ЗМІСТ

Передмова *(Ю.В. Ніколенко)* 7
Глава **1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ: ПРЕДМЕТ І МЕТОДИ ПІЗНАННЯ** 9
§ **1.** Предмет курсу «Основи економічної теорії» *(Ю.В. Ніколенко)* . 9
§ 2. Цілі і функції економічної теорії *(Ю.В. Ніколенко)* 15
§ 3. Зародження економічної теорії та основні етапи її розвитку *(А.М. Кравчук)* 20
Глава 2. **СУСПІЛЬНЕ ВИРОБНИЦТВО І ЙОГО РЕЗУЛЬТАТИ** 25
§ **1.** Суспільне виробництво. Матеріальне і нематеріальне виробництво *(Ю.В. Ніколенко)* 25
§ 2. Основні фактори суспільного виробництва та їхня взаємодія *(Ю.В. Ніколенко, В.А. Євтушевський)* 29
§ 3. Суспільний продукт *(Ю.В. Ніколенко)* 37
§ 4. Ефективність суспільного виробництва *(Ю. В. Ніколенко)* . 43
Глава 3. **ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ ВЛАСНОСТІ** *(Ю.В. Ніколенко)* 49
§ 1. Поняття власності. Типи, форми і види власності 49
§ 2. Відносини власності у змішаній економічній системі . . . 54
§ 3. Трансформація форм власності в Україні 63
§ 4. Основні напрями приватизації державних підприємств в Україні 73
Глава 4. **РОЗПОДІЛ І ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ** 74
§ **1.** Необхідний продукт і принципи його розподілу *(С.І. Ромашко)* 74
§ 2. Форми розподілу необхідного продукту *(С.І. Ромашко)* . . . 81
§ 3. Сімейні доходи. Мінімальний і оптимальний споживчий бюджет *(Б.Т. Свєтлов)* 91
§ 4. Розподіл і перерозподіл чистого Доходу і продукту *(Б.Т. Свєтлов)* 93
Глава 5. **ТОВАРНЕ ВИРОБНИЦТВО, ТОВАР І ГРОШІ** 97
§ 1. Основні форми виробництва. Товарне виробництво та його характерні риси *(М.Д. Миронов)* 97
§ 2. Товар і праця, що його створює *(М.Д. Миронов)* 101
§ 3. Походження, суть і функції грошей *(М.Д. Миронов)* 105
§ 4. Історичний досвід України в творенні національної грошової одиниці *(А.В. Демківський)* 112

§ 5. Закон вартості та його дія *(МД. Миронов)* 120
§ 6. Грошовий обіг, його закони та методи регулювання *(А.В. Демківський)* 122
§ 7. Сучасна інфляція: суть, причини та особливості *(А.В. Демківський)* 127
Глава 6. **РИНОК** *(В.В. Фещенко)* 135
§ 1. Ринок, його економічна суть, суб'єкти та види 135
§ 2. Ринковий механізм, його функції і межі дії 138
Глава 7. **ФІНАНСОВО-КРЕДИТНА СИСТЕМА** *(А.В. Демківський)* 148
§ 1. Фінанси в системі економічних відносин 148
§ 2. Кредитна система та кредитні гроші 164
§ 3. Цінні папери й формування фондової біржі 178
Глава 8. **ПРОБЛЕМИ СТАБІЛЬНОСТІ ГРОШОВОГО ОБІГУ ТА КОНВЕРТОВАНОСТІ ВАЛЮТИ** *(А.В. Демківський)* 196
§ 1. Економічні, соціально-політичні та фінансові мотиви й методи стабілізації валют 196
§ 2. Грошові реформи, їхня суть та спрямування 200
§ 3. Конвертованість валют 209
Глава 9. **СТРУКТУРА ТА ФУНКЦІЇ БІРЖІ** *(А.В. Демківський)* 222
§ 1. Історія виникнення бірж і формування сучасних біржових структур 222
§ 2. Типи і види бірж та їхні функції 235
§ 3. Основи сучасного механізму біржових угод 253
Глава 10. **ПІДПРИЄМНИЦТВО: СУТЬ, УМОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ЕКОНОМІЧНІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ** *(Ю.В. Ніколенко, В.А. Євтушевський)* 262
§ 1. Суть і функції підприємництва 262
§ 2. Економічні основи розвитку підприємництва в Україні . . 268
Глава 11. **МАЛИЙ БІЗНЕС** *(Ю.В. Ніколенко, В.А. Євтушевський)* 273
§ 1. Загальні основи індивідуального дрібного підприємництва 273
§ 2. Малі підприємства: суть, система організації та принципи діяльності 276
Глава 12. **КООПЕРАТИВНІ, АКЦІОНЕРНІ Й ОРЕНДНІ ПІДПРИЄМСТВА** 286
§ 1. Кооперативний сектор економіки в Україні *(Ю.В. Ніколенко, Л.І.Вергун)* 286

§ 2. Акціонерні підприємства (*І.Ю. Ніколенко*) 291
§ 3. Орендні підприємства *(М.М. Діденко)* 296
Глава 13. **ДЕРЖАВНЕ ПІДПРИЄМСТВО: СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО ЙОГО РОЗВИТКУ** . . . 301
§ 1. Суть, структура, функції та принципи діяльності *(М.М. Діденко)* 301
§ 2. Затрати і доходи підприємства *(М.М. Діденко, ОМ. Діденко)* 307
§ 3. Фонди підприємства. Організація їх відтворення *(М.М. Діденко)* 314
Глава 14. **ПІДПРИЄМНИЦТВО В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ** *(В.О. Ломакін, О.О. Чумаков)* 325
§ 1. Особливості та розвиток підприємництва в сільському господарстві 325
§ 2. Становлення акціонерних форм підприємництва 332
Глава 15. **МАРКЕТИНГ ТА ЙОГО ОРГАНІЗАЦІЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ** (*Ю.В. Ніколенко)* 337
§ 1. Економічні передумови виникнення маркетингу та його суть 337
§ 2. Організаційна структура підприємства, орієнтованого на маркетинг 347
Глава 16. **ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ** . . 355
§ **1.** Дослідження ринку *(Ю.В. Ніколенко)* 355
§ 2. Планування асортименту товарів і послуг *(Ю.В. Ніколенко)* 368
§ 3. Управління рекламною діяльністю *(Ю.В. Ніколенко)* . . . 380
§ 4. Збут і розподіл продукції в умовах маркетингу *(Ю.В. Ніколенко)* 386
§ 5. Особливості міжнародного маркетингу *(В.М. Черненко, М.С. Черненко)* 391
Глава 17. **ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТОК ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ МЕНЕДЖМЕНТУ** *(А.В. Шегда)* 400
§ 1. Суть менеджменту та основні напрями його розвитку . . 400
§ 2. Основи теорії і практики традиційного і сучасного менеджменту 403
§ 3. Управління виробництвом як система 407
Глава 18. **ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА ТА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ** *(А.В. Шегда)* 416
§ 1. Формування організаційної структури управління 416
§ 2. Теорія і практика прийняття управлінських рішень 421
Глава 19. **ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО СКЛАДУ МЕНЕДЖМЕНТУ** (*І.С. Каленюк)* 430

§ 1, Передумови формування висококваліфікованого керівника .430
§ 2. Світовий досвід підготовки управлінських кадрів 434
Глава 20. **УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ РИНКОВОГО ТИПУ** (*В.В. Фещенко*) 441
§ 1. Планування на підприємствах в умовах ринкової економіки 441
§ 2. Організаційна структура управління підприємством, орієнтованим на ринок 445
§ 3. Управління персоналом на підприємствах ринкового типу .449
Глава **21. ВІДТВОРЕННЯ НА РІВНІ МАКРОЕКОНОМІКИ. ІНТЕНСИВНИЙ ТИП ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ** 453
§ 1. Суть і багатогранність процесу відтворення (*Ю.І. Палкін*) .453
§ 2. Інтенсивний тип відтворення *(Ю.І. Палкін)* 459
§ 3. Нагромадження, його ефективність і напрями розвитку *(Ю.І. Палкін)* 461
§ 4. Відтворювальна структура суспільного виробництва (*Ю.І. Ніколенко*) 464
§ 5. Структурні зрушення в пропорціях суспільного відтворення *(Ю.І. Палкін)* 469
Глава 22. **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА** (*І.В. Черних, НА. Черних)* 473
§ 1. Суть світового господарства й основні етапи його розвитку 473
§ 2. Інтернаціоналізація господарського життя в сучасних умовах 475
§ 3. Вивіз капіталу і міжнародний кредит 480
§ 4. Світова торгівля 484
§ 5. Міграція робочої сили 488
§ 6. Міжнародні валютні відносини 490
Глава 23. **ПРОБЛЕМИ ІНТЕГРАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ У СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО** *(М.П. Ігнатьєв, А.М. Поручник)*. 497
§ **1.** Сучасна трансформація міжнародного поділу праці та перспективи участі України у світогосподарських процесах 497
§ 2. Зовнішньоекономічний механізм України: суть та принципи формування 508
§ 3. Основні форми міжнародного співробітництва України . .515
Короткий словник економічних термінів 524

ПЕРЕДМОВА

Цей підручник підготовлений на основі лекційного курсу, що читається протягом останніх років викладачами кафедри економіки природничих факультетів Київського університету імені Тараса Шевченка. За своєю побудовою, змістом і методологічними принципами викладення матеріалу він відрізняється від аналогічних навчально-методичних праць, опублікованих раніше. Зокрема, в тлумаченні корінних проблем економічного розвитку автори намагалися позбавитися формалізму, надмірної затеоретизованості, суб'єктивізму та апологетично-коментаторського стилю.

Сьогоднішні розробки економічної теорії мають бути науково обгрунтованими. Вони не повинні визначатися гаслами пропагандистського характеру чи суб'єктивними інтересами окремих осіб або навіть партій, а випливати з реальних завдань побудови незалежної економіки України на базі вивчення та узагальнення фундаментальних надбань світової економічної думки. Тому при підготовці підручника автори виходили з таких позицій:

по-перше, нині читання курсу економічної теорії має бути цілком підпорядковане з'ясуванню проблем ринкової економіки, закономірностей її розвитку, діалектики суперечностей, методів регулювання;

по-друге, зміст лекційних і практичних занять має відповідати передовим світовим досягненням у розвитку загальної економічної теорії. З цією метою підручник включає найважливіші теми, проблеми, спецкурси, які вивчаються у провідних зарубіжних вузах;

по-третє, весь навчальний процес мусить бути підпорядкований діяльності майбутнього фахівця, має дати йому необхідну орієнтацію, знання стосовно того, як краще, де, за яких форм господарювання він зможе знайти застосування своїй спеціальності й використати одержані у вищому навчальному закладі знання. Йдеться про те, що, вивчаючи фахові дисципліни, студент формується як майбутній спеціаліст, а засвоюючи курс економіки, він одержує орієнтацію щодо можливостей ефективної реалізації свого хисту, здібностей і набутої професії.

Підручник складається з двох частин. У першій — розкриваються предмет курсу «Основи економічної теорії», цілі та функції даної науки, відмітні особливості від «Економіксу» і марксистської політекономії, методи загальних економічних досліджень, суть суспільного виробництва та його складові частини, система відносин власності, принципи і форми розподілу чистого продукту, формування доходів населення, стан і перспективи розвитку економіки України та ін.

Значна увага приділена висвітленню основних рис ринкової економіки. Зокрема, дана характеристика ринку та його інфраструктури, розкриті головні категорії товарного виробництва, обгрунтовані закономірності функціонування фінансово-кредитної системи в умовах переходу до ринкової економіки, закони грошового обігу, методи регулювання інфляційного процесу, простежується історичний досвід становлення українських грошей. Здійснено аналіз розв'язання проблем конвертованості валюти й основ сучасного механізму біржових угод.

У другій частині підручника увага акцентується на висвітленні питань розвитку підприємництва в Україні, маркетингових методів господарювання, менеджменту як наукової системи управління. Завершується він аналізом тенденцій розвитку світового господарства, проблем відтворення та інтеграції економіки України у світовий ринок.

Глава 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ: ПРЕДМЕТ І МЕТОДИ ПІЗНАННЯ

§1. ПРЕДМЕТ КУРСУ «ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ»

Економіка як наука

Вивчення кожної науки починається з визначення її предмета, тобто з того кола питань, які вона досліджує, з'ясування цілей, які вона переслідує, і методів, які використовує. Отже, головним завданням даної теми є визначення:

а) предмета курсу «Основи економічної теорії»;

б) цілей і функцій даної науки;

в) загальних методів економічних досліджень. Вперше поняття «економіка» ввів грецький мислитель Арістотель (III ст. до н. е.). Описуючи організацію господарства в маєтку рабовласника, він фактично обгрунтував суть економіки як науки про домашнє господарство: грецьке «ойкос» означає дім, господарство, «номос» — вчення, закон. Проте економіка як наука, як систематизоване знання про суть господарської діяльності виникла лише в XVII–XVIII ст., тобто в період становлення капіталізму.

Щоб з'ясувати предмет даної науки, необхідно розкрити суть принаймні двох найважливіших категорій: «економіка» та «економічна теорія». При цьому слід зауважити, що теорія — це форма наукового пізнання, яке дає уявлення про певну об'єктивну дійсність як цілісну систему. Отже, економічна теорія має бути наукою про економіку як цілісну систему, в якій усе пов'язане, взаємозумовлене й субординоване.

В економічній літературі даються різні тлумачення поняття економіки як науки. Нагадаємо деякі найвідоміші з них:

економіка — наука про виробничу діяльність та обмін її результатами між людьми;

економіка вивчає рух економічного життя — тенденції в розвитку цін, виробництва, безробіття тощо. У міру вивчення цих явищ вона допомагає виробити політику, реалізуючи яку уряд може впливати на економічне життя;

економіка -— наука вибору. Вона вивчає, як люди вибирають спосіб використання обмежених виробничих ресурсів (землі, праці, обладнання, технічних знань) для виготовлення різних товарів і розподілу їх між різними членами суспільства;

економіка вивчає, яким чином людина здійснює організацію виробництва і споживання;

економіка вивчає гроші, капітал, його форми й багатство. Жодне визначення не можна відхилити, оскільки у кожному з них відбивається певна сторона економічних відносин, хоч і не охоплюється повністю вся система. Водночас усі вони свідчать про те, що економіка безпосередньо пов'язана з виробництвом, зі створенням матеріальних і духовних благ.

Як відомо, суспільне виробництво має дві сторони: технічну й суспільну. Технічну виражають продуктивні сили, а суспільну — виробничі відносини. Детальну характеристику продуктивних сил ми розглянемо пізніше. Зараз же зазначимо, що вони складаються з двох основних частин: засобів виробництва і трудових ресурсів, які приводять їх у рух, тобто використовують для створення матеріальних і духовних благ. Продуктивні сили виражають відносини «людина — природа». Ці відносини вивчаються природничими й технічними науками.

Виробничі відносини

З приводу виробництва складаються насамперед відносини «людина — людина». Це — **виробничі відносини. Вони виражають ті суспільно-економічні стосунки, які виникають між людьми з приводу виробництва, розподілу, обміну й споживання матеріальних і духовних благ.**

Дана система відносин найповніше відбиває соціальну сторону економіки, тобто її соціальні засади. Вона показує:

1) хто володіє економічною владою, тобто привласнює засоби виробництва — вирішальні умови господарської діяльності;

2) як, за яких суспільних умов і скільки трудівник працює на себе та на інших членів суспільства;

3) кому дістаються продукти праці виробника, тобто хто привласнює результати виробництва.

Вивчення соціально-економічних відносин має надзвичайно важливе значення, тому що ми при цьому дізнаємося, чи підпорядкована економічна діяльність інтересам народу, наскільки соціально справедливий даний соціально-економічний лад тощо.

У господарстві кожної країни є також відносини, які можна представити як «виробництво — виробництво». Вони виникають у процесі обміну засобами виробництва, трудової діяльності, кооперації праці, фінансових ресурсів тощо. Ці економічні відносини стосуються організації виробництва, тому їх називають, *організаційно-економічними.* Система даних відносин фактично охоплює весь господарський механізм, за допомогою якого здійснюється управління народним господарством.

В сукупності організаційно-економічних відносин розрізняють конкретно-економічні та загальні організаційно-економічні відносини.

Конкретно-економічні відносини — це господарський механізм окремих галузей (промисловості, будівництва, сільського господарства тощо). У кожній з них він має свої особливості і вивчається безпосередньо конкретно-економічними науками.

Загальні організаційно-економічні відносини — сукупність форм і методів господарювання, властивих усім галузям народного господарства, тобто економіці у цілому. Це, наприклад, ринкова система організації виробництва, підприємництво, маркетинг, фінанси й кредит тощо. Загальногосподарські відносини не можуть бути охоплені окремими конкретно-економічними дисциплінами. Вони вивчаються наукою, яка називається економічною теорією.

Предмет курсу "ОСНОВИ економічної теорії»

Таким чином, економічна теорія вивчає:

а) соціально-економічні відносини;

б) загальні організаційно-економічні відносини.

Соціально-економічні відносини — це ті відносини, які виникають між людьми з приводу виробництва, розподілу, обміну й споживання матеріальних і духовних благ, їхню основу, ядро становлять відносини власності на засоби виробництва і виготовлений продукт.

Загальні організаційно-економічні відносини являють собою певну систему господарського механізму, а саме: систему форм і методів суспільної організації і регулювання народного господарства.

Названі групи економічних відносин тісно між собою пов'язані. Завдання економічної теорії полягає в тому, щоб з'ясувати існуючі тут причиново-наслідкові зв'язки, закони й закономірності, які характеризують функціонування цих відносин як цілісної, логічно зумовленої економічної системи.

Схематично предмет курсу «Основи економічної теорії» можна представити таким чином (див. схему 1).

Предмет «Основи економічної теорії» відрізняється від «Економіксу» і курсу марксистської «Політичної економії».

Предмет «Економіксу»

У підручнику П. Самуельсона і В. Нордхауса «Економікс» дається таке визначення предмета: економікс — це наука про те, як люди і суспільство

вибирають спосіб використання обмежених ресурсів для того, щоб виробити різноманітні товари й розподілити їх сьогодні або в майбутньому для споживання різних індивідів і груп суспільства.

З цього визначення видно, що економікс зосереджує свою увагу на вивченні організаційно-економічних відносин, зокрема тих принципів і моделей, які визначають логіку функціонування ринкової економічної системи на мікро- і макрорівнях.

Класики буржуазної політичної економії по-іншому трактували свій предмет дослідження. Вони вважали, що економічна наука має вивчати виробництво, розподіл, обмін і споживання благ і послуг, причому з точки зору не лише майнових зв'язків, а й суспільних відносин між людьми, особливо в галузі розподілу. Неупереджений, строго науковий підхід до досліджень дав змогу А. Сміту й Д. Рікардо проникнути в таємниці походження багатства в капіталістичному суспільстві. Вони виявили, що прибуток капіталістів утілює неоплачену працю найманих робітників. Д. Рікардо відкрив економічний закон, який виражає співвідношення між оплаченою працею (заробітною платою робітників) і неоплаченою (прибутком капіталіста). Згідно з цим законом прибуток «буде високим або низьким в тій самій пропорції, в якій буде низька або висока заробітна плата».

Звичайно, подібні дослідження не були в інтересах буржуазії. З 40-х років XIX ст., коли робітники повели рішучу боротьбу за свої соціальні права, буржуазні економісти перестали вивчати властиві капіталістичному способу виробництва суспільні відносини й зосередили увагу на дослідженні організаційно-господарських зв'язків. Тут вони досягли значних успіхів, широко використовуючи математику й статистику для з'ясування складних господарських процесів. Багатьом західним економістам (особ-

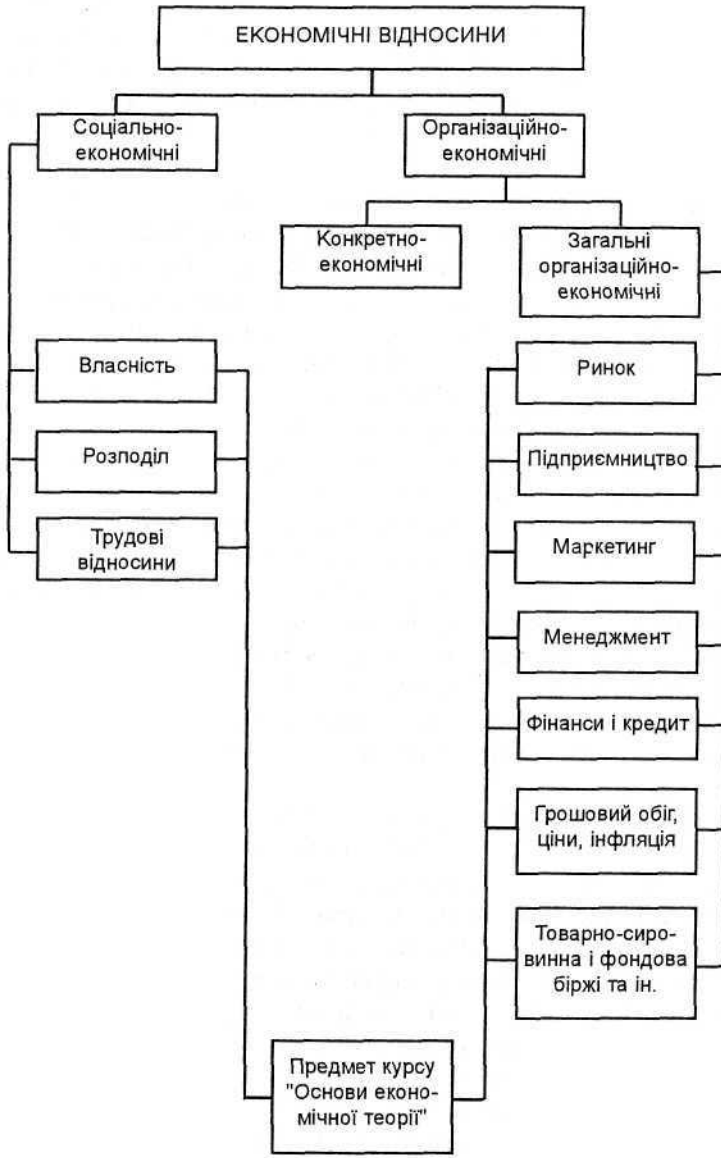


Схема 1. Предмет курсу «Основи економічної теорії».

ливо спеціалістам з економіко-математичних методів аналізу) були присвоєні Нобелівські премії з економічних наук. Серед них, зокрема, американські вчені Пол Самуельсон, Василь Леонтьєв, Мілтон Фрідмен, англійський дослідник Фрідріх фон Хайєк, французький — Моріс Алле та ін.

Предмет марксистської політекономії

Предметом марксистсько-ленінської політичної економії є переважно соціально-економічні відносини. Марксистський напрям в економічній науці виходить з того, що в реальному житті не існує виробництва взагалі, що в кожну історичну епоху розвиваються певні способи виробництва, характерні особливості яких визначаються специфічними соціально-економічними відносинами. Отже, щоб з'ясувати суть того чи іншого способу виробництва, необхідно розкрити властиву саме йому специфічну систему соціально-економічних відносин.

Така система досліджень, безумовно, мала певні позитивні результати. Саме К. Маркс дав геніальну характеристику капіталізму домонополістичного періоду і виробив ряд методологічних принципів аналізу суспільно-економічної системи.

Не виникає сумніву, наприклад, у тому, що для виявлення в суспільстві експлуатації і визначення її ступеня необхідно використати марксистську методологію аналізу.

Водночас марксистська політична економія має істотні недоліки.

1. Вона ігнорує конкретну господарську практику, тому виявляється надто затеоретизованою. Наука, яка намагається сформулювати якісь теоретичні положення, що не мають нічого спільного з конкретною господарською практикою, нікому не потрібна.

Крім того, марксистська політекономія фактично ухилялася від аналізу тих форм і методів господарювання, без яких не може розвиватися суспільство шляхом цивілізації. Зокрема, такі прогресивні сучасні форми організації економіки, як підприємництво, маркетинг, менеджмент, не лише не вивчалися, а навіть представлялися як ворожі, не сумісні з соціалізмом. Тому не випадково, що в галузі організації економіки ми дуже відстаємо від західних країн.

2. Предмет марксистської політекономії був також занадто ідеологізований; політекономи, як і інші суспільствознавці, не-

рідко лише обґрунтовували і коментували партійні рішення, замість того щоб проводити об'єктивні наукові дослідження. Крім того, акцентуючи увагу на специфічних явищах, властивих тій чи іншій формації, вони ігнорували те загальнолюдське, загальноекономічне, що вироблене людством. Фактично марксистська політекономія протиставляла себе світовій економічній думці, що завдавало їй величезної шкоди. В умовах командно-адміністративної системи марксистська політична економія стала догматичною й апологетичною.

Таким чином, предмет курсу «Основи економічної теорії» за своїм економічним змістом відрізняється як від «Економікса», так і від марксистської політичної економії. В ньому дається комплексний аналіз соціально-економічних і організаційно-економічних відносин. При цьому виключається апологетика будь-якого економічного ладу, характеризуються позитивні й негативні сторони кожного історично визначеного способу виробництва. Крім того, при розгляді різних типів господарювання основна увага приділяється загальним економічним структурам. У результаті вимальовується бачення загальнолюдських цінностей економічної культури, на котрих грунтуються прогресивні способи виробництва. Одночасно виявляються особливості різних історичних видів економічних відносин.

Головним мірилом науковості, обгрунтованості висловлених у навчальному курсі теоретичних положень має бути їхня відповідність реальному життю, об'єктивній дійсності. З цих позицій і розглянемо цілі і функції економічної теорії.

§ 2. ЦІЛІ І ФУНКЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ

Формування економічного мислення

Головна мета, а отже, і функція економічної теорії полягає в тому, щоб дати відповідь на кардинальні економічні питання, які цікавлять усіх членів суспільства.

В нинішніх умовах переходу до ринку люди насамперед хочуть знати: що собою представляє ринкова економіка, як вона функціонує, чим обумовлюються притаманні їй піднесення й спади національного виробництва, інфляція і безробіття, які заходи впливають на рівні споживання та інвестицій, на курси гривні і

торговельні баланси, заробітну плату і ціни, в чому полягає суть монетарної і фіскальної політик, яким має бути обсяг грошової маси в обігу, як формується бюджет, процентна ставка, що таке державний борг та ін.?

Ділових і підприємливих людей хвилюють питання: в яких межах і формах провадитиметься подальше законодавче забезпечення і державне регулювання підприємницької діяльності, які основні принципи цієї форми господарювання та найважливіші чинники, що визначають логіку її функціонування?

Не байдужі людям і проблеми міжнародного характеру; їх, зокрема, цікавить: який рівень життя в інших країнах світу, чим пояснюється існуюча тут різниця; яка господарська система краща, тобто забезпечує більший ефект і краще слугує людині; що являє собою, наприклад, «шведська модель суспільного розвитку»; для чого здійснюється економічна інтеграція в західноєвропейських країнах тощо.

Сьогодні в Україні також постає чимало питань, що стосуються економічних відносин між суверенними державами, структурної перебудови економіки, інтеграції України в світове господарство й багато інших.

Переконливо відповісти на такі запитання неможливо без глибокого й системного вивчення економічної теорії.

Важливим завданням економічної теорії є формування наукового економічного мислення. Це завдання науки ще називають пізнавальною функцією. Суть її полягає в тому, щоб глибоко і всебічно вивчати виробництво, розподіл, обмін і споживання матеріальних благ і послуг протягом усієї історії людського суспільства, виявляти закони й тенденції економічного прогресу.

Щоб розкрити значення даної функції, наведемо такий приклад. Не будучи спеціалістом, скажімо, у галузі чорної металургії, людина не стане розмірковувати про якість різних марок сталі або про переваги конверторного способу виплавки металу. Інша справа — економіка. Тут кожний з дитинства щось пізнає й постійно розширює свій кругозір. У результаті формується те, що називається буденним економічним мисленням.

Така форма мислення не є науковою. Вона грунтується на окремих поверхових і однобічних відомостях про економіку.

Тому часто те, що здавалося б абсолютно істинним, насправді при детальному дослідженні, за висловом лауреата Нобелівської

премії П. Самуельсона, перетворюється в абсолютну безглуздість. На буденне мислення часто впливають такі фактори, як традиції, звичаї, натура людини та ін. Якщо, наприклад, перед будь-якою аудиторією поставити досить прості запитання про вигідність кооперативів для народного господарства або про доцільність будівництва нафтового терміналу в Одесі, то у відповідь почуємо різноманітні судження, які відіб'ють суть власної життєвої позиції учасників дискусії, їхні нахили та устремління.

На відміну від буденного наукове економічне мислення намагається виявити об'єктивну істину, тобто відобразити економічне життя таким, яким воно є насправді, незалежно від будь-яких поглядів і побажань.

Щоб одержати об'єктивні дані, необхідно проаналізувати величезну кількість статистичних даних, які всебічно характеризували б те чи інше економічне явище і дали б можливість зробити справді об'єктивні узагальнення й висновки, а отже, й сформулювати окремі економічні категорії та економічні закони.

Вивчення економічної теорії головним чином і зводиться до пізнання економічних законів і категорій, які виражають глибинну суть конкретної, завжди визначеної економічної системи.

Економічні категорії ***і закони***

Економічні категорії — це узагальнюючі поняття, які виражають суттєві сторони економічних явищ і процесів.

Кожна категорія виражає окремі сторони економічних відносин, а в сукупності вони характеризують економічний лад суспільства в цілому. Наприклад, щоб розкрити суть ринкової економіки, необхідно глибоко оволодіти цілою системою економічних категорій, починаючи з товару, грошей, вартості, ціни і кінчаючи маркетингом і менеджментом.

Виведення і пізнання економічних категорій — важливий, але не останній крок на шляху проникнення в суть економічних явищ. *Як* відомо, економічні відносини розвиваються за певними економічними законами. З'ясування іманентних кожній системі економічних законів і є головним завданням курсу «Основи економічної теорії».

Економічний закон — це стійкий, істотний, причиново-наслідковий зв'язок і взаємозалежність явищ і процесів економічного життя. Якщо економічна категорія виражає який-небудь один

момент або одну сторону економічних відносин, суть одного явища, то економічні закони розкривають взаємозв'язок, внутрішню залежність кількох або багатьох однопорядкових явищ. Крім того, в категоріях фіксується статичний стан, а в законах — динаміка, процеси руху й розвитку економічного життя. Пізнання економічних законів дає змогу визначити основні тенденції економічного розвитку суспільства, передбачити його перспективу.

Економічні закони характеризуються такими особливостями: вони мають сутнісний характер; виявляються через практичну діяльність людей, що нерідко опосередковується політичними, ідеологічними та іншими відносинами, які часто протидіють «природно-історичному» розвитку суспільного виробництва. Тому економічні закони діють не так безумовно, як закони природи; вони проявляються як основні пануючі тенденції економічного розвитку суспільства.

Систематизація економічних законів

Економічні закони тісно між собою пов'язані. Тому, щоб зрозуміти суть того чи іншого закону, необхідно розглянути його місце і роль у системі законів.

Сукупність економічних законів — це субординована система, в якій виділяються, з одного боку, *основні* (первинні, вихідні) і, з іншого, *похідні* (вторинні, третинні й т.д.) відносини: у зв'язку з цим і економічні закони розрізняються за сферою охоплення виробничих відносин і за роллю у розвитку суспільного виробництва.

Основний економічний закон виражає найхарактернішу рису й найглибшу суть, природу економічного ладу, найглибші імпульси економічного розвитку. Це — ядро економічних законів. Основний закон виражає мету суспільного виробництва і засоби її досягнення.

Загальні економічні закони (системи в цілому) — це закони, які охоплюють усі сторони і сфери економічних відносин, тобто їхню сукупність як єдине ціле (закон попиту й пропонування, спадної граничної корисності благ, закон пропорціональності).

Закони окремих сфер охоплюють певні сторони економічних відносин: виробництво, розподіл, обмін, споживання (закон підвищення продуктивності праці, закон оплати праці та ін.).

Системний підхід до вивчення економічних законів має надзвичайно велике значення. Лише на його основі можна виробити

правильні рекомендації щодо їх використання, установити науково обгрунтовані принципи й методи суспільного регулювання економіки.

Пізнання економічних законів сприяє правильному їх використанню в господарській діяльності. Адже економічний розвиток відбувається відповідно до вимог економічних законів. Вони фактично означають економічну необхідність. Суспільство одержить найбільший економічний ефект тоді, коли свою діяльність будуватиме таким чином, щоб створити широкий простір для дії об'єктивних економічних законів. У цьому саме й полягає зміст використання останніх. І навпаки, коли свідомо організована господарська діяльність суперечить вимогам об'єктивних законів, то це призводить до великих збитків.

У використанні економічних законів не можна допускати ні фетишизму, ні волюнтаризму. Необхідно здійснювати науково виважену економічну політику, що грунтується на глибокому пізнанні економічних законів.

Практична функція

Економічна теорія виконує й практичну функцію, яка полягає в розробці принципів і методів раціонального господарювання, науковому обгрунтуванні економічної політики держави. Вчені безпосередньо беруть участь у визначенні економічної стратегії — довгострокової господарської політики суспільства.

В сучасних умовах посилюється роль економічної теорії в підвищенні результативності суспільного виробництва. Не випадково в усіх країнах світу її вивченню в навчальних закладах приділяється значна увага. Широка економічна освіта — важливий компонент загальнолюдських цінностей, без яких не можна досягти подальшого прогресу цивілізації.

Крім цього, вивчення курсу «Основи економічної теорії» допомагає майбутнім спеціалістам краще й ефективніше реалізувати свою спеціальність. Адже незаперечним фактом є те, що економічна сторона в діяльності кожного фахівця відіграє неабияку роль. Оволодівши економічною теорією, студент краще орієнтуватиметься в економічному житті, у виборі місця майбутньої роботи, зможе повніше реалізувати свої здібності, набуті знання, ефективніше використати їх у своїх інтересах.

Методологічна функція

Методологічна функція економічної теорії означає, що дана наука виступає теоретичною основою конкретно-економічних наук, тобто розробляє загальні методологічні принципи, без яких не можна обійтися при проведенні скільки-небудь ґрунтовного конкретно-економічного аналізу. Наприклад, економічна теорія формулює загальні принципи маркетингової діяльності підприємств, які можуть бути використані в багатьох галузях, приміром, при організації маркетингу туризму тощо.

§ 3. ЗАРОДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ ТА ЇЇ РОЗВИТКУ

Зародження економічної думки

Історичний екскурс у минуле економічної думки показує, що люди завжди прагнули теоретично усвідомити економічні умови свого існування, мотиви господарської діяльності, а відтак, розгадавши таємниці економічних процесів, спробувати управляти ними. Практичні потреби регулювання економічного життя й зумовили виникнення економічної теорії.

Економічна думка зародилася ще в стародавньому світі. Це була певна сума поглядів на господарські явища, на рушійні сили економічної діяльності людей, істотного розвитку вона досягла в епоху рабовласництва. В працях Ксенофонта (430-355 рр. до н.е.), Платона (427-347 рр. до н.е.), Аристотеля (384-322 рр. до н.е.), а також мислителів стародавнього Риму, Індії, Китаю міститься спроба з позицій свого часу з'ясувати загальні принципи економічного розвитку. «Економікс» (домашнє господарство) — так називалася праця видатного мислителя Стародавньої Греції Ксенофонта, в якій зроблена спроба обґрунтувати мотиви господарської діяльності людей, висловлено ряд цікавих економічних думок.

Формування економічної теорії як науки

Не кожна економічна думка розвивається в систему поглядів і стає економічним ученням. Ні в рабовласницькому, ні у феодальному суспільстві ще не існувало стрункої системи еко-

номічних поглядів на економічні процеси. Вона складається поступово в процесі історичного розвитку суспільства.

Могутнім поштовхом до формування економічної науки стало становлення в усіх структурах суспільного життя капіталістичних відносин, коли бурхливими темпами почали розвиватися продуктивні сили, стали формуватися ринок, обмін, торгівля. З'явилася потреба в дослідженні всіх цих явищ, вивченні закономірностей функціонування економіки в цілому. Врешті-решт постало питання і про джерела багатства націй і народів, груп людей, окремих осіб, засоби їх виміру.

Не відразу, суперечливо, але формується система поглядів на всі ці питання. Відбувається і становлення економічної теорії як науки під назвою *політична економія.* Цей термін був уперше застосований французьким економістом Антуаном Монкретьє у праці «Трактат політичної економії» (1615). Тривалий час саме під цією назвою розвивалася економічна теорія. Назва ж походить від грецьких слів «політикос» — суспільний, державний і «ойкономія» — управління, домашнє господарство («ойкос» — дім, господарство, «номос» — закон).

Визначне місце в історії політичної економії зайняло вчення меркантилістів (XV–XVIII ст.). Воно зародилося в країнах Західної Європи. Виражаючи інтереси торгової буржуазії, це вчення було спрямоване проти феодалізму. У меркантилістів об'єктом досліджень був обіг, зокрема багато уваги приділялося зовнішній торгівлі. Саме обіг вважався тією сферою, де створюється багатство. Загалом же у меркантилістів переважав поверховий опис явищ процесу обігу. Вони не створили наукової системи. К. Маркс зазначав, що справжня наука сучасної економічної теорії починається лише з того часу, коли теоретичне дослідження переходить від процесу обігу до виробництва.

Перенесення аналізу із сфери обігу у виробництво стало початком економічної науки, що пов'язано зі становленням капіталістичного ладу. Саме його розвиток зумовив занепад меркантилізму і виникнення класичної буржуазної економічної науки.

Історично першими на шлях капіталізму стали Англія і Франція, де й зародилася класична буржуазна політекономія. її засновниками були Вільям Петті (1623-1687 рр., Англія) і фізіократи на чолі з Франсуа Кене (1694–1774 рр., Франція). Питання про походження багатства переноситься ними зі сфери обігу в

сферу виробництва. На їхню думку, саме тут; і створюється багатство у вигляді матеріальних цінностей, а його джерелом є природа й праця. Ф. Кене в своїй праці «Економічна таблиця» (1758) уперше в економічній літературі процес суспільного відтворення розглядав як цілісну систему виробництва, обміну, споживання.

Найвищим досягненням буржуазної політичної економії є праці представників англійської класичної школи Адама Сміта (1723–1790) і Давида Рікардо (1772-1823). У них досліджувалися виробництво й обіг, зроблено спробу розкрити суть товарно-грошових відносин, науково обгрунтувати походження прибутку. Результати досліджень, основні висновки класиків буржуазної політекономії високо оцінює й сучасна економічна наука.

Водночас слід зазначити, що через вузькість кругозору творців класичної буржуазної політекономії (так само, як і через недостатню розвиненість на той час самих капіталістичних відносин) вони не зуміли в повному обсязі розкрити суть даної економічної системи.

Економічні інтереси й погляди дрібних товаровиробників міста й села капіталістичного суспільства покликали до життя дрібнобуржуазну політекономію в особі Ж. Сісмонді, Ж. Прудона та ін. Ці економісти викрили багато недоліків і суперечностей капіталістичного суспільства, але вони мріяли про їх усунення через повернення назад, до старих форм господарювання.

На початку XIX ст. на суспільній арені з'явилася така революційна сила, як пролетаріат. Виражаючи інтереси робітничого класу, К. Маркс і Ф. Енгельс поставили на науковий грунт соціалістичну ідею, звільнили її від утопічних ілюзій, з одного боку, й відокремили від грубого, зрівняльного комунізму, з іншого. Сформувався так званий марксистський напрям у політичній економії.

Маркс і Енгельс уперше для пізнання економічних процесів застосували метод матеріалістичної діалектики. Становлення нового суспільства вони пов'язували з найвищим розвитком матеріального виробництва, демократії та особистості. Заслугою Маркса є також створення стрункої наукової теорії вартості й додаткової вартості. Цим визначається особливе місце марксистської політекономії в історії економічного вчення.

Класики марксизму дали лише загальнотеоретичну модель суспільного розвитку. Вони прогнозували його можливості, ви-

ходячи з відомих їм економічних реальностей, і готових відповідей на деталі організації майбутнього суспільства у них не було. Оцінюючи економічні погляди класиків марксизму з сучасних позицій, слід визнати, що певні їхні висновки хоч і були правильними для свого часу, не витримали перевірки практикою і підлягають науковій переоцінці сьогодні. Що ж до методології, то вона не застаріла і немає ніяких підстав від неї відмовлятися*. Однак і обмежуватися нею не можна. Необхідно подолати кастову замкнутість науки, догматизм, відособленість від прогресивних економічних учень світу.

Наша країна розпочала сьогодні важкий шлях до ринку. Йдеться про перехід суспільно-економічного укладу до якісно нового стану, до формування нового економічного простору, головними дійовими особами якого мають стати акціонерні компанії, комерційні підприємства. Теоретикам належить складна робота щодо оновлення теоретичного арсеналу, вивчення досягнень економічної теорії зарубіжних країн, особливо розвинутих.

За своїм станом сучасна економічна теорія світу надзвичайно різноманітна. Провідними напрямами є неокласицизм і неокейнсіанство. Неокласицизм розвиває основні ідеї класичної буржуазної політекономії (А. Маршал — Англія, Дж. Кларк — США), неокейнсіанство (засновник Дж. Кейнс — Англія) розробляє концепції державно-монополістичного регулювання економіки.

