

організаційна структура охоплює всі напрями робота

зрушення в економіці Волинської області.

Волині з Польщею та Білоруссю мають стабільний характер, в їх розвитку чітко простежується тенденція зростання та активізації. В період 1995/2000 років, зростання єврорегіону, обсяги експортно-імпортних операцій збільшилися і минулого року досягли рівня 46,5 млн. дол. Зовнішньоекономічної співпраці підтверджується притоком польського та білоруського капіталу, питома вага яких становить 19% від сукупного розміру іноземних інвестицій, що надійшли в область, з також діяльністю спільних підприємств, 44% з яких належить бізнесменів цих держав. Успішному розвитку економіки області сприяє формування мережі.

В період 1995-2000 рр. із 22 країн світу в область надійшло значна кількість іноземних ресурсів у розмірі 54,3 млн. дол. США, з яких найбільше інвестування підприємницьких структур малого і середнього бізнесу. Діє 216 спільних підприємств, 41% з яких належить польському капіталу. Значна частка польських і білоруських інвестицій в економіку області: 15,1 млн. дол. США [152].

Обсяг зовнішнього товарообігу Волині зріс більш ніж удвічі з 1990 року і досяг 600,7 млн. дол. США. Проте частка області з загальному зовнішньоторговельному обороті становить лише 1,8% від її частки в населенні: 1,8% проти 2,1%.

Діяльність у рамках єврорегіону «Буг» не обмежується сферою торгівельно-економічного співробітництва, вона охоплює широкий спектр інших питань – від взаємодії у сфері освіти, культури, територіального планування, самоуправління до екологічного середовища та історичних пам'яток.

«Білоруський Єврорегіон» (КЄ) засновано 14 лютого 1995 року відповідної декларації міністрами закордонних справ України та Польщі в м. Дебрецен (Угорщина). Згідно з Декларацією не є новоствореною наднаціональною чи міжурядовою, а лише виконує функції сприяння міжрегіональному співробітству між партнерами». На сьогодні КЄ об'єднує

прикордонні території п'яти європейських держав: Угорщини (комітети Haydu-Bihar (Debrecen), Heves (Eger), Borsod-Abaúj-Zemplén (Miskolc), Szatmar (Nyiredjhasza)), Польщі (Краснянське воєводство, Перемишльське воєводства), Словаччини (словацькі області Кошице, повіт Пряшів), Румунії й України (Закарпатська, Франківська, Тернопільська, Львівська і Чернівецька області). Це має сприятливе геополітичне положення, володіє розвинутою портовими системами і мережами (тут проходять важливі європейські транспортні магістралі, стратегічний нафтопровід Одеса-Ужгород-Гданськ, два міжнародні аеропорти – Ужгород та Кошице), є великим потужним комунікаційним ядром. Інша характерна риса регіону – етнічний та поліконфесійний склад населення. Традиційні напрями розвитку регіонів вже сформувалися. Для Карпатського регіону – це електронне і електротехнічне виробництво, гірське видобування і переробка корисних копалин, формування рекреаційних зон.

Мета створення КЄ полягає у розвитку всебічних економічних стосунків, захисті національної ідентичності населення, сприянні економічного росту та життєвого рівня. у сприянні економічних процесах шляхом прямих контактів місцевих органів влади громадян і підготовки до виходу на загальноєвропейський ринок.

Основними завданнями «Карпатського Єврорегіону» є розвиток мережі прикордонних переходів із сусідніми державами, будівництво транспортного моста через р. Тису на українсько-угорському кордоні, налагодження безпосередніх зовнішньоекономічних зв'язків на територіях КЄ (заснування Асоціації карпатських територій, туристичних палат, створення та розвиток СП, підтримка СЕЗ, розвиток туристичного риву», «Закарпаття», «Курортполіс Трускавець», ефективна співпраця на українсько-польській та словацько-українській торговельно-туристичних палат; підвищення транзитної ролі прикордоння; організація міжнародних конференцій з проблем ведення промислової, фінансової та туристичної діяльності в КЄ; залучення іноземних інвестицій (гірсько-туристична, хімічна, деревообробна, нафтопереробна промисловість).

Наступний приклад – Єврорегіон «Нижній Дунай».

На початку липня 1997 р. у місті Ізмаїлі (Одеська область) відбулася зустріч Президента України Леоніда Кучми з Президентом Румунії Іліє

Петру Лучинськи і Президента Румунії Еміля Іонеску, яка завершилася підписанням Протоколу про тристороннє співробітництво між урядами України, Республіки Молдова і Румунії, а також Договір про добросусідство і співробітництво між Україною та Румунією створили основу для роботи, спрямованої на формування єврорегіону «Нижній Дунай».

Основною метою роботи з вивчення національних законодавств та визначення напрямів співробітництва було підготовлено «Програму співробітництва в єврорегіоні «Нижній Дунай». А 14 серпня 1998 р. у румунському місті Кишиньві відбулося підписання угоди про його формування. До складу єврорегіону ввійшли Одеська область з боку України, повіти Кагул і Кантемир – Молдови і повіти Бреїла, Ісвоара та Сібіу-Новак з боку Румунії. Було затверджено й організаційну структуру єврорегіону в такому вигляді:

Єврорегіон – вищий орган управління; голова; віце-голова; секретар; комісія з питань діяльності;

Адміністративний центр — адміністративний орган єврорегіону (Кишиньва, Румунія).

У складі єврорегіону «Нижній Дунай» сформовано дев'ять комісій з питань:

1. економічного розвитку;

2. торгівлі, транспорту, торгівлі і туризму;

3. адміністративних документів, які належать до місцевої влади;

4. культури;

5. комунікацій; *

6. освіти;

7. міжнародного середовища;

8. дослідницької діяльності, культури, охорони здоров'я, спорту;

9. соціального розвитку;

10. захисту від стихійних лих та боротьби з організованою злочинністю [154,155].

Основні напрями співробітництва, серед найбільш важливих: транспорту і комунікацій, у торгівлі і розвитку економіки, з боротьби з організованою злочинністю, з охорони здоров'я, екології і природоохорони. Були проведені

засідання комісій за сферами діяльності, де було висловлено зауваження та пропозиції щодо напрямів діяльності єврорегіону на 2001 р.

Прикладом у сфері транспорту і комунікацій було дослідження з таких питань, як розвиток поромного сполучення між Румунією і Румунією шляхом відкриття переправи між містами Рені (Румунія) і Галац (Румунія); завершення роботи щодо відкриття поромного вантажопасажирського сполучення між Ісакача (Румунія, область) – Тульча (Румунія), завершення роботи з відкриття поромного родного залізничного пасажирського сполучення між Рені (Румунія, область, Україна) – Джурджулешти (повіт Кагул, Румунія) – Галац (Румунія), вивчення доцільності та перспектив поромного повітряного пасажирського сполучення Одеса (Україна) – Рені (Одеська область, Україна) – Тульча (Румунія). Обговорено питання про перспективи створення поромної переправи між Рені (Україна) – Ісакача (Румунія). Важливим є висновок про необхідність розвитку мережі мобільного зв'язку за участю операторів зв'язку Румунії і Молдови. На завершальній стадії – робота над створенням поромної автомобільної переправи Рені-Галац, що дозволило б скоротити час проходження прикордонних і митних формальностей, також зменшити витрати громадян, які дістаються з Рені до Галаца автотранспортом [156].

Створення організації Чорноморського економічного співробітництва в регіоні, який прилягає до Чорного моря, стало наслідком процесів регіоналізації та глобалізації, що відбувалися в кінці ХХ ст. Ініціатором створення такого економічного співробітництва стала Туреччина (1990 р.). Декларація про створення Чорноморського економічного співробітництва була підписана главами держав Чорноморського регіону 25 червня 1992 р. у Стамбулі. На сьогодні членами ЧЕС є Україна, Росія, Туреччина, Греція, Албанія, Румунія, Болгарія, Азербайджан, Вірменія і Грузія.

Представницькими органами цього союзу є Державні органи діючий Секретаріат ЧЕС із штаб-квартирою в Стамбулі. Основа ЧЕС є Чорноморський банк торгівлі і розвитку, заснований у 1994 р. (місце реєстрації – Салоніки, початковий статутний капітал – 1 млрд. дол.). Створення ЧЕС було обумовлено кількома причинами:

- намаганням Туреччини посилити свою роль у Чорноморському регіоні, особливо після розпаду СРСР;

створення спільного морського водного шляху – Чорного моря, забезпечення економіко – і політико-географічного положення країн регіону;

інтеграційними процесами на терені колишнього СРСР, звільненні країн регіону позбутися опіки «старшого брата»;

створення новими країнами-партнерами шляхів реалізації власних економічних інтересів, у т. ч. у проникненні на західноєвропейський ринок;

створенням країн регіону скористатися вигодами свого географічного положення, особливо при реалізації ідеї транс-єнергетичних коридорів експорту енергоносіїв.

Країни, що увійшли до складу ЧЕС, володіють економічним, людським, сільським, ресурсним, рекреаційним потенціалами. Тут проживає понад 325 млн. осіб, загальний ВВП країн ЧЕС становить понад 75 млрд. дол. Росія та Азербайджан володіють значними запасами нафти, Україна – залізної і марганцевої руд. За душевими показниками ВВП країни ЧЕС розташовуються з 31 (Греція) по 100 (Росія) місця у світі.

Основні напрями співробітництва країн регіону є:

створення режиму вільного пересування товарів, послуг і осіб з метою розширення виробничої кооперації і спільного підприємства;

створення сучасної ринкової і транспортної інфраструктур, розвиток телекомунікацій, організація поромного сполучення між країнами Чорного моря, модернізація портового господарства країн регіону;

співробітництво у технічному переоснащенні підприємств машинобудівної, харчової галузей промисловості, створення підприємств з виробництва сільськогосподарської продукції, зберіжки сільськогосподарської продукції тощо;

створення сучасної системи телекомунікацій, зокрема прокладання оптико-волоконної лінії зв'язку між Туреччиною, Болгарією, Румунією та Україною;

створення єдиної системи зі створенням у перспективі Чорноземного платіжного союзу;

- розробка спільних проектів транспортування Каспійського регіону, модернізація нафтопереробки і портових терміналів на Чорному морі [157; 158; 159]

Саме останній напрям на сьогодні є одним з найбільш актуальних, оскільки він зачіпає інтереси майже всіх і країн Чорноморського регіону. Саме він сприятиме реалізації його транскордонної ролі і є ката- лізатором економічних процесів у регіоні.

Цілі України в цьому контексті пов'язані з її участю в транспортуванні нафти, що дозволяє відразу вирішувати кілька завдань:

- а) альтернативне забезпечення країни енергоносіями;
- б) формування нової системи транспортних зв'язків (TRACECA);
- в) посилення транспортно-географічного зв'язку між країнами регіону, перетворення її на важливу ланку європейської системи енергетичного забезпечення;
- г) відродження нафтопереробної промисловості України, створення тут нових робочих місць;
- д) отримання додаткових валютних надходжень від транзиту енергоносіїв [159; 160]

Спільні стратегічні інтереси країн ЧЕС в транспортній сфері розширюють транскордонну співпрацю між ними. Це створює основу для встановлення і зовнішньоекономічних зв'язків України з країнами регіону. Транспортування нафти та газу сприятиме реалізації ідеї Каспійсько-чорноморського транскордонного коридору, який сприятиме підписанню декількох дво- і багатосторонніх угод між країнами ЧЕС, а також формуванню внутрішньорегіонального енергетичного ринку. Так, 10 грудня 1997 р. у Страсбурзі було підписано угоду про створення ГУАМ, куди увійшли Грузія, Україна, Азербайджан та Молдова. У травні 1999 р. до них приєднався Узбекистан (тепер цей союз називається ГУУАМ). Існує трьохстороння українсько-грузинсько-азербайджанська угода про створення транскавказького транскордонного коридору, яка передбачає відкриття єдиної транспортної лінії для вивозу вантажів і пасажирів, що з'єднає воедино Баку-Тбілісі-Єреван. Цей коридор є частиною «Великого шовкового шляху», який є одним з проектів проекту «TRACECA», який реалізується під егідою ЄС.