Зближення неокейнсіанської теорії зростання з неокласичними концепціями розподілу зумовило виникнення неокласичного синтезу. Найповнішу уяву про його зміст може дати відомий підручник П. Самуєльсона «Економіка», а також реферат підручника П. Самуельсона і В. Нордхауса «Економікс»**.

Зростає також значення ліберального критичного напряму нових теорій. Це — теорії «троякої революції», «нового індустріального суспільства», в яких порушується питання про утворення єдиного індустріального суспільства. Йдеться також про необхідність посилення перерозподілу доходів.

* У книзі лауреата Нобелівської премії П. Самуельсона і В. Нордхауса «Економікс» ім'я К. Маркса стоїть в одному ряду з іменами таких інтелектуальних гігантів, як А. Сміт, Дж. Кейнс та ін.

** Звернімо увагу на те, що зарубіжні науковці при висвітленні основ економічної теорії, як і в далекому минулому, переважно вживають термін «Економікс» замість «Політична економія».

Запитання та завдання для обговорення

1. Давньогрецькі мислителі визначили економіку як науку про домашнє господарство. Прокоментуйте це положення.

2. Чому, на вашу думку, необхідно вивчати курс економічної теорії?

3. Розкрийте предмети курсів «Основ економічної теорії», «Економіксу», «Політичної економії», «Марксистської політичної економії».

4. Охарактеризуйте цілі та функції економічної теорії як навчальної дисципліни.

5. Доведіть, чому сьогодні широка економічна освіта — одна з найважливіших загальнолюдських цінностей, без яких неможливий подальший прогрес цивілізації.

6. Які економічні умови визначили виникнення й становлення економічної теорії як науки?

7. Визначте основні етапи розвитку економічної думки.

8. Охарактеризуйте дрібнобуржуазну, буржуазну і марксистську політекономії як економічні течії.

9. Розкрийте основні риси сучасної економічної науки.

10. Спробуйте сформулювати основні завдання, що ставить суспільство перед економічною наукою.

Глава 2. СУСПІЛЬНЕ ВИРОБНИЦТВО І ЙОГО РЕЗУЛЬТАТИ

§ 1. СУСПІЛЬНЕ ВИРОБНИЦТВО. МАТЕРІАЛЬНЕ І НЕМАТЕРІАЛЬНЕ ВИРОБНИЦТВО

Фазисуспільноговиробництва

Нагадаємо насамперед відому істину про те, що основою життя людського суспільства є виробництво матеріальних і духовних благ: щоб жити, трудитися, створювати *блага,* люди повинні їсти, пити, мати одяг, житло, тобто постійно споживати матеріальні і духовні блага. А споживати можна лише те, що створено людською працею. Тому суспільство завжди має виробляти засоби до життя. Процес виробництва матеріальних і духовних благ являє собою трудову діяльність людей.

Суспільне виробництво за своєю структурою складається з таких елементів, або фаз:

а) власне виробництво;

б) розподіл;

в) обмін;

г) споживання.

Фази виробництва тісно між собою пов'язані, хоча кожна з них відносно відособлена, має свої характерні особливості.

Насамперед тісний зв'язок існує між власне виробництвом і споживанням. Споживання являє собою використання створених благ. Воно буває двох видів: виробниче й особисте.

Виробниче споживання — це використання засобів виробництва і робочої сили працівника для виготовлення суспільно необхідного продукту. *Отже,* даний вид споживання фактично означає виробництво. З ним пов'язане й *особисте споживання,* в процесі якого відбувається відтворення робочої сили.

Споживання визначає мету виробництва і його структуру. Виробництво створює предмет споживання, породжує нове споживання, визначає його спосіб.

Таким чином, дещо відрізняючись за своїми функціями і роллю, власне виробництво й споживання взаємопов'язані і лише в своїй єдності можуть представляти виробництво. З цього взаємозв'язку слід виокремити особисте споживання як процес задоволення потреб членів суспільства в матеріальних і духовних благах. Воно виступає логічною кінцевою метою будь-якого виробництва. Тому весь процес суспільного виробництва має споживацький характер. *Якщо* зв'язок між виробництвом і споживанням десь втрачається, то трудова діяльність стає безглуздою або перетворюється у виробництво заради виробництва, а не заради особистого споживання.

Перед тим як надійти до споживання, продукт передусім має бути розподіленим (пройти стадію розподілу)

Розрізняють такі види розподілу:

а) розподіл засобів виробництва;

б) розподіл трудових ресурсів;

в) розподіл предметів споживання.

У процесі розподілу встановлюється частка кожного (трудового колективу чи окремої особи) в одержанні суспільного продукту. Але щоб отримати саме те, що необхідно для задоволення конкретних потреб суспільства, кожного виробничого підрозділу й окремої людини, продукт має пройти стадію обміну.

Обмін виступає в трьох видах:

а) обмін діяльністю і здібностями;

б) обмін засобами виробництва;

в) обмін предметами споживання.

Виробництво, розподіл, обмін і споживання завжди слід розглядати як органічне ціле. Це дає змогу розкрити зміст економічного ладу як субординованої системи економічних відносин.

Сфери виробництва

За характером економічної діяльності людей у суспільному виробництві розрізняють три великі сфери, або блоки галузей:

1) основне виробництво;

2) виробнича інфраструктура;

3) соціальна інфраструктура.

Основне виробництво — це галузі матеріального виробництва, де безпосередньо виготовляються предмети споживання й засоби виробництва. Примноження суспільного багатства визначається

саме цими галузями, їхнім технічним рівнем. Основне виробництво включає сировинний, паливно-енергетичний, металургійний, агропромисловий, хімічно-лісовий комплекси, виробництво товарів народного споживання, капітальне будівництво тощо.

Сьогодні в Україні лише в промисловості нараховується близько 9 тис. підприємств, які виготовляють різноманітну продукцію.

Виробнича інфраструктура являє собою комплекс галузей, які обслуговують основне виробництво і забезпечують ефективну економічну діяльність на кожному підприємстві і в народному господарстві в цілому. До них належать:

транспорт, зв'язок, торгівля, кредитно-фінансові заклади;

спеціалізовані галузі ділових послуг (інформаційних, рекламних, лізингових, консультаційних, інженерно-будівельних тощо).

Надаючи послуги виробництву, сприяючи підвищенню його ефективності і поліпшуючи умови праці, господарська діяльність даних галузей фактично примножує суспільне багатство. Тому саме розширення виробничої інфраструктури і перетворення її в крупний сектор господарства є однією з найважливіших закономірностей індустріального розвитку економіки.

В розвинутих країнах сфера послуг виробництву — велика і високоефективна галузь суспільної діяльності. Наприклад, у США на транспорті, у сфері зв'язку й торгівлі нині створюється 1/5 частина валового національного продукту. У господарстві України цей показник значно нижчий.

Отже, за сучасних умов найважливішим напрямом удосконалення суспільного виробництва має бути прискорений розвиток виробничої інфраструктури.

Основне виробництво і виробнича інфраструктура в сукупності становлять *сферу матеріального виробництва.* Але в міру розвитку суспільства зростають його потреби в духовних благах, які створюються в нематеріальній сфері, що й зумовлює існування соціальної інфраструктури.

Соціальна інфраструктура — це нематеріальне виробництво, де створюються нематеріальні форми багатства, які відіграють вирішальну роль у всебічному розвитку трудящих, примноженні їхніх розумових і фізичних здібностей, професійних знань, підвищенні освітнього й культурного рівня.

Сфера соціальної інфраструктури включає такі галузі:

охорону здоров'я й фізичну культуру;

загальну середню, спеціальну середню, професійно-технічну й вищу освіту, систему підвищення кваліфікації тощо;

житлово-комунальне господарство;

пасажирський транспорт і зв'язок;

побутове обслуговування;

культуру й мистецтво.

Згідно з прийнятою у статистиці методикою обліку до соціальної сфери належить наука як одна із форм суспільної свідомості, один з головних факторів духовного розвитку людини. Однак прикладна наука має включатися в процес матеріального виробництва як безпосередня продуктивна сила.

Така «роздвоєність» властива й торгівлі, транспорту, зв'язку: вони належать як до матеріального виробництва (тією мірою, якою в них продовжується процес виробництва), так і до нематеріального (оскільки пов'язані з обслуговуванням людей).

Охорона навколишнього середовища належить до матеріального виробництва, бо здійснюється шляхом його вдосконалення. Водночас вона стосується також і соціальної сфери, оскільки безпосередньо пов'язана зі створенням сприятливих умов для життя людини.

Тривалий час в економічній літературі дана сфера людської діяльності включалася до невиробничої сфери, поряд з такими її ланками, як держапарат, партапарат, управління громадських рухів, армія, міліція. Однак такі міркування неправомірні. В сфері соціальної інфраструктури створюються послуги, які задовольняють соціальні й духовні потреби людей, сприяють примноженню суспільного багатства.

Праця, що затрачена на певну соціальну послугу, є суспільно необхідною і корисною. Вона рівнозначна праці в сфері матеріального виробництва, тому її слід визнати продуктивною. Все це дає підстави вважати, що соціальна інфраструктура є сферою нематеріального виробництва; її не можна ототожнювати з невиробничою сферою.

Досвід розвинутих країн переконує, що соціальна інфраструктура поступово перетворюється в основну сферу людської діяльності. Так, у США в сфері соціальних послуг зайнято близько 70% усіх найманих працівників і створюється понад 60% валового національного продукту. В нашій країні ці показники набагато нижчі.

Обсяг і якість соціальних послуг — важливий показник економічного прогресу суспільства й рівня життя населення. Тривалий час недооцінка ролі соціальної сфери спричинювала значне відставання у нас саме тих галузей, які сьогодні визначають рівень цивілізованості суспільства, характер соціальної спрямованості виробничої діяльності. Це проявляється у відставанні розвитку таких галузей, як охорона здоров'я, побутове обслуговування населення, в низькому рівні матеріально-технічної бази науки, вищої та середньої освіти тощо. Тому важливим стратегічним завданням економіки має бути прискорений розвиток соціальної інфраструктури.

Важливою складовою суспільного виробництва є також його організація й управління. Не потребує доведення те, що будь-який економічний процес має бути певним чином організований. Причому за умов посилення усуспільнення виробництва, поглиблення поділу праці, спеціалізації та кооперування значення чіткої організації всіх ланок економіки зростає.

Суспільна організація виробництва має відповідати передусім таким загальним вимогам:

а) створювати широкі можливості для природно-історичного процесу економічного розвитку, не допускати волюнтаристського втручання у виробництво;

б) забезпечувати науково-технічний прогрес і бути адекватною досягнутому рівню реального усуспільнення виробництва.

Лише за цих умов організація виробництва сприятиме економічному розвитку, підвищенню його ефективності.

§ 2. ОСНОВНІ ФАКТОРИ СУСПІЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА ТА ЇХНЯ ВЗАЄМОДІЯ

Робоча сила

Суспільне виробництво завжди передбачає функціонування двох факторів: особистого й речового. *Особистий фактор виробництва* представляють трудові колективи, люди, зайняті суспільно корисною працею в галузях матеріального і нематеріального виробництва. Це — працівники промисловості, будівництва, сільського господарства, транспорту, зв'язку, торгівлі, кому-

нального господарства, науки, культури, охорони здоров я, тоото всі **ті** категорії трудящих, результатом праці яких є певний корисний результат (матеріальний продукт або послуга).

Трудові колективи виступають особистим фактором виробництва тому, що кожний працівник є носієм робочої сили, завдяки якій він може створювати життєві блага, вдосконалювати техніку виробництва.

Робоча сила — це здатність людини до праці, або сукупність її фізичних і розумових здібностей, що використовуються в процесі створення матеріальних і **духовних благ. Отже, щоб з'ясувати суть робочої сили, необхідно спочатку розкрити зміст самої праці.**

Праця — це свідома діяльність людини, спрямована на створення необхідних для задоволення особистих і суспільних потреб у матеріальних і духовних благах, а також інша діяльність, зумовлена суспільними потребами.

У процесі трудової діяльності людина перетворює дані природою предмети відповідно до своїх потреб. Однак цей процес не слід розуміти однобічно. Йдеться про те, що не лише природа має слугувати людині, а й люди повинні слугувати їй, зберігаючи її багатства.

Крім того, кожний працівник, впливаючи на навколишнє середовище, змінює також власну природу, розвиваючи свої здібності, нагромаджуючи досвід, знання і вміння. В цьому розумінні праця не лише породила людину, а й забезпечила її розвиток і вдосконалення. І навпаки, якщо людина не займається трудовою діяльністю, вона деградує як суспільне явище. Поза працею фактично не може бути й повноцінної людини.

Люди завжди жили й трудилися в суспільстві. Трудові колективи з їхніми творчими здібностями є головною продуктивною силою суспільства. Тому розвиток суспільного виробництва завжди починається з удосконалення самих працівників виробництва, які потім збагачують увесь виробничий процес новими винаходами, забезпечують його постійний прогрес. З цього випливає такий висновок: здатність до розвитку тієї чи іншої системи визначається насамперед тим, які вона створює умови для творчого розвитку самого працівника, насамперед його розумових та інтелектуальних здібностей, а також чи забезпечує умови реалізації цих здібностей безпосередньо в господарській діяльності. Одна з найважливіших причин економічної відсталості на-

шої країни полягає саме в тому, що командно-адміністративна система тривалий час не лише стримувала господарську ініціативу, а й створювала на шляху прогресу непереборні перепони.

Науково-технічний прогрес підвищує роль людини в суспільному виробництві і висуває нові вимоги до кожного працівника.

По-перше, зростають вимоги до кваліфікації і відповідальності працівників за функціонування могутньої і складної техніки. Сучасний робітник має бути висококваліфікованим. Отже, суспільство повинне виділяти значні кошти на підготовку кваліфікованих трудових ресурсів.

По-друге, технічний прогрес вимагає робітника творчого, тому праця має бути вільною. Так само як примітивні засоби праці зумовлюють рабську експлуатацію, сучасний НТП об'єктивно вимагає розкріпачення працівника, надання йому необхідних прав і свобод.

По-третє, праця в умовах НТП має бути також матеріально забезпечена. Сучасний робітник зможе нормально працювати лише в разі забезпечення його необхідними житловими та іншими побутовими умовами. Історичний досвід незаперечно доводить, що без вирішення соціальних проблем жодне суспільство не зможе досягти істотних результатів і в розвитку суспільного виробництва. Більше того, ігнорування соціальних проблем неминуче породжує кризову ситуацію в економіці. Про це переконливо свідчить той стан, в якому опинилася наша країна.

Нині для більшості людей їхня праця є засобом до життя. Це вимагає сумлінного ставлення до справи і, як правило, напруження фізичних та інтелектуальних сил. І все ж одержане при цьому матеріальне й моральне задоволення надихає людину на активну творчу діяльність. Ще У. Петті справедливо назвав працю батьком багатства. І справжня радість праці — в її результатах, у ній самій як джерелі підвищення добробуту кожного працівника і зростання суспільного багатства.

Засоби виробництва

Другим фактором виробництва є **засоби виробництва: предмети й засоби праці. Це — речові елементи виробництва, за допомогою яких люди створюють матеріальні й духовні блага.**

Предмети праці включають всі ті предмети, на які спрямована праця людини, а саме:

предмети, дані природою;

сировина (створені людьми предмети праці);

вторинні ресурси;

штучно створені матеріали (штучні тканини, полімерні, керамічні матеріали).

Збільшенню обсягу сировинної бази слугують такі фактори:

а) комплексне використання корисних копалин, повніше добування цінних елементів природи. Поступово долається таке становище, коли через недостатній розвиток технології багато рідкісних металів не видобувалися з корисних копалин і залишалися у відходах;

б) розвиток матеріалозберігаючих технологій. Вони дають можливість нарощувати виробництво кінцевого продукту за тих же обсягів видобутку сировини і матеріалів.

У сучасних індустріально розвинутих країнах ресурсозбереження стало вирішальним джерелом задоволення приросту потреб економіки в паливі, енергії, сировині й матеріалах. Отже, важливим завданням нашої країни є зниження матеріалоємності та енергоємності національного доходу. Для цього в Україні є значні резерви. Наприклад, у 1991 р. в машинобудуванні та металообробці у відходи спрямовувалося 24,9% чорних металів. Водночас розрахунки показують, що в тому ж році зниження матеріальних затрат тільки на 1 коп. на кожний карбованець суспільного продукту (тобто на 1%) дало б можливість одержати майже 3 млрд. крб. національного доходу.

Однією з складових засобів виробництва є засоби праці: ті засоби, за допомогою яких людина впливає на предмет праці. Вони включають:

знаряддя праці (машини, верстати, автомати та ін.);

«безмашинну» техніку (електричне розрядження, хімічний та електричний процеси);

«судинну» систему виробництва (трубопроводи, цистерни та інше обладнання);

виробничі будови, споруди, шляхи.

Предмети й засоби праці в сукупності становлять засоби виробництва. Вони приводяться в рух працівниками виробництва. Засоби виробництва і люди, які використовують їх, являють собою продуктивні сили.

Взаємодій факторів виробництва

У продуктивних силах завжди існують певні пропорції, в яких поєднуються фактори виробництва. З технічного боку, характер їхньої взаємодії виражається через *технічну будову виробництва*. Вона показує в натуральному вигляді, скільки засобів виробництва приводить у рух один працівник. Цей показник виражається кількістю машин, потужністю двигунів, обсягом сировини і матеріалів, що припадають на одного працівника.

З розвитком технічного прогресу відносно менша кількість працівників використовує дедалі більшу масу засобів виробництва. Наслідком даного процесу стає вивільнення трудових ресурсів. Це свідчить про необхідність глибокого аналізу тенденцій технічної будови, з тим щоб виробити необхідні заходи щодо запобігання безробіття, своєчасного здійснення перепідготовки і перекваліфікації працівників, їхнього соціального захисту.

З економічного боку, характер поєднання факторів виробництва визначається їхньою суспільною формою. Коли власником засобів виробництва і робочої сили є одна й та ж особа, то існує пряме поєднання особистих і речових елементів продуктивних сил. Це характерно для індивідуальної трудової діяльності, дрібного товарного виробництва. В історії мало місце і пряме, відкрите насильне поєднання робочої сили із засобами виробництва: в рабовласницькому та феодальному суспільствах.

У капіталістичному суспільстві поєднання факторів виробництва відбувається шляхом купівлі-продажу робочої сили. Робітник як власник робочої сили продає її, а капіталіст купує. При цьому основу заробітної плати робітника становить *вартість робочої сили,* тобто вартість матеріальних і духовних благ, необхідних для самого працівника й утримання його сім'ї. Це було характерним переважно для домонополістичного капіталізму. За сучасних умов у розвинутих країнах поєднання факторів виробництва здійснюється шляхом добровільного найму працівника. При цьому заробітна плата дедалі більшою мірою пов'язується не лише з вартістю робочої сили, а й з кількістю та якістю праці. Тривалий час у вітчизняній економічній літературі панувала догма, що за соціалізму відбувається пряме поєднання робочої сили і засобів виробництва. Доводилося це, виходячи з панування суспільної власності на засоби виробництва. На практиці ж одержавлення власності зумовило різні форми поєднання робо-

чої сили, причому переважали насильницькі методи. Це проявилося в низькому рівні оплати, що спричинило втрату заінтересованості безпосередніх виробників у її результатах.

Таким чином, аналіз поєднання факторів виробництва із соціально-економічного боку має велике значення для характеристики економічного ладу суспільства. Ефективним слід визнати той суспільний лад, який забезпечує найвищий рівень народного добробуту.

Екологічні обмеження суспільного виробництва

Суспільне виробництво грунтується передусім на природних факторах. У загальному плані виробнича взаємодія людини й природи здійснюється шляхом втягування у господарський обіг відповідних ресурсів та обміну речовин між людиною і навколишнім природним середовищем. У результаті праці природні ресурси набувають конкретних властивостей, які задовольняють певні потреби суспільства. Всі матеріальні блага, що споживаються людьми, а також засоби виробництва являють собою здебільшого модифіковані людською працею елементи природи.

Природні елементи (їх обсяг і різноманітність) впливають на функціонування економіки кожної країни. Не визначаючи цілком хід її соціально-економічного розвитку, вони є важливою умовою розміщення продуктивних сил, результативності виробництва та добробуту населення.

Природні фактори господарювання, якими володіє кожна країна, становлять її *еколого-економічний потенціал*. Він виступає у двох формах: ресурсного та регенераційного потенціалу.

Ресурсний потенціал являє собою сукупність елементів природи, що бере або може взяти безпосередню участь у суспільному виробництві. Беручи участь у кожному циклі суспільного виробництва, природні ресурси виступають як першоджерела засобів виробництва або заміщують їх. Від наявності природних ресурсів залежить забезпечення виробництва первинною сировиною та енергією і відповідно ефективність господарювання, хоча цей зв'язок не є прямим. Досить згадати приклад колишнього СРСР, для якого висока забезпеченість природними ресурсами була одним із факторів тривалого екстенсивного розвитку економіки. Загалом же ресурсні обмеження негативно впливають на ефективність суспільного виробництва. Так, ускладнення видобутку

сировини, збільшення віддаленості джерел її розташування, погіршення якості ресурсів вимагають більших матеріальних, фінансових і трудових витрат на виробництво готового продукту.

Природні ресурси поділяються на дві великі групи: відновні та невідновні. Даний поділ грунтується на розмежуванні природних ресурсів за ступенем їх відновлюваності та вичерпності. Велика група ресурсів (до них належать передусім мінерально-сировинні) практично не відновлюються і не мають замінників. На жаль, саме ця група ресурсів активно використовується у суспільному виробництві, та її запаси різко скорочуються. Так, за підрахунками спеціалістів, за останні 50-70 років у світі перероблено стільки сировини, скільки за всю попередню історію людства. Якщо світовий видобуток сировини подвоювався кожні 15 років, то для України цей показник становив близько 10 років. Щорічно у світі видобувається різних гірських порід майже 100 млрд. т, виплавляється близько 800 млн. т різних металів. В Україні щорічний видобуток гірських порід дорівнює близько 2 млрд. т. мінеральної сировини — 1 млрд., кам'яного та бурого вугілля — 160 млн., залізної руди — 100 млн. т.

Процес вичерпання доступних природних ресурсів, ускладнення умов їх видобутку, зниження цінних речовин у корисних копалинах призводить до зростання витрат та істотного природного обмеження ефективності суспільного виробництва. Очевидним прикладом цього слугує те, що в Україні майже вичерпані розвідані копалини нафти й газу, і зміна ситуації з енергоносіями даного виду стала важливим фактором дестабілізації економіки держави.

Не менш складна ситуація склалася з *відновлюваними ресурсами*. Справа в тому, що частина ресурсного потенціалу відновлюється під впливом природних процесів перетворення і нагромадження речовин та енергії. Однак за надмірної інтенсивності їх використання швидкість природного відновлення може не забезпечити їхнього відтворення. Факти свідчать, що на планеті використовується близько 70% фунту, придатного для сільськогосподарського використання, майже половина приросту лісу, близько 10% стоку річок. В Україні високий рівень розораності земель, орні землі становлять 85% площ степів та лісостепів, але значна частина земель загублена в результаті вітрової та водної ерозії. Дефіцит води дорівнює 4 млрд. $м^3$, використовується майже 65% річного стоку Дніпра. Низька забезпеченість України лісом, а ті

лісові ресурси, що є, значною мірою заражені хворобами та шкідниками.

У зв'язку з інтенсивним використанням ресурсного потенціалу він має тенденцію до зменшення, хоча цьому процесові протистоїть освоєння та включення у господарський обіг нових природних багатств.

Регенераційний потенціал грунтується на можливості природних систем переробляти наслідки людської життєдіяльності і відновлювати обіг речовин у навколишньому середовищі. Природні системи та їхні елементи мають властивість відновлюватися та нейтралізувати шкідливі результати суспільного виробництва. Людство повинно рахуватися з тим, що збереження традиційної технологічної схеми «видобуток сировини — переробка — викид у навколишнє середовище відходів» призводить до дедалі більших порушень екологічної стійкості у навколишньому середовищі. Крім того, значною мірою люди негативно впливають на природу і в позавиробничій діяльності.

У сучасних умовах залучення природних ресурсів у суспільне виробництво є малоефективним, а то й марнотратним. У кінцевий результат виробничої діяльності матеріалізується лише незначна частина первісно залучених у виробництво природних ресурсів. Це призводить до того, що, наприклад, до недавнього часу в атмосферу Землі щорічно викидалося близько 200 млн. т окису вуглецю, понад 50 млн. т різних вуглеводів тощо.

Регенераційна функція еколого-економічного потенціалу України реалізується досить складно. Внаслідок малопродуктивного багатовідходного виробництва інтенсивно забруднюються грунт і водоймища, дедалі більшою кількістю хімічних сполук насичується повітряний басейн. Обсяг відходів добувної, енергетичної та металургійної промисловості досягає 12 млрд. т і продовжує щорічно зростати на 1,7-1,9 млрд. т. За 1986–1990 рр. у повітряний басейн республіки було викинуто всіма джерелами забруднення понад 80 млн. т шкідливих речовин. Значно ускладнила еколого-економічну ситуацію в Україні аварія на ЧАЕС.

Такий екологічний стан знижує можливості життєдіяльності людини, їй стає дедалі важче пристосовуватися до умов навколишнього середовища. Склалася тривожна ситуація, коли нарощування виробництва вступило у суперечність з екологічними можливостями природних систем. Проблема ускладнюється тим,

що погіршення екологічного стану проявляється не так виразно, як, наприклад, інфляція, дефіцит, безробіття, але за своїми наслідками воно є не менш складним та загрозливим.

Чи означає сучасна екологічна ситуація той факт, що природні обмеження суспільного виробництва є абсолютними і дана проблема не може бути вирішена? Теоретичні надбання та господарська практика свідчать, що екологічні обмеження суспільного виробництва будуть існувати завжди, але суспільство має адаптуватися до природних умов, що змінюються. Йдеться передусім про екологізацію виробництва, обов'язкове врахування природних факторів при прийнятті господарських рішень. Дійова охорона природи та раціональне використання її ресурсів можливі за належної структурної перебудови виробництва, всебічного ресурсозбереження, формування системи матеріальних стимулів природоохорони, втілення у господарювання природозберігаючих досягнень науки і техніки, ефективного екологічного виховання членів суспільства. Обмежуючий екологічний фактор істотно знизиться, коли природоохоронне орієнтоване виробництво буде не тільки виснажувати ресурси, а й стане сферою раціонального використання всіх багатств, якими наділила людей Земля.

§ 3. СУСПІЛЬНИЙ ПРОДУКТ

Сукупний суспільний продукт

Узагальнюючим результативним показником виробничої діяльності суспільства виступає **сукупний суспільний продукт. Він являє собою всю суму матеріальних і духовних благ, створених суспільством за певний проміжок часу (як правило, за рік).**

Розраховують сукупний суспільний продукт по-різному. Залежно від того, які елементи включають до його складу, слід розрізняти: валовий суспільний продукт, кінцевий суспільний продукт, валовий внутрішній продукт і валовий національний продукт.

Валовий суспільний продукт

Протягом тривалого часу в Україні, як і в інших країнах Східної Європи, узагальнюючий результат виробництва розглядався як **валовий суспільний продукт. Статистичні органи розраховують його як суму виробленої за рік (чи інший проміжок часу)**

валової продукції всіх галузей матеріального виробництва: промисловості, будівництва, сільського й лісового господарства, вантажного транспорту, зв'язку і торгівлі (тією мірою, якою вони обслуговують виробництво), матеріально-технічного постачання, заготовок сільськогосподарських продуктів, громадського харчування, а також інших виробничих видів діяльності (видавництво, виробництво кінофільмів, збирання грибів, ягід тощо).

При визначенні величини валового суспільного продукту завжди стикаються з повторним рахунком окремих виробничих затрат. Справа в тому, що до його вартості включається не лише готовий, а й проміжний продукт (сировина, паливо, матеріали), причому один і той же проміжний продукт враховується декілька разів. Наприклад, залізна руда спочатку включається у валову продукцію гірничодобувної промисловості, а потім — у вартість виготовленого з неї металу, тобто у валову продукцію металургійної промисловості, і т. д. У кінцевому підсумку валова продукція всіх галузей економіки включає повторний рахунок різних елементів проміжного продукту. В цьому полягає головний недолік даного показника: він навіть приблизно не відображає тієї суми благ, які створені суспільством для задоволення своїх потреб.

Кінцевий суспільний продукт

Детальніше характеризує результати господарської діяльності кінцевий суспільний продукт. Він являє собою всю масу виробленої за певний період часу готової продукції. За своїм речовим змістом він складається:

а) з готових до особистого споживання предметів споживання;

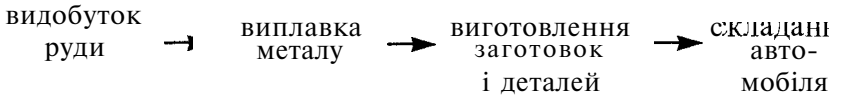
б) з готових до виробничого використання засобів праці (тобто лише частини засобів праці без предметів праці).

Отже, кінцевий продукт є лише частиною валового продукту, яка у вигляді готової продукції надходить у розпорядження суспільства й використовується для споживання населення, відновлення зношених протягом року засобів праці та нагромадження. За своєю величиною він відрізняється від валового суспільного продукту тим, що не включає проміжного продукту, а також незавершеного виробництва та будівництва і виключає, таким чином, повторний рахунок матеріально-виробничих затрат.

Розраховується кінцевий продукт як сума валової продукції не всіх галузей матеріального виробництва, а лише тих, де фор-

мується готовий продукт. Наприклад, для виготовлення вантажного автомобіля необхідна різноманітна кількість деталей, які виробляють понад 100 галузей економіки. Але в кінцевому продукті всі вони враховуються один раз, а саме: у вартості вантажного автомобіля.

Щоб детальніше це уявити, розглянемо схематично рух лише одного елемента — металовиробів, необхідних для виготовлення автомобіля. Цей рух складається з таких крупних блоків:



Наприклад, у розрахунку на один автомобіль видобувається 10 т залізної руди вартістю 300 грн. Дана вартість складається із затрат засобів праці і створеної живою працею шахтарів вартості у такому, скажімо, співвідношенні: 100 грн. — перенесена вартість і 200 грн. знову створена вартість. На наступній стадії з даної руди виготовляється метал на суму 700 грн., сюди включається вартість використаної руди 300 грн. і додана вартість 400 грн., яка створена на металургійних підприємствах. Метал поступає на машинобудівні підприємства, де спочатку виготовляються певні деталі, припустімо, на 2000 грн. (700 грн. руда + 1300 грн. додана вартість), а потім збирається автомобіль вартістю 8000 грн. (2000 грн. деталі + +6000 грн. додана вартість). У цьому випадку кінцевий продукт становитиме 8000 грн. — це вартість вантажного автомобіля. Розрахована ж за валовим методом дана вартість дорівнюватиме:

11 тис. Грн. = 300 + 700 + 2000 + 8000.

У 1994 р. в Україні валовий суспільний продукт становив (у фактично діючих цінах) — 2 269 566 млрд. крб., а кінцевий суспільний продукт — 1 001 127 млрд. крб. Отже, в структурі валового продукту лише його менша частина слугує задоволенню людських потреб. Тому валовий продукт не може характеризувати кінцеві результати суспільного виробництва, однак саме цей показник вживався в нашій країні до недавнього часу. Використовуючи валові показники, статистичні органи фактично перекручували дійсність, не завжди давали правдиву інформацію про такі важливі економічні показники, як підвищення продуктивності праці, темпи зростання обсягів виробництва та ін.

Наведені дані свідчать також про досить високі проміжні затрати на виготовлення одиниці готового продукту. Це — показник високої матеріалоємності продукту, що виражає низьку ефективність суспільного виробництва.

Таким чином, кінцевий продукт є показником, що відображає величину створених у суспільстві матеріальних благ.

Виходячи з цього, чи доцільно розраховувати ще й валовий суспільний продукт? На це запитання, мабуть, треба дати ствердну відповідь. Справа в тому, що валовий суспільний продукт виражає складні госпрозрахункові відносини між підприємствами, а також між галузями економіки. Він є необхідним для госпрозрахункової, комерційної діяльності підприємств. Крім того, суспільство завжди має знати, скільки необхідно створити проміжного продукту, щоб одержати певну кількість готових до споживання предметів. Кінцевий же продукт має велике значення для статистичного обліку реально виготовлених у суспільстві матеріальних благ, а також для розрахунку загальногосподарської економічної ефективності.

Валовий національний ***продукт***

Валовий і кінцевий продукт — це показники матеріального виробництва. Проте в суспільстві існує і нематеріальне виробництво, де створюються нематеріальні форми багатства. Результати господарської діяльності в цілому у галузях матеріального і нематеріального виробництва найповніше виражаються через валовий національний продукт. До офіційної статистики нашої країни даний показник був включений лише з 1987 р. У капіталістичних країнах його величина визначається постійно.

Валовий національний продукт складається з кінцевого продукту і вартості виготовлених нематеріальних благ та наданих послуг. Він розраховується не за виробничим принципом, а як сума кінцевих доходів або витрат Його складові частини такі:

вартість спожитих населенням предметів споживання і послуг;
вартість державних закупок; капітальні вкладення;
сальдо платіжного балансу.

Цей показник широко використовується при аналізі соціально-економічного розвитку країни і при міжнародних зіставленнях.

Розрізняють також **валовий внутрішній продукт.** Він представляє собою вартість кінцевих товарів, вироблених всередині країни.

Яка різниця між ВНП і ВВП? Частина ВНП заробляється за кордоном. Наприклад, доход громадянина України, який працює у США, є частиною валового національного продукту України.

Але цей доход не є частиною валового внутрішнього продукту, бо він заробляється не в Україні. З іншого боку, доходи, які одержала компанія «Кока-кола» від виробництва продукції в Україні, є частиною валового національного продукту США, а не валового національного продукту України. Але такі доходи становлять частину валового внутрішнього продукту України, бо вони зароблялись в Україні.

Валовий внутрішній продукт в Україні в 1994 р. становив 1 203 769 млрд. крб.

Чистий продукт

Важливим результативним показником є також **чистий продукт. Він являє собою частину валового національного продукту. Якщо з останнього вирахувати вартість тих засобів праці, які витрачаються на відшкодування їх зношеної частини, то одержимо чистий продукт.** Це — реальний доход, який суспільство мрже використати для особистого споживання, а також для розширення виробництва. Тому стосовно суспільства в цілому чистий продукт характеризують як національний доход. Його ще називають валовим доходом суспільства. За своїм натуральним змістом він складається з предметів споживання (матеріальних і духовних благ) і нагромаджуваної (тобто спрямованої на розширення виробництва) частини засобів виробництва. Тому його можна розділити на два крупних фонди: нагромадження і споживання. Відношення фонду нагромадження до всього обсягу національного доходу називається нормою нагромадження, її можна визначити формулою

$$На' = \frac{ФН}{НД} \cdot 100\%,$$

де $На'$ — норма нагромадження,

$ФН$ — фонд нагромадження,

$НД$ — національний доход.

Важливе значення також має поділ чистого продукту на необхідний і додатковий продукт.

Необхідний продукт — частина чистого продукту, яка необхідна для нормального відтворення робочої сили в сфері вироб-

ництва (матеріального і нематеріального). Це — витрати на одяг, житло, задоволення культурних і соціальних потреб, на екологічні заходи.

Додатковий продукт — це надлишок над необхідним продуктом. Він використовується для розширення виробництва, створення економічних основ для розвитку сфери нематеріального виробництва, повнішого задоволення духовних потреб суспільства.

Відношення додаткового продукту до необхідного називається нормою додаткового продукту, її можна визначити за такою формулою:

$$n' = \frac{n}{H} \cdot 100\%,$$

де п' — норма додаткового продукту,

n — додатковий продукт,

H — необхідний продукт.

Наприклад, в Україні в 1994 р. було вироблено національного доходу на суму 966 727 млрд. крб., у тому числі необхідного продукту — 360 711 млрд. крб., додаткового продукту — 606 018 млрд. крб., норма додаткового продукту становила 168%.

Національний доход, використаний на нагромадження і споживання, у цьому ж році становив 1 003 355 млрд. крб., у тому числі: фонд споживання — 656 867 млрд. крб. і фонд нагромадження — 346 488 млрд. крб., норма нагромадження — 35%.

Аналізуючи наведені дані, слід мати на увазі, що вони розраховані за методикою, згідно з якою до національного доходу включається лише продукт сфери матеріального виробництва. Отже, вони показують, скільки часу працівники саме виробничої сфери працюють на себе і скільки — на інших членів суспільства.

Національне багатство

Динамічність суспільного виробництва найповніше проявляється в зростанні та оновленні національного багатства, що відбувається постійно за рахунок створюваного сукупного продукту.

Національне багатство — це сума матеріальних і духовних благ, які є в **розпорядженні суспільства.** Воно нагромаджувалося суспільством протягом усієї історії його виробничої діяльності. Основну його частину становить матеріальне багатство, тобто сукупність нагромаджених засобів виробництва й предметів споживання. Крім того, національне багатство включає також нема-

теріальні, духовні цінності, такі як виробничий досвід, освітній потенціал, досягнення науково-технічної думки, інформаційні ресурси, культурні цінності тощо.

У структурі національного багатства вирізняються насамперед *виробничі фонди* (основні й оборотні), *основні фонди соціальної сфери* (школи, лікарні, культурно-освітні і спортивні об'єкти, житлові будинки), а також *особисте майно населення*. Крім того, важливим компонентом національного багатства є *природні багатства* — корисні копалини, ліси, земля, вода.

Названі матеріальні компоненти національного багатства разом з духовними цінностями являють собою сукупні можливості суспільства в розвитку суспільного виробництва і задоволенні особистих потреб населення. Тому раціональне, ефективне їх використання — важливий фактор економічного розвитку, причому сучасний прогрес суспільства, який здійснюється під впливом науково-технічного прогресу, супроводжується підвищенням ролі і значення нематеріального багатства в житті суспільства. Загальноекономічна тенденція полягає в тому, що у міру прогресу матеріального виробництва створюються умови для розвитку соціальної сфери, а отже, й дедалі більшого зосередження тут матеріальних і духовних цінностей.

Проте це не заперечує того факту, що розвиток суспільного виробництва визначається обсягом і високими технічними характеристиками виробничих основних і оборотних фондів, які разом з кадрами робітників, інженерно-технічних працівників становлять *економічний потенціал країни*. Він виражає здатність держави забезпечити той чи інший рівень виробництва й добробуту суспільства.

§ 4. ЕФЕКТИВНІСТЬ СУСПІЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА

Соціальна та економічна ефективність

Однією з найважливіших якісних характеристик суспільного виробництва є його ефективність. Розрізняють соціальну та економічну ефективність. Соціальна ефективність виражає ступінь задоволення особистих потреб суспільства. Вона показує, наскільки господарська діяльність спрямована на саму людину,

відповідає її потребам та інтересам. Якщо постійно підвищується добробут народу і забезпечується високий життєвий рівень, то, звичайно, дане суспільне виробництво є соціально ефективним.

Економічна ефективність виражає результативність суспільного виробництва шляхом зіставлення затрат і одержаного результату, її визначають за такою формулою:

$$E = \frac{П}{З} \cdot ,$$

де $П$ — вартість продукту,

$З$ — матеріально-грошові затрати.

В результаті одержуємо показник, що характеризує величину затрат на одиницю створеного продукту. Чим дешевше, з меншими затратами обходиться суспільству виготовлення матеріальних і духовних благ і чим більше їх створюється, тим буде вищою економічна ефективність суспільного виробництва.

Між соціальною та економічною ефективністю існує взаємозв'язок. З одного боку, поліпшення задоволення особистих потреб усіх членів суспільства об'єктивно вимагає зростання економічної ефективності. Так, не можна підвищити добробут народу, не забезпечивши істотне зростання продуктивності суспільної праці. Економічна ефективність виступає могутньою підоймою вирішення соціальних проблем. З іншого боку, підвищення соціальної ефективності виступає вирішальним фактором раціонального та економного ведення господарства в інтересах суспільства та окремих його членів.

Проте на практиці подібний взаємозв'язок не завжди існує, що проявляється в нераціональному використанні матеріальних ресурсів, забрудненні навколишнього середовища тощо. Якщо втрачається зв'язок між соціальною та економічною ефективністю, то це фактично означає, що виробництво здійснюється заради виробництва, тобто воно набуває безглуздого характеру. Об'єктивною закономірністю має бути зростання ефективності виробництва такої продукції і такої якості, яка дійсно потрібна суспільству для задоволення його потреб. У цьому суть взаємозв'язку економічної і соціальної ефективності господарської діяльності.

Показники економічної ефективності

Для характеристики ефективності виробництва використовується ціла система економічних показників, з допомогою яких

визначається результативність використання окремих видів ресурсів. Виділимо серед них такі.

Продуктивність праці (Пп) — виражає відношення величини продукту (П) до затрат живої праці (ЗПЖ):

Зворотний цьому показник виражає *трудоємність продукції.* Вона показує, скільки виробляється продукції за певний проміжок часу, або, навпаки, скільки затрачається праці на одиницю продукції.

Продуктивність праці розраховується двояко: а) виробництво продукції на одного працівника; б) виробництво продукції на одну відпрацьовану людино-годину. При цьому використовуються як натуральні, так і вартісні показники. Наприклад, на взуттєвій фабриці одержано такі показники: вироблено 40 тис. пар взуття, працювало 100 робітників протягом 25 днів, робочий день становив 8 год.

Продуктивність праці розраховуватиметься таким чином:

$$Пп = \frac{40\ 000}{2\ 000} = 2\ пари/год.;$$

$$Пп = \frac{40\ 000}{100} = 40\ пар/год.;$$

Вартісні показники продуктивності праці застосовуються для узагальнюючої характеристики діяльності підприємства. Якщо, наприклад, підприємство випускає різнорідну продукцію, то спочатку необхідно підрахувати її вартість, а потім, розділивши одержану величину на відповідні затрати, одержимо продуктивність праці: виробіток валової продукції (в карбованцях) в розрахунку на людино-годину чи на одного робітника. Так, у 1994 р. середньорічна чисельність робітників і службовців, зайнятих у приватному секторі економіки України, становила 20,4 тис. чоловік. Тоді ж було вироблено тут валової продукції на суму 91 861 млрд. крб. (у фактичних Цінах). Отже, продуктивність праці дорівнювала 4,5 крб. (за рік на одного працівника).

Продуктивність праці — це синтетичний показник ефективності виробництва. В ній у концентрованому вигляді відбиваються всі сторони господарської діяльності: технічний прогрес, організація виробництва, використання трудових і матеріальних

ресурсів. Тому не випадково, що саме рівень продуктивності праці нерідко розглядається як найважливіший показник прогресивності суспільної форми виробництва. Продуктивність праці — це показник використання робочої сили. Ефективність же матеріально-речових факторів виражається такими показниками, як матеріаловіддача і фондовіддача.

Матеріаловіддача — це відношення вартості продукту до матеріальних затрат. Вона показує, скільки виробляється продукції на одиницю затрат праці, втіленої в предметах праці. Наприклад: вироблено 100 пар взуття — на суму 10 000 крб., витрачено сировини, матеріалів, палива — на 4 000 крб.,

$$\text{матеріаловіддача} = \frac{10\ 000}{4\ 000} = 2.5\ \text{крб.},$$

Це означає, що на карбованець матеріальних затрат припадає 2,5 крб. готового продукту.

Зворотний показник являє собою матеріалоємність. У наведеному прикладі він становить 0,4 крб. Матеріалоємність валового продукту України становила: в 1985 р. — 0,54 крб., в 1991 р. — 0,51 крб. і в 1994 р. — 0,56 крб. Матеріаловіддача за вказані періоди відповідно була 2, 1,9 і 1,8 крб. Зниження матеріальних затрат лише на 1 коп. на кожний карбованець суспільного продукту в цілому по республіці дало б змогу отримати додатково 3,8 млрд. крб. національного доходу.

Фондовіддача — це відношення вартості продукту до основних виробничих фондів. Вона виражає ефективність використання засобів праці, тобто показує, скільки виробляється готової продукції на одиницю основних виробничих фондів. Наприклад, на підприємстві використовується щорічно основних виробничих фондів на суму 1 млн. крб., а продукції випускається за рік на 1,2 млн. крб. Тоді фондовіддача становитиме: 1,2 млн. крб./1 млн. крб. = 1,2 крб. Це — важливий показник інтенсивності використання фондів. *Якщо* обладнання не простоює, а використовується в дві-три зміни, то відповідно виробляється і більше продукції, а отже, і вища фондовіддача. Це — також важливий показник технічного стану фондів. Якщо досконаліше й продуктивніше застосовується обладнання, то відповідно має бути вищою і фондовіддача.

Завдання полягає в тому, щоб забезпечити інтенсивне використання найновішого обладнання, відмовившись від збитково-

го застарілого устаткування. При цьому продуктивність впроваджуваного нового обладнання має зростати швидше, ніж його вартість. Однак недотримання цих вимог технічного прогресу зумовило істотне зниження фондовіддачі. Так, у матеріальному виробництві України вона щорічно падала: в 1981-1985 і в 1986-1990 рр. — в середньому на 2,0%. За 1991-1994 рр. валовий суспільний продукт в Україні зменшився на 43%, а виробничі основні фонди зросли на 10%. В результаті фондовіддача в 1990 р. становила 0,91 крб., а в 1994р. — 0,47 крб.

Для характеристики повної фондовіддачі нерідко її розраховують як відношення валового продукту до всіх виробничих фондів. Для цього визначають середньорічну вартість основних і оборотних виробничих фондів (їхню загальну вартість на початок і кінець року ділять на 2, або їхню вартість по місяцях ділять на 12).

Зазначені основні показники ефективності виробництва тісно між собою пов'язані. Насамперед слід підкреслити прямий зв'язок між підвищенням продуктивності праці і відповідним зростанням фондовіддачі. Водночас динаміка цих показників може не збігатися. Це може бути зумовлене: а) об'єктивними причинами, головним чином первинним етапом індустріалізації виробництва (наприклад, для збирання врожаю зернових в оптимальні строки необхідно істотно збільшити кількість комбайнів, хоч урожайність при цьому зростає незначно); б) суб'єктивними причинами (скажімо, коли залучається до виробництва малопродуктивна техніка, яка до того ж і використовується не досить інтенсивно). Незважаючи на це, все ж загальним закономірним процесом має бути такий, коли науково-технічний прогрес позитивно позначається на всіх результатах господарської діяльності.

Названі основні показники ефективності суспільного виробництва виражають (поряд з іншими) лише окремі результати господарської діяльності. Щоб мати уявлення про ефективність виробництва в цілому, необхідно проаналізувати всю систему факторів, які впливають на кінцевий результат. Цей інтегральний показник ефективності виробництва можна виразити такою формулою:

$$E = \frac{П}{З + М + \gamma Ф}$$

де E — ефективність виробництва;

$П$ — продукт чи доход;

З — затрати живої праці;
М— матеріальні затрати;
Ф — одноразові вкладення в основні виробничі фонди; у — коефіцієнт переведення затрат одноразових вкладень у основні фонди.

Запитання та завдання для обговорення

1 Тривалий час у марксистській літературі стверджувалося, що основною сферою людської діяльності є матеріальне виробництво. Прокоментуйте це положення. Чи актуальне воно для сьогодення?

2. Суспільне виробництво включає в себе чотири фази. Які вони і котрій з них слід надати пріоритетне значення?

3. Дайте розмежування виробничої, соціальної інфраструктури і сфери послуг Що являє собою невиробнича сфера і чи потрібна вона суспільству?

4. Розкрийте взаємозв'язок факторів виробництва.

5. Чи доцільно розраховувати валовий продукт як результативний показник господарської діяльності?

6. Якому серед таких результативних показників, як кінцевий продукт валовий національний продукт, національний доход, **ви** надаєте пріоритетного значення і чому?

7. В чому полягає єдність економічного й соціального прогресу?

8. Як розраховуються продуктивність праці, матеріале- і фондовіддача, рентабельність виробництва?

Глава 3. ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ ВЛАСНОСТІ

§ 1. ПОНЯТТЯ ВЛАСНОСТІ. ТИПИ, ФОРМИ І ВИДИ ВЛАСНОСТІ

Поняттявласності

Вивчення господарського ладу тієї чи іншої країни неминуче ставить перед дослідником корінне питання: кому належить економічна влада, хто розпоряджається суспільним багатством. Суть цієї влади полягає в характері привласнення засобів виробництва і його результатів. Тому, щоб з'ясувати природу та економічну структуру того чи іншого суспільства, необхідно передусім розкрити зміст існуючої системи відносин власності.

Відносини власності виникають між людьми з приводу привласнення матеріальних і духовних благ. Привласнення означає відношення людей до певних речей, **як до своїх.**

Спочатку відносини власності виступали у формі певних історичних звичаїв. З виникненням держави стали розроблятися юридичні закони, котрі визначали, за якими правовими нормами привласнюється і розподіляється суспільне багатство між різними суб'єктами (окремими громадянами, соціальними групами, класами, державою). Правові відносини власності виражаються в закріпленні за різними суб'єктами прав володіння, користування і розпорядження. Стаття 2 Закону України «Про власність» так трактує право власності: «Право власності — це врегульовані законом суспільні відносини щодо володіння, користування і розпорядження майном».

Отже, відносини власності втілюються насамперед у певних юридичних нормативних актах. Але власність — це не лише юридична, а й економічна категорія. Причому остання є визначальною: саме економічні відносини власності детермінують їхню юридичну форму. Взаємозв'язок тут такий: економічні відносини — базисні, юридичні — надбудовні.

Власність в економічному сенсі являє собою складну систему господарських відносин, які існують у виробництві. Ця система включає в себе такі групи відносин:

а) відносини з приводу привласнення умов виробництва і його результатів;

б) відносини господарського використання майна;

в) економічні форми реалізації відносин власності.

Розглянемо ці відносини більш конкретно. Насамперед зазначимо, що речовий зміст власності становлять переважно матеріальні блага — предмети природи або продукти людської праці. Проте речі самі по собі — це не власність, так само як золото **чи** срібло за своєю природою не є грошима. Благородні метали перетворилися в гроші лише за певних виробничих відносин. Це ж стосується й відносин власності. Звичайно, об'єктом власності є речі. Але власність як економічна категорія — не річ, а система економічних відносин між людьми з приводу привласнення речей.

Характер цих відносин на різних етапах суспільного розвитку складався не однаково. Для його характеристики важливо розрізняти типи, форми і види власності.

Типи, форми і види власності

Історії відомі два основних типи власності — приватна і суспільна. *Приватна* характеризується тим, що засоби виробництва, а отже, і вироблений продукт належать приватним особам. Вони можуть привласнювати продукт як своєї, так і чужої праці. Тому розрізняють приватну власність трудову і нетрудову, що має вирішальне значення для характеристики різних форм приватної власності: дрібнотоварної, рабовласницької, феодальної, приватнокапіталістичної.

Говорячи про трудовий і нетрудовий характер приватної власності, необхідно звернути увагу на таке. В економічній літературі (особливо марксистській) **нетрудові доходи розглядаються як такі; що** не **відповідають** принципам **соціальної справедливості.** Однак таке твердження не завжди може бути достовірним, тому вимагає деякого пояснення.

Звичайно, з самого початку привласнення мало трудовий характер. Адже привласнювати можна лише те, що задовольняє певні людські потреби. Людина своєю працею перетворювала дані природою предмети у такі, які вона могла споживати, а отже, і привласнювати. Тому саму по собі працю можна представляти як процес привласнення.

З цих міркувань випливає, що **в тих суспільствах, де переважає ручна фізична праця, нетрудові доходи справді означають експлу-**

атацію. Такими є, наприклад, рабовласницьке і феодальне суспільства. Доходи рабовласників і феодалів — це нетрудові доходи, які вони одержують в результаті експлуатації рабів і кріпаків.

В цивілізованому суспільстві, де переважає високомеханізоване та автоматизоване виробництво, нетрудові доходи не завжди мають соціально несправедливій характер. Справа в тому, що застосування капіталу підвищує продуктивну силу працівника. Як зазначає П. Самуельсон, капітал має «власну продуктивність». Тому той доход, що походить від капіталу, логічно має привласнюватися власником капіталу. Якщо, наприклад, за рахунок коштів акціонерів здійснена технічна реконструкція підприємства і завдяки цьому зросли його доходи, то останні мають виплачуватись у формі дивідендів власникам акцій.

Суспільній власності притаманне спільне привласнення засобів виробництва і виробленого продукту. Її можна представити у двох основних видах: як власність народу в цілому і як власність окремих колективів. Реально ж у господарській практиці вона виступає в формах державної і колективної власності.

Донедавна в економічній літературі приватна і суспільна власність розглядалися як антиподи, тобто такі, що заперечують одна одну і не можуть разом співіснувати. Навіть і сьогодні подібні міркування інколи висловлюються в окремих працях. Наприклад, у навчальному посібнику «Основи підприємницької Діяльності» під редакцією проф. В.М. Власової (М., 1995. — С. 31) зазначається, що «відносини власності можна представляти як два полюси, на одному з яких — приватна власність, а на іншому — суспільна власність».

Подібне протиставлення двох типів власності не можна визнати правомірним. Досвід країн з розвинутою ринковою економікою переконливо доводить, що в цивілізованому суспільстві поруч існують різні типи і форми власності, доповнюючи одна одну і урізноманітнюючи та збагачуючи економічне життя. В кожному суспільстві є галузі, які можуть успішно розвиватися переважно на основі приватної власності: це в основному сфера обслуговування населення. Сучасна індивідуалізація виробництва також більшою мірою зорієнтована на приватну власність. Водночас технологічний процес окремих галузей вимагає їх усуспільнення в рамках держави або окремого колективу (залізниця, транспорт, зв'язок та ін.).

Свого часу в нашій країні протиставлення приватної і суспільної власності дуже негативно позначилося на господарській практиці. Пряме насильне усунення приватних форм господарювання стало відчутним фактором гальмування економічного розвитку.

Таким чином, приватну і суспільну власність не варто протиставляти, не слід також вважати, що одна з них більш прогресивна, а інша — регресивна. **Прогресивний економічний розвиток завжди передбачає взаємодію цих двох типів власності. Водночас не заперечує того, що одна з них може бути переважаючою *в* окремі періоди і етапи розвитку людського суспільства.**

Відносини власності також виникають у процесі господарського використання певного майна. Це особливо має місце тоді, коли власник засобів виробництва сам не веде господарську діяльність. Він надає можливість іншим особам володіти його майном на конкретних умовах. Тоді між власником і підприємцем виникають відносини використання майна. Підприємець одержує юридичне право володіння і користування чужою власністю. Прикладом цього може бути оренда — договір про надання за певну плату майна якого-небудь власника для тимчасового користування іншим особам. Аналогічні відносини виникають на державних підприємствах — між державою як власником засобів виробництва і трудовими колективами, при концесії, **в** акціонерних товариствах і кооперативах тощо.

Власність економічно реалізується, коли приносить доход її суб'єкту. Такий доход може бути виражений прибутком, різного роду платежами. Наприклад, в умовах оренди призначається орендна плата, при концесії — платежі, або встановлюється частка прибутку, яку тимчасово виплачують господарі власнику. Держава також реалізує свою власність через систему податків і платежів.

Власність у системі економічних відносин

Відносини власності охоплюють весь господарський процес і, природно, пронизують відносини з приводу виробництва, розподілу, обміну і споживання матеріальних благ і послуг. Тобто вони охоплюють надто великий спектр економічних відносин. І не лише економічних. З проблемами власності ми стикаємося щоденно протягом всього життя. В основі численних конфліктів — від дрібної лайки в транспорті до світової війни — лежить невміння або небажання розмежувати «моє» і «чуже». Результа-

том невизначеності поняття «наше» є безгосподарність. Отже, «моє», «чуже», «наше» охоплюють багато сторін суспільного життя. Виходячи з цього іноді ставлять знак рівності між власністю і виробничими відносинами в цілому, цілковито їх ототожнюють.

Дане тлумачення власності не можна визнати правомірним. Воно не враховує тієї обставини, що в системі виробничих відносин кожного суспільства поряд з елементами, що безпосередньо характеризують привласнення людьми певних благ, є елементи, пов'язані з привласненням речей опосередковано, в кінцевому підсумку. До таких належать, наприклад, значна частина організаційно-економічних відносин з приводу концентрації, спеціалізації, кооперації, конкуренції, взаємодопомоги, обміну виробничим досвідом тощо.

У цих і багатьох інших випадках економічні відносини **не** пов'язані з поточним споживанням речей тим чи іншим власником. Вони залежать від власності, визначаються нею, але самі не є власністю. Отже, власність — не єдиний елемент економічного базису суспільства; її не можна ототожнювати з усією системою економічних відносин. Яке ж місце вона посідає в цій системі?

Власність — це ядро системи виробничих відносин, серцевина кожного суспільного способу виробництва, її називають ще основним, визначальним виробничим відношенням. При цьому мається на увазі таке.

По-перше, власність визначає характер функціонування не лише соціально-економічних, а й організаційно-економічних відносин. Наприклад, за умов суцільного одержавлення власності немає умов для розвитку підприємництва, маркетингової організації господарства тощо.

По-друге, власність визначає цілі й мотиви розвитку виробництва.

По-третє, будь-які докорінні зміни в економічних відносинах мають починатися з відповідних перетворень у відносинах власності. Без цього не можна досягти скільки-небудь істотних зрушень у господарському житті.

Як живий організм людини відштовхує й поглинає чужорідні тіла, так і економічна система не сприймає часткових нововведень, розчиняє їх у своєму середовищі. Зламати адміністративно-командну систему управління можна було лише шляхом позбавлення її власності.

Оскільки власність — це основне економічне відношення, то, очевидно, з її аналізу слід починати вивчення економічного ладу кожного суспільства.

§ 2. ВІДНОСИНИ ВЛАСНОСТІ У ЗМІШАНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ

Особливості приватнокапіталістичної власності

Суспільний лад, який прийшов на зміну феодалізму, спочатку називався розпливчасто й не досить зрозуміло — «громадянське суспільство». Французькі історики, які описували Велику французьку революцію, відкрили класи, і тоді новий суспільний лад стали називати «буржуазним» — за назвою панівного класу. З появою наукових праць А. Сміта, Д. Рікардо, К. Маркса, які розкрили суть капіталу як основного економічного відношення буржуазного ладу, це суспільство дістало назву, яка вживається й нині, — «капіталізм».

Основу економічної системи капіталізму становить приватнокапіталістична власність. *Ця* форма власності докорінно відрізняється як від рабовласницької, так і від феодальної, а також від приватної власності дрібних товаровиробників.

У рабовласницькому суспільстві не лише засоби виробництва, а й сам виробник були власністю господаря. Останній міг безкарно вбити свого раба, як міг зламати будь-яку річ, що належала йому. Раба в стародавньому світі вважали знаряддям, здатним говорити, або живим товаром. Існувала відкрита експлуатація.

За феодалізму встановлюється інша форма приватної власності — повна власність на землю і неповна на працівника виробництва, тобто кріпосного селянина, якого феодал не міг убити, але міг продати й купити. Кріпосний селянин володів дрібними знаряддями виробництва. Основною формою реалізації феодальної власності, як і за рабства, була відкрита експлуатація.

У дрібному товарному виробництві приватна власність на засоби виробництва базується на особистій праці їхнього власника. У цьому її відмінність від усіх інших форм приватної власності.

За капіталізму на ранніх етапах його розвитку існувала повна індивідуальна приватна власність на засоби виробництва, які

концентрувалися в руках небагатьох капіталістів. Безпосередні виробники — трудящі — були позбавлені засобів виробництва, а отже, і засобів існування.

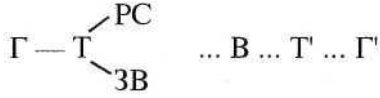
Робітничий клас юридично є вільним класом. Робітника капіталіст не може ні купити, ні продати, ні примусити працювати на себе. Але щоб одержати засоби для утримання себе і своєї сім'ї, він вимушений сам добровільно найматився на капіталістичну фабрику і там зазнавати експлуатації. Отже, капіталістична експлуатація базується не на прямому насильстві, як це було за рабства й феодалізму, а на економічному примусі до праці.

Природно, виникає питання, чи мали місце відносини експлуатації в суспільстві, яке ми називали соціалістичним. Звичайно, соціалістична ідея передбачала побудову суспільства повної справедливості і рівності в економічних відносинах між людьми. Однак реалізована вона не була. За умов командно-адміністративної системи управління, властивої колишнім «соціалістичним» країнам, між бюрократичним апаратом і трудящими існували відносини експлуатації. Причому останні, як свідчить практика, тією чи іншою мірою можуть поєднувати в собі різні риси експлуатації, які були відомі раніше.

Матеріальна основа виникнення відносин експлуатації криється в самому виробництві, а саме: у здатності робітника створювати додатковий продукт. З давніх-давен людина здатна була виробляти більше продуктів, ніж необхідно для її існування. В цьому простому факті закладена можливість експлуатації людини людиною: робітник спроможний своєю працею утримувати не лише себе, а й іншого.

Постійний і змінний капітал

Капіталіст може одержувати доходи лише тому, що він є власником капіталу. Будь-який виробничий процес починається з авансування певних грошових коштів на придбання факторів виробництва. Отже, спочатку капітал виступає в грошовій формі (Г), потім перетворюється в елементи виробництва (В), засоби виробництва (ЗВ) і робочу силу (РС). Його рух здійснюється за такою формулою:



У скороченому вигляді ця формула має вираз:

$$Г - Т - Г'.$$

Це — загальна формула капіталу.

Частина капіталу, яка виступає у формі засобів виробництва, називається постійним капіталом (с). Інша частина, що витрачається на купівлю робочої сили, — це змінний капітал (v). Загальну вартість авансованого капіталу можна виразити формулою:

$$K = c + V.$$

Дві частини капіталу відіграють не однакову роль у процесі виробництва. Постійний капітал переносить свою вартість на готовий продукт. Наприклад, якщо на кондитерській фабриці протягом якогось періоду витрачається цукру на 20 тис. дол., то вся ця сума включається в ціну готової продукції — цукерок, тортів тощо. Постійний капітал не збільшує існуючої вартості, тому він не може бути джерелом додаткової вартості.

Змінний капітал, представлений функціонуючими працівниками, створює нову вартість, у тому числі додаткову. Наприклад, на згаданій вище фабриці фонд заробітної плати робітників протягом місяця становить 10 тис. дол., а вони виробляють продукції (після відрахування перенесеної вартості постійного капіталу) на суму 40 тис. дол. Додаткова вартість становитиме ЗО тис. дол.

Додаткова вартість — це вартість, створена працівниками понад вартість робочої сили і безкоштовно привласнена власником засобів виробництва. Виходячи з цього, вартість товару (W) можна виразити так:

$$W = c + v + m,$$

де m — додаткова вартість.

Природу додаткової вартості тривалий час виявити не вдавалося. Вперше до її наукового обгрунтування підійшов А. Сміт. Він є родоначальником трудової теорії вартості. Виходячи з того, що вартість створюється працею, Сміт виникнення додаткового доходу пов'язував з купівлею-продажем живої праці. Проте тут же виникає проблема: як можна продати працю, коли вона є не предметом, а процесом.

Найглибше обгрунтування суті додаткової вартості дав К. Маркс. Він показав, що на капіталістичному ринку з'являється особливий товар — робоча сила, власником якого є робітник.

Робоча сила — це прихована (потенційна) здатність до праці, а не сама праця. Щоб краще це зрозуміти, наведемо аналогію, зрозумілу кожній людині, яка хоч раз відчувала голод: здатність шлунка перетравлювати їжу і сам процес перетравлювання — не одне й те саме. Так і здатність до праці ще не є праця; щоб вона відбулася, робітникові необхідно попередньо продати «робочі руки» тим, у кого є засоби і предмети праці, — капіталістам.

Товар робоча сила, як і будь-який інший товар, має дві властивості: вартість і споживну вартість. *Вартість товару робоча сила* визначається вартістю матеріальних і духовних благ, необхідних для нормального відтворення робочої сили і робітника як особистості, а також для утримання його сім'ї. *Споживна вартість даного товару* полягає *в* його здатності виробляти додаткову вартість.

На капіталістичному підприємстві робочий день ділиться на дві частини: необхідний робочий час, протягом якого відтворюється вартість робочої сили, і додатковий, коли створюється додаткова вартість.

Проілюструємо це за допомогою такого умовного прикладу. На підприємстві робочий день становить 8 год., протягом яких виготовляються дві одиниці товару А. Денна вартість товару робоча сила дорівнює 10 дол. Якщо робочий день ділиться на дві рівні частини по 4 год. — необхідний і додатковий час, то виробництво товару А матиме такий вигляд:

	4 год. (перша половина дня)		4 год. (друга половина дня)
	А		А
Амортизація	3 дол.	+	3 дол.
Сировина	20 дол.	+	20 дол.
Зарплата	10 дол.	+	10 дол.
	33 дол.		33 дол.

За день — амортизація — 6 дол., сировина — 40 дол., зарплата — 10 дол., додаткова вартість — 10 дол.

Відношення додаткової вартості до змінного капіталу є нормою додаткової вартості (m'). Вона визначається за формулою:

$$m' = \frac{m}{v} \cdot 100\%,$$

Розуміння суті експлуатації необхідне кожному для того, щоб можна було відрізняти її від іншої системи економічних відносин,

визначити своє місце в економічному ладі суспільства, обгрунтовано боротися проти експлуатації, де б вона не виникала.

Індивідуальна приватно-капіталістична власність була пануючою на ранніх етапах розвитку капіталізму. Це був період розвитку вільної конкуренції. Його завершення припадає на першу чверть XIX ст.

Державна власність

У міру економічного прогресу поступово зростає значення інших форм власності. Так, сьогодні в США окремим приватним особам належить всього 10–15% капіталу. Водночас збільшується частка державної власності. Це — форма капіталістичної власності на засоби виробництва, за якої володарем їх виступає капіталістична держава. Так, у ФРН на державний сектор припадає 98% видобутку кам'яного вугілля, 70% виробництва електроенергії, 93% залізничних і 100% авіаційних перевезень, близько 70% виплавки алюмінію, понад 40% суднобудування, 11% виплавки сталі, значна частина виробництва автомобілів. Приблизно такі ж дані характерні й для Англії, Австрії, Італії, Франції.

Державна власність, крім виробничих підприємств та інфраструктури, включає рухоме й нерухоме майно, необхідне для функціонування адміністрації, армії, поліції; фонди соціальної інфраструктури — освіти, соціального забезпечення, охорони здоров'я тощо; засоби державно-кредитної системи.

Як показує досвід капіталістичних держав, є дві основні причини, що викликають необхідність державного підприємництва:

по-перше, намагання ліквідувати слабкі ланки в структурі національної економіки. Наприклад, після Другої світової війни найслабшими ланками англійської економіки були транспорт і енергетика. Вони вимагали великих капіталовкладень з тривалим строком обороту коштів, що робило їх малопривабливими для приватного капіталу. Націоналізувавши ці галузі, держава взяла на себе всі обов'язки щодо їх технічного переозброєння і розвитку;

по-друге, бажання прискорити науково-технічний прогрес. Розробка і створення дослідних зразків машин і технологічних ліній стали справою дорогою і ризикованою, тому фірми не завжди наважуються вкладати кошти в ті напрями наукових досліджень, успіх і вигідність яких не гарантовані. Держава, виступаючи ініціатором технічного прогресу, бере на себе величезні

затрати, пов'язані з ризиком втрати вкладених капіталів. Так, наприклад, була створена атомна промисловість у США, Великобританії, Франції. Розвиток державної власності, як буде показано нижче, має суперечливий характер. Проте це не заперечує того факту, що сучасна розвинута країна є крупним власником.

Кооперативна власність

Поряд з державною широкого розвитку набула також **кооперативна форма власності. Це — колективна власність кооперативів, що виникають на грунті добровільного усуспільнення їхніми членами всіх або частини належних їм засобів виробництва, а також грошових внесків (паїв).** Спочатку кооперативні підприємства виступали у формі споживчих і постачально-збутових. Вони будувалися на основі пайових внесків. Вперше споживчий кооператив був створений в Англії в 1844 р. під назвою «Товариство справедливих рочдельських піонерів». Основними його принципами були: торгівля лише доброякісними товарами; продаж товарів за готівковий розрахунок за середніми цінами; розподіл прибутку між членами пропорційно їхнім закупкам; поступове нагромадження паю, що оплачується незначним процентом; рівність голосів незалежно від придбаних паїв.

Закупівельно-збутові кооперативи — це об'єднання дрібних товаровиробників. Вони ставили за мету організувати вигідніший збут продукції членів кооперації, спільну закупку сировини і знарядь виробництва, а також предметів особистого споживання.

Пізніше створюється широка мережа кооперативних підприємств їх сьогодні можна кваліфікувати як кооперацію виробничу, житлову, кредитну, споживчу, промислову, збутову, сільськогосподарську, постачальну.

Кооперативні форми діяльності — невід'ємна частина господарського життя більшості країн. За деякими оцінками, сьогодні в усьому світі діє близько 1 млн. кооперативних організацій понад 120 видів, які об'єднують приблизно 600 млн. чоловік.

Найміцніші економічні позиції в кооперативній сфері діяльності капіталістичних країн належать сільськогосподарським кооперативам, тобто самодіяльним організаціям фермерів, які об'єднуються для спільного виробництва і переробки сільськогосподарської продукції або для забезпечення економічних потреб їхніх індивідуальних господарств. Так, у середині 80-х років у

країнах Європейського Економічного Співтовариства (ЄЕС)* на фермерські кооперативи припадала більш як половина сумарного обороту кооперативного сектора економіки.

Сьогодні в країнах Скандинавії кооперативи реалізують на внутрішніх і зовнішніх ринках до 80%, а в Японії — понад 90% товарної продукції аграрного сектора. В Нідерландах цей показник дорівнює 60-65%, у ФРН, Франції та Іспанії — 50-52, у США, Великобританії, Італії і Бельгії — 30%.

Нерідко кооперативи є домінуючими не лише на внутрішньому, а й на зовнішньому ринках. Наприклад, у Франції, Італії, Португалії і ФРН, виноробство яких значною мірою визначає кон'юнктуру на світовому ринку вина, 35-46% (у Франції до 70%) його виробництва і збуту здійснюють кооперативи.

Важливою діяльністю кооперативів є виробниче постачання фермерських господарств. Так, на закупівельно-постачальні кооперативи у країнах ЄС припадає приблизно 50% обсягу поставок товаровиробникам необхідних їм засобів виробництва. У таких країнах, як Норвегія, Фінляндія, Швеція, цей показник дорівнює приблизно 60%, а в США — 26%.

Звичайно, кооперативам нелегко вести виробничу діяльність, конкуруючи з монополіями. Однак за багаторічну свою історію вони змогли вкорінитись, створити розгалужену систему з міцною матеріально-технічною базою, розвинутою інфраструктурою і стійкими виробничими зв'язками.

Корпоративна форма

Серед різних форм капіталістичної власності особлива роль належить корпоративній формі, фактично всі крупні корпорації будуються на акціонерних засадах. Акціонерний капітал виник ще в період капіталізму вільної конкуренції. Вже тоді розміри окремих капіталів виявилися недостатніми для створення таких крупних підприємств, як залізниці, канали, морські порти, гігантські заводи, електростанції тощо. Тому капіталісти стали об'єднувати свої капітали шляхом створення акціонерних товариств.

Акціонерне товариство — це одна з організаційних форм капіталістичного підприємства, створеного шляхом об'єднання індивідуальних капіталів, а також залучення коштів різних верств населення, що купили акції цього товариства.

* З 1 листопада 1993 р. — Європейський Союз.

Акція являє собою цінний папір, свідоцтво про вкладення певного паю в капітал акціонерного товариства. Доход, що виплачується за акцію, називається *дивідендом,* а ціна, за якою акція продається, — *курсом акцій.* Останній не залежить від номінальної ціни акції. Його можна визначити за такою формулою:

$$\text{курс акції} = \frac{\text{дивідент}}{\text{норма банківського відсотка}} \cdot 100\%,$$

Наприклад: номінальна ціна акції — 150 дол., дивіденд — 10 дол., норма банківського відсотка — 5%. Отже,

$$\text{курс акції} = \frac{10 \text{ дол.}}{} \cdot 100\% = 200 \text{ дол.}$$

Різниця між нормою дивіденду і нормою позичкового відсотка використовується засновниками акціонерних товариств для привласнення так званого засновницького прибутку.

Існують два способи отримання засновницького прибутку.

Перший спосіб

Капітал, вкладений у підприємство	— 100 тис. дол.
Число випущених акцій	— 1000 шт.
Норма банківського відсотка	— 5%
Дивіденд	— 10 дол.
Курс акції	— 200 дол.
Курс усіх акцій	— 200 тис. дол.

Засновницький прибуток: 200 тис. — 100 тис. = 100 тис. дол.

За такого способу засновникам необхідно мати великий власний капітал для організації підприємства.

Другий спосіб

Майбутній дивіденд	— 10 дол.
Норма банківського відсотка	— 5%
Кількість випущених акцій	— 200 тис. шт.
Капітал, вкладений у виробництво	— 100 тис. дол.
Засновницький прибуток	— 100 тис. дол.

Цей спосіб отримання засновницького прибутку більше поширений, ніж перший.

Управляють акціонерним товариством ті, хто володіє *контрольним пакетом акцій.* Це — така кількість акцій, яка забезпечує більшість голосів на зборах акціонерів (приблизно 20-25% всіх акцій товариства)

Інколи випускаються акції, що мають 5–10 голосів кожна. Таких акцій можна мати 2-5%, щоб володіти контрольним пакетом.

Акціонерні підприємства — дещо інша форма капіталістичної власності порівняно з індивідуальною Вона значною мірою передбачає демократизацію капіталу. Звичайно, влада фінансового капіталу тут не зменшується, а навпаки, зростає. За допомогою «системи участі» (через володіння контрольним пакетом акцій різних компаній) крупні фінансові групи одержують можливість контролювати діяльність багатьох фірм і компаній.

Однак важливо й інше. Останнім часом значно зростає частка робітників в акціонерному капіталі. І це не випадково. Розрахунки, проведені в середині 80-х років спеціалістами адміністрації штату Нью-Йорк, показують, що ті компанії, де частина акціонерного капіталу належить працівникам, у середньому щонайменше в 1,5 рази прибутковіші за звичайні. Тому в США активно реалізуються плани участі робітників у власності компанії, їхня мета — створити спеціальний фінансовий механізм купівлі робітниками акціонерного капіталу компаній.

На здійснення такого плану банк надає кредит Кошти надходять власникам компаній, які в свою чергу передають відповідну кількість акціонерного капіталу в особливий фонд, яким керує спеціально призначений управляючий, що представляє інтереси робітників. У 1990 р. понад 10 млн. американських робітників, або приблизно чверть зайнятих у корпораціях США, брали участь у зазначених «планах». Такі «плани» мають сьогодні понад 10 тис. американських компаній, причому в 1,5 тис з них робітникам належить більш як половина акціонерного капіталу.

Частина акціонерних підприємств перетворюється в справді народні підприємства. В США є чимало прикладів викупу підприємств робітниками з метою попередження втрати робочих місць. Сьогодні в США 9% промислових підприємств передано робітникам, вони виробляють 10–12% загального обсягу продукції.

Таким чином, сучасна капіталістична власність — далеко не та, про яку писав К. Маркс. Капіталістична власність стала державною, кооперативною, акціонерною, народною.

Модифікація основної суперечності й основного економічного закону капіталізму

У зв'язку з цим слід по-новому підійти до розгляду основної суперечності капіталізму. Як відомо, К. Маркс її сформулював як суперечність між суспільним характером виробництва і приват-

ним привласненням. За сучасних умов змінилася друга частина суперечності: привласнення стало груповим — корпоративним, колективним і загальнодержавним. Це — вже не приватне привласнення. Тому основну суперечність капіталізму треба шукати між розвитком суспільного виробництва і відповідним удосконаленням різних форм привласнення в межах капіталістичного ладу.

Модифікується також дія основного економічного закону капіталізму. Цей закон, як відомо, визначає мету виробництва і засоби її досягнення. Його суть, за К. Марксом, полягає у виробництві максимальної додаткової вартості шляхом експлуатації найманих робітників.

За сучасних умов мета виробництва зводиться до максимізації дивіденду за акціями, а це передбачає уже ефективне ведення господарства (останнє в умовах НТП вступає в суперечність з методами посилення експлуатації). Дивіденд — це вже не додаткова вартість, що виражає експлуатацію найманої робочої сили, а показник ефективності виробництва. Крім того, для крупних фінансових груп на передній план висувається не прибуток, а стабільний капіталістичний лад. Тому, якщо вважати, що основна мета виробництва виражає інтереси панівного класу, то можна зробити висновок, що основною метою суспільного виробництва дедалі більше стає відтворення основного виробничого відношення, а саме: відтворення стабільної капіталістичної системи.

§ 3. ТРАНСФОРМАЦІЯ ФОРМ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

Суспільна власність

В Україні, як і в інших республіках колишнього Радянського Союзу, тривалий час, аж до початку 90-х років, перевага надавалася суспільній власності в її двох основних формах — державній і колгоспно-кооперативній.

З наведених даних видно, що державна власність хоч і є на сьогодні переважаючої усе ж її питома вага останнім часом істотно зменшилася.

Необхідно зазначити, що соціальні перетворення в Україні, як і в інших республіках колишнього Союзу, грунтувалися на помилкових, догматичних уявленнях про суть суспільної власності. Назвемо основні з них.

По-перше, за марксистсько-ленінською теорією, що була пануючою, встановлення суспільної власності на засоби виробництва саме по собі відкриває простір для розвитку продуктивних сил. І дійсність (досить високі темпи зростання промислового виробництва в 30-ті роки, післявоєнна відбудова народного господарства за порівняно короткі строки) немовби підтверджувала справедливість такого уявлення. При цьому намагалися не звертати уваги на нездорове підґрунтя досить високих темпів індустріального розвитку, на використання таких засобів їх забезпечення, які не можуть бути властивими цивілізованому суспільству. Однак подальші роки розвіяли ілюзії щодо темпів і якості економічного зростання.

По-друге, вважалося, що відчуження трудящих від засобів виробництва, створюваного ними продукту й управління виробництвом, яке властиве експлуататорським формам власності, усувається встановленням суспільної власності на засоби виробництва. Проте на початку 80-х років відчуження трудящих від засобів виробництва, від привласнення продукту й управління досягло таких розмірів, що стало незаперечним: воно може виникати й на грунті суспільної власності, якщо не винайдеш необхідні форми її реалізації саме як суспільної.

По-третє, головна помилка полягала в твердженні, що держава має опосередковувати якомога більше, а в ідеалі — всі процеси привласнення. Вважалося, що соціалістична власність виступає в двох основних формах — державній і колгоспно-кооперативній, причому роль провідної форми надавалася державній власності, а колгоспно-кооперативна мала «влитися» у державну. Це означало, що реальним суб'єктом привласнення поступово ставала держава. Інші учасники суспільного виробництва отримували свою частку виготовленого продукту лише після того, як держава, зосередивши у своїх руках ресурси і продукт, перерозподілить їх за власними міркуваннями.

Одержавлення процесів привласнення неминуче вело до одержавлення процесу управління: управляв той, хто мав у своєму розпорядженні ресурси. Кількість господарських питань, що вирішувалися на рівні держави, неухильно зростала, а трудові колективи дедалі більше відсторонялися від них. Економічні зв'язки між підприємствами могли встановлюватися лише на державному рівні. Питання: що, як і для кого виробляти також доводи-

лися до підприємств «зверху»; нормативи оплати праці формувалися державним апаратом і міністерствами.

Загалом практичне втілення теоретичних догм щодо суспільної власності не могло не призвести до відчуження трудящих та їхніх колективів від суспільного багатства й управління ним, надмірного зростання ролі держави в системі господарювання, розширення масштабів перерозподільчих процесів в економіці, абсолютизації адміністративних методів господарювання, обмеження самостійності підприємств, намагання звести всі форми господарювання до однієї — державної.

Для реалізації такого намагання, як показав досвід, не обов'язково утискувати (як було, наприклад, з особистим підсобним господарством) які-небудь форми власності або оголошувати, скажімо, кооператив державним підприємством (так сталося з багатьма колгоспами й промисловою кооперацією). Можливий і опосередкований шлях одержавлення, коли принципи управління державним підприємством поширюються на інші форми господарювання. Саме так були знищені кооперативні засади в колгоспах й особливо в споживчій кооперації.

Монополія породжувала паразитизм і загнивання. Це проявилося в таких явищах.

1. Одержавлення власності призвело до ігнорування особистих інтересів. Незаперечним, по суті, стало те, що суспільна власність — це власність усіх, але нікого зокрема, що соціалістичне виробництво існує для задоволення потреб усіх, але нікого зокрема. Економічний розвиток здійснювався під гаслом побудови світлого майбутнього для всіх, хоч логічніше було б спочатку побудувати його для кожного, а потім для всіх.

2. Одержавлення власності породжувало відчуження від неї трудящих; вони втрачали почуття господаря, а водночас і заінтересованість у раціональному використанні народного багатства, що неминуче призводило до величезних втрат у суспільстві. При цьому необхідно розрізняти зв'язок «відчуження — привласнення» за умов приватної і суспільної власності. За приватної власності відчуження обов'язково пов'язане з привласненням: якщо від однієї особи щось відчужують, то хтось інший обов'язково привласнює це «щось».

За суспільної власності те, що відчужується, являє собою суспільний продукт і витрачається на суспільні потреби. Однак

нерідко це виявляється в колосальних надлишкових витратах (грандіозні будови, які не дають народногосподарського ефекту, втрати і псування продукту після його виробництва, які інколи досягають 40% і більше, тощо). Все це, звичайно, породжує байдужість до суспільної власності, ставлення до неї, як до нічиєї.

3. На перший погляд здається, що держава виражає інтереси всього народу, тому й свою власність використовує для задоволення загальнонародних потреб. Однак у будь-якому суспільстві існує державний апарат, тобто певне коло людей, які, виступаючи від імені суспільства, мають можливість самостійно, на свій розсуд вирішувати його справи й управляти іншими людьми. За даних умов індивідуальні, корпоративні інтереси конкретних осіб державного апарату можуть набути самодостатнього значення, в результаті відбудеться підміна загальнонародних інтересів індивідуальними й корпоративними. Це свідчить про те, що державна форма власності за нерозвинутої демократії (і політичної, й економічної) приховує в собі можливість появи під вивіскою загальнонародної власності елементів корпоративного та індивідуально-егоїстичного привласнення. Дані процеси багаторазово посилюються тією обставиною, що від імені держави на практиці виступають міністерства, відомства та їхні численні органи, які мають свої особливі інтереси, здатні піднятися над суспільними.