Навколо ідеї формування Чорноморсько-каспійського транскордонного коридору розвиваються і транскордонні стосунки України з країнами

Зокрема, розглядається питання про створення міжнародної економічної зони «Рені-Галац-Джурджулешти». Вже урядом України про створення СЕЗ у Ренійському порту, який знаходиться на перетині чотирьох транспортних коридорів і має зв'язок з 14 європейськими країнами.

Офшорні зони як особливий різновид ВЕЗ

Визначено вище, сприятливі режими здійснення господарської діяльності, у тому числі й оподаткування, надають багато переваг бізнесу від цілей, які переслідує їхня зовнішньоекономічна діяльність. До «чистих» офшорних зон, тобто країн, що цілеспрямовано створюють на своїй території пільгові умови для міжнародної економічної діяльності, біля 80. Ці і самостійні держави, такі як Люксембург, Мальта, Сингапур, або залежні території, такі як Гвінея-Бісау у складі Великобританії або Антильські острови в складі Франції, частини держав: Нью-Брансуїк (Канада), Вайомінг, Кантон Цуг (Швейцарія).

Основними характеристиками офшорних зон є: географічне положення, стабільність, авторитет на міжнародному ринку, наявність фахових кадрів, сучасних комунікацій і банків. При виборі офшорної зони бізнесменів, здійснюючи вибір офшорної зони, слід врахувати чотири принципові моменти:

- 1. Низький рівень оподаткування;
- 2. Прозорість звітності;
- 3. Відсутність умов про запобігання подвійного оподаткування;
- 4. Простота процедури заснування компанії.

Враховуючи ці характеристики офшорні зони можна розбити на

Дві групи можна віднести країни з низьким оподаткуванням, але з високими вимогами звітності. Це, як правило, невеличкі незалежні держави (так звані «кокосові офшори»). Найбільш відомі з них: Кайманські острови, Британські Віргінські острови, Кайманові острови, Теркс і Кайкос, Панама. Всі ці зони характеризуються високою конфіденційністю для власників офшорних компаній (реєстр компаній заноситься мінімум даних) і майже

повною відсутністю контролю з боку влади за діяльністю компаній. Саме тому солідні компанії і банки не хочуть вступати в фінансових відносин. З компаній, як правило, не стягують податків, що вони сплачують щорічний фіксований збір.

Другу групу складають країни, що надають офшорним компаніям суттєві податкові пільги, але і вимагають від них фіксованого збору. Наприклад, до цієї групи можна віднести США (Делавей, Вірджинія), Кіпр. Реєстрація й обслуговування компаній тут досить дорогі, але в країні високий.

Третя група офшорних зон – це держави, які надають офшорам податкові пільги, але податкові закони яких у деяких випадках передбачають низьке (стимулююче) оподаткування для визначених груп інвесторів (як правило, іноземних). У інших випадках оподаткування доходів підприємств досягається за допомогою міжнародних угод про запобігання подвійного оподаткування резидентства компаній. До цієї групи можна віднести Великобританію, Бельгію, Австрію, Нідерланди, Швейцарію, Люксембург, Данію.

Підсумовуючи, можна сказати, що сьогодні у світі нараховується велика кількість держав і територій, котрі мають ті або інші ознаки офшорної зони).

Офшорні компанії, що розташовані в центрах фінансових послуг, займаються різною діяльністю, створюючи для себе умови для реалізації підприємства:

- посередницькі і агентські підприємства, в т. ч. банківські фірми, що спеціалізуються на рекламно-інформаційно-консультативній діяльності; торговельно-посередницькі;
- експортно-імпортні підприємства;
- фірми виробничого профілю, включаючи і виробничі підприємства, тому числі: складальні, ремонтні, сервісні підприємства;
- підприємства з питань спільної реалізації інвестиційних проєктів за участю іноземного партнера, будівництво об'єктів в різних країнах; фірми по виробництву професійних послуг; транспортні підприємства; зарубіжні дилерські і дистрибуційні підприємства щодо транспортно-експлуатаційної діяльності; підприємства по продажу і ліцензуванню технологій та інтелектуальної власності;

інвестиційного та фінансового профілю, в тому числі банківські компанії; холдингові компанії, які дозволяють ефективно розпоряджатися капіталом, вкладати кошти в акції, нерухомість і нерухомість; страхові компанії, що дозволяють отримувати економію від внутрішнього страхування; трастові компанії і фонди.

Про офшорну компанію як про шлях вирішення будь-яких фінансових проблем, швидше за все, помилково. Варто зрозуміти, що офшорні компанії можуть користуватися в основному посередницькі функції і не займаються конкретною діяльністю в окремій країні. Вони можуть в якості представництва або філії з'являються і всі інші функції, а без такої легалізації часто неможливо одержати доходи від конкретної діяльності у цій країні, здійснювати митні операції.

Податкове законодавство ряду країн (у число яких входить Великобританія) передбачає оподаткування своїх резидентів на основі їхніх всесвітової доходу. У цьому випадку, як тільки дохід переходить з офшорного підприємства на його безпосереднього засновника, так відразу і оподатковується за правилами країни резиденції одержувача доходу.

Про роль офшорних структур у діяльності іноземних, зарубіжних компаній за рубежем, треба визнати, що це, як правило, спеціальні проекти, пов'язані з просуванням українських підприємств. У таких проектах присутні офшорні компанії, які виконують спеціальні функції.

Однією з причин, коли зв'язок підприємства з юрисдикцією недостатньо ефективна, зовнішньоекономічна діяльність через посередників; використання Інтернет, телефон), таке підприємство уникає оподаткування в таких проявів особливостей податкової системи, використання декількох конкуруючих податкових юрисдикцій, використання офшорних компаній, який будується на можливостях, наданих офшорними країнами.

Деякі з варіантів його використання в умовах національної економіки.

Однією з причин, що спонукають менеджерів і бізнесменів використовувати офшорні компанії, які ведуть до зміни структури керованого ними підприємства, є такі мотиви – прибуток від зростання ефективності управління. Це за рахунок утворення офшорної компанії можна

досягнути операційної економії. Як вже підкреслювалося, операції компанії належать до специфічного сектора бізнесу (обслуговуючими) по відношенню до основного бізнесу. Заснуванням рубежем подібне підприємство, можна скоротити витрати на виведення на зовнішній ринок і збут своєї продукції.

За допомогою офшорної ланки можна оптимізувати маркетинг, постачання, облік та ін. Подібні можливості отримує, завдяки тому, що, засновуючи офшорну компанію, трансформується в холдинг. По класичному визначенню компанія володіє кількістю голосуючих акцій, достатньою для отримання контрольного пакету у власному капіталі однієї або кількох компаній. Враховуючи це, бізнес-організація може виступити в якості структури який-небудь вид діяльності або активів і створити офшорній компанії, засновником якої є, і стосовно офшорної компанії виступати холдинговою компанією. Оскільки зовнішні офшорна компанія виступають як незалежні господарства, можна організувати між ними діяльність в оптимальних умовах економії бізнесу і його оподаткування, режимі.

Заснування офшорної компанії (офшорний холдинг) дозволяє отримати контроль над іншою компанією при набагато меншій кількості інвестицій, ніж якби було придбано аналогічну по суті компанію.

Крім того, нагромаджуючи холдингові компанії, можна значною мірою використати ефект фінансового важеля стосовно до операцій, що контролюються, і прибутку.

Інформаційний ефект – наступний мотив запровадження операційного бізнесу офшорної ланки. Багатьом компаніям виступає необхідним розробити свої довгострокові плани, аналізуючи внутрішній стан, зовнішній ринок і конкурентні переваги компанії. Це робиться швидко. Тому може бути прийняте рішення про виведення операційної ланки компанії в окрему структуру і переміщення її в офшорну компанію. Це дозволяє досягнення операційної економії, так і з метою економії витрат (віддаленість від конкурентів, конфіденційність у веденні бізнесу). Підприємство отримує додаткові можливості в отриманні інформації про стан ринку взагалі, так і про сегмент, в якому працює. Одночасно можуть з'явитися можливості виведення операційного бізнесу на ринок, так і на прийняття конкурентами бізнес-рішень.

оподаткування – також є одним з основних мотивів утворення офшорних компаній. Виведення активів, котрі контролюють (або) прибутків за рубіж з метою зниження оподаткування, є одним з основних мотивом заснування компанії.

Важливим мотивом залучення позичених коштів – четвертий з основних мотивів – є можливість підприємств змінювати структуру керованого капіталу, створюючи офшорні компанії. Для більшості українських підприємств вихід на світовий ринок капіталу можливий тільки через заснування офшорних компаній.

Спільні підприємства – важливий напрямок залучення інвестицій

Спільні підприємства (СП) – одна з найпрогресивніших форм міжнародного довготривалого економічного, науково-технічного та виробничого співробітництва, що спирається на об'єднання різноманітних форм капіталів і доповнює традиційні торговельно-економічні зв'язки. Формування зовнішнього капіталу і власності при створенні СП дозволяє враховувати інтереси всіх співзасновників, сприяє їх взаємодії, що є метою безперервного вдосконалення виробничої бази, впровадження нових технологій, підвищення якості продукції, її оновлення та досягнення кінцевих результатів спільної діяльності.

Важливим мотивом створення СП є використання іноземних інвестицій, у тому числі і СП – одна з форм залучення іноземних інвестицій шляхом створення СП.

Важливим мотивом використання іноземних інвестицій шляхом створення СП є одночасно і засобом виходу держави із економічної кризи, а також включення її до системи міжнародного розподілу капіталу. Іноземні інвестори зацікавлені у створенні СП. Це зумовлюється тим, що СП надає їм більший доступ до внутрішнього ринку країни, ніж за умов імпорту, який стримується обмеженнями конвертованої валюти. Доступнішими стають для іноземних інвесторів ресурси цієї країни.

За даними на кінець 2000 р. найбільша кількість спільних підприємств діяла в обробній промисловості, в тому числі 22% –

у машинобудуванні і металообробці, 12% – у деревоцелюлозно-паперовій галузях. Найпотужніші спільні підприємства за кількістю штатних працівників (373) створені у паливній галузі, де випускається найбільше продукції у розрахунку на одного працівника.

Загалом частка іноземних інвестицій у капітальні вкладення спрямовуються на розвиток вітчизняної економіки становить лише 4%. Найбільше зацікавлені іноземні інвестори в розвитку підприємств у сфері торгівлі і громадського харчування, хоча в цій галузі лише незначна їх кількість виробляє продукцію. Значний обсяг іноземних коштів вкладається у посередні підприємства, мало пов'язані з обміном технологій.

Тим часом найвигіднішим є технологічне інвестування в підприємств, які виробляють продукцію. У таблиці 6.1 наведено дані щодо прямих іноземних інвестицій у спільні підприємства, які свідчать, що частка підприємств, діяльність яких пов'язана з виробництвом продукції, не досягає і 30 відсотків загальної частки іноземних інвестицій. Найбільше іноземних інвестицій припадає на промислові підприємства. Для інших галузей народного господарства країни частка іноземних інвестицій дуже мала, особливо в таких галузях, як транспорт, здоров'я, фізкультура і соціальне забезпечення. Загалом обсяг іноземних інвестицій, що вкладаються в розвиток підприємств, не використовується безпосередньо для технологічного забезпечення виробництва [161].