Необхідність різноманітних форм власності

Одержавлення власності, що здійснювалося в нашій країні, не мало наукового підґрунтя і суперечило потребам суспільного розвитку. Об'єктивною необхідністю є існування різноманітних форм господарювання, а отже, і форм привласнення. Причини цього такі.

По-перше, сьогодні рівень розвитку продуктивних сил і усуспільнення виробництва в різних секторах народного господарства неоднаковий. Ще зберігаються стійкі й значні розриви в технічному рівні на окремих підприємствах, у різних галузях, регіонах, умовах праці тощо. Недарма інколи говорять про технологічну багатоукладність сучасної економіки. Все це неминуче зумовлює різноманітність форм господарської діяльності, ускладнює структуру відносин власності.

По-друге, у міру розвитку НТП відбуваються два взаємозв'язані процеси — концентрація й диференціація. Усуспільнення виробництва в економічній літературі пов'язується переважно з

концентрацією виробництва, а отже, й усуспільненням привласнення. Однак при цьому упускається досить важливий момент, а саме те, що НТП не лише не згортає, а навпаки, посилює диференціацію, відгалуження, а також виникнення нових підприємств і виробництв. У результаті структура виробництва перебудовується, ускладнюється, виникають нові, відносно самостійні ланки. Відкриваються можливості для дрібного виробництва та індивідуальної трудової діяльності. Все це не може не урізноманітнювати як суб'єктів власності, так і форми власності.

Даний висновок підтверджується і досвідом розвинутих капіталістичних країн, який свідчить, що НТР не лише не виключає різноманітності форм господарювання, а й, навпаки, вимагає підтримання такої різноманітності. Отже, різноманітність форм привласнення і господарювання — потреба не лише сьогоднішнього, а й завтрашнього дня, що означає загальність принципу різноманітності.

Таким чином, уявлення про те, що суспільна власність має лише одну (державну) форму реалізації, суперечить загальним законам економічного розвитку. Саме так слід оцінювати здійснюваний протягом багатьох десятиліть курс на одержавлення власності. Крім того, трагічним фактором в історії нашої країни стало і надзвичайне перебільшення ролі вольового моменту у створенні форм власності. Наслідком цього волюнтаризму стало виникнення відповідного апарату, його бюрократизація і дедалі зростаюча влада бюрократії, котра намагалася надолужити своєю могутністю й активністю недостатність об'єктивних умов усуспільнення виробництва.

Все це свідчить про те, що відносини власності в нашій країні мають бути докорінно перебудовані.

Форми власності в народному господарстві України

За умов демократизації економіки і формування ринку відбуваються істотні зміни у відносинах власності. Ці зміни грунтуються на прийнятих Верховною Радою України законах «Про власність», «Про приватизацію майна державних підприємств», «Про приватизацію невеликих державних підприємств (малу приватизацію)», «Про приватизаційні папери».

Зазначені закони передбачають конкретні заходи для здійснення переходу від монополії держави на привласнення засобів і

результатів виробництва і на управління ним до різноманітних форм власності, передусім йдеться про широке роздержавлення власності і приватизацію підприємств. Що означають ці поняття? *Роздержавлення* — це перетворення державних підприємств у такі, що засновані на інших (недержавних) формах власності.

Воно означає істотне скорочення державного сектора економіки і масштабів державного втручання в економіку. Роздержавлення може здійснюватися двома шляхами: приватизації і комерціалізації державних підприємств. Під приватизацією розуміють відчуження майна, що перебуває у загальнодержавній і комунальній власностях, на користь фізичних та недержавних юридичних осіб.

Комерціалізація державних підприємств означає позбавлення невластивих державі функцій господарської діяльності і перетворення їх у самостійні господарські одиниці, які будують свою діяльність на засадах підприємництва, тобто самостійно і цілком беруть відповідальність за результати господарської діяльності.

При здійсненні приватизації виникають два питання, які мають неабияке значення як у теоретичному плані, так і для господарської практики:

1. Якою має стати частка державної власності в умовах роздержавлення власності?

2. Чи допустима приватна власність?

Ці питання були особливо дискусійними під час прийняття законів про власність. Висловлювалася думка про необхідність повної приватизації державної власності. Проте навряд чи можна визнати її розумною. Світовий досвід свідчить про те; що сучасне виробництво не може успішно розвиватися без наявності в більших чи менших розмірах державної власності і державного регулювання. Сьогодні економіка ефективно функціонує лише в тих країнах, де є сильна держава.

На наш погляд, загальна приватизація стала б таким же насильством над економікою, яким свого часу були загальна націоналізація і суцільна колективізація сільського господарства.

Виходячи з цього, суть політики роздержавлення насамперед виявляється:

по-перше, в різкому скороченні сфери державної власності за відповідного розширення інших форм власності;

по-друге, в якісній зміні самої державної власності шляхом перетворення трудових колективів державних підприємств у реальних суб'єктів власності і господарювання.

При цьому слід наголосити, що державна власність завжди має бути в оптимальному співвідношенні з іншими формами власності.

Дискусійним є питання про можливість існування приватної власності та про її межі в умовах плюралізму форм власності. Відомо, що тривалий час у марксистській літературі приватна власність вважалася несумісною з соціалістичною (усуспільненою). Однак це були помилкові висновки.

Аналіз показує, що ніде в світі, в тому числі і в нашій економіці, об'єктивне підґрунтя приватної власності до кінця не зняте. Отже, вона існує й існуватиме у майбутньому.

Згідно з прийнятим Верховною Радою України законодавством про власність та розвиток підприємництва в сучасних умовах формується нова система відносин власності, яку можна представити наступним чином.

Індивідуальна власність громадян:

а) особиста власність — формується за рахунок трудових доходів від ведення власного господарства, від коштів, вкладених у кредитні заклади, акції та інші цінні папери;

б) власність трудового господарства — це власність членів сім'ї та інших осіб, які спільно ведуть трудове господарство: майстерні, інші малі підприємства в сфері побутового обслуговування, торгівлі, громадського харчування, житлові будинки й господарські будівлі, машини, обладнання, транспортні засоби, сировина, матеріали та інше майно, необхідне для самостійного ведення господарства;

в) власність селянського та особистого підсобного господарства. Селянське господарство може мати у власності житлові будинки, господарські будівлі, насадження на земельній ділянці, продуктивну й робочу худобу, Сільськогосподарську техніку, транспортні засоби та інше майно, необхідне для самостійного ведення сільськогосподарського виробництва, переробки й реалізації продукції.

Вироблена продукція й одержані доходи є власністю селянського господарства і використовуються ним на свій розсуд.

Колективнавласність:

а) власність орендного підприємства — це вироблена продукція, одержані доходи й інше придбане за рахунок коштів цього підприємства майно;

б) власність колективного підприємства — це форма власності, яка виникає в тому випадку, коли все майно державного підприємства переходить у власність трудового колективу, викупу орендного майна або придбання майна іншими законними засобами. Майно колективного підприємства, включаючи вироблену продукцію й одержані доходи, є загальним надбанням його колективу;

в) власність кооперативу — це майно, що створюється за рахунок грошових та інших майнових внесків членів кооперативу, виробленої продукції, доходів, одержаних від її реалізації, та іншої діяльності, передбаченої статутом кооперативу;

г) власність акціонерного товариства. Акціонерне товариство є власником майна, створеного за рахунок продажу акцій, а також одержаного в результаті його господарської діяльності;

д) власність господарських асоціацій (об'єднань). Господарська асоціація має право власності на майно, добровільно передане їй підприємствами та організаціями, а також одержане в результаті її господарської діяльності. Водночас вона не має права власності на майно тих підприємств, що до неї входять;

е) власність громадських організацій. Ці організації можуть мати у власності будівлі, споруди, житловий фонд, обладнання, майно культурно-освітнього й оздоровчого призначення, грошові засоби, акції, інші цінні папери. Тут можуть знаходитися підприємства, які створюються згідно з цілями, вказаними в їхніх статутах і за рахунок коштів цих організацій;

є) власність релігійних організацій: будівлі, предмети культу, об'єкти виробничого, соціального і благодійного призначення, грошові кошти і майно, необхідне для діяльності даних організацій.

Державнавласність:

а) загальнодержавна власність — майно органів влади й управління: оборонні об'єкти; енергетична система; системи транспорту загального користування, зв'язку та інформації, що мають загальнодержавне значення; кошти державного бюджету; державні банки; підприємства і народногосподарські комплекси;

страхові, резервні та інші фонди; культурні та історичні цінності народів; вищі й середні навчальні заклади та інше майно, що становить матеріальну основу суверенітету України й забезпечує її економічний та соціальний розвиток;

б) комунальна власність — це власність адміністративно-територіальних утворень (краю, області, району). Сюди належать власність органів влади й управління, кошти місцевого бюджету, житловий фонд, комунальне господарство. У віданні місцевих органів можуть знаходитися підприємства сільського господарства, торгівлі, побутового обслуговування, транспорт, промислові, будівельні та інші підприємства й комплекси, заклади народної освіти, культури, охорони здоров'я та інше майно;

в) майно державних підприємств — це те майно, яке закріплене за державним підприємством і яким воно може розпоряджатися. Воно може виступати у формі фондів, госпрозрахункового доходу, акцій та іншого майна, яке необхідне для діяльності підприємства. Сюди може входити не лише виробниче обладнання, а й культурно-освітні та оздоровчі заклади.

Власність спільних підприємств, іноземних громадян, організацій і держав

Спільні підприємства, що створюються на території України у формі акціонерних та інших господарських товариств, мають власне майно, необхідне для здійснення діяльності, передбаченої засновницькими документами.

Також іноземні юридичні особи мають право на території України мати у власності промислові й інші підприємства, будівлі, споруди та інше майно, необхідне для здійснення ними господарської діяльності.

Іноземні держави й міжнародні організації мають право мати на території України майно, необхідне для здійснення дипломатичних, консульських та інших міжнародних відносин відповідно до міжнародних договорів і законодавства України.

Приватна власність

Законом України «Про власність» передбачено існування приватної власності. Зокрема, зазначається, що у власності громадянина можуть знаходитися: житлові будинки, квартири, дачі, гаражі, предмети домашнього господарства й особистого споживання; грошові кошти; акції, облігації та інші цінні папери; засоби масової

інформації; підприємства, майнові комплекси у сфері виробництва товарів, побутового обслуговування, торгівлі, в іншій сфері підприємницької діяльності; будівлі, споруди, обладнання, транспортні засоби та інші засоби виробництва; будь-яке інше майно виробничого, споживчого, соціального, культурного та іншого призначення, за винятком окремих видів майна, яке з точки зору державної і громадської безпеки не може належати громадянину.

Характерно, що кількість майна, придбаного громадянином відповідно до Закону або договору, не обмежується. Причому приватна власність мусить мати переважно трудовий характер. З цього приводу в Законі зазначається: власність громадянина створюється й примножується за рахунок його доходів від участі у виробництві та іншого розпорядження своїми здібностями до праці, від підприємницької діяльності, ведення власного господарства й доходів від коштів, вкладених у кредитні заклади, акції, інші цінні папери, від придбання майна за спадщиною та іншими шляхами, що не суперечать Закону.

В цілому структуру власності, що нині формується в Україні, можна представити наступним чином:

Типи і структура власності

Тип і структура власності відповідно до закону України "Про власність"	Юридична форма власності	Тип і структура власності за її економічною сутніс - тю та загальноприйнятою в ринковій економіці термінологією
Державна	а) загальнодержавна б) Автономної Республіки Крим в) комунальна (адміністративно - територіальних одиниць)	Державна
Колективна (групова)	а) орендна б) трудових колективів в) громадсько -політичних та релігійних організацій г) кооперативна д) корпоративна є) господарських асоціацій (об'єднань)	Колективна (групова) Приватна (пайова)
Індивідуальна	а) особиста б) трудового господарства (сімейна) в) селянського та особистого підсобного господарства	Приватна

4. ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПРИВАТИЗАЦІЇ ДЕРЖАВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Вирішальне значення для різних форм власності має приватизація державних підприємств. Законодавство України передбачає, що першочерговій приватизації підлягають об'єкти, які найбільше впливають на розвиток споживчого ринку, *а* також ті, що нині стримують стабілізацію державного бюджету, гальмують економічний розвиток України, формування її ринкової економіки. Це — підприємства оптової і роздрібної торгівлі, житлово-комунального господарства, з переробки сільськогосподарської продукції, деревообробної, легкої промисловості, збиткові підприємства всіх галузей, законсервовані об'єкти й об'єкти незавершеного будівництва, строки введення яких вже минули, підприємства матеріально-технічного постачання.

Оцінка вартості підприємств, що приватизуються, здійсшоється за відновною вартістю наявних основних фондів та оборотних коштів. При цьому ціна може встановлюватися з урахуванням потенційної рентабельності підприємства або ринкових цін на майно.

Водночас значна частина державної власності приватизації не піддягає. Вона включає: майно органів державної влади, управління, Збройних Сил; золотий і валютний фонди; державні матеріальні резерви; комплекси з виготовлення цінних паперів і грошових знаків; засоби урядового, фельд'єгерського та спеціального зв'язку; об'єкти державної метрологічної служби; національні культурні та історичні цінності; об'єкти освіти, науки, культури, що фінансуються з бюджету (ті, що належать підприємствам, можуть приватизуватися за умови збереження освітянського призначення); майнові комплекси підприємств з виготовлення зброї, наркотиків та радіоактивних речовин; атомні електростанції.

У проведенні приватизації беруть участь окремі органи, фізичні та юридичні особи. Це — суб'єкти приватизації. До них належать державні органи приватизації, а також різного роду продавці, покупці державного майна та посередники.

Державні органи приватизації включають Фонд державного майна України та його регіональні відділення і представництва. Зазначений Фонд розробляє програму приватизації на поточний

рік і прогноз на перспективу та здійснює організацію і контроль за приватизацією. Він підзвітний Верховній Раді України. Вперше в Україні така програма була розроблена на 1992 р. і дано прогноз до 1995 р. Про передбачені тут масштаби приватизації свідчать дані про розподіл основних виробничих фондів за формами власності (1992 р. — фактично, 1993, 1994,1995 рр. —прогноз, %):

у державній власності	96	85	66	54
у недержавній власності	4	15	34	46

Наведені дані характеризують глобальні зміни у відносинах власності, що відбуваються за сучасних умов.

Покупцями державного майна можуть бути: а) громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства; б) юридичні особи, зареєстровані на території України; в) юридичні особи інших держав. Можуть також створюватися товариства покупців шляхом укладання угоди про сумісну діяльність, або членами трудового колективу підприємства на основі рішення загальних зборів, на яких мають бути присутні більш як 50% працівників.

Не мають права бути покупцями органи державної влади й управління, працівники Фонду державного майна України та його регіональних відділень, а також юридичні особи, у майні яких частка державної власності перевищує 25%, та інші суб'єкти, перелік яких визначається державою.

Ініціатива щодо приватизації державного майна може виходити від Фонду державного майна України, місцевих органів приватизації та членів трудового колективу.

До посередників приватизації належать: а) фінансові посередники — здійснюють продаж придбаних акцій на ринку цінних паперів; б) довірчі товариства — від імені, за дорученням і за рахунок власників приватизаційних паперів здійснюють представницьку діяльність з приватизаційними паперами; в) холдинги та інвестиційні фонди — акумулюють приватизаційні кошти громадян та вклади інших покупців в обмін на акції власного випуску. Крім того, холдинги від свого імені купують з урахуванням антимонопольного законодавства контрольні пакети акцій підприємств, що приватизуються. Інвестиційні фонди здійснюють обмін приватизаційних паперів на обмежені за розміром пакети акцій підприємств (не більше 10% акцій), що приватизуються.

Законодавчими актами визначаються також основні принципи приватизації державного майна. Це — законність, надання пільг членам трудових колективів підприємств, що приватизуються, рівність прав громадян у процесі приватизації, пріоритетне надання прав громадянам України на придбання державного майна, безоплатна передача частини державного майна кожному громадянинові України, приватизація державного майна на платній основі із застосуванням приватизаційних паперів, додержання антимонопольного законодавства.

Відповідно пропонуються кілька способів приватизації різних груп об'єктів:

викуп об'єктів малої приватизації товариствами покупців, створеними працівниками цих об'єктів. Такий спосіб приватизації не передбачає конкуренції покупців;

викуп державного майна підприємства за альтернативним планом приватизації. Це — спосіб приватизації, за яким власником об'єкта (або його частини) стає товариство покупців, створене його працівниками згідно з розробленим власним планом, альтернативним планові, запропонованому комісією з приватизації;

викуп державного майна, зданого в оренду. За даного способу приватизації власником об'єкта стає його орендар;

продаж на аукціоні — спосіб приватизації, коли власником об'єкта стає покупець, який запропонував у ході аукціону максимальну ціну;

продаж за *некомерційним конкурсом.* У даному випадку власником об'єкта стає покупець, котрий запропонував найкращі умови подальшої експлуатації об'єкта або за рівних умов — найвищу ціну;

продаж за комерційним конкурсом. Тут власником об'єкта стає покупець, який запропонував найвищу ціну;

продаж з відстрочкою платежу. Власником стає покупець, котрий на конкурсних засадах здобув право оплати за придбаний об'єкт з відстрочкою платежу на три роки за умови попереднього внесення 30% його вартості;

продаж акцій відкритих акціонерних товариств (на аукціоні, за конкурсом, на фондовій біржі). Власниками державних підприємств тут стають покупці, які на конкурсних засадах запропонували найвищу ціну за найбільшу кількість акцій.

Викупу підлягають здебільшого невеликі державні підприємства. Крупні ж підприємства приватизуються шляхом перетво-

рення їх в акціонерні товариства. Поряд з цим значна частина державного майна приватизується безоплатно. Законом передбачається, що його питома вага не може бути менша за 40% вартості всього майна, що підлягає приватизації.

Працівники підприємств, що приватизуються, мають пільги: а) право на першочергове придбання акцій за їх номінальною вартістю на загальну суму виданого працівнику приватизаційного сертифіката; б) право на першочергове придбання за рахунок власних коштів акцій за їх номінальною вартістю на половину суми виданого працівнику приватизаційного майнового сертифіката; в) товариства покупців, створені працівниками підприємств, що приватизуються, мають пріоритетні права на придбання підприємства за конкурсом і в розстрочку платежу.

Місцеві органи влади відповідно до своєї компетенції можуть надавати додаткові пільги працівникам окремих підприємств аж до безоплатної передачі їм частки або всього майна, що приватизується.

Про хід приватизаційних процесів можна судити з таких даних:

Кількість приватизованих об'єктів в Україні

	1993 р.	1994 р.	1995 р.	1995 р. (у % до 1993 р.)
Всього	3555	7947	16401	461,4
з них шляхом: викупу товариством покупців	1403	3157	6183	414,1
викупу альтернативним планом приватизації	64	87	77	120,3
викупу державного майна, зданого в оренду з викупом	1319	2886	4282	324,6
продажу на аукціоні	269	395	1407	523,0
продажу за некомерційним конкурсом	141	176	536	380,1
продажу за комерційним конкурсом	133	196	858	645,1
продажу за конкурсом з відстрочкою платежу	7	—	—	—
безоплатної переда чі	—	67	78	—
продажу акцій відкритих акціонерних товариств	986	2980	1360,7	

Наведені дані свідчать про те, що сьогодні відбуваються істотні перетворення в Україні у відносинах власності. В 1995 р. кількість приватизованих підприємств збільшилася порівняно з 1993 р. у 4,6 рази і становила 16 401. Найбільш численними є ті підприємства, приватизація яких відбувається шляхом викупу товариством покупців або викупу державного майна, зданого в оренду з викупом. Проте найвищими темпами здійснювалося роздержавлення шляхом продажу акцій відкритих акціонерних товариств. Так, 1995 р. їх чисельність, порівняно з 1993 р., зросла в 13,6 рази. Отже, ця форма приватизації в сьогоднішніх умовах стає основною.

Запитання **та завдання для обговорення**

1. Один з відомих російських економістів домарксистського періоду В. О. Мілютін писав, що предметом політичної економії є не багатство взагалі, а матеріальний добробут людини. Прокоментуйте Це положення.

2. Чому необхідно розмежовувати типи, види і форми власності?

3. Державна, акціонерна, кооперативна, народна власність в сучасному капіталістичному суспільстві: чи змінюють вони природу капіталістичного суспільства?

4. Ваше ставлення до терміна «соціалізація капіталізму».

5. Прокоментуйте термін «нічия власність»

6. У чому полягає суть догматичних трактовок суспільної власності?

7. Приватна й суспільна власність: антиподи чи єдність?

8. Охарактеризуйте основні положення Закону України «Про власність».

9. Розкрийте суть понять роздержавлення і приватизації.

Глава 4. РОЗПОДІЛ І ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ

§ 1. НЕОБХІДНИЙ ПРОДУКТ І ПРИНЦИПИ ЙОГО РОЗПОДІЛУ

Суть необхідного продукту

Необхідний продукт являє собою предметне, вречевлене втілення необхідної праці, відокремлену частину чистого продукту, яка забезпечує відтворення робочої сили трудящих, зайнятих продуктивною працею. За своєю натуральною формою — це насамперед сума матеріальних благ, споживання яких забезпечує відновлення працездатності робітника, певний рівень його кваліфікації та утримання непрацездатних членів його сім'ї.

Однак, на нашу думку, зводити необхідний продукт лише до матеріальних засобів, як це робить державна статистика, не можна. Працівники споживають не лише матеріальний продукт, а й різні послуги сфери побуту, охорони здоров'я, освіти, транспорту, зв'язку, що є галузями нематеріального виробництва.

Для підтримання життєдіяльності працівника за сучасних умов дедалі важливішим стає також задоволення його духовних потреб, причому частка останніх у бюджеті трудящих зростає.

Отже, необхідний продукт слід розглядати як суму матеріальних і духовних благ та різноманітних послуг, які створюються й споживаються працівниками сфер матеріального і нематеріального виробництва.

Необхідний продукт не може бути сталою величиною. Він залежить від розвитку продуктивних сил суспільства і досягнутої продуктивності праці, рівня кваліфікації (більш складна праця створює більшу вартість, у тому числі й вартість необхідного продукту), культурно-освітнього рівня працівників, який стимулює зростання в необхідному продукті частки духовних благ, тощо.

В Україні за умов командно-адміністративної системи формування і розподіл необхідного продукту були цілковито деформовані. Теоретично за наявності суспільної власності на засоби виробництва він має належати трудящим. Проте на практиці не-

обхідний продукт, як і весь національний доход, спочатку привласнювався державою, а вже потім розподілявся між трудовими колективами.

Тоталітарна держава здійснювала твердий контроль за розподілом матеріальних благ, встановлюючи конкретні норми їх надходження різним категоріям громадян. Якщо у правовій державі розподільчі відносини регулюються законами (наприклад, мінімальна зарплата встановлюється державою на рівні, що відповідає мінімальній межі вартості робочої сили), то командно-адміністративна система керувалася суб'єктивними уявленнями про рівень необхідного продукту, який у вигляді засобів існування мав надходити в розпорядження трудящих.

Мінімізація необхідного продукту, усереднювання доходів та їхня тривала стабілізація призвели до зрівнялівки в оплаті праці. Періодичні, об'єктивно необгрунтовані надбавки в оплаті праці, що переслідували явно політичні цілі, встановлення розгалуженої системи привілеїв і пільг для окремих категорій громадян — ось далеко не повний перелік елементів розподільчої політики тоталітарної держави. Певний час вона підтримувала ілюзію рівності, соціальної справедливості в нашому псевдосоціалістичному суспільстві. Поступово дедалі більше виявлялася розбіжність в інтересах трудящих і держави, що негативно впливало на суспільне виробництво, на рівень життя, який виявився значно нижчим, ніж у капіталістичних країнах.

Принципи розподілу необхідного продукту

Як уже зазначалося, одним із принципів розподілу необхідного продукту є розподіл за вартістю робочої сили. Такий розподіл лежав в основі формування заробітної плати за умов домонополістичного капіталізму. Важливу роль відіграє він і на сучасному етапі, проте, як свідчить практика, у відносинах між робітниками і капіталістами дедалі поширенішою стає практика так званого вільного найму робочої сили. Розподіл необхідного продукту за такої системи найму здійснюється як за принципом відшкодування необхідних життєвих засобів існування робітника і його сім'ї, так і з урахуванням якості праці кожного індивіда. Враховується праця висококваліфікована, що дає продукт великої вартості. Беруться також до уваги нестандартні умови роботи тощо. Отже, поступово набирає чинності принцип оплати за працею,

хоча тривалии час у вітчизняній економічній літературі він трактувався тільки як соціалістичний.

Зміст закону розподілу за працею досить детально розглядали радянські економісти. Суть його можна коротко сформулювати так: від кожного — за здібностями, кожному — за працею. Цей закон можна назвати ще законом розподілу за кількістю та якістю праці. *Кількісними вимірами праці* слугують її тривалість, що виражається в годинах робочого часу, та рівень її інтенсивності. *Якісними характеристиками* є кваліфікація робітника, складність та умови праці, які передбачають підвищення затрат мускульної чи нервової енергії, негативний вплив зовнішнього середовища на здоров'я людини, непривабливість певного виду праці, відповідальність, народногосподарське значення галузі.

Такий розподіл передбачає, звичайно, досить значну матеріальну нерівність індивідів, бо вони мають різну фізичну силу, кваліфікацію, досвід і стан здоров'я. Проте ця нерівність справедливіша за так звану зрівнялівку, коли оплата «підганяється» до певного рівня, внаслідок чого однаково винагороджується праця різної складності, а недбайливий робітник одержує незароблену частину продукту, експлуатуючи у такий спосіб здібніших і працьовитіших.

Отже, реалізація закону розподілу за кількістю та якістю праці — явище позитивне, але, на жаль, у наших умовах поки що нездійсненне.

По-перше, держава не може забезпечити всім працівникам такі умови, такі робочі місця, де кожний якнайповніше виявивби свої здібності. Для цього у нас ще низька технічна оснащеність виробництва, недостатній освітній і кваліфікаційний рівні працівників. Тому й принцип «від кожного — за здібностями» нереальний.

По-друге, розподіл за працею передбачає одночасне врахування як затрат праці, так і її результатів. Можна врахувати в оплаті праці відпрацьований час, виконання норм виробітку, кваліфікацію тощо, але затрати праці, що відповідають суспільним вимогам, визначає лише ринок. Він може не прийняти продукт (низька якість, застарілий асортимент, перевиробництво), може визнати рівень індивідуальних затрат праці нераціональним, високим чи, навпаки, низьким порівняно із суспільною (ринковою) оцінкою. Отже, навіть рівні затрати праці на різних підприємствах мають неоднакову віддачу внаслідок ринкової реалізації. Тому підприємство

ва, реалізуючи принцип «кожному — за працею», повинні виходити із ринкової оцінки своєї діяльності. Оскільки ж у нашій країні ринкові товарні відносини деформовані, спотворені, то за їх допомогою не можна визначити трудовий внесок кожного. Розподіл за працею фактично втратив свою об'єктивну основу — працю, внаслідок чого набув суб'єктивного характеру. Це, в свою чергу, послугувало стимулятором розгортання інфляції.

На нашу думку, дорогу волюнтаристській практиці розподілу відкрило необгрунтоване ігнорування за умов командно-адміністративної системи вартості товару робоча сила як об'єктивного елемента в формуванні оплати праці. Саме цей елемент має бути врахований при розрахунках прожиткового мінімуму, мінімального споживчого бюджету. Суб'єктивний підхід до визначення цих показників не давав можливості відтворювати робочу силу на належному рівні, що саме по собі вже означає наявність у країні відносин експлуатації. Всі ці деформації має усунути економічна реформа, передавши функції суб'єкта розподілу з рук апарату в руки трудових колективів. Держава як регулюючий і координуючий центр повинна контролювати прожитковий мінімум і, здійснюючи перерозподіл доходів, бути гарантом соціальної захищеності трудящих.

§ 2. ФОРМИ РОЗПОДІЛУ НЕОБХІДНОГО ПРОДУКТУ

Суть і функції заробітної плати

У вітчизняній економічній літературі суть заробітної плати трактувалася, виходячи із суб'єктивних принципів її формування, в основі яких лежить ігнорування вартості робочої сили й привласнення командно-адміністративною системою монопольного права на визначення частки кожного працівника у створеному суспільному продукті.

Тому, незважаючи на різноманітність формулювань, розбіжностей у суттєвій характеристиці цієї категорії не було. Зарплата розглядалася як прямий трудовий доход, який планомірно визначається на основі врахування суспільного значення результатів праці даного колективу й робітника. Вважалося, що вона відображає відносини між працівником і суспільством, а тому необхідна єдина державна політика в галузі зарплати, єдина тариф-

на система тощо, а також відносини між робітником і трудовим колективом, оскільки зарплата кожного встановлювалася в межах фонду зарплати підприємства, цеху, бригади відповідно до його вкладу у колективні результати.

У цих визначеннях, як у дзеркалі, відбилися найважливіші недоліки системи розподілу:

1) встановлення державою «зверху» фонду зарплати підприємствам;

2) планомірне визначення трудового доходу кожного працівника на основі єдиної державної тарифної системи.

Об'єктивною основою формування фонду зарплати вважався досягнутий рівень розвитку продуктивних сил, який визначав можливості держави виділяти певні ресурси для оплати праці. Але ці можливості могли бути й не реалізовані внаслідок відволікання коштів на інші потреби — озброєння, розвиток важкої промисловості, здійснення «проектів віку», забезпечення кастових привілеїв тощо. До того ж частка, що виділялася на оплату, не була обгрунтована і мала досить слабкий зв'язок з народногосподарськими результатами.

Помилковим є і визначення зарплати як доходу. Це — не дохід, а витрати підприємства на відшкодування трудових ресурсів. Відтворення їх на суспільно необхідному рівні є обов'язковою умовою індивідуального відтворення. Тому створення, як і використання фонду заробітної плати, має відбуватися на підприємстві. Підприємство, а не держава є повноправним власником цього фонду, що формується і відшкодовується насамперед із вартості реалізованої підприємством продукції, оскільки людина — головна продуктивна сила, розширене відтворення життєдіяльності якої виступав обов'язковою умовою і метою ефективного розвитку економіки.

З усього зазначеного можна зробити висновок, що **заробітна плата — це об'єктивно необхідний для відтворення робочої сили та ефективного функціонування виробництва обсяг вираженої в грошовій формі основної частини життєвих засобів, що відповідає досягнутому рівневі розвитку продуктивних сил і зростає пропорційно підвищенню ефективності праці трудящих.**

Найважливішою функцією зарплати, як бачимо, є відтворювальна, адже вона слугує засобом розподілу основної частини життєвих благ у суспільстві і засобом формування платоспро-

можного попиту населення, бо становить 70-75% усіх доходів працівників. Саме тому при розподілі валового доходу підприємств і суспільства загалом визначення фонду зарплати розглядається як першочергове завдання.

Важливу роль виконує і стимулююча функція зарплати. Вона слугує засобом залучення громадян до суспільно корисної праці, створює заінтересованість у підвищенні кваліфікації, оволодінні суміжними професіями, стимулює високопродуктивну та якісну працю. Всього цього, звичайно, можна досягти в тому випадку, коли організація заробітної плати забезпечує особисту матеріальну заінтересованість індивіда в продуктивній праці.

Отже, людину цікавить передусім грошова винагорода за виконану роботу. Тому насамперед має бути визначена так звана номінальна зарплата.

Номінальна і реальна заробітна плата

Номінальна заробітна плата являє собою суму грошей, яку отримує робітник за виконану роботу. На її величину впливають різні фактори: рівень кваліфікації робітників, різні умови й ефективність праці та ін.

Визначення величини номінальної заробітної плати передбачає насамперед врахування її кількості та якості. Це завдання розв'язується за допомогою тарифної системи.

Тарифна система оплати праці є сукупністю взаємопов'язаних елементів: тарифно-кваліфікаційного довідника, тарифної сітки, тарифних ставок та схеми посадових окладів. Вона використовується для розподілу робіт і працівників залежно від їх складності та кваліфікації за розрядами тарифної сітки і є основою формування й регулювання заробітної плати.

Тарифно-кваліфікаційний довідник містить у собі детальну характеристику окремих професій і конкретних видів робіт. У ньому перераховуються вимоги щодо знань, уміння, навичок виконавця тієї чи іншої роботи. Кожна робота тарифікується певним розрядом. Це означає, що її повинен виконувати тільки той робітник, якому комісія присвоїла відповідний розряд згідно з довідником. За першим розрядом тарифікуються найпростіші види робіт, які не вимагають особливої підготовки виконавців, а за останнім (вищим) розрядом — найскладніші роботи, виконання яких потребує високої майстерності

Диференціація зарплати залежно від якості праці, а отже, й від кваліфікації працівників здійснюється за допомогою *тарифної сітки,* яка об'єднує в собі *тарифні коефіцієнти.* Кожен з них показує, у скільки разів більше має оплачуватися вищий розряд порівняно з першим (тарифний коефіцієнт першого розряду дорівнює одиниці).

Тарифна ставка першого розряду відповідає гарантованому мінімуму заробітної плати. Вона встановлюється державою як соціальна гарантія забезпечення нормальних умов відтворення робочої сили найменш кваліфікованого робітника й утримання його сім'ї. Величина її повинна визначатися при розрахунку прожиткового мінімуму на основі наукової методології. Саме виходячи з цих мінімумів ведуться переговори між керівниками компаній і профспілками при укладанні колективних договорів. Гарантовані загальнонаціональні мінімальні ставки зарплати офіційно встановлені в США (4,25 дол. за год.), Канаді, Франції, країнах Бенілюксу, Іспанії, Португалії, в Україні. В Німеччині, Англії, Італії, Японії вони розробляються в колективних договорах.

Мінімальна зарплата регулюється з урахуванням економічного розвитку, продуктивності праці, середньої заробітної плати та вартісної величини мінімального споживчого бюджету. За Законом України «Про оплату праці» від 24 березня 1995 р. мінімальна заробітна плата є державною соціальною гарантією і встановлюється у розмірі не нижчому за вартісну величину межі малозабезпеченості в розрахунку на працездатну особу. На жаль, в Україні, як і в інших республіках колишнього СРСР, мінімальні зарплати ніколи не ув'язувалися і не ув'язуються з величиною прожиткового мінімуму. Так, згідно з постановою Верховної Ради України від 10 жовтня 1996 р. для забезпечення прожиткового мінімуму мінімальна заробітна плата має становити 70,9 грн. За підрахунками профспілок — 90 грн. Фактично, враховуючи важкий економічний стан країни, вона складала на кінець 1996 р. лише 15 грн. Встановлюється також середньомісячна номінальна зарплата. В Україні вона досить низька (5 відсотків від середньосвітового рівня), хоч і має тенденцію до зростання: наприкінці 1994 р. — 25 дол., 1995 р. — 52 дол.

Підвищення середньомісячної номінальної зарплати на перший погляд свідчить про певне поліпшення добробуту трудящих. Але точнішим показником тут є реальна заробітна плата. Вона

являє собою суму **матеріальних і духовних благ та послуг, які можна придбати за номінальну зарплату.**

Реальна заробітна плата залежить від ряду факторів:

а) рівня номінальної зарплати;

б) цін на товари та послуги, які споживає населення;

в) величини податків, які сплачуються різними верствами населення в бюджет.

В періоди значного розкручування інфляційної спіралі життєвий рівень трудящих знижується, незважаючи на підвищення зарплати робітникам і службовцям, пенсій, стипендій та різних пільг. Тут визначальними факторами є високі темпи зростання роздрібних цін і невпинна емісія паперових грошей, що посилює цінову інфляцію.

Види, форми й системи заробітної плати

Розрізняють заробітну плату основну й додаткову. *Основна заробітна плата* працівника залежить від результатів його праці й визначається тарифними ставками, відрядними розцінками, посадовими окладами, а також надбавками й доплатами у розмірах, встановлених чинним законодавством. Вона враховує стійкі відмінності у кваліфікації, складності роботи, умовах праці, інтенсивності та відповідальності.

Додаткова оплата праці залежить від результатів господарської діяльності підприємства й встановлюється у вигляді премій, винагород, компенсацій, надбавок і доплат, які не передбачені законодавством, або понад розміри, встановлені законодавством. Вона враховує фактори виробничого процесу, які важко передбачити наперед, і виплачується за певні індивідуальні досягнення: професійну майстерність, перевиконання норм виробітку, суміщництво професій, розширення зон обслуговування, неперервний виробничий стаж. У ній враховуються надбавки за особливі умови роботи (районні коефіцієнти), колективні результати праці, що оплачуються з фонду матеріального стимулювання. В сільському господарстві додаткова оплата часто пов'язується з вирощуванням технічних культур і видається у вигляді натуроплати.

Заробітна плата виступає в двох формах: погодинній і відрядній. *Погодинна зарплата* нараховується робітникам залежно від кваліфікації і фактично відпрацьованого часу. Застосовується вона в тому разі, коли результати праці або не піддають-

ся обліку, або не залежать від зусиль трудівника (оплата інженерно-технічних працівників, службовців, наладчиків, робітників на конвеєрах та автоматичних лініях).

Погодинна оплата передбачає просту погодинну систему, що обумовлює оплату за фактично відпрацьований час, та погодинно-преміальну, яка враховує ще й інші моменти: виконання норми, підвищення якості продукції, економію ресурсів тощо.

Відрядна форма заробітної плати виступає передусім як *пряма відрядна,* що передбачає залежність заробітку від кількості виготовленої продукції відповідно до встановлених незмінних розцінок. Розцінки не змінюються при будь-якому виконанні норми виробітку. Проте праця основної маси робітників-відрядників оплачується за *відрядно-преміальною системою,* коли поряд з оплатою за кількість продукції здійснюється виплата премій за певні показники, які обумовлюються в колективному договорі. Частина робітників одержують зарплату за *еідрядно-прогресивною системою.* У даному випадку виробіток за встановленою нормою оплачується за незмінними розцінками, а все, що виконується понад норму, оплачується за прогресивною шкалою.

Важливого значення набули останнім часом *колективні форми оплати праці* (наприклад, бригадна система). Заробіток тут залежить від кінцевих результатів роботи всього колективу. Між членами бригади (цеху, ланки) заробіток розподіляється за коефіцієнтом трудової участі (КТУ). Дана форма оплати змушує робітника думати про весь обсяг роботи, а не тільки про виконання свого індивідуального завдання. Тому в таких підрозділах не тримають прогульників і нероб, дбають про підвищення кваліфікації та освоєння суміжних професій. Поєднання особистих і колективних інтересів забезпечує вищу ефективність виробництва, тим більше що система участі бригади поширюється як на прибутки, так і на збитки підприємств. Ця система посіла значне місце в оплаті праці трудящих Японії, а у 80-ті роки стала широко впроваджуватися фірмами США. Вона дає змогу скорочувати чисельність робочої сили, залишаючи найбільш кваліфіковану і взаємозамінну, а на збережені кошти підвищувати заробітну плату, стимулюючи цим самим високопродуктивну та якісну працю. Саме тому колективні форми оплати праці мають стати переважаючими і на підприємствах України. Заробітна плата виплачується у грошових знаках, що мають законний обіг

на території України. Може виплачуватися банківськими чеками. Колективним договором може бути передбачено часткову виплату зарплати натурою (за цінами не нижче собівартості) в тих галузях, де така виплата є звичайною або бажаною, як, наприклад, у сільському господарстві.

Основні напрями поліпшення організації оплати праці

З розвитком ринкової економіки в організації оплати праці чільне місце мають посісти фактори, які, по-перше, забезпечують реалізацію особистого і колективного інтересу, по-друге, сприяють підвищенню ефективності праці, по-третє, тісно пов'язують оплату з кінцевими результатами виробництва.

У зв'язку з цим необхідно посилити відтворювальну функцію оплати праці через державне гарантування її мінімального рівня, призначення якого — відтворення суспільно необхідних витрат простої праці. Величину мінімальної зарплати слід диференціювати за окремими регіонами, враховуючи, що вартість життєвих засобів у регіональному плані істотно змінюється. Вона має переглядатися і в міру виникнення відповідних економічних передумов (зростання інфляції, підвищення ефективності виробництва тощо).

Потребує впорядкування і співвідношення між мінімальною та максимальною заробітною платою, яка в Україні становить 1:50, тоді як у світі — 1:8. Вдосконалюючи систему організації заробітної плати, слід, по-перше, звернути увагу на низьку питому вагу тарифу в зарплаті — всього 28 відсотків на відміну від країн далекого зарубіжжя, де вона досягає 70–90 відсотків. Саме це змушувало підприємства занижувати норми виробітку, здійснювати приписки обсягу виконаних робіт, занадто широко практикувати відрядно-прогресивні системи оплати. По-друге, тарифна система потребує впорядкування тарифних коефіцієнтів, а саме — розширення діапазону між ними, що дасть змогу встановити обгрунтованіші відмінності в зарплаті працівників кожного конкретного кваліфікаційного рівня. Поки що малий розрив між коефіцієнтами (1:10 як 1:2,49 або 5:10 як 1,54:2,49), що мав місце в тарифній сітці урядової постанови 1993 р. «Про єдині тарифні умови оплати праці», продовжує вносити в оплату елементи зрівнялівки.

Впорядковуючи систему оплати, необхідно розширити права підприємств у розв'язанні цієї проблеми. Вони повинні мати пра-

во самостійно формувати фонд оплати праці після розрахунку з бюджетом і банком, відшкодування матеріальних витрат, створення фондів розвитку виробництва і соціального розвитку; переглядати елементи тарифної системи, нормування праці, форми і системи оплати праці; підвищувати ставки і посадові оклади, виплачувати премії і надбавки у міру нагромадження необхідних для цього коштів за рахунок ефективнішого виробництва. У даному випадку певна частина оплати праці тісно пов'язана з народногосподарською ефективністю праці, а не лише з її індивідуальними затратами.

На думку багатьох економістів, головним інструментом регулювання оплати праці на рівні підприємств і організацій мають стати колективні договори. Договірне регулювання оплати праці давно практикується на Заході, в Україні закріплене січневим Декретом Кабінету Міністрів (1993). Тарифні угоди укладаються на міжгалузевому (генеральна тарифна угода), галузевому та виробничому рівнях. Одним з важливих елементів генеральної тарифної угоди є диференціація мінімальних тарифних ставок за видами виробництв, робіт, галузей, але не нижче встановленої державою мінімальної заробітної плати. Це свідчить про те, що у нас ставка I розряду не відповідає мінімальній зарплаті, але диференціація цієї ставки є позитивним моментом.

У договорах на виробничому рівні коректується система тарифних ставок і окладів, обумовлюється зростання мінімального і середнього рівня оплати праці на основі реалізації програми підвищення ефективності виробництва, але в межах, передбачених генеральною угодою, фіксуються форми і системи оплати праці, а також порядок надбавок, доплат, премій. Що стосується спеціалістів, наукових і творчих працівників, службовців, то пропонується застосовувати контрактну форму оплати. В контракті визначаються розмір і умови оплати праці. Централізовані ставки й оклади можуть розглядатися при цьому як вихідний орієнтир. Контрактна система дасть змогу ефективніше й точніше оцінити професійні й ділові якості спеціалістів.

Нарешті, слід зазначити, що за умов різноманітності форм господарювання має бути вироблений механізм забезпечення єдиної оцінки міри праці та її оплати незалежно від того, на базі якої форми власності на засоби виробництва функціонує робоча сила і які при цьому застосовуються моделі ведення господарства.

Суспільні ***фонди*** *споживання*

Заробітна плата не уособлює собою весь необхідний продукт, потрібний для відтворення робочої сили, відновлення її життєздатності. Ще однією формою необхідного продукту є **суспільні фонди споживання (СФС). Це — фонди, за допомогою яких забезпечується (повністю або частково) задоволення потреб в освіті й культурі, охороні здоров'я і житлі, утримання непрацездатних членів суспільства.**

За функціональним призначенням їх можна поділити на фонди спільного задоволення потреб та фонди непрацездатних.

До складу перших належать: безкоштовні послуги освіти, охорони здоров'я, житлово-комунального господарства та культурно-освітніх закладів. Призначення цих фондів полягає у створенні приблизно рівних умов для всіх членів суспільства в задоволенні особливо значних, з точки зору суспільства, соціальних потреб. Їх задоволення не може бути поставлене в залежність від рівня оплати праці. У кожного працівника вона різна, як неоднакові у всіх фізична сила, здібності, кваліфікація, умови роботи. Суспільство ж заінтересоване в тому, щоб відбувався нормальний процес розширеного відтворення, для якого потрібні здорові, освічені, висококваліфіковані працівники. Цій меті насамперед і слугують суспільні фонди. Водночас вони покликані якоюсь мірою стирати соціальну нерівність і гарантувати певну соціальну захищеність широких мас населення. Тут важливе значення мають фонди непрацездатних, через які здійснюється пенсійне забезпечення, виплати у зв'язку з тимчасовою непрацездатністю та виплати на дітей.

Суспільні фонди споживання розподіляються по-різному:

1) залежно від праці (оплата відпусток, виплати у зв'язку з хворобою, пенсії);

2) без зв'язку з працею (виплати багатодітним сім'ям та одиноким матерям, дотація на утримання дітей у яслах, садках, інтернатах, виплата стипендій);

3) у вигляді так званих «незримих доходів» (через систему освіти, медицини, фізичної культури тощо). Наприклад, значною мірою послуги лікаря, вчителя ми не оплачуємо, тим самим до нашої зарплати ніби додається певна сума.

Кошти надходять: з державного бюджету, з відрахувань підприємств, колгоспів, громадських організацій. Джерелом форму-

вання цих фондів є необхідний продукт і частково додатковий. У СФС акумулюється значна частина недоплаченої заробітної плати, яка (поряд з іншими коштами СФС) мала б забезпечувати рівний доступ усіх до певних благ і послуг. Така реалізація ідеї рівності й соціальної справедливості була б виправдана, якби система СФС з самого початку не була деформована і не перетворилася в руках адміністративно-командної системи в механізм перерозподілу національного доходу в інтересах апарату. Достатньо порівняти послуги (медичні, санаторно-курортні, житлові, комунально-побутові тощо), які одержували працівники апаратної системи і всі інші громадяни; пенсії персональні й, наприклад, колгоспні. СФС стали засобом впливу (в тому числі ідеологічного) на суспільство, засобом своєрідної експлуатації громадян, адже в спільні фонди вкладали свою частку всі, проте далеко не всі мали до них рівний доступ.

У майбутньому з переходом до ринкових відносин, коли стабілізується економіка, відійде в минуле інфляція, зростуть доходи громадян та підприємств і кожний буде реальним власником (через акціонерні та колективні підприємства, кооперативи, приватну власність тощо), можливим стане поступовий перехід до платних послуг (наприклад, покриття із зарплати витрат на житло, відпочинок, на підвищення професійної освіти, на додаткове пенсійне забезпечення та медичне обслуговування).

Можна використати досвід західних країн, де у пенсійний фонд і фонд медичного обслуговування відраховуються страхові внески від 6 до 14% заробітної плати. Вносять в ці фонди певні суми й підприємці. Ці кошти не перерозподіляються через бюджет, тому при виході на пенсію кожний робітник знає, наскільки забезпечена його старість. У таких країнах, як Канада, Швеція, Фінляндія, Норвегія, мають місце і відрахування із зарплати, і державна доплата; завдяки цьому пенсія виплачується всім у твердих фіксованих розмірах. В інших країнах до пенсійного фонду з держбюджету доплачується допомога тільки тим, хто не має засобів до існування (доплата до «межі бідності»).

В Україні в даний час у страхові фонди відраховується 1% із зарплати і 37% із доходів підприємств. Звичайно, ці кошти залишаються знеособленими. Обов'язковими мають бути певні соціальні гарантії держави в галузі пенсійного забезпечення, медичного обслуговування, допомоги інвалідам, багатодітним сім'ям,

виплат по безробіттю тощо. Тільки кошти на ці потреби можуть формуватися не за рахунок урізування зарплати, а через систему оподаткування прибутків підприємств і з доходів державного бюджету. А поки що слід усувати наявні деформації в системі СФС:

скоротити відмінності у використанні СФС різними соціальними верствами;

більше засобів виділяти для соціального розвитку села;

посилити роль СФС у розв'язанні демографічних проблем (істотна допомога багатодітним, поліпшення умов праці, побуту, відпочинку працюючим жінкам, будівництво дитячих садків);

ширше використовувати СФС для стимулювання високих виробничих результатів — через задоволення потреб у житлі, надання безкоштовних путівок у місця відпочинку;

через СФС забезпечити нормальні умови життя старих, немічних, інвалідів, які найбільше потребують соціальної захищеності.

§ 3. СІМЕЙНІ ДОХОДИ. МІНІМАЛЬНИЙ І ОПТИМАЛЬНИЙ СПОЖИВЧИЙ БЮДЖЕТ

Джерела формування сімейних доходів та їх використання

Кінцевим підсумком розподілу фонду особистого споживання є формування сімейних доходів членів суспільства. Сім'я являє собою групу осіб, які пов'язані родинними стосунками і спільно ведуть господарство для забезпечення сімейного споживання. Домашнє (сімейне) господарство утворює заключну фазу відтворення — споживання матеріальних благ і послуг. Ведення цього господарства здійснюється залежно від сімейного бюджету, що являє собою співвідношення між доходами і витратахМИ сім'ї. *Доходи формуються за рахунок заробітної плати (60-80% загальних джерел доходів), надходжень із суспільних фондів споживання (пенсії, стипендії, допомога, дотації) та від особистого підсобного господарства.*

Сімейний бюджет поповнюється також за рахунок виплат за паєм у кооперативних підприємствах, дивідендів (якщо в сім'ї є члени акціонерних товариств), доходів від індивідуальної трудової діяльності. Можуть бути й інші надходження — спадщина, аліменти, гонорар. У період переходу до ринкової економіки в умовах нестабільності та інфляції статистика збільшення номіна-

льних доходів недостатньо характеризує рівень життя населення. У 80-х роках країна зіткнулася з наявністю бідності, критеріями якої є: доход на одного члена сім'ї (нижче прожиткового мінімуму) та структура домашнього споживання (зокрема, частка затрат на харчування), що має тенденцію до зростання.

Бідність, малозабезпеченість має декілька рівнів і характеризується такими показниками:

1) прожитковим мінімумом;

2) гарантованим прожитковим мінімумом;

3) мінімальним споживчим бюджетом.

Розрізняють *прожитковий мінімум* фізіологічний і соціальний. Перший розрахований на задоволення тільки головних найелементарніших потреб і послуг. Другий, крім мінімальних норм задоволення фізичних потреб, включає витрати на мінімальні духовні і соціальні запити. Соціально-фізіологічний мінімум — нижня межа малозабезпеченості (бідності).

Гарантований прожитковий мінімум — це офіційно затверджений рівень мінімальної заробітної плати, пенсії, допомоги. Він не може бути нижчим за фізіологічний прожитковий мінімум і не може перевищувати вартісну величину мінімального споживчого бюджету.

Мінімальний споживчий бюджет як верхня межа бідності виражає в грошовій і натуральній формах той обсяг споживання життєвих благ, що мінімально достатній для фізіологічного і розумового розвитку людини й забезпечення простого відтворення її життя і працездатності. Він визначається суспільством як необхідний для збереження більш-менш допустимого рівня життя.

Згідно із Законом мінімальний споживчий бюджет визначається у середньому на душу населення на підставі системи «споживчих кошиків» для 13 статево-вікових груп. Наприклад, наприкінці 1996 р. вартість набору продуктів харчування на душу населення в середньому по Україні в державних цінах становила 51,85 грн., що значно перевищує фактичну мінімальну зарплату.

Вважається, що розрахований прожитковий мінімум забезпечує можливість придбання найнеобхідніших товарів та одержання послуг. Але ж треба мати на увазі, що «споживчий кошик» формується на основі державних цін на товари, а в умовах зростаючого дефіциту значну частину їх доводиться оплачувати за цінами «чорного ринку», за договірними цінами, кооперативни-

ми тощо. Це необхідно враховувати при обчисленні мінімального споживчого бюджету. Останній розраховується різними методами. Перший з них — *статистичний* — полягає в тому, що рівень і структура бюджету визначаються на основі аналізу фактичних статистичних даних сімей з найнижчим у даний час доходом на душу населення.

Другий метод — *статистичний модернізований.* Він передбачає розрахунок потреб у продуктах харчування на основі науково обгрунтованих мінімальних норм, а інших витрат — статистичним методом.

Науково-дослідні інститути використовують *нормативний метод,* який вимагає формування мінімального споживчого бюджету, виходячи із сукупності науково обгрунтованих нормативів споживання всього набору матеріальних благ і послуг.

Розраховується також *оптимальніш (раціональний) споживчий бюджет.* Він відображає ту величину і структуру споживання матеріальних і духовних благ, які забезпечують найповніше й розумне задоволення потреб людини за даного рівня розвитку продуктивних сил. Цей бюджет є важливим критерієм оцінки фактичного рівня й структури споживання, розрахунку основного показника рівня життя — ступеня задоволення потреб населення, а також є основою прогнозування загального обсягу й структури матеріальних благ і послуг.

§ 4. РОЗПОДІЛ І ПЕРЕРОЗПОДІЛ ЧИСТОГО ДОХОДУ І ПРОДУКТУ

Форми чистого продукту

В умовах переходу до ринкової економіки проблеми розподілу чистого доходу і продукту набувають дедалі більшого значення. Чистий доход — це різниця між ціною всієї реалізованої продукції і витратами на її виробництво, тобто собівартістю. Реально на кожному підприємстві чистий доход виступає як прибуток. Наприклад, 1994р. в промисловості України було реалізовано продукції на суму 1 377 503 млрд. крб. Собівартість продукції становила 1 105 933 млрд. крб. Таким чином, прибуток становив 271 570 млрд. крб.

Прибуток — це реальна економічна форма додаткового продукту. Розподіл чистого доходу фактично зводиться до розподілу

прибутку. На різних підприємствах і залежно від форм конкурентної боротьби він має неоднакові конкретні форми свого прояву. Так, за умов досконалої конкуренції він виступає як середній прибуток на вкладений капітал, що є результатом міжгалузевої конкуренції між виробниками. Прибуток може бути і максимально високим за умов монопольної конкуренції. В акціонерних товариствах він являє собою дивіденд, в кооперативних — чистий доход тощо.

Крім прибутку, чистий доход виступає також у формі *відсотка*. На грошові кошти підприємств, а також різних верств населення, які вкладають грошові кошти в банки, щорічно нараховується певний відсоток. Норма його визначається як відношення одержаного відсотка до всієї суми позичкових коштів:

$$\text{норма відсотка} = \frac{\text{позичковий відсоток}}{\text{сума позичкових коштів}} \cdot 100\%,$$

Відсоток фактично означає ціну позички. Таким чином, він є доходом для тих підприємств, які мають на своїх рахунках у банках тимчасово вільні кошти. Водночас це — витрата для тих господарств, які беруть кредит, адже вони повинні сплачувати зі свого прибутку ставку відсотка на взяті в позику кошти.

Формою чистого доходу є також *рента*. Вона обумовлюється природними умовами виробництва, насамперед у сільському господарстві, гірничодобувних галузях та ін. Рента, з одного боку, — це доход для власника особливих специфічних умов виробництва, з іншого — витрати для орендаря за користування земельними ділянками, рудниками, будівельними матеріалами. Причому земельна рента в чистому вигляді ніколи не буває. В реальному житті існує орендна плата, яка, крім ренти, включає в себе відсоток на вкладений раніше в дану земельну ділянку капітал. Економічний зміст прибутку, відсотка і ренти полягає не лише в тому, що вони є формами додаткового продукту. За допомогою цих показників визначається ціна основних виробничих факторів. Що стосується землі, то ціну кожної земельної ділянки можна обчислити за формулою:

$$W = \frac{r}{i} \cdot 100\%,$$

де W — ціна земельної ділянки,

r — орендна плата за дану ділянку землі,

i — норма позичкового відсотка.

Ціна капіталу, вкладеного в акціонерне товариство, розраховується за формулою:

$$W = \frac{d}{i} \cdot 100\%,$$

де d — сума дивіденду.

Ці формули широко застосовуються в економічній науці. Ними слід користуватися й на практиці, особливо при проведенні роздержавлення і приватизації підприємств, коли досить гостро стоять питання оцінки майна і землі.

Таким чином, у процесі розподілу чистий доход набирає форми прибутку, відсотка і ренти. Якщо сюди додати ще й заробітну плату, то одержимо всі наявні первинні форми розподілу чистого продукту. В результаті цього чистий продукт розподіляється між його безпосередніми виробниками і власниками засобів виробництва.

В реальному економічному житті в нашій країні ці первинні доходи виступають як:

заробітна плата робітників сфери матеріального виробництва;

доходи селян від громадського господарства;

прибуток підприємств;

доходи селян, робітників і службовців від підсобного господарства.

Первинний розподіл доповнюється перерозподілом чистого продукту, необхідність якого зумовлена:

завданням концентрації ресурсів для вирішення важливих соціальних проблем;

існуванням невиробничої сфери, на утримання якої кошти надходять шляхом перерозподілу доходів;

важливістю залучення коштів підприємств і населення на громадські потреби;

потребами НТР, прогресивних змін у структурі суспільного виробництва, розвитку окремих економічних регіонів країни.

Головним знаряддям перерозподілу чистого продукту є державний бюджет, через який проходить приблизно 60% національного доходу. Важливу роль у цьому розподілі відіграє податкова система, оплата населенням послуг, механізм цін, а також добровільні платежі в громадські організації.

У результаті розподілу й перерозподілу національного доходу складаються кінцеві доходи різних груп населення, держави,

підприємств виробничої і невиробничої сфери. Формуванням фондів споживання і нагромадження завершується процес розподілу й перерозподілу чистого продукту, після чого він надходить у стадію кінцевого використання.

Запитання та завдання для обговорення

1. Прокоментуйте взаємозв'язок відносин виробництва й розподілу.
2. Назвіть фактори, що впливають на характер привласнення й формування необхідного продукту.
3. У чому полягає безпідставність і безперспективність зрівняльного розподілу?
4. Проаналізуйте визначення категорії «заробітна плата» в економічній літературі.
5. Охарактеризуйте фактори, що визначають величину реальної заробітної плати та її динаміку.
6. У чому полягають недоліки існуючої тарифної системи?
7. Проаналізуйте основні напрями поліпшення оплати праці.
8. У чому полягають особливості оплати праці в колгоспно-кооперативному виробництві?
9. Суспільні фонди споживання: перевага чи недолік системи розподілу.
10. Як ви ставитеся до проблеми платності послуг?
11. На основі відомих показників охарактеризуйте економічне становище трудящих на даному етапі.
12. Назвіть форми розподілу чистого доходу.
13. Розкрийте механізм розподілу й перерозподілу чистого продукту.

Глава 5. ТОВАРНЕ ВИРОБНИЦТВО, ТОВАР І ГРОШІ

§ 1. ОСНОВНІ ФОРМИ ВИРОБНИЦТВА. ТОВАРНЕ ВИРОБНИЦТВО ТА ЙОГО ХАРАКТЕРНІ РИСИ

Виникнення та суть товарного виробництва

Розвиток суспільного виробництва пов'язаний з існуванням різних його форм. Найпершою формою господарювання було *натуральне виробництво,* за якого продукти праці призначаються для задоволення власних потреб безпосередніх виробників життєвих благ, тобто для внутрігосподарського споживання. Для натурального господарства характерні нерозвинутість суспільного поділу праці, його замкнутість, відсутність зовнішніх зв'язків, примітивна техніка, технологія, патріархальність виробництва загалом. Йому відповідає застій, повільність розвитку самого виробництва і суспільного розвитку в цілому.

Таке виробництво замикає всі економічні процеси в тісних межах локальних виробничих одиниць, не відкриваючи каналів для зовнішніх зв'язків. Робоча сила, закріплена за локальними виробничими одиницями, позбавлена мобільності. Виробничі відносини тут виступають у своїй «прозорій», неуречевленій, нематеріалізованій формі як прямі відносини між людьми. Саме така форма господарювання є типовою для всіх докапіталістичних стадій розвитку суспільного виробництва. Вона довела свою життєвість протягом тисячоліть.

На зміну натуральній формі господарювання поступово приходить товарна форма виробництва, яка тривалий час існує поряд з натуральною, проникаючи в неї і розкладаючи її. Остаточний розклад натурального виробництва як основної форми господарювання відбувається в епоху пізнього середньовіччя, епоху зародження й прогресу капіталізму. Замкнутість натурального господарства, його відособленість, примітивність, косність, патріархальність, застій капітулюють перед взаємним обміном і прогресом.

Потребу в обміні результатами праці мають і натуральне, і товарне виробництво, оскільки в них в тій або іншій формі існує

поділ праці. Він виступає загальною умовою обміну незалежно від форми виробництва. Але якщо в натуральному господарстві обмін здійснюється у вигляді продуктообміну, без умови еквівалентності, то товарне господарство об'єктивно вимагає зовсім іншої форми обміну. Продукт праці в товарному господарстві призначається не для власного споживання, а для продажу, для обміну через ринок. Це передбачає постійне економічне спілкування, економічний взаємозв'язок між людьми, що розпочинається з придбання засобів виробництва й закінчується реалізацією готової продукції, обміном досвідом.

Отже, **товарне виробництво — це така форма організації суспільного господарства, за якої продукти виробляються економічно відособленими виробниками, котрі спеціалізуються на виготовленні певного продукту, що потребує обміну у вигляді купівлі-продажу на ринку. При цьому продукти праці, якими вони обмінюються, стають товарами.**

З даного визначення випливає:

по-перше, основою виникнення товарного виробництва й обміну, тобто перетворення натурального господарства в товарне, є суспільний поділ праці. Саме він приводить до того, що виробники для задоволення особистих і виробничих потреб повинні обмінювати продукти своєї праці на необхідні для них продукти праці інших виробників. І коли перший суспільний поділ праці (відділення пастуших племен) зробив можливим регулярний обмін між общинами, а другий (відокремлення ремесла від землеробства й скотарства) зумовив зародження товарного виробництва, то третій (відділення торгівлі) сприяв завершенню формування товарного господарства;

по-друге, поділ праці в суспільстві лише тоді стає основою формування товарного виробництва й обміну продуктів через ринок, коли відбувається відокремлення виробників як самостійних власників засобів виробництва. І якщо суспільний поділ праці потребує обміну взагалі, то економічна відособленість виробників вимагає еквівалентного, товарного обміну.

*Просте и **розвинуте** товарне виробництво*

Товарне виробництво виникає як *просте товарне виробництво*. Воно засноване на особистій праці власника засобів виробництва, дрібне за своїми розмірами, йому властиві пряме поєд-

нання виробника із засобами виробництва та відсутність експлуатації людини людиною. У формі товару тут виступають лише речові фактори виробництва та готовий продукт.

Спрямованість простого товарного господарства на потреби ринку стає основою прискорення процесу розшарування виробників через їхні різні особистісні якості, вміння використати кон'юнктуру ринку тощо. Іноді навіть випадковий збіг обставин дає можливість здобути перемогу одних над іншими в конкурентній боротьбі, що призводить до збагачення меншості й зубожіння більшості, й ніякі сили не змогли зупинити цей закономірний процес розвитку вшир та вглиб.

Водночас відбуваються істотні модифікації в самих товарних відносинах. З одного боку, з'являються власники грошей і засобів виробництва, з іншого — люди, позбавлені їх і вимушені продавати свій єдиний товар — робочу силу. Перші з них стають підприємцями, які можуть наймати робочу силу, інші — найманими робітниками, які не мають засобів виробництва, а тому й засобів для існування.

Таким чином, просте товарне виробництво стало грунтом для виникнення капіталістичного господарства, капіталістичних відносин. Цьому процесу значно сприяло й так зване первісне нагромадження капіталу — насильницьке відокремлення виробників від засобів виробництва, а також розвиток купецького та лихварського капіталів. *Як* наслідок безпосередні виробники, позбавлені засобів існування, стають продавцями своєї робочої сили і покупцями продуктів своєї праці. Це означає, що поряд з ринком засобів праці й предметів споживання виникає новий — ринок праці. Форма господарства, коли товаром стає не лише продукт людської праці, а й сама робоча сила людини, називається *капіталістичним товарним виробництвом.*

Оскільки за капіталізму всі (або майже всі) продукти праці виготовляються як товари і робоча сила є товаром, товарне виробництво набуває загального характеру і стає всеохоплюючою формою прояву економічних зв'язків між людьми. Але й на стадії розвинутого капіталізму існує дрібне товарне виробництво.

У колишньому Радянському Союзі, в тому числі і в Україні, роль товарного виробництва і товарно-грошових відносин недооцінювалася. В економічній теорії робилася спроба довести, що з розвитком соціалістичних відносин роль товарного виробництва

зменшуватиметься. Окремі економісти твердили, що соціалізму взагалі властиві безпосередньо суспільні виробництво та зв'язки і що товарно-грошові відносини тут по суті формальні. Це негативно позначилося на всій господарській діяльності країни, наслідком чого є сучасний стан нашого економічного розвитку. Не випадково зараз поставлено завдання: у міру формування різноманітних форм власності відкрити простір для розвитку товарного виробництва, товарно-грошових відносин, здійснити перехід до ринкової економіки. Необхідно сприяти розвитку як простого товарного виробництва, так і інших розвинутих його форм.

Між простою і розвинутою (яка застосовує найману працю) формами товарного виробництва є спільні риси й відмінності.

Спільні риси

Приватна власність на засоби виробництва
Ринкова форма зв'язку між виробниками
Конкуренція між товаровиробниками

Відмінності

Просте товарне виробництво	Розвинуте товарне виробництво
Виробник продукту та власник засобів виробництва — одна особа	Виробник продукту — найманий робітник, власник товару — капіталіст
Експлуатація, як правило, відсутня	Експлуатація існує
Виробництво товарів спрямоване на задоволення потреб виробника	Виробництво товарів здійснюється задля одержання прибутку
Виробництво здійснюється на базі індивідуальної, відособленої праці	Виробництво ведеться на базі спільної, об'єднаної праці найманих робітників
Виробництво товарів має підпорядковане значення стосовно натурального господарства	Товарне виробництво набуває загального характеру

Таким чином, в історичному розвитку товарного виробництва слід наголосити на двох важливих моментах:

1) перетворенні натурального господарства в просте товарне;

2) перетворенні простого товарного господарства в розвинуте.

Перше є результатом суспільного поділу праці й економічної відособленості виробників, друге пов'язане з тим, що товаровиробники, виготовляючи товар відособлено на ринок, знаходяться у відношенні конкуренції один до одного, що призводить до їхнього розшарування — збагачення меншості і розорення більшості.

§ 2. ТОВАР І ПРАЦЯ, ЩО ЙОГО СТВОРЮЄ

Товар та його властивості

Товар — це продукт праці і природи, який виготовляється для обміну на ринку, для продажу.

Продукт праці, що вступає в обмін, є товаром лише тому, що з приводу нього виникають відносини між двома особами або колективами. Як економічне поняття він являє собою історично визначену форму продукту суспільної праці, яка виражає суспільно-економічні зв'язки товаровиробників.

Суть товару розкривається при розгляді його властивостей. Товар можна розглядати з боку його якості, що відображає корисні властивості товару, і кількості, що характеризує його суспільну міру.

Відповідно до цього одна властивість товару полягає в здатності його задовольняти яку-небудь соціально-економічну потребу людини, друга — обмінюватися в певних пропорціях на інші товари. Корисність речі-товару, завдяки якій вона може задовольняти ту чи іншу потребу людей, робить її *споживною вартістю,* причому тут йдеться про задоволення потреб не самого товаровиробника, а інших осіб, тобто ця властивість виявляється як суспільна споживна вартість. Але не всяка корисна річ, яка має суспільну споживну вартість, є товаром (наприклад, продукція кріпаків, яку вони виробляли для феодала). Споживна вартість є об'єктом дослідження економічної теорії тоді, коли вона створюється як суспільна споживна вартість для обміну. І в цій якості вона вже стає речовим носієм мінової вартості, економічних відносин.

Мінова вартість — видиме кількісне співвідношення, в якому споживні вартості одного роду обмінюються на споживні вартості іншого. Кожний окремий товар можна обмінювати на безліч інших у різних кількісних пропорціях; отже, він має безліч мінових вартостей.

Що ж лежить в основі цих пропорцій (мінових вартостей), що робить товари порівнювальними? Адже як споживні вартості вони різні.

Об'єднує всі товари те, що вони — продукт праці. Як згустки певної кількості людської праці вони є вартості. Мінові ж вартості виражають співвідношення між затратами праці на вироб-

ництво продуктів, що обмінюються. Отже, *вартість* — це внутрішня властивість товару, зовнішньою формою прояву якої є мінова вартість. Саме *вартість як уречевлена в товарах праця робить всі товари порівняльними, спільномірними. Як* споживні вартості товари якісно різні, як вартості — якісно однорідні.

Вартість як економічна категорія виражає відносини між товаровиробниками з приводу затрат їхньої праці на виробництво продуктів, якими вони обмінюються як товарами.

Споживна вартість і вартість — два полюси товару, що постійно перебувають у суперечності. В умовах простого товарного, виробництва, де ринкові зв'язки виникають стихійно, товаровиробник часто Не знаходить покупця на свої товари. Вони залишаються не проданими, а споживні вартості не виявляють себе як вартості.

Праця, яка створює товар

Двоїста природа товару є наслідком двоїстого характеру праці, втіленої в ньому. Вона виступає одночасно як конкретна й абстрактна праця. Положення про двоїстий характер праці — наукова основа трудової теорії вартості.

Конкретна праця поряд з природою є умовою існування людського суспільства, умовою створення конкретної споживної вартості. Вона якісно різнорідна, а тому множинність товарних тіл (споживних вартостей) — це результат множинності конкретних видів праці. Конкретна праця — джерело речового і духовного багатства, однак вона не може надати товарам ту спільну властивість, на основі якої здійснюється їх обмін. Вона створює саме те, що їх різнить, — споживну вартість.

Але якщо абстрагуватися від конкретного характеру виробничої діяльності, від корисного характеру праці, то в ній залишиться те, що вона є затратою людської робочої сили взагалі, тобто *абстрактною працею.* Саме вона і є тим загальним, спільним, що міститься у всіх конкретних видах товарів різних виробників.

Для з'ясування змісту абстрактної праці важливо враховувати те, що вона як джерело, субстанція вартості, по-перше, виражає відносини між людьми і, по-друге, властива лише товарному виробництву, хоч і має суспільний характер. Усяка абстрактна праця є суспільною, але не всяка суспільна праця є абстрактною.

Отже, корисна праця, з одного боку, як затрати робочої сили в конкретній формі являє собою конкретну працю, що створює

споживну вартість, а з іншого — як витрати робочої сили взагалі безвідносно до її конкретної форми прирівняна суспільна праця є абстрактною, що створює вартість товару. Конкретна й абстрактна праця — це дві сторони однієї і тієї ж праці в товарному виробництві. Вони невіддільні одна від одної ні в часі, ні в просторі.

За умов приватної власності на засоби виробництва товаровиробники роз'єднані — виробництво кожного з них ведеться відокремлено і зовні незалежно від інших. Тому виготовлені ними товари виступають як результат приватного виробництва, а конкретна праця — як безпосередньо приватна. Водночас суспільний поділ праці, спеціалізація на виготовленні одного якогонебудь товару ставить виробників у такі економічні умови, коли вони працюють один для одного, утворюючи таким чином суспільне виробництво. У цьому значенні праця кожного з них функціонує як частка сукупної праці суспільства, що надає їхній праці суспільного характеру.

Проте через відокремленість товаровиробників суспільна природа праці у сфері виробництва залишається прихованою. Вона виявляється лише на ринку, коли товари обмінюються, тобто коли відбувається зведення конкретних видів праці до абстрактної.

Таким чином, праця відокремлених товаровиробників безпосередньо виступає як приватна, водночас вона має суспільний характер. У цій протилежності сторін праці міститься основна суперечність товарного виробництва. Вона є джерелом усіх інших суперечностей, веде до диференціації товаровиробників.

Справді, кожний товаровиробник виробляє товари, виходячи із своїх інтересів і на невідомий ринок, потреби якого постійно змінюються. За таких умов деяка частина продукції не буде реалізованою на ринку. А це означає, що приватна праця, втілена в реалізованій продукції, не знайшла суспільного визнання, тобто затрачена даремно. Оскільки таке становище повторюється, не всі товаровиробники зможуть продовжити своє виробництво, бо одні з них розоряться, інші — збагатяться.

Суперечність між споживною вартістю і вартістю виявляється як суперечність між приватною і суспільною працею.

Величина вартості товару

З'ясувавши якісну характеристику праці, матеріалізованої в товарі, необхідно дати її кількісне вираження, тобто величину вартості товару. Розглянемо це на такому прикладі.

Товаровиробники здійснюють виробництво в різних індивідуальних і природних умовах, тому на виготовлення однакових товарів витрачається різна кількість праці, яка знаходить своє втілення в різних затратах робочого часу. Відповідно до цього в товарах матеріалізується різна індивідуальна вартість. Але на ринку товари однакової споживної вартості оцінюються однаково, бо враховується лише їхня суспільна вартість. Її величина визначається не індивідуальними, а суспільно необхідними затратами праці, а саме: кількістю суспільно необхідного часу, який визначається суспільно нормальними умовами виробництва за середнього в даному суспільстві рівня та інтенсивності праці.

Сама ж величина суспільно необхідного робочого часу наближається до індивідуальних затрат праці тих товаровиробників, які виробляють на ринок основну масу товарів одного роду, і встановлюється стихійно в ході конкурентної боротьби.

Суспільно необхідний робочий час і зумовлена ним суспільна величина вартості не є постійними і залежать від продуктивної сили праці, яка визначається, в свою чергу, рівнем розвитку науки та її технологічним використанням, здібностями працівника, його досвідом і кваліфікацією, традиціями, суспільною комбінацією виробничого процесу, природними умовами. Величина вартості товару змінюється, таким чином, прямо пропорційно кількості і обернено пропорційно продуктивності суспільної праці. Під *продуктивністю праці* розуміють кількість продукту, який виробляється в одиницю робочого часу.

Інтенсивність праці виявляється у насиченості, наповненості робочого часу працею. За високоінтенсивної праці кожна одиниця часу містить більшу масу праці, ніж за низькоінтенсивної. Це свідчить про те, що робочий час не може повно характеризувати затрати праці, а отже, за різної інтенсивності не може виступати й мірилом вартості. При зростанні інтенсивності праці величина вартості одиниці товару не змінюється, але пропорційно зростає сукупна вартість, що створюється протягом робочого часу. Тому суспільно необхідні витрати праці вимірюються робочим часом за середньої інтенсивності праці.

Величина вартості товару вимірюється витратами простої праці, тобто праці середньої умілості, посильної кожному членові суспільства на даному етапі його розвитку. Складна праця вимагає підготовки виробника до виконання операцій, а сама

підготовка — значних затрат праці. За одиницю складної праці створюється значно більша вартість, ніж за одиницю простої. Складна праця зводиться до простої (відбувається редукція праці) суспільним процесом через ринкові відносини.

§ 3. ПОХОДЖЕННЯ, СУТЬ І ФУНКЦІЇ ГРОШЕЙ

Форми мінової вартості

На відміну від споживної вартості, яка являє собою по суті товарне тіло, вартість матеріально виявити неможливо. Вона є нематеріалізована у товарі праця, історично суспільна форма праці. Для того щоб до кінця з'ясувати вартість, дати наукове пояснення сучасних її форм, необхідно знову повернутися до аналізу обміну форм вартості або до мінової вартості. Виявити вартість можна лише у суспільному відношенні одного товару до іншого.

У розвинутому товарному господарстві всі товари прирівнюються до грошей, що виражають вартість усіх інших товарів. Але перед тим, як вартість того чи іншого товару знайшла свій вираз у грошовій своїй формі, вона пройшла тривалий і складний шлях розвитку.

Питання про походження і природу грошей давно привертало увагу економістів. Вперше наукове його дослідження зроблено А. Смітом. Пізніше велику увагу вивченню цього питання приділив К. Маркс. Він установив, що вартість у своєму історичному розвитку набувала таких форм: проста, поодинока, або випадкова; повна, або розгорнута; загальна; грошова.

Кожна наступна форма характеризує вищий ступінь розвитку товарного виробництва й обміну.

Виходячи з того, що перша з названих форм вартості виникла разом із зародженням обміну й містить у собі таємницю всіх інших форм вартості, розглянемо її детальніше.

Отже, просте мінове відношення, в якому х товару А обмінюється на у товару В, має такий вигляд: х товару А = *у* товару В. У такій послідовності товар А виражає свою вартість у товарі В, перебуває в активній *відносній формі вартості,* а товар В, який виражає вартість товару А, фігурує в пасивній *еквівалентній формі вартості.* Але на цій стадії розвитку обміну роль еквівалента не закріплюється за одним якимось товаром. *Як* ба-

чимо, відносна форма вартості та еквівалентна форма взаємно обумовлюють й одночасно виключають одна одну, тобто є полюсами одного й того ж виразу вартості, причому відносна форма вартості характеризує як якісну сторону обмінюваних товарів (внутрішню однорідність згустків абстрактної праці), так і кількісну (відповідну кількість предметів, які містять у собі рівні кількості абстрактної праці). Еквівалентна форма товару характеризується трьома особливостями. Так, в обміні власника товару А цікавить споживна вартість товару В. Але споживна вартість товару А є результатом конкретної приватної праці. Звідси й випливають особливості еквівалентної форми, суть яких полягає в тому, що:

а) споживна вартість товару-еквівалента В стає матеріалом для виразу вартості товару А іншої споживної вартості;

б) конкретна праця як творець еквівалента виступає формою вияву абстрактної праці;

в) приватна праця, яка втілена в товарі-еквіваленті, стає формою виразу протилежності — суспільної праці.

Як бачимо, вартість, абстрактна й суспільна праця зовнішньо відокремлені від споживної вартості, конкретної приватної праці. До того ж товар В не тільки задовольняє відповідну потребу, а й виконує суспільну функцію — роль еквівалента.

Оскільки в умовах вияву простої форми вартості важливо було безпосередньо визначити однорідність багатьох товарів, а кількісні пропорції складалися випадково, остільки ця форма вартості задовольняла господарські потреби суспільства доти, доки сам обмін мав випадковий характер.

З розвитком виробництва і суспільного поділу праці відбувається швидке зростання товарних мас. Обмін набуває регулярного характеру, визначаються місця, де зустрічаються товаровиробники. Перехід до регулярного обміну зумовив перехід від простої до *повної, або розгорнутої, форми вартості.*

$$x \text{ товару A} \begin{cases} = y \text{ товару B} \\ = z \text{ товару C} \\ = k \text{ товару D і т. д.} \end{cases}$$

Характерним для цієї форми обміну є те, що вартість одного товару може бути виражена в багатьох інших товарах, а кількість

випадкових пропорцій скорочується. Але внаслідок появи все нових видів товарів збільшується ряд еквівалентів, і відносний вираз вартості товару залишається незавершеним. Сам безпосередній обмін товарів ускладнюється. І тому товаровиробники вдаються до третіх товарів, які найчастіше зустрічаються на ринку як посередники. У цьому випадку із загальної маси товарів виділяються головні товари (товари-посередники), до яких прирівнюються всі інші. Цим самим вартість ординарних товарів стала виражатися в споживній вартості товару-посередника. Поступово останні перетворилися в межах місцевих ринків у *загальні еквіваленти,* а безпосередній обмін товарів переріс у їх обіг.

Зародження цих мінових відношень означає перехід до *загальної форми вартості.*

$$\left.\begin{array}{l} x \text{ товару A} = \\ z \text{ товару C} = \\ k \text{ товару D} = \end{array}\right\} y \text{ товару B.}$$

Поява загального еквівалента вирішила суперечність загальної форми обміну тією мірою, що кожен продавець товару вже мав можливість обміняти свій товар на інший за допомогою товару — загального еквівалента, що значно стимулювало обмін товарів, а через нього і виробництво.

На тій стадії, коли роль загального еквівалента закріпилася за одним якимось товаром, виникла *грошова форма вартості.* Тут не мала значення споживна вартість товару-еквівалента. У ролі грошей виступали різні товари. Лише на високій стадії розвитку товарного виробництва й обігу, з розвитком уже світової торгівлі роль загального еквівалента міцно закріпилася за золотом.

$$\left.\begin{array}{l} x \text{ товару A} = \\ y \text{ товару B} = \\ z \text{ товару C} = \\ k \text{ товару D} = \end{array}\right\} \text{2 унціям золота.}$$

і т. д.

Золото як загальний еквівалент вирізнилося з ряду інших товарів завдяки своїм властивостям, які роблять його найпридатнішим для виконання суспільних функцій загального еквівалента, а саме — однорідність, подільність, портативність та ін.

Золото як гроші у відношенні до всього товарного світу завжди перебуває в еквівалентній формі вартості: затрачена на нього

конкретна праця є безпосереднім утіленням абстрактної загальної людської праці, а затрачена на його виробництво приватна праця — безпосереднім втіленням суспільної праці.

Розділення товарного світу на товари і гроші являє собою закінчену форму зовнішнього прояву внутрішніх суперечностей — суперечностей між товарами і грошима. Лише обмінений на гроші кожен товар як продукт безпосередньо приватної праці дістає суспільне визнання. З появою грошей стає можливим не тільки вимірювання вартостей різних товарів, а й розвиток форм вартості набуває свого завершення. Подальша історія обміну пов'язана з використанням паперових, кредитних грошей та ін., що функціонують паралельно з грошовим товаром чи без нього.

Як і всякому товарові, грошам властива споживна вартість і вартість, їхня споживна вартість вирізняється тим, що вони, по-перше, виконують суспільну функцію загального еквівалента і, по-друге, використовуються для особистого і суспільного споживання як будь-який товар.