З даних таблиці випливає ще один важливий для аналізу фактор новок: співвідношення іноземних інвестицій, які направляються в інші країни, – не на користь України.

Найменше іноземних коштів йде на розвиток сільськогосподарства і таких галузей економіки, як транспорт, зв'язок, інформаційне господарство, наука і наукове обслуговування. Також менше коштів йде в цих галузях (за винятком транспорту і зв'язку) виробляють продукцію підприємств виробляє продукцію, тому інвестиції у технологічне забезпечення економіки можуть стати передумовою передачі прогресивних технологій.

Кінцева мета створення спільних підприємств – досягнення прагненні одержати синергетичний ефект від взаємодії двох або більшої кількості установ, розташованих у різних країнах.

Таблиця 6.1

Прямі іноземні інвестиції у спільні підприємства
за галузями економіки

	Прямі іноземні інвестиції, % до підсумку	Прямі іноземні інвестиції на одне спільне підприємство, % до середнього рівня	Частка підприємств, що виробляють продукцію, %	Прямі іноземні інвестиції з України, % до інвестицій в Україну	Частка прямих іноземних інвестицій у загальних капіталовкладеннях, %
	100	100	28,6	1,3	4,0
	65,5	215,6	57,4	0,6	6,7
Сільське господарство	1,5	70,3	43,2	—	1,3
Промисловість і будівництво	4,1	101,8	8,0	20,9	1,5
Транспорт, зв'язок та енергетика	2,4	49,5	17,7	0,2	4,2
Інформаційське	13,3	27,6	14,4	0,0006	23,9
Державне	0,2	40,5	13,4	6,6	
Виробництво побутових предметів	1,2	40,3	50,0	—	6,5
Виробництво машин і обладнання	0,4	78,1	47,5	0,2	0,09
Виробництво металургійних виробів, фізичне	4,6	242,0	9,6	0,2	1,5
Виробництво металургійних виробів, юридичне	0,4	19,0	30,0	0,2	

можних поєднати свої зусилля і технологічні можливості для досягнення максимальної вигоди від виробництва.

На відміну від спільних підприємств, утворених внаслідок реформування економіки, ті, що були засновані за останні роки виявилися стабільнішими. Розширилася сфера їхньої діяльності: це не тільки розробка технологій та реалізація продукції, а й дослідна діяльність, надання інформаційних та маркетингових послуг, комерціалізація розробок інститутів шляхом ліцензування, співробітництво з іноземними інвесторами в матеріальній економіці, а також у науці і науковому обслуговуванні. Це позитивно впливає на науково-технічний розвиток країни, створює можливості для наближення виробництва до рівня країн світу.

Інститут електрозварювання ім. Є.О. Патона та фірма «Турбіна-Холдінг» (Нідерланди) стали базою для створення підприємства «Інтертурбіна-Патон», метою діяльності якого є вдосконалення технологій та обладнання, а також використання технологій нанесення покриттів та обробки променевої. Аналогічною за метою діяльності є і фірма «Інтертурбіна» (Норвегія), що працює в тісному взаємозв'язку з Інститутом електрозварювання ім. Є.О. Патона.

Спільні підприємства «Анні» та «МІКАСС», створені разом з німецькими об'єднаннями Інституту імпульсних процесів і технологій України, Аньшанської електронно-електричної компанії «ВМІ» (Словаччина), плідно працюють над розробкою та удосконаленням електророзрядних технологій, які належать до пріоритетного технологічного напрямку розвитку матеріального виробництва. Вони застосовують імпульсну технологію обробки предметів.

Спільне українсько-бельгійське хімічне підприємство «Сотрамо Інтернейшнл НВ» (Бельгія), здійснює технологію виробництва, виробництво і реалізацію хімічної продукції ветеринарної і суміжних видів продукції, вкрай необхідної для втілення в життя державних науково-технічних програм, спрямованих на профілактику та поліпшення здоров'я людини.

У м. Орел створено спільне підприємство «Українсько-Орелський центр «Орелагроماشінвест», головним завданням якого є

української сільськогосподарської техніки в райони зинговій основі.

«Електросила» (м. Санкт-Петербург) і НВО «Електро-Харків» (Харків) підписали угоду, відповідно до якої вони спільно працюють з модернізації генераторів потужністю в 1 тис. МВт Рівненської і Рівненської АЕС. Ця угода дасть змогу українським виробникам збільшити виробничі потужності вдвічі. Слід зауважити, що пропозиція петербурзьких партнерів дає можливість працювати безпосередньо на харківському підприємстві, що збільшує вартість проекту і створює додаткові робочі місця. Створення такої кооперації має значні перспективи в Україні і модернізації генераторів, що використовуються на підприємств в інших країнах [162].

Єврокар спільно зі Skoda Auto веде розробку проекту автомобілів Skoda в Україні. Документальна проробка проекту почалась 200 році і активізувалась знову після прийняття закону про «Закордоння», де планується будівництво заводу. На даний час завершено складання змісту основних документів на рівні керівництва

контактів керівництва СЕЗ «Закарпаття» із потужною інвестиційно-комерційною корпорацією Словенії «Інтерєвропа» перед створенням спільного підприємства по обслуговуванню вантажів у рамках трансєвропейських міжнародних транспортних шляхів, а також створення логістичного центру в СЕЗ «Закарпаття». У березні 2001 році із директором «Інтерєвропа» Міланом Курелічем у Києві досягнута домовленість про доцільність створення СП «Інтерєвропа Корпорації «Інтерєвропа», «Укрзалізниця» та СЕЗ «Закарпаття», яке б розташувалось на території нашої спеціальної зони.

Ефективність цього процесу значною мірою залежить від активності щодо підтримки та стимулювання розвитку форм міжнародного співробітництва, в тому числі й на основі діяльності підприємств. Йдеться передусім про державну підтримку і стимулювання в оподаткуванні саме тим спільним підприємствам, які використовують прогресивну технологію і виробляють продукцію, яка може бути імпортована і бути конкурентоспроможною на світовому

ринку. Потрібні також інші методи заохочення: зниження ставок земельного податку, знижені тарифи на воду та електроенергію, ставки податку з прибутку для тих підприємств, які експортують виробленої продукції, сприятливий валютний режим. Також ватиме приплив прямих інвестицій, інноваційний розвиток галузей виробництва, які зорієнтовані на технологічні інновації.

Особливої державної підтримки потребують найбільш тісно пов'язані з іноземними інвестиціями, які використовують переважно сировину та комплектуючі компоненти. При цьому державні органи всіляко сприяли технічному переобладнанню підприємства, здійсненню жорсткого технічного контролю за виробляючими виробів, що поставляються підприємствами. Потрібен постійний контроль за тим, щоб державну підтримку вали саме ті підприємства, які використовують сировину та техніку і технологію, а не намагаються досягти короткочасної і мати валютну виручку за будь-яку ціну.

6.5. Кооперація і посередництво як ефективні форми інтеграції вітчизняних підприємств

Загалом, розвиток національної економіки держави господарства в умовах поглибленої спеціалізації та розподілу праці супроводжується розширенням інтеграції учасників господарського обігу як на міждержавному, так і національному рівнях.

Інтеграція незалежних та близьких по розмірам суб'єктів реалізується у двох формах.

Перша – це стратегічні альянси між конкуруючими підприємствами, що уявляють собою об'єднання компетентних спеціалізованих спеціальних продуктів та ресурсів для розробки нових технологій та доведення розробок до продукту. Розрізняють наступні форми стратегічних альянсів: а) аддитивні альянси (об'єднання підприємств у виробництво одного або сукупності однакових продуктів, наприклад, аеробуса); б) альянси на основі часткової інтеграції (кооперація у виробництві компонентів кінцевої продукції конкуруючих виробників, – наприклад, двигун V-6 для автомобіля).

фірмами «Пежо», «Рено» і «Вольво»); в) доповнюючі зв'язки засновані на спеціалізації учасників та взаємообміні на стадіях виробництва та продажу.

Інша форма – це партнерство між неконкуруючими підприємствами, що створює собою особливі відносини з «ключовими» партнерами, зоклад, зі споживачами, що закупають продукцію на рік (наприклад 1 млн. дол.) [163].

Класифікація кооперації знаходиться в прямій залежності від економічних принципів, закладених в її основу. Інтерес становлять як міжгалузеві зв'язки світового рівня, так і їх вияви у внутрішньо-галузевих або міжгалузевому розрізах.

Важливо розглядати зв'язки на галузевому рівні або на рівні фірм. Класифікація підходи (табл. 6.2) [164, 165].

Класифікація практика коопераційної діяльності на будь-якому рівні залежить від об'єкт співробітництва або ту область діяльності, в якій

Таблиця 6.2

Класифікація міжнародної кооперації у відповідності з її основними принципами

	Характер кооперації
	Економічна кооперація, промислове співробітництво, виробнича кооперація, науково-технічна кооперація, кооперація в області проектування і будівництва промислових об'єктів, кооперація в сфері збуту та ін.
	Промислова, виробнича, комерційна
	Виконання спільних програм, договірні спеціалізація, створення спільних підприємств
	Внутрішньо- і міжфірмова, внутрішньо- і міжгалузєва, горизонтальна, вертикальна і змішана
	Між двома чи кількома країнами, в межах регіону, міжрегіональна, світова
	Дво- і багатостороння
	Одно- і багатопредметна

воно здійснюється, метод співробітництва, тобто організаційні засоби, а також нормативний апарат, за допомогою якого здійснюється виконання кооперантами спільно поставлених цілей.

Основними методами, які використовуються при організації коопераційних зв'язків, є: здійснення спільних програм, створення договірному підряді, створення спільних підприємств.

В рамках першого методу – здійснення спільних програм – діяльність виявляється в двох основних формах: підрядному виробництві та спільному виробництві.

Підрядне кооперування – найдавніший вид виробничого коопераційних зв'язків в промисловості, який базується на організації фірмою-виробником кінцевої продукції і фірмами, що поставляють комплектуючі. При цьому одна із сторін угоди (замовник) замовляє другій (виконавцю) виконання визначеної роботи у визначений термін раніше обумовленими вимогами і термінами, об'ємом виконання та іншим. Підрядне виробниче кооперування має декілька різних видів: «класичний» підряд з виготовлення продукції, проектування і випуску нового продукту [166].

Другий метод виробничого кооперування – договірне виробництво полягає у розмежуванні виробничих програм учасників. У угодах з угодами про спеціалізацію майбутні партнери намагаються зменшити конкуренцію між собою на ринку. Найважливішою ознакою такого роду угодам про спеціалізацію коопераційного виробництва наявність в них положень про тісне співробітництво учасників спільного виробництва складної продукції, «постачальницько-виробничий» і «посередницько-торговельний» менталітет виходу з традиційної парадигми підприємства. З огляду на це, щоб побороти відсталість вітчизняного виробництва, його системну несумісність зі світовим виробництвом, йти до нової моделі взаємодії національного господарства.

Область застосування коопераційного договору в рамках виробничого співробітництва може охоплювати різні види господарської діяльності: виробничу, науково-технічну, збутову, а також управлінську.

В останній час якісно змінилися зв'язки суб'єктів господарства. Відбулось значне підвищення вимог до субпідрядних фірм. Підприємствам різних критеріїв оцінки, серед яких 100% гарантія виконання

«точно в термін». Кращі постачальники користуються певними особливими пільгами: їх продукція, звичайно, не проходить «жорсткий» контроль якості, вони отримують найбільш вигідні умови, а також інформацію про майбутні зміни у виробництві. Зв'язок між постачальниками до субпостачальників поєднуються з ростом взаємодії між ними, до кооперації, допомозі в отриманні і засвоєнні нової інформації, обмін інформацією про поточні зміни в технології, організації управління, з питань якості і дизайну компонентів при обговоренні таких, раніше узгоджених, традиційних умов і способи доставки. З ускладненням виробничих процесів субконтрактні відносини приймають довготерміновий характер, зростає відповідність різних форм кооперації, зростає кількість виробництв, підприємств, консорціумів. У рамках консорціуму, особливо при здійсненні складних виробничих завдань, використовуються різні форми кооперації.