Суть грошей та їхні функції

Вартість товару, виражена в грошовій формі, виступає як ціна. Гроші, маючи властивість загальної обмінюваності, дають змогу стихійно здійснювати як кількісний, так і якісний обмін затрат праці приватних товаровиробників. Цей обмін відбувається на ринку за допомогою коливання цін. Але коливання ринкових цін веде до нерівності між товаровиробниками, нагромаджує в руках конкурентоспроможніших з них гроші, а отже, сприяє концентрації економічної влади в їхніх руках. Цим самим гроші прискорили процес переростання простого товарного господарства в капіталістичне. За капіталізму вони перетворилися в капітал, у знаряддя експлуатації.

Найповніше суть грошей розкривається в їхніх функціях. Гроші виконують п'ять функцій: міру вартості; засіб обігу; засіб утворення скарбів і нагромадження; засіб платежу; світові гроші.

З названих функцій найбільшу значущість має перша — *міра вартості.* Гроші виконують роль загального еквівалента; за допомогою грошей порівнюються величини вартості всіх інших товарів. І виконують вони цю функцію тому, що самі володіють вартістю, але виконують її уявно, тобто як ідеальні гроші. До них прирівнюються величини вартості всіх інших товарів.

Виконання грошима функції міри вартості передбачає визначення грошової одиниці, яка була б основою для порівняння цін різних товарів. Такою грошовою одиницею у США є долар, в Англії — фунт стерлінгів, які прирівнюються до різної вагової кількості золота.

Для зручності грошові одиниці шляхом їх поділу на кратні частини розкладаються в масштабі цін. Отже, через міру вартості гроші виражають кількість втіленої в товарах суспільної праці, а через масштаб цін — вагову кількість золота, яка міститься в грошовій одиниці та її складових частинах. Тому міра вартості — суспільна функція, а масштаб цін — розрахункова міра, яку може змінювати держава. Зменшення вагового вмісту золота в грошовій одиниці означає девальвацію, підвищення — ревальвацію.

Друга функція — *засіб обігу* — пов'язана з тим, що за умов розвинутого товарного обміну безпосередній обмін товарів переріс у товарно-грошовий обіг: товар — гроші — товар (Т - Г - Т). Гроші функціонують уже не уявно, а реально і обслуговують вони акт продажу-купівлі.

Кількість грошей, яка може бути в обігу, визначає *закон грошового обігу повноцінних грошей.* Згідно з ним маса грошей, що функціонує як засіб обігу, прямо пропорційна сумі цін усіх товарів і обернено пропорційна числу оборотів однойменних грошових одиниць, тобто вона визначається трьома факторами: рухом цін на товари, кількістю товарної маси, швидкістю обігу грошей.

Швидкоплинне виконання грошима цієї функції і відокремлення змісту грошей від їх номінального значення створили умови для того, що уряди почали випускати в обіг неповноцінні монети, а це підготувало грунт для заміни металевих грошей паперовими. У XI ст. вони почали випускатися в Китаї, з 1690 р. — у США, в 1762 р. — в Росії. З 1914 р. майже в усіх країнах припинилася заміна банкнот на золото, а під час світової кризи 1929-1933 рр. припинився обіг золота взагалі.

Паперові гроші — це лише символи вартості, тобто грошові знаки, які замінюють повноцінні гроші в їхніх функціях як засіб обігу і засіб платежу. Урядом вони вводяться в обіг з примусовим курсом. Оскільки паперові гроші виникли із функціонуванням металевих грошей, раніше розглянутий закон грошового обігу є базою для специфічного *закону паперово-грошового обігу.* Суть його полягає в тому, що випуск паперових грошей повинен бути об-

межений тією їх кількістю, в якій справді оберталося б символічно представлене ними золото. Якщо випуск паперових грошей перевищить потребу товарообігу в золотих грошах, то купівельна спроможність первинних знаків упаде, а ціни на товари й послуги зростуть.

Знецінення паперових грошей унаслідок їх надмірного випуску урядом називається *інфляцією.* Знецінення грошей — це лише момент в інфляційному процесі. Інфляція проявляється в набагато більшому зростанні цін на різні товари і послуги порівняно з підвищенням заробітної плати. Це — свого роду прихований податок, котрий знижує життєвий рівень працівників. В кінцевому підсумку інфляційний процес призводить до розкладу господарства. Держава вимушена приймати відповідні заходи для зміцнення грошової системи шляхом девальвації грошової одиниці, обміну знецінених грошових знаків на нові тощо.

Незбіг актів продажу-купівлі містить у собі формальну можливість надвиробництва товарів, економічної кризи.

Третя функція — *засіб утворення скарбів і нагромадження* — пов'язана з наявністю повноцінних грошей поза сферою обігу. Гроші затримуються в руках товаровиробників, випадають зі сфери обігу. Цим товаровиробники захищаються від різних випадковостей стихійного ринку. Але такі гроші в будь-який час можуть знову повернутися в товарообіг.

При золотому обігу резервуари скарбів були стихійним регулятором обігу грошової маси. Паперові ж гроші не можуть перетворюватися в скарб і регулювати грошовий обіг. За капіталізму гроші нагромаджуються головним чином не у вигляді скарбів, а як капітал.

Четверта функція — *засіб платежу* — виявляється у зв'язку з потребою продажу товару і послуг при відкладанні платежу і викликається різницею в часі виробництва і реалізації ряду товарів або ж необхідністю купівлі товарів за відсутності наявних грошей. У даному разі продавець виступає як кредитор, а покупець — як боржник.

Розширення функції грошей як платіжного засобу викликало, у свою чергу, потребу у використанні кредитних грошей. У їхній ролі стали використовуватися векселі, банкноти, платіжні доручення, чеки.

Врешті-решт розвиток кредитних відносин і банківської справи сприяв зменшенню потреби в наявних грошових знаках. Тому *закон грошового обігу* зазнав істотних змін. Кількість грошей, необхідних для обігу тепер, визначається за формулою:

$$\frac{ЦТ - К + \quad П - ВР}{О}$$

де $КГ$ — кількість грошей в обігу;

$ЦТ$ — сума цін товарів;

$К$ — сума цін товарів, проданих у кредит;

$П$ — платежі, за якими настав строк оплати;

$ВР$ — взаємні розрахунки;

$О$ — число оборотів однойменної грошової одиниці.

З розвитком товарно-грошових відносин функція грошей як засобу платежу дедалі більше витісняє функцію *засобу обігу.* Остання виявляється лише у сфері роздрібного товарообігу.

При вексельному обігу несплата в строк одним боржником призводить до порушення розрахунків багатьох інших товаровиробників, що створює нові можливості для економічної кризи.

Розширення товарно-грошових відносин за межі національних ринків привело до формування п'ятої функції грошей. Це — *світові гроші.* Виходячи на світовий ринок, гроші скидають з себе локальні форми (масштаб цін тощо) і виступають у своїй початковій формі, тобто у вигляді зливків благородних металів.

Проте, обслуговуючи міждержавні ринкові відносини, світові гроші використовуються головним чином як засіб платежу Торгові й фінансові операції опосередковуються не наявними грошовими знаками, а шляхом зарахування боргових зобов'язань через банки. Якщо під час цих розрахунків виникає заборгованість, вона покривається золотом чи валютою тієї держави, якій сплачується борг. Світові гроші виступають як загальний платіжний і міжнародний купівельний засіб.

Світові гроші функціонують і як загальна матеріалізація суспільного багатства. Ця їхня властивість виявляється, коли видаються зовнішні кредити, переміщуються нагромаджені багатства (золоті запаси в іноземні банки), сплачуються воєнні контрибуції.

§ 4. ІСТОРИЧНИЙ ДОСВІД УКРАЇНИ В ТВОРЕННІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГРОШОВОЇ ОДИНИЦІ

Кунна система грошей часів Київської Русі

Процес створення національної грошової одиниці України має давні традиції. *Як* свідчить історія нашої країни, в часи Київської Русі, козацької республіки, Української Народної Республіки діяли свої фінансові системи, карбувалися гроші, що було одним із ознак суверенності держави.

В Київській Русі існували так звані кунні гроші. Після прийняття християнства за князювання Володимира Святославовича карбувалися золоті й срібні монети.

Як правило, вони карбувалися на знак приходу до влади князя й слугували засобом відображення урочистості події. Головним же в карбуванні монет з економічної точки зору є те, що вони надходили в канали товарного обміну, виконували функції грошей і становили основу їх кунної системи. До того ж князі брали данину грошима, що свідчило про достатній рівень товарно-грошових відносин.

Кунна система включала гривні — срібні й золоті зливки та вівериці, векші — ймовірно, хутра або шкіри тварин (куниці й білки).

Відомо, що з другої половини XI ст. до початку XIV ст. всі кунні номінали були грошима-хутрами або шкірами, тому що ніяких металевих грошей, окрім важких срібних зливків (гривень), у тогочасний період в Україні в обігу не було. Тим часом для великих торговельних операцій потрібна була стабільніша, твердіша за кунні гроші валюта. Тому й виникають в обігу срібні гроші у вигляді гривні. Гривня була основною лічильною одиницею кунної системи грошей. Про це переконливо свідчать неодноразові згадки в такому важливому документі, як «Руська правда».

У XII–XIII ст. гривні використовувалися для ведення значних фінансових операцій. Досить часто вони мали різноманітну форму та вагу. Зокрема, гривні київського гатунку, карбовані в XI–XII ст., мали вигляд шестигранного зливка срібла вагою близько 160 г. Дещо іншої форми шестигранник карбування XIII ст. важив 196 г. Чернігівські гривні ромбовидної форми з розплесканими язичками теж мали вагу 196 г.

Гривні карбувалися також із золота, але зустрічаються вони рідко; тому вважається, що золоті гривні з'являлися, як правило, на знак приходу до влади князя. Срібні ж гривні вживалися при проведенні великих торговельних та фінансових операцій.

Дослідники зазначають, що на різних територіях України поряд з місцевими монетами в обігу знаходилося багато візантійських монет, які з ювелірно-естетичного боку спочатку були досконалішими. Одначе майстерність карбування монет у Київській Русі поступово зростала, що привело з часом до перевершення якості візантійських виробів. Шкода, що цей плідний процес був перерваний татарською навалою.

Починаючи з XIII ст. назва «гривня» поступово замінюється терміном «рубль». Через 150 років карбованець ціпком витіснив з ужитку гривню і став панівною грошовою одиницею аж до наших днів.

Гроші козацької республіки

Цікавою сторінкою нашої історії є розвиток товарно-грошових відносин у період козацької республіки. Військові досягнення козацтва, розвиток ремісництва й торгівлі, митниці активно сприяли зростанню авторитету Війська Запорізького і створенню незалежної української держави. Цьому найбільше сприяла розумна фінансова політика Богдана Хмельницького. Так, за часів його гетьманування було, по-перше, організовано «Скарб» (державну скарбницю) з відповідною структурою його поповнення та використання; по-друге, розроблено й запроваджено необтяжливу для народу податкову систему, яка давала змогу нагромаджувати ресурси у населення, а не розоряти його.

Головним джерелом прибутків і поповнення скарбу козацької держави стала митна служба та податки з іноземного купецтва, якому водночас гарантувалися прибуткові операції. Внаслідок такої фінансової політики щорічно до Скарбниці надходило понад 100 тис. «червоних золотих». Цих коштів цілком вистачало для функціонування державного механізму, а надалі — й для карбування власної української монети в Чигирині. Вона мала такий вигляд: на одному боці зображено лич — символ військової могутності Війська Запорізького, а на другому — викарбовано ім'я гетьмана.

Українські гроші карбувалися також за гетьмана П. Дорошенка, І. Самойловича та І. Мазепи. Тогочасним фінансам Укра-

їни були властиві високий рівень розвитку, повна самостійність і незалежність організації.

Проте поступова втрата державності після Переяславської угоди обернулася трагедією для українського народу, руйнуванням економіки України та фінансово-грошової системи. Як відомо, за цією угодою йшлося лише про військовий союз. І доки живим був Б. Хмельницький, Росія змушена була певною мірою дотримуватися угод, Україна мала широку самостійність у внутрішній та зовнішній політиці, щорічно лише сплачувала одноразову данину. В Україні діяла власна податкова система. Державними фінансами розпоряджався гетьман, функціонувала власна митна служба. Отже, йшлося про самокерованість кожного учасника українсько-російського союзу, а економічні стосунки будувалися на еквівалентному обміні, митних кордонах та власних валютах.

Вже після смерті Б. Хмельницького розпочалися утиски й порушення домовленостей. Але найбільшого руйнування українська фінансово-грошова система зазнала за часів реформ Петра І, коли було остаточно ліквідовано в Україні Скарбницю, примусово вилучено з обігу наявні українські та іноземні західні монети, замість яких в обіг випускалися нижчої якості російські монети. Різко зріс також тягар податків на користь царської казни та витрати на утримання дедалі більшої чисельності війська, що підірвало економіку й добробут населення України. Якщо раніше фінансові нагромадження значною мірою залишалися в Україні, то після цих реформ розпочався постійний процес безкоштовного відпливу капіталів на територію Росії*. Остаточно процес ліквідації українських фінансів завершила Катерина II в 1774 р.

Для того щоб утримувати систему гніту й нееквівалентного обміну, потрібно було мати величезний репресивний апарат. На його утримання Росія віками відволікала колосальні кошти, чим безпосередньо знекровлювала й пригнічувала економіку власного народу, а тим більше завойованих територій. Все це гальмувало дію об'єктивного закону міжнаціональної конкуренції, який є наріжним у розвитку економіки будь-якої країни.

В той час, коли в Правобережній Україні переважали в обігу високоякісні золоті й срібні монети країн Європи, на Лівобереж-

* Якщо відплив капіталів у часи царизму становив 4%, то в колишньому СРСР — 17%.

жя дедалі більше надходили московські монети: срібні й мідні копійки. Мідні монети були такої низької якості й такими безвартісними, що викликали запеклий спротив у народу і були вилучені з обігу в Росії й Україні. Недовіра була і до срібних монет, хоч вони й карбувалися з високоякісного срібла західноєвропейських таперів. Пояснювалося це тим, що через свою дрібність вони були дуже незручними в користуванні, до того ж не мали кратних номіналів, які вже були властивими європейським валютам.

Гроші УНР 1917–192?рр.

Після ліквідації українських грошей козацької доби справжніх українських грошей на території України не випускалося. Лише утворення Української Народної Республіки (УНР), започаткувавши відродження української державності й суверенності народу, дало можливість швидко віддрукувати й оперативно доставити з Берліна українські гроші — гривні — і ввести їх в обіг. Ще й зараз висока якість паперу, технічного й художнього виконання, широке використання символіки Київської Русі роблять тогочасну гривню добре захищеною від фальшування. Зважаючи на труднощі 1917–1920 рр., монет не карбували, в обігу перебували лише паперові гроші, на яких були зображені емблема держави та українські написи. Стверджуючи інтернаціоналізм і демократизм, перші банкноти в УНР друкувалися з надписами українською мовою — на лицевій стороні і російською, польською та єврейською мовами — на звороті.

Основою грошової системи УНР стала власна грошова одиниця — гривня, яка у вартісному відношенні прив'язувалася до повноцінного довоєнного рубля царської Росії вартістю 0,7742 г чистого золота. Тоді 1 руб. = 2 гривням, а 1 гривня = 100 шагам. Крім цього, в грошовому обігу Української Народної Республіки перебували: банківські білети вартістю 10, 25, 50, 100, 250 і 1000 гривень, державні кредитні білети вартістю 2, 10, 100,500, 1000 і 2000 гривень, а також розмінний знак державної скарбниці, вартістю 5 гривень та дрібні розмінні «монети», вірніше їхню роль виконували паперові гроші — шаги — вартістю номіналу 10, 20, ЗО, 40 і 50 шагів.

Нестача дрібних розмінних монет, потреба замінити російські рублі та інші обставини часів війни зумовили появу окремих видів регіональних і міських грошей з різними назвами: бони, че-

ки, розмінні знаки, розмінні білети та ін. Власні гроші в 1917 — 1920 рр. випускалися в обігу на Донбасі, Слобожанщині, Сіверщині, Полтавщині, Херсонщині, Київщині, в Таврії, Галичині. На території Волині свої грошові знаки мали: Кременець — розмінні білети вартістю 1, 3 та 5 крб.; Дубно — чек вартістю 10 крб.; Луцьк — розмінний знак вартістю 20 гривень; Житомир — розмінні білети вартістю 1, 3 і 5 крб. та ін.

Російський рубль

Термін «рубль» виник ще в XI ст. в Новгороді, але панівне становище зайняв лише в XV ст., коли остаточно витіснив гривню. На початку свого існування рубль як грошова одиниця являв собою зливок срібла вагою приблизно 204 г. Але з часом російська держава вагу срібла в ньому зменшувала. Наприклад, у 1654 р. його вага вже становила 28 г, в 1764 р. — 18 г, а в 1769 р. уряд Катерини II вперше випустив в обіг паперовий рубль у вигляді паперових асигнацій. Спочатку вони були розмінними, тобто обмінювалися на срібло. Однак внаслідок покриття військових витрат паперовий рубль швидко знецінився, тому його обмін на срібло припинився. Лише проведення грошової реформи 1839–1843 рр. закріпило основною грошовою одиницею срібний рубль, а з переходом до золотого монометалізму в 1897 р. в обіг було введено золотий рубль, що містив 0,7742 г чистого золота. Його карбування було доручено тій самій фірмі «Кенедієн Бенк Нот Компані», яка 1992 р. надрукувала українські гривні.

З початку першої світової війни 1914–1918 рр. розмін банкнот на золото припинився, в обіг стали випускатися лише паперові гроші. Внаслідок зростаючих витрат на війну знецінення російської валюти досягло такого розміру, що рубль у лютому 1917 р. коштував 18 коп., а на літо 1917 р. — лише 6-7 коп. Цим самим тимчасовий уряд підписав собі вирок.

Після жовтня 1917 р. розпочалася реалізація однієї з найтрагічніших утопій марксизму — демонетаризація економіки. Заміна повноцінних грошей радянськими «грошовими знаками» означала скасування повноцінних конвертованих грошей, на місце яких в обіг запущено було квитки для обліку й контролю. На відміну від грошей їх можна друкувати в будь-якій кількості з власного розсуду уряду. Думалося також, що невпинною емісією можна покривати будь-який бюджетний дефіцит. Досить швидко

з'ясувалося, що впровадження таких квитків збанкрутувало, а для підтримання відносин платежу та обміну потрібні нормальні грошові знаки.

Перші радянські гроші було введено в обіг 1919 р. у вигляді державних кредитних квитків («денежных знаков», або «совзнаков»), що й стало одним з важливих кроків на шляху до декларованої відміни грошей взагалі і становлення прямого розподілу матеріальних благ. Одночасно з цим робилися масові спроби щодо впровадження прямого продуктообміну й безгрошових відносин. Лише загроза ліквідації радянської влади й небачена інфляція змусили більшовиків відійти від свого експерименту й започаткувати карбування срібного Рубля. В 1922 р. розпочато емісію повноцінного паперового червінця, а з 1923 р. — і золотого червінця ваговим вмістом 8,6 г золота.

Внаслідок грошової реформи періоду непу знецінені «совзнаки» були витіснені (1 золотий рубль обмінювався на 5,457 млн. «грошових знаків»), а в обігу залишилися: по-перше, червінець, що дорівнював 10 рублям і вище; по-друге, білети державної скарбниці номіналом 1, 3, 5 рублів; по-третє, дрібна розмінна срібна та мідна монета.

І хоч політика непу була найефективнішою за весь радянський період, проте ідея демонетизації знову почала втілюватися в 1929 р. Зокрема, за вказівками Сталіна було організовано емісію колосальної кількості «грошових знаків» незалежно від їх товарного покриття і з негайним припиненням їх конвертованості, що призвело до невпинної повзучої інфляції в прихованій формі, а надалі й до повного розвалу грошової системи.

Щоб якось упорядкувати грошовий обіг, у 1937 р. курс рубля було прирівняно до долара за курсом 1 дол. = 5,3 рубля. У 1950 р. декларовано було нічим не аргументований золотий вміст рубля 0,222168 г золота, що означало переведення його курсу з доларової на золоту базу. В 1961 р. золотий вміст рубля визначено «розрахунковим способом», який важко зрозуміти, в 0,987412 г чистого золота. Надуманість такого курсу була настільки очевидною, що ніколи не використовувалася в розрахунках з країнами, в яких обертається вільноконвертована валюта.

Ігнорування економічних законів, волюнтаристська економічна політика, нестерпний тягар гонки озброєнь, затратний механізм господарювання та інші дії адміністративно-командної

системи вкрай підірвали і рубль, що фактично втратив понад 99% своєї купівельної спроможності та функцій. Ось чому за умов всеохоплюючої кризи й розвалу фіансово-грошової системи перед усіма країнами СНД, в тому числі й перед Російською Федерацією, постала проблема вилучення з обігу збанкрутілого рубля й заміни його національними грошовими одиницями.

Низька ефективність економіки і хворобливий стан союзного рубля протягом усіх років його існування привели до того, що рубль так і не став повноцінною валютою. Не маючи незалежної купівельної сили (а це найголовніше для дієздатності будь-якої грошової одиниці), він ніколи не був навіть грошима, тому що за нормальні гроші завжди можна було придбати засоби виробництва, землю, а за нього — ні. Тож навіть український карбованець стояв ближче до статусу справжніх грошей, ніж радянський рубль. Ніколи радянський рубль не зміг набути також властивості вільного обертання на вільному ринку. У обігу він знаходився лише на території Союзу. Найхарактернішою ознакою його було постійне знецінення, хоч і приховуване офіційною пропагандою.

Українські купони

Розвал унітарної держави СРСР створив таку ситуацію, що його грошова одиниця ні національно, ні територіально не стала ідентифікованою. Намагання зберегти її означало одне — зберегти певні переваги для тих, хто прагне володіти механізмом перерозподілу доходів і надалі. Водночас єдиний рубль прирікав інших на постійні втрати від інфляції та нееквівалентного обміну. Оскільки процес впровадження національної валюти довготривалий, вимагає глибоких структурних змін і радикальних економічних реформ, то наша держава змушена була вдатися до впровадження купоно-карбованця як паралельної, тимчасової валюти.

В класичному розумінні купони (франц. «coupon») — частина аркуша цінного паперу (наприклад, акції), яка відрізується від нього і передається замість розписки при отриманні відсотків або дивідендів. Українські ж купони безпосередньо наближалися до національної валюти. Вони спочатку мали відповідний курс по відношенню до рубля, вільно продавалися за конвертовану валюту, успішно виконували такі грошові функції, як засіб обігу й засіб платежу. Купони, випущені державою, мали обов'язкове обертання на всій території нашої країни. Лише після введення в обіг ку-

понів багаторазового користування уряд України одержав можливість реально контролювати територію, товарний та грошовий обіг. Дуже важливо, що в процесі емісії й підтримання обігу купонів відпрацьовувався механізм інкасації, формувалася вся інфраструктура для успішного функціонування українських грошей.

Отже, впровадження купонів багаторазового користування для тимчасового обігу як проміжної національної валюти було необхідним кроком на шляху до формування ефективної грошової системи. За умови відсутності стабільної грошової одиниці вони найкраще могли захистити внутрішній ринок і своєчасно вирішити проблему хронічної нестачі готівки.

Однак купон спочатку передбачався як засіб захисту від інфляції тих грошей, що були на руках у населення, а також для захисту споживчого ринку України від зовнішніх негативних факторів. Чи міг він у такому вигляді ефективно функціонувати? Очевидно, ні, тому що купони охоплювали б лише частину грошового обігу, а його ефективність можна було б забезпечити тоді, коли вони охопили б усю його систему. Зважив ши на це, від купонів як «продовольчих грошей» мусили відмовитися, тому що тоді в обігу водночас перебували б три види грошей, які не були б взаємоконвертовані. Лише після аналізу наслідків такого грошового обігу було впроваджено купоно-карбованець.

Звичайно, купон ще не був національною валютою, але за його допомогою вдалося дещо ослабити контроль з боку колишнього Центру. Наприкінці 1992 р. він уже став обертатися в готівковому й безготівковому обороті і фактично витіснив з каналів обігу України російський рубль.

Український купон, тимчасово виконуючи роль національної валюти, об'єднав усе господарство країни. Забезпечивши його стабільний обіг, уряд міг збільшити виробництво товарів народного споживання і розпочати процес структурних змін, але цього не зробив. Більше того, він всіляко зволікав з радикальними реформами, і купон знецінився.

Отже, швидке знецінення купона викликане насамперед помилковими діями уряду, спрямованими на уповільнення, а то й блокування виходу з «рублевого простору». Не вжито було необхідних заходів для скорочення дефіциту державного бюджету і переходу у взаємостосунках з партнерами із СНД на світові ціни. Пасивне наслідування дій уряду Росії і вживання лише вимуше-

них заходів зумовили небачене підвищення цін і бурхливий сплеск інфляції. При цьому сумарна інфляція в Україні склалася з двох чинників — імпортованої інфляції та помилкової політики уряду, тому вона стала ще більш руйнівною, ніж у країнах, що експортували її.

Друга причина знецінення купона полягає в тому, що купон охоплював лише готівковий обіг. Але ж весь цикл формування цін на продукцію України здійснювався в рублевому просторі, і лише в завершальній стадії — на споживчому ринку — з'являвся купон. За таких обставин він не міг не втягнутися в інфляційний рублевий обіг.

Третьою об'єктивною причиною швидкого знецінення купона стала діяльність самої державної системи, яка перетворила рубль в Україні на дефіцитний товар, придбати який законним шляхом стало надто складно. Чорний ринок зреагував на це негайно: російські гроші стали пропонуватися за спекулятивним ринковим курсом.

На черзі невідкладних заходів постала проблема запровадження національної валюти, проведення грошової реформи й формування української грошової системи. Основу сучасної української національної валюти складає гривня.

§ 5. ЗАКОН ВАРТОСТІ ТА ЙОГО ДІЯ

Суть і роль закону вартості

Найважливішим законом товарного виробництва є закон вартості. Відповідно до нього виробництво й обмін товарів здійснюються на основі **їх** вартості, величина якої вимірюється суспільно необхідними затратами праці. Дія закону вартості виявляється в тому, що всі різноманітні за обсягом затрати праці зводяться до середніх, суспільно необхідних. Зведення це відбувається на ринку, через суспільні контакти всієї маси товаровиробників і покупців, через механізм попиту та пропонування.

Необхідними умовами дії закону вартості або встановлення цін на товари на рівні їх вартості є такі: обмін товарів перестає бути випадковим чи тільки поодиноким явищем; товари виробляються в кількості, що відповідає взаємній потребі в них. Ця потреба встановлюється досвідом у результаті тривалого обміну; відсутня будь-яка природна або штучна монополія, яка не дава-

ла б можливості сторонам, що укладають угоду, продавати товари вище від вартості або нижче від неї.

Іншими словами, необхідно, щоб попит і пропонування вільно взаємодіяли, впливаючи на обмін і виробництво товарів, зумовлюючи конкуренцію між виробниками.

Закон вартості відіграє надзвичайно важливу роль у товарному виробництві:

а) він виступає стихійним регулятором пропорцій суспільного виробництва (розподілу праці між галузями). У товарному виробництві, заснованому на приватній власності на засоби виробництва, цей розподіл відбувається стихійно в результаті постійних коливань цін навколо вартості. Якщо реальна частка праці в даній галузі менша за потрібну, то пропонування на товари перестає покривати попит і ціни зростають. Виробництво продукту цієї галузі стає надзвичайно вигідним. До неї і перейде значна частина товаровиробників.

Відбудеться перерозподіл праці між галузями. Та ж галузь, що характеризується надвиробництвом, тобто перевищенням пропонування над попитом, під впливом низьких цін звужуватиметься. Отже, силою, яка регулює товарне виробництво, приводить його в систему, є вартість, закон вартості;

б) закон вартості — основа диференціації товаровиробників. Він зумовлює зведення всіх індивідуальних витрат праці до суспільно необхідних. За таких умов одна група товаровиробників, в яких індивідуальна вартість вища за суспільну, не реалізує частину праці, а інша, в котрої індивідуальна вартість нижча за суспільну, навпаки, реалізує надлишок праці над індивідуальними витратами. Отже, перша група товаровиробників неминуче бідніє і розорюється, тоді як друга збагачується. Суперечність між індивідуальною і суспільно необхідною працею призводить до диференціації товаровиробників;

в) закон вартості сприяє зародженню капіталістичних відносин. Частина товаровиробників, яка в результаті ринкових відносин збагатилася, розширює виробництво, а це вимагає додаткової робочої сили. Товаровиробники, які розорилися, не мають ніяких засобів існування, крім робочої сили — здатності до праці. Вони й вимушені йти до багатих товаровиробників і; продавати їм свою робочу силу. Одні стають поступово капіталістами-підприємцями, інші — найманими робітниками;

г) закон вартості стимулює розвиток продуктивних сил. Суперечності між індивідуальним і суспільно необхідним робочим часом є рушійною силою розвитку продуктивних сил суспільства. Технічний прогрес у виробництві супроводжує. принаймні такі моменти: зростання продуктивності праці забезпечує зниження індивідуальної вартості й отримання надлишку продукту над витратами, підвищений доход товаровиробника. Доход завжди є запорукою успішної конкурентної боротьби цього товаровиробника з іншими товаровиробниками, оскільки він має деяку базу для зниження цін витіснення конкурента. Впровадження технічних новинок у виробництво також неминуче приводить до зниження і середніх суспільно необхідних витрат на виробництво даного продукту. Це змушує всіх товаровиробників зменшувати індивідуальні витрати, а отже, підвищувати технічний рівень виробництва і його організацію. За такої системи господарства прогрес у розвитку продуктивних сил досягається значно швидше, ніж у натуральному господарстві.

Розглянута регулююча роль закону вартості була характерною для простого товарного виробництва. Основні її елементи функціонують і нині. Проте в цивілізованій ринковій економіці посилюється економічна діяльність держави, яка через систему фінансово-кредитних важелів активно втручається у відтворювальний процес. Ринок і держава — це за сучасних умов ті головні дві сили, які регулюють суспільне виробництво, доповнюючи одна одну і формуючи таким чином найбільш оптимальний господарський механізм.

§ 6. ГРОШОВИЙ ОБІГ, ЙОГО ЗАКОНИ ТА МЕТОДИ РЕГУЛЮВАННЯ

Суть грошового обігу

Грошовий обіг — це неперервний рух грошей у сфері обігу та їх функціонування як засобу платежу й обігу. За його допомогою здійснюється розширене відтворення. Поряд з кредитом та фінансами він виступає складовою частиною єдиного грошового обороту і водночас становить самостійне економічне явище, що має свою особливу специфіку й механізм впливу на економіку. Опосередковуючи рух реальних товарів і послуг у процесі сус-

пільного відтворення, грошовий обіг вимагає лише строго визначеної маси грошей.

Вилучення грошей зі сфери обігу можливе лише в разі зменшення у ній маси товарів або значного збільшення швидкості обігу грошової одиниці. За умов золотомонетного стандарту зайві гроші автоматично залишають сферу обігу, перетворюючись у скарби. За наявності паперових грошових знаків кожен суб'єкт економічних відносин для отримання реальних товарів чи послуг прагне знову спрямувати гроші в обіг, щоб не зазнати збитків від можливого їхнього знецінення. Оскільки вилучення грошей з обігу вимагає значних витрат, то держава, вдаючись до регулювання їхньої кількості, такі витрати перекладає на інших суб'єктів ринку і насамперед на широкі верстви населення. Саме така політика, покликана стабілізувати економіку, фінанси й грошовий обіг, здійснюється нині в Україні.

Стабільність грошового обігу залежить насамперед від стану економіки. В суспільстві, де збалансовані процеси відтворення в народному господарстві, підтримується й стабільний грошовий обіг. Більше того, він активно впливає на стан і розвиток економіки. Там же, де виникли диспропорції у відтворювальному процесі, де спостерігається падіння виробництва валового національного продукту, а держава не може збалансувати надходження та видатки, грошовий обіг підривається інфляційними процесами.

Грошовий обіг здійснюється в межах певної грошової системи, яка в ринковій економіці є провідною ланкою і відіграє домінуючу роль у саморозвитку господарських процесів. Грошова система включає такі складові частини: товар, що відіграє роль загального еквівалента; грошову одиницю — масштаб цін; узаконений засіб обігу та платежу (банкноти, казначейські, чи скарбницькі, білети, монети), порядок випуску банкнот і казначейських білетів (паперових грошей) в обіг.

Грошовою одиницею України стала гривня. Порядок її виготовлення і введення в обіг та підтримання стабільності розроблено Національним банком. Перевага гривні полягає в тому, що на відміну від безконтрольного й незабезпеченого випуску карбованців вона надходитиме в обіг в обмеженій кількості лише під реальні товари, тому не буде переповнювати канали обігу. Всі гривні є банківськими білетами, тобто банкнотами, що теж дуже важливо.

На перший погляд може здатися, що особливої різниці між

банкнотами і казначейськими білетами нібито немає: обидва види грошей забезпечені товаром. Проте, якщо банкноти випускаються в обіг від імені Національного банку, то казначейські білети — від імені уряду держави. Коли перші забезпечені всіма активами банку (золотом, коштовностями, іноземною валютою) й обмежено випускаються під реальні товарно-грошові угоди, то казначейські білети забезпечені державним майном, випускаються примусовим курсом для задоволення поточних потреб держави, тому часто не зв'язані з товарною масою. Отже, банкнотний обіг значною мірою є незалежним від органів держави, більше захищений від знецінення і краще гарантує стабільність грошового обігу.

Регулювання грошового обігу

Регулювання грошового обігу здійснюється на основі використання законів грошового обігу. Рівновага товарної й грошової маси залежить від трьох факторів: кількості проданих товарів, рівня товарних цін, швидкості обертання грошової одиниці. Всі ці фактори безпосередньо залежать від стану й рівня виробництва, використання переваг суспільного поділу праці, рівня продуктивності праці. Закономірності тут такі: 1) чим розвинутіший суспільний поділ праці, тим більша кількість товарів продається; 2) чим вищий рівень продуктивності праці, тим нижчі вартість і ціна товарів. За золотовалютного обігу потрібна кількість грошей для безперешкодної реалізації товарів підтримується автоматично, бо скарби залежно від стану виробництва постійно діяли як відводні й приводні канали для припливу або відпливу грошей з обігу.

Україна розбудовує новий паперо-грошовий обіг. Підтримувати товарно-грошову рівновагу в нас зобов'язаний Національний банк. Його органи, спираючись на класичну закономірність, яку відкрили економісти ще у XVIII ст., повинні забезпечувати таку рівновагу:

$$Г \cdot П = Т \cdot С .$$

де $Г$ — середня маса грошей, яка перебуває в обігу;

$П$ — кількість оборотів середньої грошової маси;

$Т$ — обсяг товарів, які перебувають в. обігу;

$Ц$ — ціни товарів на ринку.

Це означає, що маса грошей, помножена на швидкість їх обертання, має дорівнювати обсягу випущених товарів, помноженому на рівень цін. Якщо рівновага порушується, то за допо-

могою відповідних інтервенцій, тобто фінансово-економічних заходів, необхідно один з показників (а можливо й усі водночас) підкоригувати: збільшити виробництво чи імпорт товарів, відрегулювати (прискорити) швидкість обертання грошей, скоротити грошову масу і, нарешті, підвищити ціни.

Звичайно, найкращий спосіб підтримування збалансованості — швидке розширення якісної товарної маси в Україні, особливо за допомогою роздержавлення й приватизації, переведення державного сектора на засади комерційного розрахунку, підтримки соціально значущих галузей суспільного виробництва, розбудови економіки відкритого типу, інтегрованої у світовий простір. Цінова політика має орієнтуватися на вільні ціни світового ринку. Нормальну кількість грошей для підтримки даної товарної маси забезпечить внутрішня, а потім зовнішня конвертованість національної грошової одиниці.

Більш ефективною є політика прискорення швидкості обертання грошової маси, якої можна досягти, скажімо, переходом до щотижневих виплат заробітної плати, широким упровадженням кредитних грошей та розширенням безготівкових розрахунків, введенням електронних карток споживача та іншими заходами. Все це дало б змогу проводити гнучку політику грошового обігу, своєчасно вилучати надлишкову масу грошей з обігу й підтримувати фінансову стабільність.

Величезні потенційні можливості криються в забезпеченні бездефіцитного державного бюджету України та ліквідації невпинної кредитної експансії.

Отже, Національний банк України повинен ефективно виконувати свою головну функцію регулятора грошового обігу.

Банкрутство готівкового та безготівкового обігу

Залежно від форми грошей їх обіг поділяється на безготівковий і готівковий. У ринковій економіці будь-якої країни переважна частина грошового обігу зосереджена в безготівковому обігу. Він здійснюється шляхом оплати покупок і боргів перерахуванням грошових сум з рахунку на рахунок без використання грошей у готівковій формі. Переважання даної частини грошового обороту зумовлено насамперед вигідністю таких розрахунків для економічних суб'єктів. Рівень розвитку безготівкового обороту в тій чи іншій країні залежить від рівня розвитку товарно-грошо-

вих відносин, досконалості банківської справи, цілей і методів регулювання грошового обороту. Скажімо, нині у зв'язку з низьким рівнем товарно-грошових відносин та примітивністю банківського обслуговування у сфері особистого споживання безготівкові гроші використовуються вкрай недостатньо.

Готівковий оборот здійснюється через оплату купівлі товарів і послуг та боргових зобов'язань у сфері особистого споживання за допомогою банківських чи казначейських білетів та розмінною монетою. Це пов'язано з тим, що розмір грошових платежів тут у середньому менший, а потреба в негайному їх здійсненні значно вища. Тому платежі готівкою в сфері особистого споживання вигідніші й зручніші, ніж через банки. Але з розвитком товарно-грошових відносин, удосконаленням кредиту та комп'ютеризацією банківської справи сфера готівкового обороту поступово звужуватиметься.

Виникнення депозитних, а далі й електронних грошей, за допомогою яких здійснюється автоматичне переведення грошових сум за безпосереднім розпорядженням власника поточних рахунків, органічно поєднало в собі переваги депозитної та готівкових форм грошей. Тут немає потреби переносити великі маси готівки, досягається значна економія витрат, кожен платник може миттєво виконати платіж.

Учені-економісти завжди були проти жорсткого розірваного поділу єдиної грошової маси на безготівкову та готівкову, але радянські політики, дбаючи про так зване обмеження й витіснення товарно-грошових відносин за соціалізму, постійно ігнорували всі застереження. Тим часом такий поділ був штучним і суперечив законам грошового обігу. Він поділив єдиний грошовий обіг на гроші, які обслуговували потреби населення, і безготівкові кошти, які використовувалися для розрахунків підприємств з бюджетом, банками та іншими організаціями. Внаслідок цього склалося два нібито незалежних потоки нерівноцінних грошей. Однак через видачу кредитів банки сприяють переведенню безготівкових грошей на оплату ресурсів і послуг інших підприємств, які, в свою чергу, виплачують із них заробітну плату, премії, здійснюють інші готівкові платежі. Так безготівкові гроші перетворюються в наявну готівку, яка потребує відповідної маси товарів і послуг. Якщо ж товарів немає, то це означає одне — переповнення каналів грошового обігу й інфляційне знецінення грошової одиниці.

Національна валюта — не лише гарант державності й незалежності України. Її введення супроводжується докорінними реформами економіки, структурними зрушеннями в народному господарстві, рішучим переходом до ринкових відносин, збалансуванням грошової та товарної маси, внутрішньою, а потім і зовнішньою конвертованістю гривні.

§ 7. СУЧАСНА ІНФЛЯЦІЯ: СУТЬ, ПРИЧИНИ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Типи інфляції

Інфляція — багатогранний, складний процес, який чітко відображає всі основні проблеми й суперечності економіки. Найбільш очевидно вона проявляє себе в систематичному переповненні каналів грошового обігу масою надлишкових грошей, що веде до їх знецінення та додаткового перерозподілу національного доходу й національного багатства на шкоду більшості населення. Залежно від сили згубної дії на економіку розрізняють інфляцію: повзучу, галопуючу і гіперінфляцію.

Повзуча інфляція — така інфляція, що досягає щорічно не більше одноцифрового числа (наприклад, 5%) і проявляється у постійному зростанні цін. За повзучої інфляції безгосподарність і марнотратство, некомпетентність та економічна неграмотність керівництва країни покриваються за рахунок народу.

Деякі економісти у нас і за кордоном вважають, що повзуча інфляція до 5% на рік не є серйозною загрозою, бо має такі позитивні наслідки, які абсолютно переважають негативні. До того ж вона піддається контролю, може бути регульована, за умов ринкової економіки непомітне зростання цін є важливим важелем збалансування попиту та пропонування. З цим умовно можна погодитися, бо повзуча інфляція і справді не спричинює швидкоплинних і виразних негативних явищ в економічному житті. Водночас вона здатна виступати дійовим фактором збалансування грошово-фінансових і матеріально-речових ресурсів, прискорення технічного переозброєння виробництва, стимулює товаровиробників постійно дбати про зниження матеріалоємності і затрат живої праці. Проте вказані переваги повзучої інфляції можна досягти лише за умов вільного ринку, конкуренції й підтримання

рівноваги попиту — пропонування.

Галопуюча інфляція — це така інфляція, яка набуває розміру двозначного числа щорічно. Вона супроводжується стрімким, стрибкоподібним підвищенням цін, охоплює всі сфери господарського життя й викликає серйозні негативні наслідки в економіці та соціальній сфері. Зростання індексів галопуючої інфляції практично не кероване і набуває хронічного характеру

Гіперінфляція — надвисока і вкрай небезпечна інфляція, що, як правило, веде до економічного паралічу, провокування гострих соціальних конфліктів та непередбачених катаклізмів, На передній план діяльності уряду висувається емісійна діяльність, потужність друкарського верстата. За умов гіперінфляції гроші починають втрачати свої функції, падає їх роль в економіці, відбувається натуралізація господарських зв'язків на основі бартерного обміну, порушується механізм дії фінансів і кредиту, розвиваються інші стихійні процеси в економіці.

Оскільки у комплексі інфляційного процесу в різні часи й періоди окремі фактори цього складного процесу проявляють себе неоднаково, то в багатьох країнах визначення типу інфляції робиться на основі визначення провідного з них. Залежно від цього розрізняють такі типи інфляції: інфляція грошової маси, інфляція зростання доходів, інфляція зростання матеріальних затрат виробництва, структурна інфляція, інфляція прибутків, інфляція податків, бюджетна інфляція, кредитна інфляція.

Якщо друкарському процесу немає меж, то соціальні межі інфляції вкрай тривожні, тому що вони спираються на відому закономірність, згідно з якою збільшення кількості грошей в обігу в 4-5 разів порівняно з товарною масою означає, що держава вже вичерпала себе і на черзі непередбачені соціальні потрясіння.

Гіперінфляція неминуче веде до ще більшого скорочення промислового виробництва і падіння життєвого рівня населення.

Загальні ознаки інфляції

Найпершою ознакою переповнення каналів грошового обігу масою надлишкових грошей та їх знецінення стало зростання цін. Воно може здійснюватися приховано чи стрибкоподібно. При цьому адміністративне підвищення цін так і не усунуло дефіциту товарів, не врівноважило попит і пропонування, бо для формування цін рівноваги за умов збереження сильних позицій адміністративно-командною системою не було простору. Таке підвищення

цін, скорочуючи споживання товарів, не підвищувало і рівня їх виробництва, тому що переважали потужніші стимули: монополізм, незахищеність споживача і диктат виробників. Друга ознака інфляційного процесу — дефіцитність на товарному ринку, спустошення ринку товарів народного споживання. Третьою ознакою посилення інфляційного процесу є знецінення грошової одиниці.

Конкретним проявом ознаки посилення інфляційного процесу також стало формування лажа на золото. *Лаж* — це підвищення ринкової ціни золота, вираженої в паперових грошах порівняно з кількістю знаків, які номінально представляють дану кількість золота. Наприклад, у роки першої світової війни 10-рублева золота монета продавалася за 16-17 паперових рублів.

Зворотна сторона лажа на золото — *дизажіо* паперових грошей, тобто падіння їх курсу в золоті нижче від номіналу. Це найбільше проявляється в запровадженні кількох курсів валюти — офіційного, комерційного, спеціального, тепер ще й курсу аукціонів.

Дуже болючою ознакою інфляційного процесу є неухильне підвищення курсів іноземних валют і падіння курсу національної валюти.

Економічна думка про інфляцію

Інфляція властива багатьом країнам. Бурхливого розвитку вона набула в 20-ті роки. Вже тоді ряд учених (Л. Крінцман, В. Базаров, В. Новожилов та ін.) шукали засоби протидії інфляції, їх зусиллями було розроблено модель початкового циклу інфляційного процесу, яка дається нижче.

Схема 2. Модель початкового циклу інфляційного процесу

Як бачимо, зображена схема є замкненою; вона сама себе відтворює в розширених масштабах. Адже нові нестачі товарів підштовхують адміністративно-командну систему впроваджувати нові жорсткі методи регулювання, картки, купони, вдаватися до обмежень грошової маси в обігу, здійснювати грошові реформи та ін. Водночас такі адміністративні дії збільшують розрив між регульованими цінами та цінами чорного ринку, породжують гігантські спекулятивні угоди в тіньовій економіці, остаточно розвалюють ринок товарів народного споживання і викликають нові адміністративні заходи, від яких дефіцит засобів життя не ліквідується, а купівельна сила карбованця падає.

Свого часу В. Базаров сформулював закон грошової емісії, згідно з яким темп інфляції знаходиться в квадратній залежності від емісії паперових грошей.

Звичайно, в ті ж 20-ті роки були й ненаукові концепції інфляції. Зокрема, Є. Преображенський виходив з того, що грошова політика держави визначається її класовими інтересами. Тому жодних економічних законів грошового обігу, емісії грошей не потрібно дотримуватися. Ще більш вульгарно таку «концепцію» потім використав Сталін для ліквідації досягнень ринкової економіки непу.

Величезні наукові традиції в аналізі закономірностей інфляційного процесу нагромадили західні економісти. Основні положення їхніх теорій інфляції такі:

1. Інфляція виникає внаслідок загального підвищення цін на товари, спричиненого будь-якими факторами. «Будь-який період, протягом якого рівень цін підвищився... є період інфляції», — писав американський економіст Л. Клейн. Аналогічних підходів дотримувалися Б. Хансен, Е. Там, Е. Дене та ін.

Проте ототожнювати інфляцію з будь-яким підвищенням цін не можна, тому що це означає відрив інфляції від паперо-грошового обігу. Підвищення цін можливе і при золотовалютному обігу, але це не допускає можливості інфляції, більше того, суперечить законам грошового обігу. Зростання цін можливе також без інфляції при зниженні вартості благородних металів, підвищенні цін монополіями, переважанні попиту над пропонуванням в силу зміни кон'юнктури ринку і при циклічних коливаннях виробництва.

2. Провідним у визначенні інфляції стало ототожнення її з надмірним попитом. Інфляція, згідно з концепцією Дж. Кейнса, є

ланцюгом обставин, процесом, де існує надмірний попит (інфляційний розрив). Подібні твердження висловлювали Б. Хансен, Г. Фішер та ін.

Але слід мати на увазі, що надмірний попит не обов'язково пов'язаний з паперогрошовим обігом. Він здатний виникнути незалежно від грошей, скажімо, від входження циклу в фазу промислового піднесення. Водночас інфляція не є обов'язковим атрибутом цієї фази циклу, але вона властива саме паперо-грошовому обігу. Необхідно додати також, що жодного надлишкового попиту у нас нині немає. Хіба особисте споживання, яке так різко знизилося подальшим розвитком інфляційного процесу, здатне викликати інфляцію?

3. Існували також визначення інфляції як процесу надмірного зростання будь-чого: цін, зарплати, доходів, податків, позик, інвестицій та ін. Щодо розширення виробництва взагалі пропонувалося здійснити ряд фінансово-економічних заходів, які привели б до новітніх структурних зрушень і зниження темпів економічного зростання.

Механізм функціонування інфляційного процесу, його регулювання та наслідки

Розвиток інфляційного процесу, як правило, проходить два етапи. На першому з них темпи знецінення паперових грошей відстають від темпів зростання паперової маси, дезорганізуючий вплив інфляції на виробництво, торгівлю, кредит і грошовий обіг ще не вповні виявляється. Тимчасово навіть може створюватися специфічно висока кон'юнктура, основою якої насправді є інфляція. Це пояснюється, з одного боку, зростанням товарної маси, внаслідок чого частина додаткових паперових грошей заміщує в каналах обігу необхідну кількість повноцінних паперів, а з іншого — необхідністю задовольнити потребу в готівкових грошах, тому що вже починає скорочуватися обсяг кредиту й уповільнюється швидкість обертання середньогрошової маси.

Таким чином, на першому етапі розвитку інфляційного процесу його згубна дія ще не повною мірою проявляється. Економіка та фінансова система ще мають ряд резервів, ефективних засобів регулювання, тому є можливість не тільки обмежувати негативні наслідки інфляції, а й приховувати її, коли потрібно — приглушувати, направляти на досягнення певних політичних цілей.

На другому (вищому) етапі свого розвитку інфляційний процес різко прискорюється, темпи зростання суспільного виробництва починають відставати від знецінення паперових грошей, а інфляційне переповнення каналів грошового обігу стає вже очевидним. Таке випередження темпів збільшення паперогрошової маси спричинюється, по-перше, занепадом виробництва, зростаючим відставанням у науково-технічному прогресі, уповільненням підвищення, а потім і зниженням суспільної продуктивності праці; по-друге, зменшенням товарообігу, зумовленого зниженням якості та скороченням асортименту товарів, які тепер виробники почали поділяти на «вигідні» й «невигідні», скороченням закупок імпортних товарів; по-третє, зростанням дефіцитності товарів; по-четверте, від'ємним платіжним балансом країни, коли збитки від зовнішньоекономічної діяльності вже не покривалися потоком доходів.

Світовий досвід країн ринкової економіки знає два основних способи регулювання інфляційного процесу: кейнсіанський і монетаристський. Кейнсіанський метод передбачає розширення впливу держави на економіку, підвищення її регулюючої ролі в кредитно-відсотковій політиці, а монетаристський, проти якого виступають усі прихильники унітарної держави, — впровадження таких дій, як самоусунення держави з економічного життя, відмова від дотацій на соціальні та інші потреби. Звичайно, в країнах, де такі дотації не мають істотного значення, монетаристські дії дають значний позитивний ефект. Однак очевидно, що застосування цього методу у нас нині неможливо, бо неможливо раптово припинити субсидії на культуру, сільське господарство чи багатодітним сім'ям.

Отже, про пряме запозичення того чи іншого методу нашою економікою не йдеться. Водночас деякі елементи цих напрямів, зокрема встановлення економічно обгрунтованої ставки відсотків за кредит, регулювання зайнятості, валютного та грошового обігу, необхідно негайно використати.

Кредитна політика держави має бути обов'язково вигідною як для боржника, так і для кредитора, щоб забезпечити останньому кошти на покриття витрат і дотацій, прибуток для вдосконалення матеріально-технічної бази кредитного закладу. Економічно обгрунтована ставка кредиту негайно дала б позитивні результати, тому що підвищення плати за кредит на кожен відсоток, як свідчить світовий досвід, веде до зменшення кількості грошей в обігу відпо-

відно на 4%, а грошей — готівки на руках громадян — на 2%. Ще сильніший ефект у здійсненні контролю над інфляцією дало б встановлення норми відсотка вищого інфляційного індексу на 2-4%.

В Україні, щоб оволодіти ситуацією в грошовому обігу та кредитуванні, необхідно в найкоротший час вдатися до регулювання обсягу сукупної грошової маси, застосувавши для цього такі спеціальні інструменти та методи: резервні вимоги, тобто норматив депонування частини вкладів комерційних банків на безвідсоткових рахунках Національного банку України (він становить 15% статутного фонду комерційного банку); квоти і форми рефінансування банків; гнучку відсоткову політику; нормативи ліквідних коштів комерційних банків та обов'язкових інвестицій у державні папери тощо.

Змінюючи нормативи резервів та ставки операцій рефінансування, Національний банк зможе збільшувати (зменшувати) величину ліквідності комерційних банків і тим активно впливати на інфляційний процес. При цьому основою регулювання грошової системи України має стати насамперед ліквідація штучного поділу готівкового й безготівкового обігу та перехід до цивілізованого регулювання сукупного грошового обігу. Гривня мусить мати однакову купівельну силу в будь-якій формі і в будь-яких операціях. Світова практика свідчить, Що для цього потрібно зняти всі необгрунтовані обмеження з безготівкових платежів та розрахунків і паралельно ввести граничні межі загального зростання грошової маси в обігу.

Виходячи з нинішнього стану грошового обігу в Україні, Національному банку варто терміново розробити надзвичайну програму розвитку безготівкових платежів і водночас можливого обмеження питомої ваги готівки, яка найбільше піддається інфляційному знеціненню. Напевно, доречним були б також запровадження «електронних грошей», карток споживача, обмеження максимальних готівкових платежів, формування такої відсоткової політики, коли зберігання готівки поза банком стає невигідним. Чіткішим має бути розмежування сфер діяльності Національного банку та державного бюджету; без цього грошова система будь-якої країни ніколи не стане безінфляційною. Необхідно законодавчо заборонити пряме фінансування державного бюджету з коштів Національного банку, а також купівлю за його кошти державних облігацій Міністерства фінансів, тому що

це рівнозначно емісії, порушує нормальне регулювання грошового обігу й неухильно веде до інфляції.

Виникнувши не за часів незалежності України, інфляція настільки деформувала всі фази відтворення сукупного суспільного продукту, що нині стала найнебезпечнішою загрозою для збереження державності. Будучи наслідком багатофакторного процесу, вона може бути приборкана лише в результаті оперативного застосування взаємоузгодженого комплексу заходів в усіх сферах господарського і суспільного життя.

Запитання та завдання для обговорення

1. Чому товарне виробництво й товарно-грошові відносини є найпрогресивнішою з відомих людству форм господарювання?

2. За яких умов продукт праці стає товаром?

3. Чому для існування товарного виробництва необхідні дві умови — суспільний поділ праці та економічна відособленість виробників?

4. У чому полягає суть споживної вартості? Чому необхідно чітко відрізняти споживну вартість як матеріальне багатство суспільства від споживної вартості як носія вартості?

5. Покажіть відмінність між економічними категоріями «вартість» і «величина вартості».

6. Чому продуктивність праці — властивість конкретної праці, а інтенсивність — абстрактної?

7. У чому полягає зміст вислову: «Золото — не гроші, гроші — не капітал, вони стають такими за певних умов»?

8. *Як* застосовується механізм реалізації законів грошового обігу на практиці?

9. Як впливають ціни на зміну обсягів виробництва? Яким чином закон вартості регулює пропорції виробництва?

10. Чому дія закону вартості за сучасних умов розвинутих товарно-грошових відносин обмежена?

Глава 6. РИНОК

§ 1. РИНОК, ЙОГО ЕКОНОМІЧНА СУТЬ, СУБ'ЄКТИ ТА ВИДИ

Поняття ринку

Ринок — синтетична категорія, за допомогою якої визначаються різноманітні за змістом і параметрами явища, Історично слово «ринок» характеризувало певне місце, де продавалися та купувалися товари. *Як* правило, це була торгова площа в центрі міста або спеціально обладнане приміщення, де зустрічалися продавці (власники товару) і покупці (власники грошей). Тут у результаті досягнутої домовленості встановлювалися ціни на товар, який в обмін на гроші переходив у руки покупця.

Внаслідок розвитку засобів зв'язку необхідність певного фізичного місця зустрічей для взаємодії продавців та покупців стає несуттєвою. Учасники товарно-грошових відносин одержують можливість контактувати й вирішувати свої проблеми іншим чином. «За наявності сучасних засобів зв'язку і транспорту, — пише Ф. Котлер, — купець може ввечері дати рекламу товару по телебаченню, зібрати сотні замовлень по телефону і вже на наступний день розіслати товари поштою, не вступаючи у фізичний контакт з покупцем» *(Котлер Ф.* Основи маркетинга. — М., 1990. — С. 55).

Саме тому сьогодні економісти під **терміном «ринок» розуміють будь-яку впорядковану структуру, що забезпечує нормальну взаємодію продавців і покупців.** Так, автори відомого підручника пишуть, що ринок — це інститут або механізм, що зводить докупи покупців (пред'явників попиту) і продавців (постачальників) окремих товарів і послуг (*Макконнелл К.Р., Брю С.Л.* Экономикс: принципи, проблеми: В 2 т. М., 1992. — Т. 1. — С. 81).

Це — вузьке тлумачення категорії «ринок». **У широкому розумінні ринок означає певний спосіб організації економічного життя, характерними ознаками якого є: самостійність учасників економічного процесу; комерційний характер їхньої взаємодії; суперництво (конкуренція) господарюючих суб'єктів; формування економічних пропорцій під впливом динаміки цін та конкурентної боротьби; ціни, що складаються на основі попиту та пропонування.**

Суспільне господарство, яке функціонує на цих засадах, називають *ринковою економікою.* Її антиподом є *командна економіка,* в якій діяльність господарюючих суб'єктів централізовано регулюється державою, народногосподарські пропорції формуються на базі директивних планів, а ціни встановлюються адміністративним шляхом.

Ринок є організаційною формою існування товарного виробництва. Історія останнього налічує близько 6 тис. років. Приблизно стільки ж років існує і ринок.

Якщо розглядати еволюцію ринку з точки зору суб'єктів ринкових відносин, то ми побачимо, що спочатку це були безпосередньо виробники і споживачі товарної продукції. Потім, у міру його розвитку й відокремлення в самостійні галузі торгівлі та грошового обігу, активними учасниками ринкових відносин стають торговельні й фінансові посередники: комерційні агенти, комівояжери, консигнатори, брокери, ділери та ін.

Названі суб'єкти, діючи на правах фізичних або юридичних осіб, відіграють всезростаючу роль у ринковій економіці, і не випадково. Ринок являє собою складний механізм виявлення й узгодження економічних інтересів. Саме цим і займаються торгові й фінансові посередники. Вони вивчають стан справ з пропонуванням і попитом тих чи інших товарів, динаміку цін, установлюють ділові контакти, прогнозують ринкову ситуацію тощо.

Їхня діяльність вважається вкрай необхідною і високо оцінюється суспільством. Існує навіть думка, що в ринковому механізмі посередницькі ланки виконують роль керуючої системи.

Навпаки, в умовах командної економіки посередницька діяльність розглядається як другорядна, а то й зовсім небажана. Це зумовлено тим, що тут всеохоплюючим регулятором суспільного життя виступає державний апарат. Посередник же, котрий забезпечує незалежне функціонування господарств, своєю діяльністю об'єктивно протистоїть держапарату, загрожуючи самому його існуванню.

ВИДИ ринку

Сучасна економіка являє собою синтез великої кількості взаємодіючих ринків. Їх підрозділяють на різні види залежно від умов діяльності суб'єктів ринкових відносин, відповідності чинному законодавству за ознакою простору дії, об'єкта купівлі-продажу та ін.

Залежно від умов, у яких діють суб'єкти господарського життя, вирізняють вільний, монополізований і регульований ринки.

Вільний ринок — це ринок з великою кількістю виробників однорідної продукції, які не в змозі впливати на рішення один одного. В ньому немає обмежень в інформації про попит, пропонування, ціни, якість продукції тощо. Тут вільне ціноутворення, відсутні штучні бар'єри при входженні на ринок того чи іншого товару та виходу з нього.

Монополізований ринок — це ринок, для якого характерна незначна кількість виробників даного товару, застосовується його диференціація, існує дефіцит необхідної інформації, утруднений доступ до ресурсів, погоджуються дії учасників ринкових відносин.

Регульований ринок — це ринок, який контролюється і регулюється державою за допомогою спеціальних заходів економічного та адміністративного характеру.

За ознакою простору дії вирізняють *місцевий* (у межах міста чи села), *регіональний* (певна територія якоїсь країни), *національний* і *світовий ринки, а з* точки зору відповідності чинному законодавству — *легальний* (офіційний) і *тіньовий* ринки.

Залежно від об'єктів купівлі-продажу розрізняють такі види ринків: товарів широкого вжитку, товарів промислового призначення, праці, цінних паперів, науково-технічних знань та ін.

Особливу класифікацію видів ринку застосовують фахівці з маркетингу. Вони розрізняють ринок продавця і ринок покупця. На першому більше влади мають продавці, а найактивнішими «діячами» вимушені бути покупці. На другому, навпаки, більше влади мають покупці й найактивнішими «діячами» вимушені бути продавці.

Залежно від того, хто є покупцем товару, що продається і з якою метою він купується, розрізняють також споживчий ринок, ринки виробників, проміжних продавців, державних установ і міжнародний ринок.

Споживчий ринок — окремі особи і господарства, які купують товари для особистого споживання.

Ринок виробників — організації, що купують товари для використання їх у процесі виробництва.

Ринок проміжних продавців — організації, що купують товари для наступного перепродажу їх з прибутком для себе.

Ринок державних установ — державні організації, що купують товари або для наступного їх використання у сфері комунальних послуг, або для передачі цих товарів тим, кому вони потрібні.

Міжнародний ринок — покупці за межами країни, включаючи закордонних споживачів, виробників, проміжних продавців, держави і установи.

Кожен вид ринку, що згадувався, має свою інфраструктуру, свій набір інструментів, які забезпечують його життєдіяльність. Окремі види ринку не існують самі по собі. Всі вони пов'язані між собою, утворюючи розгалужену ринкову систему. Вона діє. не тільки в межах тієї чи іншої країни, а й глобально, охоплюючи своїм впливом значну частину світового господарства.

§ 2. РИНКОВИЙ МЕХАНІЗМ, ЙОГО ФУНКЦІЇ І МЕЖІ ДІЇ

Механізм дії ринку

Досвід країн, в яких функціонує ринкова економіка, свідчить про те, що вона являє собою ефективно працюючий механізм. Ринок без централізованого інтелекту в особі Держплану або Держпостачу успішно вирішує складні економічні проблеми, що не під силу сучасним ЕОМ. Тим більше, що, за оцінками фахівців, найсучасніша електронно-обчислювальна машина здатна оптимально спланувати виробництво і розподіл не більш ніж 2 тис. виробів.

Як же працює ринковий механізм? Щоб відповісти на це запитання, необхідно розглянути його складові елементи, їх чотири. Це — попит, пропонування, ринкова ціна і конкуренція.

У загальному вигляді попит являє собою потребу в певному товарі, що забезпечена грошима. Розмір попиту визначається кількістю товарів, яка може бути реалізована на ринку за існуючими цінами.

Пропонування — це сукупність товарів, які представлені на ринку. Його розмір визначається кількістю товарів, що пропонуються для продажу в певний період часу за існуючими цінами.

Ринкова ціна — це ціна, що встановлюється на ринку. Розрізняють ціни попиту, пропонування і рівноваги. Під *ціною попиту* розуміють граничну максимальну ціну, за яку покупці ще

згодні брати товар, а під *ціною пропонування* — граничну мінімальну ціну, за яку продавці ще готові пропонувати свій товар. *Ціна рівноваги* — це ціна, за якої розмір попиту дорівнює розміру пропонування.

І нарешті, *конкуренція*. Вона являє собою процес суперництва між окремими продуцентами, постачальниками і покупцями товарів за найвигідніші умови їх виробництва та реалізації.

Конкурентна боротьба має місце, коли на ринку певного товару кількість його продавців така, що жоден з них не в змозі самостійно або в об'єднанні з іншими впливати на ціну. За цих умов найважливіші питання економічного життя — що і скільки виробляти, яким чином і для кого — розв'язуються в результаті взаємодії попиту, пропонування і ринкових цін.

Щоб краще зрозуміти механізм цієї взаємодії, розглянемо ситуації на ринку певного товару, наприклад автомобілів. Поведінку продавців і покупців тут добре характеризують криві попиту й пропонування, що відображені на рис. 1 і 2.

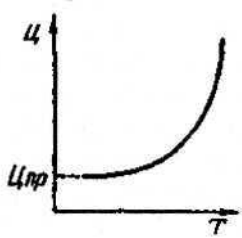


Рис. 1. Крива попиту *Рис. 2. Крива пропонування*

Спочатку проаналізуємо дії покупців автомобілів. Їх інтерес полягає в тому, щоб задовольнити свою потребу, на яку вони виділяють певну суму грошей. Тому ринкова ціна ні в якому разі не може бути вищою за ціну попиту (Цп). В умовах високої ціни покупців не дуже багато. Відповідно й автомобілів придбається мало. Якщо ж ціна знижується, товар стає доступнішим, кількість покупців збільшується разом з кількістю придбаних автомобілів. Цю залежність демонструє крива попиту.

Тепер звернемося до дій продавців. Вони бажають відшкодувати свої витрати й одержати якийсь прибуток. Тому ринкова ціна не може бути нижчою, ніж ціни пропонування (Цпр). Чим нижча ціна пропонування, тим менша кількість автомобілів надійде для продажу. Останнє зумовлене тим, що у багатьох виробників витрати будуть більшими, ніж ціна, а це зробить неможли-

вим виробництво. І навпаки, у міру підвищення ціни пропонування зростатиме кількість виробників і обсяги поставок автомобілів. Цю залежність демонструє крива пропонування.

Якщо накласти один графік на другий, то в певному місці вони перетнуться (рис. 3).

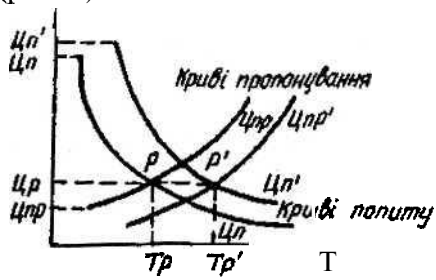


Рис. 3. Взаємодія попиту і пропонування

Точка, в якій дві криві перехрещуються (Р), відображає збіг інтересів продавців і покупців, відповідність попиту і пропонування, рівновагу ринку.

У кожен даний момент на ринку досягається рівновага, хоча й не стійка. Справді, цілком можливо, що попит на автомобілі зросте. Додатковий попит почне тиснути на ринок. Це призведе до порушення рівноваги, тимчасового підвищення цін аж до встановлення нової ціни попиту. Поведінку покупців у ситуації, що змінилася, характеризує нова крива попиту, яка проходить вище і правіше за стару криву.

Нова вища ціна виступає сильним стимулом зростання виробництва і збільшення продажу автомобілів.

Одночасно нова ціна сигналізує підприємцям з інших галузей, що виробництво автомобілів стає вигідним для вкладання капіталів. Після цього сюди направляються додаткові грошові ресурси, змінюються умови виробництва.

Успіху в конкурентній боротьбі досягають ті, хто зуміє швидше збільшити випуск при одночасному зменшенні витрат і цін за рахунок впровадження нових технологій, ефективних методів організації праці Поведінку продавців за цих умов відображає нова крива пропонування, що проходить нижче та лівіше за стару (рис. 3).

В результаті збільшення виробництва зростає пропонування, воно поступово зрівнюється з попитом, і встановлюється нова ринкова рівновага.

Таким чином, ринковий механізм, реагуючи на попит через зміну цін, забезпечує відповідну реакцію виробництва й пропонування.

Попит і пропонування — дві протилежні сили, які викликають зростання і падіння ціни. Вони однаковою мірою діють на ціну, якщо не береться до уваги фактор часу. Коли при аналізі він враховується, то ця умова порушується. У межах короткострокового періоду пріоритет отримує попит (тому що пропонування більш інерційне). Коли ж розглядається довгостроковий період, роль головної ціноутворюючої сили переходить до пропонування. Причому чим триваліший період часу, що аналізується, тим сильніший вплив пропонування на ціни порівняно з попитом. Причина полягає в тому, що саме виробництво визначає в кінцевому підсумку динаміку потреб, які вже потім виступають у вигляді попиту (докладно про це див.: *Маршалл А.* Принципи политической экономии / Пер. с англ. — М., 1984. — С. 49–67). Водночас, як ми бачимо, попит і пропонування залежать від динаміки ціни. У випадку з пропонуванням ця залежність є прямою, а у випадку з попитом — оберненою.

Еластичність попиту і пропонування

Ступінь зміни попиту на певну продукцію під впливом зміни ціни на неї характеризує *еластичність попиту* (*E*). Еластичним вважається попит, зміна обсягу якого, виражена у відсотках, перевищує відсотковий вираз зниження цін*, тобто коли $E > 1$. Якщо показники зменшення ціни і збільшення попиту дорівнюють один одному (тобто зростання попиту тільки компенсує зниження цін), то еластичність попиту називають одиничною. У випадку ж, коли обсяг зменшення ціни перевищує показник приросту попиту, то останній є нееластичним ($E < 1$).

Ступінь зміни пропонування певного товару під впливом зміни ціни характеризує еластичність пропонування ($E_{пр}$). У випадку, коли обсяги збільшення пропонування, виражені у відсотках, перевищують обсяги зростання ціни, пропонування вважається еластичним. Якщо ж приріст пропонування дорівнює приросту цін, то еластичність пропонування називають одинич-

* Еластичність попиту для різних товарів не однакова. Вона залежить від виду товару (першої необхідності чи ні), ступеня задоволення потреби на товари, від наявності товарів-субститутів.

ною (Епр±1). Коли приріст пропонування менший за приріст цін, то має місце нееластичне пропонування ($E_{пр} < 1$).

Порівняння механізму ринку, який ми розглянули, із системами господарювання, що існують у розвинутих країнах світу, свідчить, що в реальному економічному житті, крім ринкових, діють й інші сили. Наприклад, економічна політика держави, інфляція, традиції, різні монополістичні об'єднання (підприємців, трудящих, споживачів та ін.), що впливають на ціни, заважають руху ресурсів, обмежують інформацію тощо.

Всі вони можуть викликати і викликають різного роду відхилення в ринкових процесах. Але якщо, незважаючи на це, ціни змінюються під впливом попиту і пропонування, динаміка ресурсів, інвестицій, обсягів виробництва орієнтується на попит; якщо існує конкурентна боротьба, то ринковий механізм здатний виконувати свої головні функції: інформативну, регулюючу і сануючу.

Функції ринку

Інформативна функція. Через коливання цін на товари і послуги ринок надає учасникам виробництва об'єктивну інформацію про суспільно необхідні витрати виробництва і суспільно необхідну якість та асортимент тих товарів і послуг, які виробляються.

У процесі внутрігалузевої і міжгалузевої конкуренції ринок, з одного боку, постійно виявляє середньозважені витрати виробництва та реалізації певного товару, а з іншого — визначає кінцевий попит на різноманітні альтернативні товари подібного призначення (телевізори, автомобілі різних марок тощо).

У цьому випадку ринок виконує роль суперкомп'ютера, який збирає і переробляє колосальні обсяги інформації і видає узагальнені дані по всьому господарському просторові, який він охоплює. Це дає можливість кожному підприємству постійно звіряти власне виробництво з умовами ринку, що змінюються, і завчасно вживати заходів щодо зниження своїх індивідуальних витрат, підвищення якості продукції, зміни її асортименту.

Регулююча функція. Орієнтуючись на ринкові ціни і намагаючись одержати максимальний прибуток, підприємці направляють свої кошти на випуск тих товарів, які користуються попитом. У результаті досягається відповідність між обсягом виробництва і суспільними потребами, формуються необхідні економічні пропорції. Так ринковий механізм виконує регулюючу функцію.

Сануюча функція. Цю функцію ринок виконує тоді, коли за допомогою конкуренції «очищає» суспільне виробництво від економічно слабких, нежиттєздатних господарських одиниць і, навпаки, «дає зелене світло» ефективнішим. У цій своїй функції ринок — об'єктивний суддя, який відбирає найкорисніших для суспільства виробників, внаслідок чого неперервно підвищується середній рівень ефективності народного господарства.

Ринковий механізм являє собою велике досягнення людської цивілізації, приблизно таке ж, як вища математика, кібернетика, генна інженерія та інші завоювання колективного розуму.

Водночас важливо розуміти, що ринок — не всемогутній. Говорячи про механізм дії ринку, слід наголосити, що він вирішує далеко не всі проблеми економічного життя суспільства. Бачити межі дії ринку так само необхідно, як і розбиратися в його рушійних силах.

*Межі дії **ринкового** механізму*

Чого ж не може ринок? По-перше, ринок не в змозі регулювати так звані «зовнішні ефекти» економічної діяльності. Вони не мають грошового виміру, але реально впливають (позитивно чи негативно) на добробут суб'єктів економічних відносин. Це, наприклад, такі соціальні наслідки виробництва в умовах конкуренції, як безробіття або забруднення навколишнього середовища. У даному випадку вплив негативний, і його хтось повинен компенсувати. Або інший приклад. Підприємець вкладає гроші в якісне медичне обслуговування своїх робітників. Від цього виграє не тільки він і вони, а й суспільство в цілому (зменшується ймовірність епідемічних захворювань, збільшується продуктивність суспільної праці тощо). Те ж саме від підвищення професійної майстерності робітників — соціальний ефект буде позитивний. Як його виміряти і компенсувати витрати ініціаторам? Ринок це зробити не може, такі функції має брати на себе держава.

По-друге, ринковий механізм не в змозі врахувати потреби знедолених груп населення: безробітних, непрацездатних і малозабезпечених, їхні потреби, як правило, не забезпечені грошима, і тому ринок їх не бачить. У результаті, наприклад, кішка багатого господаря може одержати молоко, необхідне дитині з бідної сім'ї.

По-третє. Ринок не може забезпечити країну суспільними благами. Йдеться насамперед про товари і послуги колективного ко-

ристування, в споживанні яких беруть участь усі громадяни без винятку (оборона, освіта, управління, охорона правопорядку тощо).

Ці блага світова економічна наука називає «суспільним товаром». Крім такої властивості, як невиключеність із споживання, вони мають і таку особливість, як те, що дістаються усім споживачам приблизно порівну.

По-четверте, ринок не бачить перспективи. Криві попиту і пропонування відображають поточні потреби суспільства. Такі ж стратегічні цілі розвитку країни, як здоров'я нації, достатній рівень освіти населення, культура, здорове навколишнє середовище, структурна перебудова економіки під впливом НТП і вичерпання продуктивних ресурсів, залишаються за межами інтересів суб'єктів ринкових відносин. Часто-густо інтереси підприємців і суспільства стосовно цих питань протилежні.

Отже, існує ряд проблем, вирішення яких мають взяти на себе державні і громадські інститути. Це — регулювання зовнішніх ефектів встановлення соціальної рівноваги, забезпечення населення соціальними благами, перспективний розвиток країни.

Таким чином, ринковий механізм має певні межі своєї дії. Більше того, його ефективне функціонування передбачає наявність певних умов. Однією з них є розвинута інфраструктура ринку.

Інфраструктура ***ринку***

Під інфраструктурою ринку розуміють систему державних приватних і громадських інститутів (організацій і установ) і технічних засобів, що обслуговують інтереси суб'єктів ринкових відносин, забезпечують їхню ефективну взаємодію. Розрізняють організаційно-технічну, фінансово-кредитну та науково-дослідницьку інфраструктури ринку.

До *організаційно-технічної інфраструктури* ринку належать товарні біржі й аукціони, торгові доми і торгові палати, холдингові й брокерські компанії, інформаційні центри та ярмарки, інжинірингові фірми, сервісні центри, пункти прокату й лізингу, державні інспекції, різного роду асоціації підприємців і споживачів, транспортні комунікації і засоби оперативного зв'язку.

Одні з цих установ покликані сприяти встановленню ділових контактів між підприємцями, надавати їм інформаційні, консультативні, розрахункові та інші послуги (ярмарки, біржі, виставки, центри), інші — беруть на себе функції загальної координації ринкових

зв'язків, представляють інтереси своїх членів на регіональному, державному та міжнародному рівнях (асоціації, торгові й господарські палати), треті — являють собою спеціальні державні органи регулювання ринкових відносин (податкові інспекції, служби щодо контролю за цінами і стандартами, страховий нагляд тощо).

Фінансово-кредитну інфраструктуру ринку утворюють банки, фондові й валютні біржі, страхові та інвестиційні компанії, фонди профспілок та інших громадських організацій. Це — всі ті, хто здатен займатися і займається мобілізацією тимчасово вільних грошових ресурсів, перетворює їх у кредити, а потім і в капіталовкладення. На практиці застосовується безліч варіантів прибуткового використання цих коштів, коли, наприклад, фонди громадських організацій передаються в позику комерційним банкам, інвестуються в акції тощо. В ринковій економіці кожен карбованець, долар чи франк повсякчас має працювати, перебувати в обігу, приносити прибуток. Фінансово-кредитна інфраструктура саме й забезпечує вирішення цієї проблеми.

Науково-дослідницька інфраструктура ринку включає в себе наукові інститути з вивчення ринкових проблем, інформаційно-консультативні фірми, аудиторські організації, спеціальні навчальні заклади.

Інститути та організації, що утворюють цю інфраструктуру, вивчають динаміку ринкової ситуації, займаються розробкою стратегії і тактики поведінки підприємств на ринку, прогнозів для уряду і підприємців, моделюванням наслідків тих чи інших рішень, наданням консультацій, улагодженням конфліктів між партнерами, підготовкою економістів, менеджерів та фахівців з маркетингу.

Крім загальної інфраструктури, що обслуговує весь простір ринкових відносин, існують ще спеціалізовані, які забезпечують ефективне функціонування окремих ринків. Так, на ринку товарів і послуг діють товарні біржі, підприємства оптової та роздрібної торгівлі, фірми, що зайняті перевезенням вантажів, наданням послуг у сфері маркетингу, тощо. Ринок праці обслуговують біржі праці, державні та приватні фонди сприяння зайнятості, пенсійні фонди, державні центри підготовки кадрів тощо.

Функціонування ринку капіталів забезпечують фондові та валютні біржі, страхові, холдингові та інвестиційні компанії, комерційні банки, брокерські та ділерські контори, інспекції кон-

тролю за цінними паперами, фонди державного майна, податкові інспекції та ін.

Конкуренція

Конкуренція виступає також об'єктивно необхідною умовою ефективного функціонування ринкового механізму. Залежно від режиму конкурентної боротьби розрізняють досконалу (чисту) і недосконалуконкуренцію.*Досконала(чиста)конкуренція*означає, що на ринку діють багато покупців і продавців, вільний доступ фірм на ринок тощо. Жоден продавець або покупець за цих умов не в змозі якимось чином серйозно вплинути на ринкову ціну товару. Цей вид конкуренції є найсприятливішим для оптимального функціонування ринкового механізму.

Недосконала конкуренція виступає у формах монополістичної та олігополістичної конкуренції.

Монополістичнаконкуренція виникає, коли застосовується широка диференціація продукту, пов'язана або з його особливостями (якість, марка, упаковка), або з місцезнаходженням продавців чи з особливими послугами, що супроводжують продаж товару. Зменшуючи цінову еластичність попиту за допомогою диференціації продукту, продавець одержує певну монополістичну владу над ним, тобто він може до якоїсь межі підвищувати ціну товару без ризику скорочення обсягу його продажу.

Олігополістична конкуренція виникає, коли однорідну продукцію (або близькі субститути) продають декілька (два-три) продавців. За цих умов кожен з них здійснює свою власну ринкову стратегію (визначає обсяги продажу, ціну тощо), але при цьому мусить враховувати стратегію і дії конкурента.

Наприклад, якщо підприємство з виробництва борошна знизить ціни на 10%, покупці швидко зорієнтуються на цього постачальника. Іншим виробникам борошна доведеться також знизити ціни або надати якісь додаткові послуги покупцям.

Конкурентна боротьба зовсім зникає, коли певний товар виробляє і продає тільки одна фірма. В даному випадку має місце монополія.

Для країн з високорозвинутою ринковою економікою характерним є існування чистої або різних видів недосконалої конкуренції (залежно від галузей). І навпаки, в економічному житті нашої країни ключову роль відіграють монополії. Наприклад, у ма-

шинобудуванні близько 70% підприємств є абсолютними монополістами. Тому демонополізація економіки сьогодні є першочерговим завданням на шляху до ефективно діючого конкурентного ринку.

Ринкова економіка може успішно функціонувати: якщо права її суб'єктів надійно захищаються законом; якщо їм відомі межі, в яких ініціатива не карається; якщо порушники правил гри несуть не тільки матеріальну, а в ряді випадків і кримінальну відповідальність.

Мають бути певний рівень економічної культури мас, сформовані конкретні навички життя за умов конкурентної боротьби: психологічна стійкість на випадок поразки, невдачі, віра у свої сили і здібності, прагнення до їх розвитку.

Надто важливе значення мають навички людей до самоорганізації, для протидії різним негативним процесам, наприклад для контролю за якістю продукції, боротьби з недобросовісними виробниками та продавцями товару. Тут зусилля суспільства і держави мають бути об'єднані. Остання регулює ринок за допомогою податків, витрат, регулювання. Вирізняються три економічні функції держави: забезпечення ефективності, справедливості й стабільності. Реалізації цих функцій здійснюються за допомогою різноманітних засобів та інструментів: через законодавство, податкову політику, систему державного ліцензування, регулювання ставки міжбанківського відсотка, нормативів обов'язкових грошових резервів та ін.

Запитання та завдання для обговорення

1. Чи може бути ефективною економіка неринкового типу? Які характерні ознаки останньої?

2. Які проблеми не здатний розв'язати ринковий механізм? Чи можна говорити, що він має недоліки?

3. Що ви розумієте під інфраструктурою ринку? *Як* вона формується?

4. Чи можлива ринкова економіка без біржових інститутів?

5. Що характеризує взаємодія попиту й пропонування?

6. Яка роль держави за умов ринкової економіки?

7. *Як* визначається еластичність попиту й пропонування? Поясніть.

Глава 7. ФІНАНСОВО-КРЕДИТНА СИСТЕМА

§1. ФІНАНСИ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Суть фінансів

Фінанси — сукупність економічних відносин, пов'язаних з системою утворення та використання фондів грошових ресурсів для задоволення потреб розширеного відтворення. Фінанси включають лише ті відносини, які стосуються процесу утворення, розподілу та використання фондів грошових коштів на підприємствах, у регіонах і народному господарстві країни загалом.

Суб'єктами фінансових відносин виступають підприємства, громадські організації, державні органи управління, держава в цілому й населення країни. Вони виконують важливу роль у забезпеченні руху відповідної грошової маси від низових ланок виробництва до центру й навпаки. Взаємодія суб'єктів фінансів здійснюється у процесі формування й використання амортизаційного фонду, фонду нагромадження, фондів для вирішення різноманітних соціальних проблем.