У межах консорціуму може служити змішане товариство, а також беруть участь в реалізації проекту як постачальники. Крім того, існують також національні і міжнародні спілки типу бірж для обміну субконтрактами у певних областях [167].

У деяких окремих договорів, безліч правових форм виявляють різноманітність відносин і відображають гнучкість системи кооперації, пристосовуватися до інтересів практики коопераційних відносин, забезпечення взаємної вигоди для партнерів. Найбільш явно виражається при здійсненні зовнішньоекономічних зв'язків.

Аналіз зовнішньої торгівлі свідчить, що близько половини всієї торгової обороти торговельних операцій на світовому ринку належить посередникам і стільки ж – торговельно-посередницьким підприємствам, які в правовому відношенні незалежні від фірм-партнерів. Вони здійснюють операції купівлі-продажу товарів на основі інформації з метою отримання прибутку. При цьому частково розвивається між крупними торговельними і промисловими підприємствами. Останні, намагаючись посилити позиції на світовому ринку, створюють власну збутову мережу, а подібні до них торговельно-посередницькі зв'язують або привласнюють підприємства обробної промисловості [168].

Цікаво, що важлива роль торговельно-посередницької сучасній міжнародній торгівлі зумовлена економічно. Справа в тому, що більшість з них виконує певні функції, зокрема, не лише створює матеріально-технічну базу для реалізації товарів (склади, експедиційні зали, торгову мережу, ремонтні майстерні, обладнання), але й здійснює практично збутову діяльність: рекламу товарів, фінансування, страхування, доставку та обслуговування. В протилежному випадку, це доводилося б робити фірмам-продуцентам, витрачаючи при цьому значні кошти.

Посередники, крім того, монополізують торгівлю певними товарами, що штучно звужує можливості розвитку прямих операцій поміж продуцентами і споживачами. Один з класичних прикладів, що є свідченням вище сказаного: три торговельні компанії штаб-квартирою в Лондоні збувають 75% світового виробництва алмазів, чотири – закупають для продажу 70% світового виробництва какао-бобів, шість – контролюють 90% експорту чайних листя і 15 компаній закупають і збувають 90% бавовняних тканин.

Нарешті, посередники – не пасивна ланка між продуцентом і споживачем на світовому ринку; вони, як правило, використовують свої можливості для вивчення ринку в порівнянні з продуцентами. Вони займаються пошуками нових торгових партнерів і фірм з метою встановлення економічних зв'язків. Диверсифікація видів діяльності торговельних компаній (особливо поширення їх функцій в якості постачальників послуг) сприяє не лише збільшенню їх прибутків, але й зміцненню положення на ринку, підвладному різким коливанням валютних курсів.

До послуг посередників порівняно часто звертаються не лише великі та середні, але й потужні промислові компанії, зокрема, коли вони шукають про збут неосновних видів їх продукції чи про проникнення на нові ринки, монополізовані посередниками. Посередники, в свою чергу, являють собою не лише малі та середні фірми, але й входять до складу величезних компаній.

З огляду на намагання українських товаровиробників включитися у світогосподарські зв'язки, проаналізуємо деякі економічно визначимо доцільні механізми, що сприяють цьому процесу.

ланкою сучасної організації міжнародних торгових збутових каналів постачальників товарів і перш за все використовують фінансовими ресурсами, технологією, виробничими засобами, транспортними засобами, розповсюджувальною та інформаційною мережею та займають домінуюче становище на міжнародному ринку. Через ці канали реалізується близько 4/5 експорту. Ці канали є частиною збутової мережі в міжнародній торгівлі постійно розвиваються.

Інтермедіарні суб'єкти, які здійснюють свою діяльність на національних та міжнародних ринках, широко використовують послуги пошуку, інформаційні та юридичні послуги. Їх роль полягає у здійсненні операцій, які економічно, а в юридичному відношенні також і юридичне пов'язують учасників цивільного обороту. Інтермедіарні операції сприяють комерційній реалізації товарів і послуг, по-перше, між підприємцями-продуцентами та оптовими підприємцями, по-друге, між згадуваними підприємцями та індивідуальними кінцевими споживачами товарів і / або послуг.

У міжнародному обороті мова йде про зв'язок між різнонаціональними суб'єктами.

У країнах посередницькі функції виконують індивідуальні підприємці, фізичні або юридичні особи, що діють у формі професійних господарських посередників, використовуючи свої знання та досвід. Їх різні найменування – торговельний дім, експортні фірми, комісійні фірми, агентські фірми, брокерські фірми і т. ін. Їх основним видом операцій, які вони здійснюють,

якщо вони юридичне виступають або як представники підприємств, або як незалежні суб'єктами обігу, з якими вони укладають угоду (якщо це представництво виробників або торгівців), або в якості посередників з підприємцями на закупівлю в них товарів з метою їх комерційної реалізації своїй клієнтурі (договори про розміщення замовлення виробників або оптових роздрібних торгівців).

Ці операції регулюються нормами торговельного і громадського права. У країнах дії романо-німецької системи права існує торговельне законодавство. Так, у Франції – ст. 94-95 і 574-575 Торгового кодексу, ст. 1984-2010 Громадського кодексу, а також Декрет про торговельних агентів від 23 грудня 1958 р., змінений Декретом від 1961 р. в ФРН – 84-85 Німецького громадянського уложення

і 652-656 та 662-676 Німецького громадянського укладу в країнах англо-американської системи відповідні норми встановлені судовою практикою [171-174].

Відповідні норми іноземного права, згідно з умовами контракту, правил міжнародного цивільного права, розповсюджені на експортно-імпорتنі операції українських господарських суб'єктів.

Зазначимо, що відносини посередників з підприємствами регулюються наступними видами цивільних договорів:

У країнах дії романо-німецької системи права (Франція, Японія, Італія, Бельгія, Нідерланди, Швеція, скандинавські та американські країни) – договором-дорученням і договором-агентством.

У країнах дії англо-американської системи права (Велика Британія, США, країни Британської співдружності націй, зокрема Канада, Пакистан, Австрія) – агентським договором.

У світовому співтоваристві все чіткіше спостерігається тенденція до міжнародної уніфікації норм національних систем права. На це скерована Директива Ради ЄС від 18 грудня 1988 року, що координує законодавства країн-членів, що регулюють діяльність незалежних комерційних агентів [175].

Ще раніше, у лютому 1983 р., у Женеві була підписана Конвенція про представництво при міжнародній купівлі-продажу товарів, розробці якої приймав участь колишній Радянський Союз. Конвенція діє у частині країн ЄС. З огляду на намагання України стати повноцінним членом цього співтовариства, необхідно буде привести національне законодавство щодо посередництва до відповідності з міжнародними вимогами.

Крім цього, у договірній практиці широко застосовуються угоди окремими фірмами, а також міжнародними урядовими підприємствами та організаціями проформи агентських угод (договори). Зокрема, організація з координації європейської металообробної промисловості (ОРГАЛІМ), яка об'єднує виробників галузі 14 європейських країн, розробила і прийняла в листопаді 1972 р. Типовий договір про представництво у відносинах з іноземною компанією. Цей договір, укладений Міжнародною торговельною палатою складено по суті з урахуванням таких угод [176]. Не маючи нормативного характеру, ці угоди використовуються як засіб підготовки текстів угод.

або договори про представництво – договір-доручення, агентський договір – узагальнено називаються в різних країнах і окремих міжнародно-правових актах агентськими договорами. Самі ж посередники при цьому виступають або торговельні агенти. Торговельний агент, що є господарюючим об'єктом, працює в усіх випадках за інтересах суб'єкта (підприємця), якого він представляє і не несе ризику, пов'язаного з реалізацією укладеної ним» з угоди. Але в одних випадках він виступає у зовнішніх від імені того, кого представляє, а в інших – від свого імені.

У різних системах права представники або повірені в сфері зовнішнього обороту називаються по-різному: торговельні або агенти – у Франції, Італії, Нідерландах і деяких інших країнах або торговельними представниками – в ФРН, Японії, Бельгії і інших країнах.

У сфері діяльності, в першу чергу, стають угоди з купівлі-продажу нерухомості, цінних паперів і т. ін. Крім цього, вони беруть участь у транспортно-експедиторських операціях (транспортний агент), управління суден (морський агент), страхування вантажів (страховий агент), операції з об'єктами інтелектуальної власності (патентний агент), рекламні заходи (рекламний агент), технічне обслуговування машин і обладнання (агент із сервісу) тощо [177].

Торговельний агент, що сам є самостійним підприємцем, зареєстрованим у реєстрі, не входить до складу персоналу довірювача. Він сам визначає напрямки своєї діяльності, має право без дозволу підприємця використовувати субагентів і одночасно представляти інших підприємців (в окремих країнах – не конкуруючі підприємстві).

Згідно з відповідністю із законом і на підставі агентського договору на нього накладається певний обов'язок – пошук на ринку клієнтів і укладання з ними угод, беручи з отриманих повноважень. Працюючи в інтересах підприємця, агент зобов'язаний нести підвищену відповідальність щодо виконання свого обов'язку і доповідати про передбачену або укладену угоду. Відповідальність з умовами договору інколи передбачається здійсненням операцій зі свого складу, організація післяпродажного

сервісу, інформування підприємцями щодо стану ринку, попиту, рівень цін, конкурентів і т. ін.

Ці комерційні, технічні та інформаційні послуги називаються послугами торговельного агента статусу своєрідного відділення служби підприємця. Агентська винагорода визначається у відсоток від ціни угоди або чистого прибутку, а при відсутності вказівок у контракті – законом і / або торговельним звичаєм. Агент також може включати звичайні витрати для здійснення діяльності.

Посередницькі операції, що мають для обох сторін торговельно-сервісний характер, реалізуються з використанням комісійного агента. Представник (комісіонер) укладає цивільні угоди з третьою особою в інтересах довірювача (комітента), але від свого власного імені. Представник надає представництву непрямого характеру. Комісійні операції найбільшого поширення при купівлі-продажу товарів і послуг, а також при здійсненні транспортних операцій.

До обов'язків комісіонера належить укладання угоди з третьою особою у чіткій відповідності із комісійним дорученням, наданим комітентом про укладання угоди, систематичний звіт про виконання доручення і, нарешті, передача комітенту всього отриманого грошима з третьою особою. Договори можуть передбачати й інші зобов'язання, зокрема, рекламні заходи або консультативну та технічну допомогу покупцям при експлуатації проданої продукції.

Комісійне доручення визначає предмет угоди і її умови, максимальну ціну, якість товару, та іноді і контрагента. Комісіонер має право на винагороду, компенсацію його витрат на транспортні витрати, зберігання, страхування, а також закладне право на товари для забезпечення винагороди, яка йому належить.

До агентів із спеціальними повноваженнями належать торговельно-сервісний комісійного агента або консигнаційного агента, агенти довіри (комісіонер, що відповідає лише за платіж «з поручення»), а також деяких інших, зокрема, агента з продажу нерухомості.

В усіх розвинутих країнах особливим видом операцій є посередницькі відносини, у яких посередник лише сприяє двом учасникам у встановленні відносин при укладанні угоди, але не підписує її, тобто не є стороною в підготовленої їм угоди. Посередники з такими обмеженими повноваженнями, що діють, як правило, за окремими дорученнями.

...у праві – маклери, англо-американському – брокери, а у ... – куртьє [178].

... форми посередництва не завжди набувають юридичної ...

... ринкової конкуренції і зростаюча складність реалізації ... або послуг, пошук найбільш ефективних форм і методів ... за ринку, зокрема створення виробниками і торговцями ... системи збуту виробів, – усе це призвело до використання ... відмінних від «класичних» договірних форм.

... згідно з законом, «неназваними контрагентами» стала ... група, що отримала в літературі назву «договір про ...». Посередники (як ланцюги «товаросупроводжуючої ...») визначаються тут «дистрибуторами».

... домовленостей становлять умови про придбання ... розповсюдженцем у власність товарів у підприємця з метою їх ... реалізації своїй клієнтурі. Розповсюдженець, який формально ... представником, пов'язує економічно своїми операціями ... або оптового торговця з ринком, виконуючи з господарської ... посередницькі функції. Набуті за правилами купівлі-продажу ... розповсюдженець реалізує від себе особисто на ринку, діючи при ... рахунок і на свій «страх і ризик», тобто приймаючи на ... ризики з просування товару. Юридичні і економічні ... перепродажу повністю лягають на посередника, а його ... визначається ціною купівлі і перепродажною ціною продукції.

... за межі звичайної купівлі-продажу, угода закріплює ... прав і обов'язків сторін, що і надає їй, на думку ... дослідників, характер договору особливого роду [179; 180].

... становлять елементи договору купівлі-продажу, договору ... або агентського договору, а також умови регулювання ...

... укладання угод про комерційну концесію набула універ ... характеру з огляду на її господарсько-економічні переваги – ... контрагентами налагодженого і стійкого механізму ... реалізації товарів. Про наміри контрагентів надати їй ... постійного характеру свідчать довготривалі терміни дії ... правило, 10-15 років).

Обов'язковим елементом договору про надання виняткового продажу є «умови про винятковість». Продавець надає виняткове право перепродажу товарів, що постачаються, на території або визначеній клієнтурі, тобто виняткову монополію, своєю чергою відмовляючись від реалізації власних силами або через інших осіб.

У договорі визначається мінімальна квота виробництва, яку джувач повинен періодично закуповувати у постачальника. Крім того, обумовлюються розміри перепродажних цін. Сторони також зобов'язані на себе зобов'язання щодо сприяння реалізації шляху джувача повсюджувач, як правило, повинен надавати інформацію про характеру, забезпечувати клієнтурі сервісні послуги, організувати рекламу. Постачальник зобов'язаний допомагати джувачу в обладнанні його торговельних приміщень, забезпечувати джувача і демонстраційними матеріалами, навчанні персоналу.

Суттєвим для відношень сторін є закріплення за продавцем права на фінансовий та комерційний контроль за діяльністю джувача.

З 70-х років у США та інших ринкових країнах уживається практика ввійшов договір про франчайз.

У цьому випадку мова йде про продаж товарів та послуг «привілейованому покупцеві» для наступної його реалізації на монопольних засадах у межах визначеної території.

Специфіка договору про франчайз полягає у тому, що продавець організаціїно-господарській допомозі контрагенту з виробництва і/або послуг, яка лягає на продуцента або оптового продавця. Крім того, зобов'язується надати покупцеві комерційну інформацію про реалізації товарів і/або послуг і надавати йому допомогу в веденні торговельної справи.

Важливим є також надання продавцем ліцензії на використання свого товарного знаку, фірмового найменування, аббревіатури, фірмового стилю, символів тощо. Незмінним залишається для продавця за собою права контролю за діяльністю контрагента.

Укладання оптовими продавцями договорів про франчайз з іншими торгівцями призводить до створення розгалуженої торгової мережі. Так, у Франції наприкінці 80-х років на цей час

200 «об'єднань», що охоплювали 30 тис. фірм, на які припадає 9% всього обороту роздрібною торгівлі [181].

Важкого розповсюдження з початку 60-х років на ринку США та інших країн із ринковою економікою одержали спеціалізовані організації, що надають послуги в області розрахункових та інших комерційних операцій – фірми з факторингу.

Угода з угодою про факторинг, що має «рамковий» характер, визначається загальна сума операцій і / або термін їх проведення, в якій фірма-фактор зобов'язується приймати конкретні доручення постачальника на отримання від покупців платежів проти товаросупроводжувальної документації.

Відомчої точки зору здійснюється «купівля» документів фактором із негайною їх оплатою постачальнику товарів і / або послуг. Юридичне ця операція оформляється як «переуступлення» права до покупця (суброгація). Фірма-фактор має право прийняти доручення після попереднього аналізу фінансової потенційного клієнта. Винагорода визначається загальною вартістю послуги (2-3% від вартості угоди) і вартістю товарів постачальника до терміну оплати рахунку клієнтом (від 30 до 90 днів).

Для постачальника полягає у негайному і гарантованому отриманні грошів, що перетворює продаж на термін у продаж за готівкою, звільнення від усіх комерційних ризиків. Існують й інші види факторингу, оскільки фірми-фактори, що добре знають умови ринку і клієнтів, одночасно надають й інші послуги (зокрема, надання консультацій про ступінь ризику і стан можливих клієнтів, здійснення транспортних операцій, ведення судових справ та ін.). Фірма факторингу комерційним радником продуцента.

Важко сказати, що вартість послуг з факторингу перевищила у багатьох країнах багато сотень млн. дол. США, а самі відносини регулюються Конвенцією про міжнародне посередництво (факторинг), прийнятою в травні 1988 р. у Оттаві [171, с. 43].

Спеціалізовані види посередницьких операцій та їх виконавці надають свої послуги з метою досягнення своєї мети – збуту товарів продуцентів. Організація і проведення цього процесу постійно зазнає змін і вдосконалення.

Важко сказати, що вказати наступні зміни, що відбулися в організації факторингу збуту на світовому ринку за останні 10-15 років.

По-перше, поширюються внутрішньофірмові зв'язки з великими та виробничими підприємствами ТНК, та з окремими підприємствами в різних країнах все частіше формуються стратегічні зв'язки. Цей процес відображає намагання ТНК створити систему міжфірмових інтернаціональних господарських відношень і за допомогою цієї системи збільшити загальний товарообіг, щоб мати максимальні переваги в процесі глибокого поглиблення міжнародного розподілу праці й організувати в одних руках усі етапи виробництва і збуту продукції, а також виступати за кордоном для отримання можливості через неконтрактні зв'язки маніпуляції при закупівлі сировини, постачання напівфабрикатів, продукції, калькуляції виробничих витрат і цін, із виплатою податків, збереженням приховуванням доходів на різних ділянках єдиного ланцюга виробництва, отримати найбільший монопольний прибуток.

По-друге, розвивається міжфірмове кооперування в процесі виробництва й збуту, яке породжує відносно стабільні зовнішні потоки промислових товарів на основі взаємодоповнювальних зв'язків між підприємствами, в тому числі конкурентними. Така кооперація дозволить їм спільно вирішувати ряд взаємопов'язаних дуальних завдань, зокрема: підвищити капіталовкладення в транспортні і торгові витрати, добиватись оптимальності в процесі і реалізації продукції, покращення її якості і обслуговування. Підсумку – бути більш конкурентоспроможними.

По-третє, використовуються різні порівняно нові форми збуту, які допомагають просуванню промислових товарів на світовий ринок в крупних масштабах. Ці форми й методи збуту застосовуються компаніями при внутрішньокорпоративних поставках, кооперативних поставках і в традиційній експортній торгівлі.

Дрібні і середні фірми, які пристосувались до господарства на світовому ринку, вдаються до своїх методів конкуренції, зокрема в тому числі в галузі організації збуту. Ці компанії зосереджують увагу на ринку спільно, проникають в такі сфери міжфірмової конкуренції, які не представляють інтересу для крупних компаній, зокрема в основному на масового споживача, і, нарешті, стають спеціалістами в галузі чальниками та спеціалізуються на виготовленні окремих деталей і комплектів великих експортних контрактів провідних поставщиків.

ІНТЕГРАЦІЙНІ ФОРМИ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Внаслідок підсилюється економічна залежність таких фірм від інших, їх юридична самостійність зберігається лише формально.

Аналізовані в цьому параграфі суб'єкти, що діють в умовах глобального ринку, вимагають наявності адекватних існуючій на цьому ринку конкуренції методів і способів діяльності, відповідних організаційних форм та управлінських заходів.

ВИСНОВКИ

Світова практика дотримується точки зору, що найважливішою міжнародним (мультинаціональним) є підприємство, яке здійснює діяльність принаймні в двох країнах, тобто має два країни походження, воно володіє самостійно чи з іншими підприємствами виробничими чи торговельними підрозділами.

Зовнішньоекономічна інтеграція як економічний процес обговорюється в науковій літературі перш за все з позицій макроекономічного огляду найважливіших теорій, пов'язаних з різними формами інтеграції і розширення зовнішньоекономічної діяльності, виходить з необхідності єдиної теорії, яка б достатньою мірою її висвітлювала. Виявляються значні відмінності в явищах, які спричинюють зовнішньоекономічну інтеграцію підприємства і які визначають її напрями. Формування наслідки, створення такої теорії взагалі є сумнівним.

Найбільш повним можна вважати теоретичний підхід до зовнішньоекономічного відображення в еkleктичній теорії Даннінга. В ній розглядаються не тільки прямі іноземні інвестиції, але посередні інвестиції. Ця теорія використана також до інтерпретації інших форм зовнішньоекономічної діяльності.

Під мотивами розширення і активізації зовнішньоекономічної діяльності слід розуміти причини, які спонукають підприємство розпочати виробничо-господарську діяльність за межами власної країни. Існує багато мотивів розширення і активізації зовнішньоекономічної діяльності підприємства, найчастіше виділяють чотири групи: маркетингові, витратні, постачальницькі, політичні.

Як будь-яка сфера господарської діяльності підприємства, зовнішньоекономічна діяльність повинна управлятись. Що стосується методів оцінки її рівня. Економічна наука і господарська практика рекомендують безліч методів окремих напрямків зовнішньоекономічної діяльності, які дають змогу встановити тенденції її розвитку.

оцінку між підприємствами, розробляти стратегію на нові ринки за межами країни походження. Разом з тим на цьому часу не існує інтегрального показника, який характеризував би рівень інтернаціоналізації підприємства.

Активізація зовнішньоекономічної діяльності підприємства проводять його реструктуризацію, яка має на меті збільшення конкурентоспроможності підприємства і його продукції; забезпечення покращення фінансово-економічних результатів, зокрема, отримання прибутків, які б дозволяли здійснювати розвиток підприємства; збільшення ринкової вартості підприємства, що забезпечує привабливість кола потенційних інвесторів, зацікавлених участю в подальшому розвитку.

Включають коригуючу (“оздоровлюючу”) і реструктуризацію, спрямовану на розвиток. На відміну від коригуючої реструктуризації, яка має характер одноразових дій, реструктуризація, спрямована на розвиток, базується на стратегічних рішеннях і охоплює період від 2 до 5 років. Серед характерних рис реструктуризації, спрямованої на розвиток, можна виділити наступні:

- масштабне здійснення структурних і якісних змін;
- збільшення значних інвестицій у сферах технології, виробництва і маркетингу;
- здійснюваних заходів на рівні, вищому від середнього.

Критерії суті реструктуризації підприємств висвітлюють різні аспекти цього процесу. Необхідним доповненням, яке дає більш повний фактичний вимір реструктуризації, є взаємозв'язок між внутрішніми процесів з іншими, близькими за своїм характером процесами, що обумовлюють зміни на підприємстві. Серед численних концептуальних підходів і механізмів управління змінами можна виділити ті, які, пропонуючи оригінальні вирішення, водночас враховують передумови, власну інтерпретацію імперативу вдосконалення організації. Найбільш яскравими серед них є три концепції: комплексне управління якістю і бенчмаркетинг.

Висока конкуренція висуває потребу так перебудувати підприємства, щоб воно могло, з одного боку, знайти нові ринки на ринку товарів і послуг, з другого, – забезпечити

ефективність використання виробничих ресурсів на рівні, який середньому досягнутий конкурентами. Перша зумовлена тим, що на ринку постійно відбуваються кон'юнктурні зміни, які характеризуються постійною пропозицією, цінами. Друга – тим, що, крім ринку товарів та послуг, існує ще ряд ринків, зокрема, ринків фінансових виробництва – капіталів, праці та ін.

Практика інтернаціоналізації вітчизняних підприємств свідчить про те, що організаційні зміни, які зумовила, носили досить революційний характер, значно відмінний від трансформацій, які повільно відбувались в процесі реалізації сучасних стратегій розвитку. Головною метою змін було спрощення організаційних структур, збільшення більшої еластичності і відкритості для ринку.

Процеси активізації і розширення зовнішньоекономічної діяльності не можуть розглядатись абстрактно, без взаємозв'язку з внутрішньою стратегічною виробничо-господарською діяльністю підприємства. Тому цілком логічним є те, що управління ними безпосередньо пов'язане з управлінням підприємством в цілому, оскільки є його складовою частиною. Ефективність управління підприємством в цілому проявляється в усім у вмінні швидко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі, використовувати внутрішні його можливості з цими змінами. Це стосується цілей, методів і важелів управління, визначених в процесі інтернаціоналізації для підприємства в контексті цільових стратегій і оперативних заходів, що складають основу процесу адаптації підприємства до динамічно змінюваного оточення. Для цього необхідно:

- визначити економічну суть і характер зв'язків в системі "інтернаціоналізація – процес управління (особливо стратегічне управління) підприємством";
- сформулювати основні взаємозв'язки в системі "функції управління – засоби і процедури інтернаціоналізації підприємства";
- визначити основні проблеми, пов'язані з позитивним впливом управління на процес інтернаціоналізації підприємства, зокрема, проблеми управління кадрів в процесі використання процесів інтернаціоналізації в рамках управління підприємством.

Підприємства, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, повинні приймати рішення щодо стратегії інтернаціоналізації, яка належить:

визначення стратегічної орієнтації підприємства, яка визначає орієнтацію діяльності підприємства на зовнішній ринок (глобалізація) або ж її адаптацію до виходу на окремих іноземних ринків;

вибір стратегії розвитку міжнародної позиції підприємства. У даному випадку йдеться про вибір між стратегією вступу, консолідації, формування ринкової позиції і виходу з ринку);

формування стратегії виходу на ринок, яке означає вибір форми виходу на ринок і розвитку діяльності з іноземним партнером і постійним проведенням діяльності;

визначення стратегії конкуренції, виду конкурентної переваги, якою володіє підприємство, а також поведінки підприємства при використанні цих переваг і їх охороні;

формування функціональних стратегій, тобто адаптація функцій підприємства до умов міжнародної діяльності;

визначення стратегії “управління” політичним оточенням, яке полягає у намаганнях знизити ступінь ризику, що може виникнути внаслідок втручання владних структур як у власній країні, так і за кордоном шляхом, переговорів і розробки альтернативних варіантів поведінки;

створення стратегії координації, яка охоплює формування координаційних структур, інформаційних мереж, управління і контроль міжнародних підприємств, в тому числі поділ повноважень між головним підприємством і субпідприємствами.

визначення стратегії від позиції, яку займають окремі види продукції, підприємство може здійснювати вибір між чотирма основними видами поведінки:

стратегія зростання (експансії), яка придатна для продукції і ринків країн з прогнозованою високою чи середньою привабливістю ринку; метою стратегії є досягнення лідируючих позицій підприємства на ринку;

стратегія консолідації, що характерна передусім для тих видів продукції і тих ринків, де підприємство вже досягло позицій лідерства шляхом використання цієї стратегії можна цю позицію зміцнити, що в результаті повинно забезпечити додатковий

приплив доходів на дофінансування стратегії зростання стратегії ринкової позиції;

- стратегія створення ринкової позиції придатна для підприємств з слабкою конкурентною позицією, які виходять на ринки відносно новими видами продукції або які розпочинають діяльність на нових ринках з високою і серйозною привабливістю; вона зорієнтована на покращення позиції на ринку;
- стратегія виходу з ринку, що стосується тих видів підприємств і ринків, які приносять постійні чи періодичні втрати.

Вибір форм зовнішньоекономічної діяльності підприємств залежить від трьох основних факторів:

- цілей підприємства чи його політики;
- доступу до ринків та їх привабливості;
- конкурентної позиції, якої можна реально досягти.

Кожна з форм зовнішньоекономічної діяльності має свої особливості, що має дає можливість їх вибору в залежності від конкретних умов господарювання. Найбільш поширеними формами зовнішньоекономічної діяльності підприємств є прямий і посередній експорт.

Не дивлячись на велику різноманітність форм збуту продукції, основна її маса реалізується до декілької основних каналів збуту: продаж продукції споживачу; продаж через власні гуртовецькі підприємства; продаж через незалежні оптові підприємства; використання власної роздрібно-оптової мережі; продаж через незалежні магазини і роздрібно-оптові підприємства. Разом з тим в умовах гострої конкурентної боротьби на ринку збуту промислові підприємства не можуть довіряти збуту продукції посередникам і намагаються займатися ним самостійно, що сприяє прямому впливу на ринок і дає можливість збільшити прибутки за рахунок присвоєння частини торгового прибутку.

Вирішення більшості проблем прискорення зовнішньоекономічної діяльності підприємств вимагає активізації інвестиційної діяльності, зумовлено багатьма причинами, головними серед яких є брак коштів, невідповідність основних виробничих фондів та недосконалість технологій виробництва продукції, низький рівень ефективності використання ресурсів і екологічної безпеки виробництва. Необхідність структурних реформувань виробництва та створення нових робочих місць.

Важливим рахунком інтенсифікація інвестиційної діяльності забезпечить створення об'єктивних соціально-економічних передумов динамічного розвитку економіки України. Її до світової спільноти за рахунок: кількісного та якісного зростання виробництва, створення нових сучасних підприємств і збільшення за рахунок цього зайнятості і доходів населення, підвищення конкурентоспроможності виробництва, реструктуризації і диверсифікації виробництва.

Важливим чинником впливу держави на активізацію інвестиційної діяльності промислових підприємств є формування стабільної інфраструктури. Її складають ринок товарів і послуг, система законодавства, фондовий ринок, кредитна і банківська система, адміністративна господарська та контрольно-регулююча діяльність держави, науково-технічні, комунікаційні, енергетичні та комунальні інституції. З метою інтенсифікації інвестиційних процесів розвиток ринкової структури важливий передусім як становлення тих елементів інфраструктури, без яких суб'єктів інвестиційної діяльності, без яких інформаційні, матеріально-технічні потоки не змогли б існувати. Інфраструктура інвестиційного ринку може бути представлена наступними елементами: інституційні інвестори, посередники, в забезпеченні інформаційних ресурсів, посередники в інформаційно-правовому середовищі інвестиційних процесів.

Управління інвестиційною діяльністю на підприємстві здійснюється за трьома основними напрямками: загальне управління інвестиційними процесами на підприємстві, управління окремими напрямками інвестування, управління окремими підприємствами.

Для стимулювання соціально-економічного розвитку, більш ефективного використання специфічних локальних умов вибираються регіони, для яких застосовуються особливі методи і механізми економічної діяльності. Найбільш поширеними вважаються наступні типи особливих регіональних форм: вільні економічні зони, підприємництва, технологічні зони (технополіси).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Dornberg E.A. Die Internationalisierung mittelständischer Unternehmen – Auswirkungen auf Organisation und Führungsstil, Göttingen, Vardenhoeck, Ruprecht 1982.
2. Berekoven L. Internationales Marketing. Neue Wirtschaft – Berlin 1985.
3. Haudwörterbuch der Betriebswirtschaft (Red. E. Grochl, W. Wimmer) Stuttgart 1975.
4. Messner H.G. Aussenhandelsmarketing, Verlag C.E. Poeschl Stuttgart 1981.
5. Cateora P.R., Hess J.M. International Marketing. Irwin, Homewood IU. 1975.
6. Bormann W.A. Managementprobleme Internationale Unternehmensbetriebswirtschaftlicher Verlag Gabler. Wiesbaden 1970.
7. Dittmar W.G., Mezer C.W., Hoyer W. Die internationale Expansion planen und durchführen, Verlag moderne Industrie. München 1979.
8. Brooke M., Remmers H. The Strategy of Multinational Enterprises. Macmillan, London 1976.
9. Deitmers I. Auslandsinvestitionen und inländische Beschäftigung. Lang, Frankfurt, Bern 1982.
10. Eilenberger G. Finanzierungsentscheidungen multinationaler Unternehmen, Würzburg, Wien 1980.
11. Fayerweather I. International Business Management. A Conceptual Framework. Mc Graw-Hill, New York 1969.
12. Vernon R. Sovereignty at Bay. New York, London 1971.
13. Frohlich F.W., Multinationale Unternehmen. Entstehung, Organisation und management, Nomos Verlagsgesellschaft. Baden-Baden 1980.
14. Vaupel I.W., Curhan I.P. The World's Multinational Enterprises. 1974.

- Festschrift zum Geburtstag von Hasenack, Berlin, Heme 1966.
- Internationalisierung der Unternehmensführung als Problem der Betriebswirtschaftslehre. Ed. W.Luck, V.Trommsdorff, B.Kumar. Erich Schmidt Verlag. Berlin 1982.
- Handwörterbuch der Absatzwirtschaft. Ed. B.Tietz, Stuttgart 1974.
- Johnson R.D. International Management. New York 1967.
- Kaicher D.B., New the Transnational Enterprise, «Harvard Business Review» 1964, vol.42.
- Perlmutter H.V. Toward Research and Development of Nations, Unions and Firms as Worldwide Institutions, «International Studies of Management and Organization» 1972, vol.1, №4.
- Simon D.A., Perlmutter H.V. Multinational Organization Development, Reading, Mass. 1979.
- Strategia globalna. Swiatowa przewaga konkurencyjna, PWE, Warszawa 1996.
- James W. Zur Theorie der Direktinvestitionen im Ausland. Dunker und Humblot. Berlin 1984.
- Wolff F. Zur Theorie der Internationalen Kapitalbewegungen. J.C.B. Mohr (Paul Siebeck), Tübingen 1968.
- Yip K. Direct Foreign Investment. New York, London 1979.
- Yip S. The International Operations of National Firms. A Study of Direct Investment, Cambridge 1976.
- Zuckerbocker F.T. Oligopolistic Reactions and the Multinational Enterprise, Boston, Mass. 1973.
- Zucker E.B. Oligopolistic Reactions and Canadian Direct Investment in the United States, JIBS, Fall 1976.
- Economic Analysis and the Multinational Enterprise. Ed. I.H. Dunning, London 1974.
- The International Corporation. Ed. Ch.P. Kindleberger, Cambridge, Mass., London 1970.
- Handbuch der internationalen Betriebswirtschaftslehre, Ed. S.G. Wöhe. Oldenburg Verlag, Oldenburg 1992.
- Wöhe H. Bestimmungsgründe industriellen Direktinvestitionen, Edition Sigma, Berlin 1985.
- Wöhe G. Erfahrungen deutscher Auslandsinvestoren in ausgewählten Industrieländern, Göttingen 1980.

34. Tesch P., Die Bestimmungsgründe des Internationalen Handels und der Direktinvestitionen, Berlin 1980.
35. Posner H.V., Technical Change and International Trade, «Oxford Economic Papers», 1961, vol. 13.
36. Vernon R., International Investment and international Trade in the Product Cycle, «The Quarterly Journal of Economics» 1966, No 80.
37. Transnational Corporations and World Order, ed. Of C. MacLagan, International Political Economy, San Francisco 1979.
38. Coase R., The Nature of the firm, «Economica» 1937, No 5.
39. Buckley P.J. Casson M., The Future of the Multinational Enterprise, Maximilian, London, 1976.
40. Klinge J.H., Entwicklung der multinationalen Unternehmen aus der Sicht der Internationalisierungstheorie, Verlag Peter Lang, Frankfurt 1991.
41. Dunning J.H. Toward an Eclectic Theorie Internationaler Produktion, «Journal of International Business Studies» 1980, vol. 11.
42. Dunning J.H. Explaining Changing Patterns of International Production: In Defence of the Eclectic Theorie, «Oxford Bulletin of Economics and Statistics» 1979, vol. 41.
43. Dunning J.H. Explaining the International Direct Investment Process: Countries: Towards a Dynamic of Developmental Approach, «Weltwirtschaftliches Archiv», 1981, nr 117.
44. Williamson O.E. The Economics of Discretionary Behavior: Managerial Objectives in a Theory of The Firm. Chicago 1967.
45. Alwin A., Deutsche Direktinvestition in Entwicklungsländern, «Wirtschaftsdienst» 1969, nr 4.
46. Pfeil E. Deutsche Direktinvestition in USA, Frankfurt 1961.
47. Pausenberger E., Internationale Unternehmungen in Entwicklungsländern, Dusseldorf 1980.
48. Investieren in Ausland, DiHT, Bonn 1981.
49. Adebahr H., Auslandsaktivitäten deutscher Unternehmen - Chancen der Zukunftssicherung, Deutsche Gesellschaft für Betriebswirtschaft, Köln, Dortmund 1980.
50. Kolde E., Les fonctions des sociétés dominicées à l'étranger et la structure administrative d'une entreprise commerciale internationale, «Revue Economique et Sociale» 1962, nr. 12.

- Chandler A., Delapierre M., La multinationalisation des entreprises. Paris 1977.
- Ильинский В.А. Инновационный менеджмент. – Москва, 1998.
- Ковальский Я., Яремчук І. Фінансово-економічний аналіз. – Київ, 1995.
- Ильинский В.А. Инвестиционный менеджмент. – Киев, 1995.
- Handwörterbuch Export und internationale Unternehmung (Ed. K. Hoyer). M.K. Welge). C.E. Poeschel Verlag, Stuttgart 1989.
- Hoyer K.K., Einflussgrossen der organisatorischen Effizienz von Tochtergesellschaften deutscher multinationaler Chemieunternehmen. Koln 1978.
- Hunter K.E. Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance, The Free Press, New York 1985.
- Hunter Corporate Recovery. A Guide to Turnaround Management., McGraw-Hill Business, London 1984.
- Hunter T., Koller T., Murrin J. A Guide to Turnaround Management., McGraw-Hill Business, London 1984.
- Modernizacja przedsiębiorstwa i jej wpływ na efektywność zarządzania. Pod red. Cz. Skowronka, UMCS, Lublin, 1997.
- Hunter R.S., Financial Management. Concept and Application, McGraw-Hill College Publishing, Cincinnati, Ohio 1995, s. 808-831.
- Hunter M., Champy J., Reengineering w przedsiębiorstwie. - Management Institute, Warszawa 1996.
- Hunter M., Lyies M.A., Organizational Learning , «Academy of Management Review», October 1985.
- Hunter S., March J.G., Organizational Learning, «American Review of Management» 1988, vol. 14.
- Hunter Double Loop Learning in Organizations, «Harvard Business Review» September-October 1977.
- Hunter Tools & Techniques. An Executive's Guide 1995, Bain & Company and the Planning Forum, Boston, MA 1994, s.16.
- Hunter A. Strategy and Structure, MIT Press, Cambridge MA 1962.
- Hunter H. The Structuring of Organizations / The strategy Process. McGraw-Hill, Contexts, Cases, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ 1991, s. 195.

69. Thompson A.A., Strickland A.J. *Strategic Management Cases*, Richard D.Irwin, Homewood.IL 1990.
70. Steinmann H., Schreyogg G. *Zarządzanie. Podstawy zarządzania przedsiębiorstwem. Koncepcje, funkcje, przyłady*. Wrocław 1992.
71. Macharzina K. *Unternehmensführung. Das internationale Managementwissen. Konzepte - Methoden - Praxis*, Gabler, Weinheim 1989.
72. Meffert H. Marketing im Spannungsfeld von weltweiten Netzwerken und nationalen Bedürfnissen, "Zeitschrift für Betriebswirtschaft", 1991, Heft 8.
73. Stahr G. *Internationale strategische Unternehmensführung*, W.Kohlhammer, Stuttgart 1989.
74. Портер М. Стратегия конкуренции. Методы анализа конкурентов. – М., 1992.
75. *Globaler Wettbewerb. Strategien der neuen Internationalisierung*, M Porter, Gabler, Wiebaden 1989.
76. Carl V. *Problemfelder des internationalen Management*, W.B.Kirsch, Munchen 1989.
77. Котлер П. Маркетинг. Анализ. Планирование. Бюджетный контроль. – М., 1992.
78. Hummel T.R. *Internationales Marketing*, Oldenbourg Verlag, Munchen 1994.
79. Leroy G., Richard R., Sallanave P. *La Conguete iles Marchés Internationaux*. Les Editions d'Organisation, Paris 1978.
80. Star G. *Internationales Marketing*, Ludwigshafen, Hans Konrad Verlag, Kiel 1991.
81. Root F.R. *Entry Strategies for International Markets*, Lexington Books, Lexington 1987.
82. Dulfer E. *Internationales Management in unterschiedlichen Kulturbereichen*, R.Oldenbourg Verlag, Munchen, Wien 1992.
83. Alsegg R.J. *Control Realisationsships Between American Companies and Their European Subsidiaries*, «AMA Research Study 1971» American Management Assosiation, 1971.
84. *Supermarket News*, 2000, N12(33).
85. Jauch L., Glueck W., *Business Policy and Strategic Management*. McGraw-Hill, New-York, 1988.

- Григоренко М.Г., Амоша О.І. Проблеми інвестування і реструктуризації промисловості України // Регіональна економіка. – 1999. – № 2(12).
- Григоренко А.І. Формування організаційно-економічного механізму інвестування інновацій // Інвестиційне проектування стійкого економічного розвитку. – Донецьк: ІЕП НАН України, 1998.
- Григорьев А., Велик І. Ефективне використання оборотних коштів // Економіка України. – 1998. – №7. – С. 14.
- Григорьев В. Сучасні методи менеджменту, основані на ринковій економіці. – Ужгород: Карпати, 1994. – С. 54.
- Григорукан С. Податкова структура в Україні і шляхи її оптимізації // Економіка України. – 1999. – № 8. – С. 19.
- Григоруканій М. Актуальні проблеми промислового виробництва в Україні // Економіка України. – 1997. – № 10.
- Григоруканський Ю. М. Інвестиції: економічна та соціальна ефективність // Фінанси України. – 1997. – № 8. – С. 76.
- Григоруканова Р.Г. Инвестиции и инновации в концепции экономического роста: научное издание. – М.: Изд-во Рос.ЕА, 1997.
- Григоруканова Ю.В. Инновационное предпринимательство и проблемы экономического развития // Общество и экономика. – 1997. – №5.
- Григоруканова О.Е. Економічні проблеми ресурсозбереження. – Київ. – Інститут думка. – 1990.
- Григорукан В. Чи потрібна Україні нова модель державного управління? // Урядовий кур'єр. – 1994. – № 142-143.
- Григоруканко В.К., Лопатинський Ю.М. Крок від макро- до мікроекономіки // Регіональна економіка. – 1999. – № 2. – С. 102.
- Григоруканський збірник “Україна в 1998 році”. – К.: Українська економіка. – 1999.
- Григорукан В.І. Зайнятість населення та безробіття в західному регіоні України // Регіональна економіка. – 1998. – № 3. – С. 102.
- Григорукан В., Сас Б. Проблеми залучення іноземних інвестицій в економіку України // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – Вип. 10. – 1999.
- Григорукан А. Заява українського союзу промисловців та підприємців // Урядовий кур'єр. – 1998. – № 50-51.

102. Milewski R. Podstawy ekonomii. – Warszawa, PWV, 1990.
103. Клути Дэвид. Государство, бизнес, экономика // США: Экономика, политика, идеология. – 1995. – №3. – С.60-67.
104. Моторин Р. Предмет макроекономічної статистики та інших галузей економічної статистики. Інформаційний бюлетень Міністерства статистики України. – 1997. – №7-8. – С.44.
105. Гриценко А., Соколов В. Ринкова інфраструктура та її функції, будова // Економіка України. – 1998. – №4. – С.34-44.
106. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. Фінансовий словник. – Львів: Вид-во Державного університету «Львівська політехніка», 1996. – С.256.
107. Алтынникова И. Формирование страховых резервов. – М.: Агентство финансового маркетинга, 1995. – 208 с.
108. Алехин Б.И. Рынок ценных бумаг. – М.: Экономика, 1990. – 200 с.
109. Фондовый рынок в Україні в 1996 р. – Український економічний та фінансовий аналіз: збірник наукових досліджень. – 1996.
110. Машина М. Зарубежный рынок ценных бумаг: структура и изменения // Вопросы экономики. – 1993. – №6.
111. Рид Э., Коттер Р., Гилл Э., Смит Р. – М. Коммерческие банки. Финансы и статистика, 1991. – 180 с.
112. Грудзевич Я.В., Смовженко Т.С. Коммерческие банки и рынок ценных бумаг. – К.: УкрИНТЭИ, 1993.
113. Фондовый рынок в Україні в 1996 р. / Український економічний та фінансовий аналіз: збірник наукових досліджень. – 1996.
114. Інформативний бюлетень. – 1997. – №1. – С. 18.
115. Інформативний бюлетень. – 1997. – №6. – С. 178.
116. Основні характеристики програм страхування депозитів в Національному банку України. – 1997. – №1. – С. 20-21.
117. Україна у цифрах у 2000 році. – Статистичний збірник. Держкомстат України. – К.: Техніка, 2001. – 256 с.
118. Васильев Л. Свободные экономические зоны: от теории к продуктивной работе // Российский экономический журнал. – 1992. – №11.
119. Игнатов В.Г., Бутов В.И. Свободные экономические зоны. – М.: Осъ-89, 1997. – 192.

- Окрут З.М., Окрут Т.П., Окрут З.М. Свободные экономические зоны в мировом хозяйстве. – К.: 1999.
- Окрут З.М. Таможенного дела: Учеб. для студ. вузов / Под общ. ред. М. Драгинова. – М.: Экономика, 1998. – 403 с.
- Окрут З.М., Микула Н.А. Формування та розвиток міжрегіонального та транскордонного співробітництва в Україні // Регіональна економіка. – 2001. № 1. – С.61-74.
- Окрут З.М. Валютно-кредитные и финансовые операции: Учебник / Под ред. Л.Н. Красавиной. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 796 с.
- Окрут З.М., Кисельников А.А. Региональная политика в странах переходной экономики. – М.: Экономика, 1998. – 417 с.
- Окрут З.М., Берг А.Г. Основы региональной экономики: Учебник для вузов. – 2-е изд. – М.: ГУВШЭ, 2001. – 495 с.
- Окрут З.М. Территориальные формы технологических инноваций // Доклады РАН. Серия географическая. – 1995. – №4. – С. 86-94.
- Окрут З.М., Бутов В.И. Свободные экономические зоны. – М.: Экономика, 1997. – 192 с.
- Окрут З.М., Я.А. Регулювання ринкової економіки: сучасний досвід країн // Серія “Економічні стратегії”. Вип. 1. – К.: НІСД, 1998. – 86 с.
- Окрут З.М., Фам За Минь. Модель экономического развития Вьетнама. Путь к процветанию. – М.: Финансы и статистика, 1992. – 104 с.
- Окрут З.М. “Whitney East Asia?” The Pacific Review, Vol. 6, N1, 1991, p.11.
- Окрут З.М., Г.И. Мировая экономика. – М.: ИСАН, 1994. – 736 с.
- Окрут З.М. Целесообразность создания свободных экономических зон на Украине // В зб. ст.: Свободные экономические зоны: проблемы и перспективы. Терноп-я ак-я нар-го хоз-ва. – Тернополь, 1998. – С. 32-42.
- Окрут З.М. Україна “Про зовнішньоекономічну діяльність” від 16 лютого 1991 р. N 959-XII. (Відомості Верховної Ради (ВВР), 1991, № 29, ст. 377) (Вводиться в дію Постановою ВР N 960-

XII (960-12) від 16.04.91, ВВР, 1991, N 29, ст. 379) (Закони внесені згідно із Законами N 2953-III (2953-III) від 17.01.2002, N 3047-III (3047-14) від 07.02.2002).

134. Закон України «Про підприємства в Україні» від 27 березня 1991 року N887-XII (Відомості Верховної Ради (ВВР) 1991, N 24, ст.272) (Вводиться в дію Постановою ВР N 888-12) від 27.03.91, ВВР, 1991, N 24, ст.273) (Закони внесені згідно із Законами N 3047-III (3047-14) від 07.02.2002).
135. Постанова Кабінету Міністрів України «Про створення спеціальних (вільних) економічних зон в Україні» від 14 березня 1994 р. – №167.
136. Закон України «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон» (Відомості Верховної Ради (ВВР) 1992, N 50, ст.676), (Вводиться в дію Постановою ВР N 2674-12 від 13.10.92. ВВР 1992, N50.СТ.677).
137. Постанова Кабінету Міністрів України «Про захоронування та функціонування спеціальних (вільних) економічних зон із спеціальним режимом інвестиційної діяльності» від 24 березня 1999 р. №1756.
138. Пила В.І., Чмир О.С. Спеціальні вільні економічні зони: теорія та практика: Навч. посібник для студентів екон. спец. ун-ту. Торгов.-екон. ун-т, 1998.– 327с.
139. Специальные экономические зоны и их влияние на экономическое развитие региона: Материалы международного практ. семинара, Донецк, 28-30 окт. 1998 г. / Ин-т экономики и права НАН Украины. – Донецк. 1998. – 164 с.
140. Закон України «Про спеціальну економічну зону „Яворів“» від 1 січня 1999 року №402-XIV.
141. Розпорядження голови Яворівської районної державної адміністрації «Про Порядок реєстрації суб'єктів спеціальної економічної зони «Яворів»».
142. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження та реєстрації інвестиційних проектів, які реалізуються на території спеціальної економічної зони «Яворів»» від 7 червня 1999 року № 982.

Додаток 4 до п. 1 наказу Держмитслужби № 401 від 01.07.99.
Указ Президента України «Про економічний експеримент
«Яворів» від 27 березня 1998 року № 229/98; додаток 2 до
наказу Держмитслужби № 401 від 01.07.99.

Указ Державної Податкової Адміністрації України від
1999 р. № 62 „Про затвердження Порядку визначення
об'єктами спеціальної економічної зони «Яворів», та
визначення відокремленого балансу фінансово-господарської
діяльності».

Указ Президента України „Про створення Яворівського
заповідного природного парку» від 4 липня 1998 року №744/98.

Указ України „Про спеціальний режим інвестиційної діяльності у
Закарпатській області» № 357-14 // Відомості Верховної Ради
України. – 1999. – №7. – Ст. 51.

Указ України «Про спеціальну економічну зону «Закарпаття» від
27 березня 2001 року №2223-111.

Указ України «Про спеціальну економічну зону туристсько-
рекреаційного типу «Курортполіс Трускавець» № 514-14// Вісник
Верховної Ради України. – 1999. – №18. – Ст.139.

Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про спеціальну економічну
зону туристсько-рекреаційного типу «Курортполіс Трускавець».

Туристська політика: методологія, методика, практика / НАН
України. Інститут регіональних досліджень. Редкол.: відповідальний
редактор, академік НАН України М.І. Долішній. – Львів, 2001. –

Розпорядження Б. Волинь утверджується на міжнародному рівні //
Вісник. – 2001. – 26 травня.

Васильонська Н.В. Економічні зони України з спеціальним
інвестиційним кліматом // Науковий вісник Чернівецького
туристсько-економічного інституту КНТЕУ: Зб.наук.пр.за
напрямидами XIII міжнар.наук.-практ.конференції. Вип.ІІ.
Економічні науки. У 2-х ч. – Чернівці: АНТ Лтд., 2002. – Ч. ІІ. –

154. Протоколи комісій Єврорегіону “Нижній Дунай” з регіонального розвитку, з транспорту і комунікацій, з демографії, з економіки, торгівлі та туризму, з культурних досліджень, культури, охорони здоров’я і спорту (15-16 березня 2001 р.).
155. Угода про формування Єврорегіону “Нижній Дунай”. – Ташкент, 15 серпня 1998 р.
156. Проблеми та перспективи розвитку транскордонного співробітництва в рамках Єврорегіону “Нижній Дунай” // Матеріали круглого столу. – Одеса, 1999. – 3 грудня.
157. Баюлкен Х. Геополітичні інтереси Туреччини в Чорноморському регіоні та Центральній Азії // Україна-Туреччина: Близьке співробітництво в чорноморському регіоні. – Матеріали круглого столу конф. – К., 2000. – С.29.
158. Соколенко С.І. Глобалізація і економіка України. – К.: Логос, 1999. – С. 170-181.
159. Барановський М.О., Смаль І.В., Таратушко А.М. Українська організація Чорноморського економічного співробітництва: особливості та перспективи транскордонної співпраці. – Київ, 2001. – С.175-181.
160. Соціально-економічні дослідження в перехідний період: Проблемні питання європейської інтеграції і транскордонної співпраці (Збірник наукових праць). Випуск ХХІХ. В 2-х т./ НАН України Інститут регіональних досліджень. Редкол.: відп. ред. академік НАН України М.І. Долішній. – Львів – Луцьк: Ред-вид. відд. “Вежа” Видавництва ун-ту ім. Л. Українки, 2001. – Т.1 – 350 с.
161. Александрова В., Гороховатська М., Щедрина Т. Стан підприємства як форма трансферу технологій // Вісник. – 2001. – №12.
162. Пирожков С.І. Актуальні питання міжрегіонального співробітництва України і Росії // Стратегічна панорама. – 2001. – №3-4. – С.55-65.
163. Унтура Г.А. Регион как эпицентр зарождения инновационной способности // Регион. – 2002. – №1. – С.3-16.
164. Костенков И. Совместные компании в международной практике. – М.: Международные отношения, 1982. – 250 с.

- Основы внешнеэкономических знаний / Под ред. д-ра экон. наук, проф. И. П. Фаминского. – М.: Международные отношения, 1990. – 560 с.
- Балашов А., Шмелев Н. Конкуренция и кооперация на мировых рынках «высокой технологии» // МЭМО. – 1986. – №9. – С. 67–73.
- Балашов Г. Г. Опционные, фьючерсные и форвардные контракты: Спекулятивные инвестиции в период инфляции. – М.: Юристъ, 1994. – 189 с.
- Биржевой портфель. Сер. «Портфель делового человека»/Под ред. Ю.Б. Рубина и В.И. Солдаткина. – М.: Соминтэк, 1993 (разд. 4 «Статистика товарной биржи»). – С. 32–43.
- Боник Н. А. Торгово-посредническое предпринимательство. Киев, МП “ИНТЕМ” ЛТД, “Юнайтед Лондон Трейд Лимитед”, 1992. – 448 с.
- Бурбак Р. Рут, Філіпенко Антон. Міжнародна торгівля та інвестиції (Пер. з англ. – Міжнар. фонд “Відродження”). – К.: Основи, 1998. – 70 с.
- Савкин Ю. Посреднические операции в иностранном гражданском праве // Внешняя торговля. – 1991. – № 10. – С. 38-45.
- International Chamber of Commerce. Commercial agency. Guide for the drawing up of contract. 1982 – № 4100. – P. 542 – 551.
- Guarantor R. Solo distributorship agreements – a Comparative View (in: The international and comparative law quarterly). L. – 1969. – № 18. – P. 385–888.
- Benedict M. Le contrat de concession de vente exclusive. Lausanne, 1975. – 564 p.
- Schubhoff C. Smutthoff’s export trade. L. – 1986. – P.216-221.
- Banet J., Lagarde G., Jouffret A. Droit commercial. T. 1. P. – 1980. – P.366-372.
- Вованітіння зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. посібник / Під ред. А. І. Кредисова / Пер. з рос. Н. Кіт, К. Серажим. – К., 1997. – 448 с.
- Вованітіння. Коммерция. Рынок: Словарь-справочник. М.: Информ-сервис, 1993. – 211 с.
- Вованітіння Р.Х., Гордон М.У., Спаногл Дж.А. Международные сделки. Краткий курс. М.: Логос, Будапешт: COLPI, 1996. – 528 с.

180. The Handbook of International Macroeconomics. – Oxford, Cambr., Maas., Blackwell, 1994. – 578 p.
181. Герчикова И. Н. Организация и техника внешнеэкономических операций на капиталистическом рынке. – М.: Международные отношения, 1992. – 209 с.
182. Методика анализа деятельности предприятий в условиях рыночной экономики: Уч. пособие /Под ред. Г. А. Герасименко. – СПб.: Изд-во СПбГИЭА, 1996. – 234 с.

Наукове видання

КОЛОМІЄЦЬ І.Ф.

**УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА
В ПРОЦЕСІ ЙОГО ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ**

Монографія

Науковий редактор: М.І. Долішній
Комп'ютерне верстання: П.С. Попадюк

Підписано до друку 29.04.2004 р. Формат 60x84/₁₆
Гарнітура Таймс. Папір офсетний. Друк офсетний.
Умовн.-друк. арк. 14,91. Зам. № 29/04-2004.
Наклад 500 прим.

Інститут регіональних досліджень НАН України.
м. Львів, вул. Козельницька, 4.

Віддруковано в друкарні ПТВФ «Афіша»
79058, м. Львів, вул. Замарстинівська, 53

Коломієць І.Ф.

Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в процесі його інтернаціоналізації: Монографія / Інститут регіональних досліджень НАН України. – Львів, 2004. – 247 с.

ISBN 966-02-3254-3

У монографії обґрунтовано концепцію управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в процесі його інтернаціоналізації. Особливу увагу приділено формуванню соціально-економічних передумов економічного розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства за рахунок проведення організаційно-структурних змін, удосконаленням принципів і методів управління їх проведенням, активізації інвестиційної діяльності, удосконаленню організаційних форм міжнародної економічної інтеграції.

Для фахівців, що займаються питаннями зовнішньоекономічної діяльності, менеджерів та керівників підприємств, наукових працівників, аспірантів, студентів навчальних закладів.

УДК 339.9:338.5