Фінанси обслуговують кругообороти та оборот виробничих фондів у грошовій, виробничій і товарній формах, а також охоплюють широкий спектр податкових платежів населення, позики, лотереї, вклади в Ощадбанки тимчасово вільних грошей. Через фінансові важелі держава, у свою чергу, надає населенню кредити, регулює індивідуальну трудову діяльність, здійснює управління соціально-економічними процесами, визначає темпи та пропорції суспільного відтворення.

Фінансові відносини складаються також між підприємствами й банками, організаціями матеріально-технічного постачання. Вони будуються за певними принципами, головними серед яких є повна економічна самостійність підприємств, право на ведення незалежної від держави власної фінансової політики.

Фінансові відносини виникають також у внутрігосподарських зв'язках, особливо за умов розвинутого внутрігосподарського розрахунку, бригадних форм організації праці, оренди структурних підрозділів. Акціонування значної частини суспільного виробництва також породжує нові форми фінансових відносин, які

сприяють залученню додаткових коштів трудящих у виробництво й заохоченню високоефективної праці.

Функції фінансів

Суть фінансів концентровано виражена у виконанні ними таких функцій: *акумулюванні грошових коштів у конкретних видах цільових фондів (розподільча функція), здійсненні грошового контролю за використанням матеріальних ресурсів, стимулюванні прогресу.*

Об'єктами дії розподільчої функції фінансів виступає грошова форма вартості валового суспільного продукту і частини національного багатства. На основі даної функції:

а) здійснюється заміщення вартості спожитих засобів виробництва і утворення первинних доходів у вигляді прибутку, нарахувань на соціальне страхування, утворення резервних і страхових фондів;

б) забезпечуються загальнодержавні потреби, формуються ресурси на утримання і розвиток невиробничої сфери, здійснюється внутрігалузевий, міжгалузевий і міжрегіональний розподіл національного доходу.

Акумулюючи та регулюючи фінансові ресурси, держава здатна активно впливати на формування оптимальних пропорцій між нагромадженням і споживанням, виробничою і невиробничою сферами, I і II підрозділами суспільного виробництва, окремими галузями народного господарства та економічними регіонами.

Контрольна функція фінансів органічно випливає з розподільчої. Вона передбачає здійснення перевірки дотримання підприємствами та організаціями порядку акумулювання й використання цільових централізованих і децентралізованих фондів грошових ресурсів суспільного призначення та виконання фінансових зобов'язань перед державою. Через фінансове законодавство держава регламентує й регулює процес нарахування, отримання, зміну й відміну платежів у бюджет.

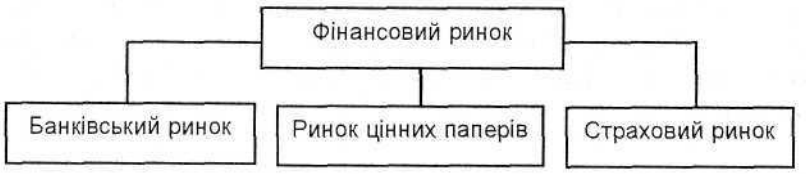
Стимулююча функція фінансів покликана підвищувати ефективність використання факторів виробництва, так регулювати вартісні пропорції, щоб вони створили достатні умови для проведення режиму економії, піднесення продуктивності праці і якості продукції. Будь-яке порушення цієї функції негайно підриває економічну і соціальну стабільність суспільства, провокує економічно невиправдане зростання цін і зниження продуктивності праці.

Ні розподільча, ні контрольна функції фінансів за умов адміністративно-командної системи достатньо не вивчалися, тому що фінанси були адміністративно-наказовим фактором надцентралізації, підпорядковувалися не економічним законам, а пануючим політичним та ідеологічним принципам. Така багаторічна орієнтація призвела до розвалу фінансів, деформації системи господарювання, стимулювала відчуження працівників від засобів виробництва й результатів праці. Щоб перебороти негативні процеси й радикально реформувати фінанси, необхідно прискорити процес демонополізації, децентралізації й роздержавлення. Нові фінанси повинні органічно цілеспрямовуватись на підвищення ефективності виробництва, зміцнення принципів господарського розрахунку, створення умов для конкуренції та підприємництва.

Фінансова система

Фінанси функціонують через фінансову систему, яка включає сукупність різних форм організації фінансових відносин між державою і підприємствами, між підприємствами, організаціями і їх об'єднаннями, відносини держави з підприємствами та організацій з населенням. Найважливішими інструментами даної системи є податки, платежі до бюджету, платежі за державні кредити, рентні платежі, формування бюджетних і позабюджетних фондів і їх використання для задоволення суспільних потреб та ін. Важливим елементом фінансової системи є Міністерство фінансів України та його органи на місцях. Саме воно почало формувати й використовувати головні економічні регулятори і несе за це цілковиту відповідальність.

За умов ринкової економіки забезпечити чітко діючий механізм переміщення потоків грошових ресурсів від населення, яке в основному здійснює заощадження, до інвестицій, що реалізуються підприємствами, здатний лише чітко функціонуючий фінансовий ринок. Його можна схематично зобразити так:



Жодна з складових фінансового ринку не може бути самостійним інструментом ринкової економіки, тому що вони взаємозв'язані і взаємопереплітаються. Але й мають свою специфіку. Держава мусить добре врахувати цю специфіку і використати такі механізми регулювання кожного з цих інститутів: банківського ринку, ринку цінних паперів і страхового ринку для покращання економічного стану всіх суб'єктів господарського життя і піднесення ефективності суспільного виробництва. І хоча фінансовий ринок в Україні лише зароджується, його головні діючі елементи вже працюють. Зокрема, склалася національна банківська система, розпочалася робота первинного ринку цінних паперів, започатковано страховий ринок, що невпинно набирає сили. Основними суб'єктами фінансового ринку є емітенти, інвестори та фінансові посередники.

Розвинений фінансовий ринок складається з різноманітних каналів, які можна узагальнити у формі двох груп: а) канали прямого фінансування, за якими кошти пересуваються безпосередньо від власників заощаджень до позичальників шляхом продажу акцій, облігацій та інших цінних паперів; б) канали непрямого фінансування, за якими потоки грошових коштів від власника заощаджень до позичальника спрямовуються через фінансових посередників (банки, страхові компанії та інші позичково-заощаджувальні заклади). Завданням фінансових посередників є спрямування заощаджених коштів від тих, заробляє більше, ніж тратить, до тих, хто тратить більше, ніж заробляє. У цьому процесі найважливіші функції виконують банки, тому що вони цілеспрямовано регулюють потоки грошових коштів від власників заощаджень до інвесторів.

Фінансова система України має досить складну й багаторівневу структуру. Складовими трирівневої системи фінансів є: фінанси первинних структурних ланок економіки, тобто фінанси підприємств і організацій; державні фінанси; фінанси населення. Графічно дану схему можна зобразити так:

Вказані у даній схемі складові ланки фінансової системи при подальшому розгляді включають фінанси галузей економіки, фінанси державних підприємств, кооперативних, акціонерних, приватних та інших підприємств.

Основними принципами побудови даної трирівневої системи фінансів стали:

а) повна економічна самостійність фінансів підприємств і їхнє відокремлення від державних фінансів;

б) самостійність і відособленість державного бюджету від позабюджетних фондів, у тому числі й фонду соціального страхування, пенсійного та інших;

в) самофінансування усіх господарських суб'єктів;

г) формування незалежної бази місцевих і регіональних бюджетів;

д) право ведення незалежної фінансової політики для всіх суб'єктів господарювання;

е) розробка і реалізація бізнес-планів кожним з учасників фінансово-господарської діяльності. Реалізація цих та інших принципів допомогла б фінансам зайняти належне їм місце у всій економічній системі, обслуговувати оборот і кругообіг фондів, підвищувати ефективність виробництва, продуктивність праці і якість продукції.

Однак фінансова система України ще й нині не звільнилася від таких негативних рис тоталітарної держави, як надцентралізація, однорівнева форма, планування зверху, державний розподіл фінансів і матеріальних ресурсів для вирішення проблем держави, суспільства і підприємств. Шляхом інфляційного падіння життєвого рівня більшості населення воно й нині фактично залишається вилученим із системи фінансів.

Фінанси підприємств

Фінансова система України складається з трьох рівнів: фінансів підприємств і організацій, загальнодержавних фінансів, фінансів населення. Фінанси підприємств і організацій поряд із загальними рисами, властивими фінансам загалом, мають специфічні ознаки, які пов'язані з характером та особливостями відносин розподілу доходів і реалізації продукції, формуванням фонду заміщення спожитих засобів виробництва, валового доходу, створенням та використанням різноманітних фондів грошових коштів, які забезпечують виробничо-господарську діяльність підприємств.

Фінанси підприємств, організацій і галузей народного господарства — це система економічних відносин, яка пов'язана з формуванням і розподілом грошових доходів і нагромаджень, утворенням і використанням фондів грошових коштів, за допомогою яких забезпечуються поточна господарська діяльність, виробничий і соціальний розвиток.

Організація фінансів закладів некомерційної діяльності суттєво різниться. Насамперед вони надають різноманітні послуги соціального характеру, управління, охорони громадського порядку, оборони та ін. Тому тут фінансові відносини складаються навколо таких проблем: а) грошові відносини даної галузі з бюджетом. На їх основі формуються галузеві грошові фонди освіти, охорони здоров'я, культури, мистецтва тощо; б) грошові відно-

сини між галузевими органами управління і підвідомчими їм закладами, а також зовні останніх. Вони супроводжуються використанням галузевих фондів і формуванням грошових фондів цільового призначення (заробітної плати, капітального ремонту та ін.). Всередині організацій і закладів фінансові відносини виникають з нагоди формування й використання фондів заробітної плати і економічного стимулювання, а також перерозподілу грошових коштів цільового призначення; в) грошові відносини між суб'єктами господарювання, в тому числі й пов'язаних із формуванням і використанням позабюджетних фондів, і грошові відносини між споживачами послуг і спонсорами.

Фінанси підприємств і організацій забезпечують формування й використання доходів первинної виробничої структури, регулюють розподільчі відносини на мікроекономічному рівні і формують базову підсистему фінансової системи. Саме на підприємствах створюється валовий національний продукт, що стає об'єктом фінансового розподілу і перерозподілу, формуються грошові доходи й нагромадження, утворюються і використовуються фонди грошових коштів, що допомагають забезпечувати нормальну поточну господарську діяльність, виробничий і соціальний розвиток.

Фінанси підприємств мають такі самі соціально-економічні ознаки, як і фінанси взагалі. Поряд з цим їм притаманні специфічні ознаки, пов'язані з особливостями функціонування фінансів у різних сферах суспільного виробництва. Зокрема, в галузях матеріального виробництва, де виробляють товари, основу організаційної структури складають підприємства і їх об'єднання, що формують такі різноманітні групи фінансових відносин: по-перше, грошові відносини щодо формування первинних доходів і цільових фондів внутрігосподарського призначення — статутного фонду, фонду розвитку виробництва, заохочувальні фонди та ін.; по-друге, відносини між підприємствами, пов'язані з платежами й отриманням штрафів при порушенні договірних зобов'язань, здійсненням пайових внесків членами різних об'єднань, їх участь у розподілі прибутку від кооперації виробничих процесів, інвестування коштів у акції та облігації інших підприємств, отримання з них дивідендів і процентів; по-третє, відносини страхування, отримання банківських позичок і їх погашення, сплати процентів за них, а також надання банками у тимчасове користування вільних грошових коштів за певну плату; по-четверте,

відносини з державою у зв'язку з утворенням і використанням бюджетних і позабюджетних фондів; по-п'яте, відносини підприємств з вищими управлінськими структурами галузі, що передбачають платежі до різноманітних внутрігалузевих фінансових ресурсів.

Множинність форм фінансових відносин підприємств сфери матеріального виробництва розширюється наявністю різних форм власності, дією природнокліматичних факторів з галузевими особливостями, їхньою матеріальною основою виступають виробничі фонди, що обслуговують кругообороті і оборот виробничих фондів і забезпечують неперервність даного процесу. Специфіка фінансів підприємств пов'язана також із особливостями й характером відносин розподілу виручки і реалізації продукції, особливостей формування фонду заміщення спожитих засобів виробництва і валового доходу.

Головною умовою комерційного розрахунку є отримання прибутку і достатньої рентабельності для самофінансування. Якщо фінансово-господарська діяльність не забезпечує цього, то даному суб'єкту господарського життя загрожує банкрутство. Тому найхарактернішими рисами фінансів підприємств, що діють на основі принципів комерційного розрахунку, є:

по-перше, справжня фінансова незалежність. Підприємства самостійно розподіляють отриману виручку, формують і використовують на свій розсуд фонди виробничого і споживацького призначення. Та це не означає, що підприємство не має ніяких обов'язків і обмежень. Вони є і навіть більш вагомі, ніж були раніше. Але нині ці права та обов'язки оформлені в систему чинного законодавства, виконання положень якого є обов'язком для всіх;

по-друге, фінансові відносини підприємств, що діють на засадах комерційного розрахунку, вільні від дріб'язкової опіки держави. Вона може лише за допомогою економічних важелів регулювати фінансово-господарську діяльність, тобто держава проводить відповідну податкову політику амортизації, експортно-імпортну, валютну тощо. Проте ні держава, ні її органи не можуть перерозподіляти фінансові кошти між підприємствами;

по-третє, суб'єкти фінансових відносин несуть реальну економічну відповідальність за фактичні результати своєї діяльності, своєчасне виконання зобов'язань перед постачальниками, державою, споживачами, банками та ін. Відповідають власним майном, штрафами, фінансовими санкціями. І не можуть розраховувати на

покриття своїх збитків коштом державного бюджету чи інших підприємств. Граничною межею відповідальності є ... банкрутство;

по-четверте, у підприємств на засадах комерційного розрахунку складаються різноманітні взаємозв'язки з банками, страховими компаніями, державою. Вони спрямовані на зміцнення комерційних засад, на рівноправні партнерські стосунки, що вигідні усім її учасникам. Кожен суб'єкт комерційного розрахунку чітко усвідомлює, що ніхто й нічого безплатно не дає. Пільги, якщо й надаються, мають досить обмежений характер. Завдяки комерційному розрахунку на підприємствах формуються нові організаційно-правові відносини, впровадження яких здатне піднести ефективність виробництва на 25-30%.

Для досягнення розширеного відтворення і високої результативності фінансово-господарської діяльності та фінансової стабільності підприємства на засадах комерційного розрахунку здійснюють виважене й продумане планування, яке базується на всесторонньому врахуванні тенденцій ринкової кон'юнктури, маркетингу і соціальної орієнтації виробництва. Головна мета плану — досягнення високої ефективності виробничо-збутової діяльності шляхом урахування реальних можливостей перетворення як власних, так і залучених коштів у продуктивний капітал. При цьому чітко й точно прораховується лише той період часу, у якому надійно визначено виробничо-збутову поведінку підприємства. А довготривалі процеси прогнозуються з урахуванням вірогідності різних сценаріїв і варіантів рішень. Поряд із старою базою розрахунків все ширше застосовуються економічно-математичні методи і моделювання.

Фінансово-економічні процеси в межах одного року відображаються у балансі доходів і видатків. Це найважливіший документ підприємства у його стосунках з партнерами, банками, податковою інспекцією, місцевою владою, аудиторами тощо. Складання балансу доходів і видатків підприємства здійснюється на основі аналізу і врахування рівнів віддачі затрат і строків їх окупності, збалансування ризиків і забезпечення ліквідності, врахування динаміки інфляційного процесу тощо. Вся сукупність проблем збалансування доходів і видатків групується у такі чотири розділи балансу підприємства: по-перше, доходи і надходження коштів; по-друге, видатки і відрахування коштів; по-третє, кредитні взаємовідносини з банківськими закладами; по-четверте,

взаємовідносини підприємства з бюджетом і позабюджетними фондами.

Специфіка організації фінансів підприємств значною мірою залежить від форми господарювання. Так, за орендної системи фінансові відносини складаються на основі договору, в якому зафіксовано розмір орендної плати. Вона включає амортизаційні відрахування на повне відновлення основних фондів, обов'язкові платежі в бюджет, відрахування на розвиток виробництва, науки й техніки. *Якщо* при промислових підприємствах створено кооперативи, то в них формування доходів здійснюється відповідно до Закону про кооперацію та статуту кооперативів. Усі інші відносини з підприємствами вони регулюють на основі укладених договорів. У бюджет кооперативи платять податок з прибутку, ставки якого диференціюються залежно від виду кооперації та вкладу у задоволення потреб населення, умов матеріально-технічного постачання, ціноутворення тощо.

Промислові підприємства також самостійно вступають у договірні стосунки з іноземними партнерами й формують спільні підприємства. Договором визначаються такі принципові питання, як право власності у спільному підприємстві, формування й використання резервного та інших фондів, сплата податку з прибутку, а також умови обкладання податком тієї частини прибутку, яку іноземний учасник хоче перевести за кордон.

Перспективи розвитку фінансів підприємств органічно пов'язані з роздержавленням та приватизацією. Принцип тут один: взяти все, що можна, у державних бюрократичних структурах і віддати людям, а вони, включившись у вільне підприємництво й конкурентну боротьбу, знайдуть найефективніші способи функціонування підприємств на благо всього суспільства.

Отже, фінансова політика України, спрямована на збалансування державного бюджету і здійснення структурних змін, має сприяти збільшенню доходів товаровиробників усіх форм господарювання, стимулювати вільне підприємництво та зростання маси прибутку.

Загальнодержавні ***фінанси***

Фінанси держави — це система грошових фондів, які має держава і які спрямовуються на фінансове забезпечення її функцій: управління, оборону, соціальні гарантії, охорону навколишнього

середовища тощо. Державні фінанси включають у себе механізм мобілізації ресурсів та їхнє зосередження в розпорядженні держави, тому як барометр відображають загальний стан економіки. Водночас вони слугують потужним важелем впливу на економіку та темпи її розвитку.

Державний бюджет — система грошових відносин, яка виникає між державою, з одного боку, і підприємствами, організаціями та населенням, з іншого, з метою формування та використання централізованого фонду грошових ресурсів для задоволення суспільних потреб. Іншими словами, це — щорічний баланс надходжень і видатків, який розробляють державні органи для активного впливу на економічний процес та підвищення його ефективності.

Як вираз сукупності фінансових відносин і форм утворення, розподілу та використання централізованих фондів грошових коштів бюджетна система України включає в себе бюджет Автономної Республіки Крим та місцеві бюджети: обласні, районні, міські, селищні та сільські. Всі вони мають дві частини: доходи й видатки. Формування доходів здійснюється за допомогою грошових відносин, які пов'язані з розподілом та перерозподілом частини вартості сукупного суспільного продукту.

Промислові підприємства також самостійно вступають у договірні стосунки з іноземними партнерами й формують спільні підприємства. Договором визначаються такі принципові питання, як право власності у спільному підприємстві, формування й використання резервного та інших фондів, сплата податку з прибутку, а також умови обкладання податком тієї частини прибутку, яку іноземний учасник хоче перевести за кордон.

Окремою ланкою державних фінансів виступають позабюджетні фонди, які організаційно відокремлені від державного бюджету і мають певну самостійність. Водночас стосовно загального керівництва вони управляються виконавчою і законодавчою владами та місцевими органами. Провідними позабюджетними фондами є: фонд Чорнобиля, фонд соціального страхування, пенсійний фонд, фонд зайнятості населення. Нині формується багато нових позабюджетних фондів такого цільового призначення, як інноваційний, природоохоронний, фонди регіонального розвитку тощо.

Позабюджетні фонди формуються за рахунок спеціальних цільових відрахувань та інших джерел. Це можуть бути також доб-

ровільні внески й пожертвування фізичних і юридичних осіб, доходи від позик і грошово-речових лотерей. Зосереджені у цих фондах кошти гарантовано використовуються за своїм призначенням. Цього не може забезпечити державний бюджет, де кошти, що надходять, знеособлюються й перерозподіляються, особливо за умов економічної і фінансової нестабільності, лише на покриття найзагальніших потреб. Автономний статус позабюджетних фондів, навпаки, дає змогу гарантовано й своєчасно фінансувати, скажімо, соціальні заходи. Ці фонди значно менше регламентовані, ніж кошти бюджету, менше контролюються органами влади, а зміни у напрямах їх використання не потребують законодавчого оформлення, що дає можливість оперативніше використовувати позабюджетні кошти. Проте таке функціонування позабюджетних фондів досить часто спричинює низьку ефективність їх використання. Водночас їх численність призводить до нагнітання такого податкового пресу, що підриває сам сенс виробничо-господарської діяльності.

Кожен бюджет має свої власні джерела доходів. Зокрема, джерелами доходів державного бюджету є: *податок з обігу; податок на прибуток підприємств, об'єднань і організацій; податок на добавлену вартість; акцизні збори; доходи від зовнішньоекономічної діяльності; надходження від реалізації грошово-речовдї лотерії* та ін., які дають змогу забезпечувати перевищення надходжень державного бюджету України над видатками і цим здійснювати політику стабілізації економіки та фінансів.

Державні видатки — це сукупність грошових відносин, які складаються в процесі розподілу і використання централізованих і децентралізованих фондів грошових ресурсів для фінансування основних витрат суспільства. Основними принципами організації державних видатків є: плановість, цілеспрямованість, ефективність використання коштів, безповоротність витрат виділених коштів і дотримання економії.

Специфічну складову частину державних фінансів становлять відносини державного кредиту. Ці відносини пов'язані з мобілізацією тимчасово вільних грошових коштів підприємств, організацій і населення і їх передачею у тимчасове користування органам державної влади для фінансування державних видатків. Дане залучення здійснюється на фінансовому ринку шляхом емісії облігацій, казначейських зобов'язань та інших видів державних паперів. Фінансовий ринок, крім цього, відіграє коорди-

нуючу роль у регулюванні ринкових відносин, допомагає перерозподілити ресурси у галузевому й територіальному розрізах.

Основними формами державного кредиту є державні позики й казначейські зобов'язання. Вони дають змогу у стислі строки мобілізувати кошти і цивілізованим способом покривати фінансові потреби економічного й соціального розвитку, бюджетний дефіцит, сприяти розв'язанню проблем грошового обігу та інфляції. Останнє стає можливим тому, що такий відплив грошової маси зменшує її тиск на споживацький ринок. Отже, вміле використання засобів державного кредиту здатне прискорити економічну і фінансову стабілізацію і є одним із важливих способів формування системи державних фінансів.

Структура бюджету країни характеризується не тільки складом доходів і видатків, а й будовою бюджетної системи, яка включає в себе всю сукупність бюджетів, що створюються в державі. В основу бюджетної системи кожної країни кладеться її адміністративно-територіальний поділ. Саме він визначає вертикальну структуру державних органів влади і структуру відповідних фондів, що становлять фінансову базу їх функціонування. Сам характер взаємовідносин між бюджетами різних рівнів може будуватися на основі єдності, коли вся сукупність бюджетів становить єдине ціле і за доходами, й за видатками, і на основі автономії бюджетів, яка передбачає, що кожний бюджет має свою доходну базу і свої видатки. Бюджетний процес в умовах автономності регулюється на місцях лише законодавчими актами. Місцевим органам надаються широкі права у встановленні місцевих податків, у визначенні статей видатків. Перші кроки до автономізації місцевих бюджетів зробила й Україна.

Місцеві бюджети України (понад 5,5 тис.) слугують фінансовим підґрунтям місцевих органів влади. Найхарактернішими їх рисами стали самостійність, самофінансування, незалежність від вищого рівня органів управління. Це означає, що кожен місцевий бюджет мусить дбати про свою економічну базу, підтримувати вільне підприємництво, ініціативу, розбудовувати інфраструктуру свого регіону тощо. Основними статтями видатків місцевих бюджетів стали витрати на охорону здоров'я, освіту, житлово-комунальне господарство й побутове обслуговування.

Нині всі ланки бюджетної системи мають необхідні, закріплені за ними доходи для збалансування надходжень і видатків.

Водночас за певних умов для збалансування бюджетів можуть використовуватися дотації, субсидії й субвенції. *Дотації* надаються нижчому місцевому бюджету як допомога на певну суму годі, коли він не може скоротити власні видатки. Дотації не мають строго цільового призначення, тому їх отримувач на власний розсуд витрачає одержані кошти.

Субсидії видаються на фінансування конкретних закладів чи заходів, тобто мають цільове призначення і видаються на збалансування поточного бюджету. *Субвенції* також мають строго цільовий характер, видаються переважно на цілі розвитку і на основі пайової участі у фінансуванні передбачених витрат.

Розпочатий процес реформування бюджетної системи здатний привести до такого стану місцеві бюджети, що вони почнуть відігравати провідну роль у реформуванні всієї економіки України і піднесенні добробуту населення. Звичайно, це не принижує ролі Центру, за яким залишаються розробка й реалізація основоположних концепцій реформ. Україні потрібна така система мобілізації фінансових ресурсів, за якою податкові платежі і збори мали б цільовий характер, встановлювали рівні умови для всіх суб'єктів господарювання, чітко поділяли податки на загальнодержавні й місцеві. Місцеві податки мають становити автономну частину податкової системи. Їх сплачувати мусять підприємства, організації й громадяни даної території, а об'єктами оподаткування виступати доходи й ресурси.

Фінанси населення

Фінанси населення — це грошові фонди, які утворюються у жителів країни з надходжень, отриманих від трудової, господарської та іншої діяльності і які спрямовуються на примноження їх власності та підвищення добробуту. Вони виражають сукупність грошових відносин, що виникають навколо акумуляції й використання заощаджень, страхових та пенсійних фондів для потреб нагромадження й розвитку соціальної інфраструктури.

Держава, застосовуючи такі мобілізаційні механізми, як податкова система, страхування, пенсійні відрахування, митні, рентні та інші платежі, формує ресурси для державних фінансів, за рахунок яких можливими стають відповідні перегрупування ресурсів, стимулювання структурних зрушень в економіці і формування нових галузей. Іншу частину коштів населення утворюють добровільні

внески и пожертвування до грошових ресурсів громадських організацій і політичних партій, спеціальних цільових фондів і коштів благодійних організацій, що використовуються для надання різноманітних соціальних послуг. Основними принципами утворення й використання фінансів населення є добровільність, громадська спрямованість, здебільшого некомерційний характер руху, самоокупність і самофінансування. У складі фінансів деяких громадських організацій можуть бути й доходи від господарської діяльності і проведення платних заходів, спеціальні грошові відрахування з прибутку підприємств і навіть асигнування з державного бюджету (добровільні спортивні товариства).

Конкретні види видатків визначаються характером діяльності: у спортивних товариствах кошти спрямовуються на утримання спортивних споруд та оплату праці відповідного персоналу, у культурно-освітніх організаціях — на оплату праці лекторів та утримання приміщень, у товаристві «Червоного хреста» — на санітарно-освітиі заходи, надання допомоги населенню тощо.

Особливу форму організації фінансів на добровільних засадах становлять спеціальні цільові й добровільні фонди. Спеціальні цільові фонди — це добровільні об'єднання грошових коштів різноманітних суб'єктів господарського життя і населення для здійснення конкретних програм і цілей економічного розвитку й вирішення соціальних проблем. *Як* правило, переважають у цих фондах надходження від спонсорів, а видатки не мають на меті отримання прибутків. Серед благодійних фондів активною діяльністю вирізняються «Діти Чорнобиля», фонд «Відродження» та ін. Тому державні фінанси тісно взаємодіють з фінансами населення, а вони, в свою чергу, — з фінансами підприємств. Адже основну масу доходів населення отримує на підприємствах як оплату праці, дивіденди, відсотки за пайові внески тощо.

Нині фінанси населення вилучено з державного бюджету й утворено самостійні спеціалізовані резервні фонди, які ще називаються страховими фондами.

Страхові фонди створюються також у колгоспах, кооперативах, на підприємствах. Розпочинають діяльність, крім державних страхових органів, акціонерні, змішані (з участю іноземних фірм) страхувальні заклади. Не створюючи нових благ, система страхування сприяє подоланню інколи критичних ситуацій кожним господарським суб'єктом і тим самим стабілізує економіку в цілому.

Нагромаджені через страхові платежі кошти використовуються насамперед для надання кредитів, купівлі акцій та облігацій підприємств, нерухомості тощо. Отже, формуючи систему страхування як один з найважливіших елементів ринкової інфраструктури, Україна започаткувала ринкові відносини в страхуванні, які цілком виключають використання мобілізованих коштів населення для потреб державного бюджету.

Виокремлення страхування в самостійний елемент системи грошових відносин створює сприятливі умови для розвитку страхових послуг, а через них забезпечуватиме сприятливі умови для впевненої і спокійної роботи підприємців, розширення ними господарського обороту, виступає надійним гарантом банківської позики та ефективної інвестиційної діяльності.

Важливою є роль страхування в соціальній сфері. Соціальне страхування —це сукупність відносин, яка пов'язана з формуванням і витратами фондів грошових коштів для матеріального забезпечення непрацездатних. Суб'єктами соціального страхування є держава, підприємства та організації, профспілки й громадяни. Для соціального страхування властиві такі принципи: загальність забезпечення громадян соціальним страхуванням за рахунок насамперед коштів підприємств, організацій і держави; оптимальність поєднання інтересів особи, трудового колективу і суспільства при використанні страхових коштів; управління соціальним страхуванням через організації трудящих. Соціальне страхування формує грошові фонди для утримання непрацездатних, матеріального забезпечення у старості, на випадок хвороби, втрати працездатності чи її відсутності від народження, втрати годувальника, безробіття. Основними формами надання соціальної допомоги є виплати, фінансування послуг і надання пільг.

За умов майнового розшарування державна система страхування забезпечить дешеве обов'язкове страхування, щоб захищати інтереси малозабезпечених прошарків населення, а комерційні страхові компанії надаватимуть різноманітні послуги середнім і високодоходним верствам, а також фінансово стійким фірмам. Таке поєднання обов'язкового й добровільного страхування всіх суб'єктів економіки створить достатні передумови для акумулювання розпорошених коштів населення і спрямування їх на подолання економічної кризи, а далі й на забезпечення економічного зростання.

§ 2. КРЕДИТНА СИСТЕМА ТА КРЕДИТНІ ГРОШІ

Сутькредиту

У результаті реалізації вартості грошові кошти розподіляються й перерозподіляються між учасниками виробництва здебільшого не відповідно до реальної потреби в них. При цьому в одних з них виникають тимчасово вільні кошти, в інших — вільні матеріальні ресурси, а в третіх — нагальна потреба в цих ресурсах за відсутності грошей для їх купівлі. Щоб штучно не стримувався процес виробництва чи споживання, функціонують економічні відносини кредиту.

Кредит — система економічних відносин, за допомогою якої мобілізуються тимчасово вільні кошти і здійснюється їхнє спрямування на потреби розширеного відтворення. Кредит (лат. creditum — позичка, борг) походить від «credo» — вірю, довіряю, а пізніше стало означати позичку під довіру. З економічної точки зору поняття кредиту означає одну з найскладніших економічних категорій, пов'язану з передачею вартості у вигляді певної суми матеріальних ресурсів, готових виробів чи грошових коштів однієї юридичної чи фізичної особи у тимчасове користування на відповідно обумовлених засадах іншою. Це стало можливим тому, що капітал (К) має властивість розподілятися так:

$$К — \begin{cases} \text{капітал – власність ~ кредитор} \\ \text{капітал – функція – позичальник} \end{cases}$$

Становлення відносин кредиту тісно пов'язані з розвитком товарно-грошових відносин і налічує вже багато тисячоліть. Історично першою формою кредиту був лихварський кредит. Він надавався лихварями усім бажаючим на вкрай невигідних умовах під надвисокі проценти і не пов'язаний з процесом суспільного відтворення. Лише в умовах розвитку товарного виробництва кредит став формою руху позичкового капіталу і отримав безпосередній зв'язок з потребами забезпечення неперервності процесу відтворення. Умовно це можна зобразити у вигляді руху вартості:

$$Г – Г – Т' \begin{matrix} з.в. \\ / \\ \backslash \\ р.с. \end{matrix} \dots В \dots Т' – Г.$$

Проте рух вартості у кожного окремого товаровиробника пов'язаний з нерівномірністю видатків і надходжень. Відпливи і припливи коштів у кругообороті капіталів систематично породжують ситуацію, за якої у одних товаровиробників тимчасово вивільняються кошти, а в інших з'являються тимчасово зрослі потреби у них. Тому об'єктивними причинами, що зумовлюють необхідність кредиту, стали: особливості співвідношення між часом виробництва і періодом обороту продукції, величини робочого часу, характер виробленої продукції і споживаної сировини, сезонність виробництва, рівень цін і їх рух тощо.

Саме припливи і відпливи оборотних коштів зумовлюють відхилення фактичної потреби в них від норми і визначають мінімальні розміри власних грошових ресурсів сучасних підприємств і необхідність залучення додаткових, кредитних ресурсів. Щоб можливість виникнення кредитних відносин була реалізована, необхідні такі економічно-правові умови: по-перше, тимчасове використання у борг чужої власності вимагає наявності матеріальної відповідальності учасників кредитних угод і виконання взятих на себе зобов'язань. Це можливо за умов економічної відособленості господарських суб'єктів як власників, що володіють правом юридичної самостійності і функціонують на основі комерційного розрахунку.

По-друге, обов'язковою умовою виникнення кредиту є збіг економічних інтересів кредитора і позичальника. Кредитор однаково має бути зацікавленим у наданні позики, як позичальник — у її отриманні. Оскільки такий збіг інтересів автоматично не досягається, то вирішальним є узгодження конкретних параметрів позички. Зокрема, її забезпечення, строки кредитування, величини процентів тощо переважно визначаються кредитним договором.

Як найрозвиненіша форма товарно-грошових відносин кредит має складну структуру. На поверхні економічних інтересів він виступає як передача в тимчасове користування матеріальних вартостей у грошовій чи товарній формі. Але як економічна категорія кредит становить сукупність певних економічних відносин, відособлення яких відбувається на власній основі особливостей суб'єктів і об'єктів. З одного боку, кредит можна охарактеризувати як відносини між кредитором і боржником з метою повернення позиченої вартості. При цьому виникнення кредитора й

позичальника зумовлене не самим фактом незбігання в часі відвантаження товару і його оплати, а угодою про відстрочку платежу, тобто укладанням кредитної угоди.

Кредитор — суб'єкт кредитного відношення, що надає вартість у тимчасове користування. Джерелом коштів для надання позичок можуть бути як власні кошти кредитора, так позичені.

Позичальник — суб'єкт кредитного відношення, який отримує позичку. Позичальниками можуть бути юридичні фізичні особи, що тимчасово потребують додаткових коштів. Водночас претендент на отримання позички має подати економічні і юридичні гарантії повернення позичених коштів після збігу строку кредиту. Такими гарантіями можуть бути: надання застави, зобов'язання гаранта (як правило, банку) погасити борг у випадку неплатоспроможності позичальника тощо.

Об'єктом кредитної угоди виступає позичена вартість. Її відособлення як особливої категорії вартості пов'язане насамперед із характером її руху: від кредитора до боржника, а потім від позичальника до кредитора. Необхідність повернення позиченої вартості позичальником зумовлена збереженням прав власності на неї кредитора. А забезпечується воно поверненням після використання позиченої вартості в господарстві позичальника. Саме поворотний характер позиченої вартості передбачає її збереження на всіх стадіях цього руху. Це означає, що боржник після використання позички у своєму відтворювальному процесі повинен повернути кредитору вартість, що є рівноцінною отриманій у кредит.

Реалізація вимог законів ринку у кредитних відносинах забезпечується шляхом встановлення і дотримання принципів кредитування усіма їх учасниками. Провідними серед них є взаємна довіра, добровільність, рівноправність учасників кредитного договору, повага прав і обов'язків сторін, взаємовигода та економічна доцільність. Такі принципи кредитування, як строковість, повороткість, платність, забезпеченість позики, кредитоспроможність позичальника, рівноправність сторін у кредитних відносинах, розраховані на забезпечення господарської самостійності та матеріальної відповідальності за результати діяльності, на партнерський, взаємовигідний характер відносин кредитора й позичальника.

Кредит як економічна категорія пов'язаний з іншими вартісними категоріями. Тому його принципи також і загальноекономічні.

З цієї точки зору йому притаманні такі принципи, як: а) економічність, тобто досягнення найбільшої ефективності використання позички при найменших кредитних вкладеннях; б) комплексність, яка означає проведення такої кредитної політики, що найкраще враховує закономірності розвитку економіки у визначений час; в) диференційованість — різний, здебільшого навіть індивідуальний, підхід до кредитування кожної з категорій позичальників.

Рушійним мотивом кредитування є одержання додаткового доходу (прибутку) кожним суб'єктом кредитних відносин: кредитор одержує його у вигляді процента на позичені кошти, а позичальник — у вигляді прибутку на позичені кошти, використані в підприємницькій діяльності чи на розширення свого особистого споживання. Саме завдяки цьому кредит здійснює важливий стимулюючий вплив на поведінку економічних суб'єктів. Стимулюючий вплив кредиту на поведінку боржника здійснюється також через поворотність боргу. Оскільки боржник зобов'язаний повертати позичені кошти у встановлений строк і з оплатою процента, то це змушує його так використати їх, щоб у потрібний час вони вивільнилися з обороту й принесли дохід, достатній для сплати процентів і одержання прибутку, не нижче від середнього рівня. Тобто боржник повинен використати їх обачно та ефективно. В іншому випадку боржник матиме великі збитки, може втратити свій підприємницький авторитет чи навіть збанкрутувати.

Кредит — найдавніший і найприродніший спосіб подолати тимчасові труднощі у коштах. Суть кредиту та його характерні риси розкривають його функції. Залежно від вибраної методології аналізу й потреби розрізняють дві функції:

1) перерозподільчу функцію і
2) функцію заміщення готівкових грошей кредитними операціями.

Перерозподільча функція кредиту полягає в прямому задоволенні тимчасових потреб у засобах одних юридичних і фізичних осіб за рахунок тимчасово вільних ресурсів інших. Щоправда, при комерційнім кредиті попереднього вивільнення ресурсів немає. Кредит у даному випадку надається тільки за умови наявності у кредитора вільних коштів, а при їх відсутності — можливості їх позичити на засадах повороткості. Це дає змогу: а) перерозподілом коштів охопити практично всі тимчасово вільні кошти суспільного господарства; б) забезпечити значно більшу доступність кредиту порівняно з іншими джерелами, скажімо, з бю-

джетними ресурсами; в) задовольнити тільки тимчасові потреби в додаткових коштах; г) перерозподілити і грошові, й матеріальні ресурси.

Функція заміщення наявних грошей кредитними операціями пов'язана із специфікою сучасної організації грошового обороту, коли основна частина розрахунків і надання кредиту здійснюється за допомогою банків. Вкладаючи і зберігаючи гроші в банку, клієнт не тільки сам вступає у кредитні відносини з ним, а й створює умови для заміни готівкових грошей кредитними операціями у вигляді записів на банківських рахунках. Безготівкові розрахунки також є кредитними операціями, тому що строки відвантаження продукції і її оплата, як правило, не збігаються. Залежно від того, що випереджає у часі — отримання товарів чи грошей, або постачальник кредитує одержувача, або одержувач — постачальника.

У практичній організації кредитних відносин вирізняються кілька форм і видів кредиту. Залежно від форми коштів, у якій вони надаються, розрізняють *товарну* форму кредиту (комерційний кредит) і *грошову*. У ринковій економіці переважають грошові кредити, тому що вони адекватні характеру товарно-грошових відносин. Обидві форми кредиту застосовуються всередині країни та в зносинах з іншими країнами; тому кредит буває *національним (внутрідержавним)* і *міжнародним*. Національний кредит набуває таких форм: банківського, державного, комерційного, споживацького, клірингового й поточного кредитів.

Найпоширенішим різновидом кредиту є комерційний кредит. Це такий кредит, який за взаємною домовленістю надається одним підприємством іншому через поставку товарів з відстрочкою платежу. Основними умовами отримання платежу є його цільовий характер, поворотність у певний строк, забезпеченість позики матеріальними ресурсами й платність.

Банківська система України

Вся сукупність кредитних відносин разом з формами та методами кредитування, фінансовими та комерційними установами, що обслуговують їх, становить кредитну систему. *Головною ланкою кредитної системи є банки,* які одночасно виступають і покупцями, і продавцями грошових коштів. При цьому акції банків щодо залучення грошових коштів являють собою *пасивні операції,* а продаж та інвестування — *активні*.

Активні операції банків здійснюються за принципами строковості, цільового характеру, забезпеченості та платності кредиту, а пасивні — це грошові кошти, передані в банк їхніми власниками для зберігання на визначених умовах. Сучасна кредитна система включає, скажімо, в Україні державні кредитні та кредитно-фінансові установи, кооперативні, акціонерні кредитні товариства. Вже розпочинають фінансово-кредитну діяльність фінансово-виробничі об'єднання, консорціуми, а також іноземні банки та фізичні особи.

Світовий досвід показує, що найефективніше себе зарекомендувала така банківська система, яка складається з дворівневих частин: на вищому рівні — центральний, або національний, банк, який наділяється монопольним правом випуску грошей в обіг і контролю за станом грошового обігу, та розгалужена система комерційних спеціалізованих банків. Може бути й інша структура, наприклад, у США функцію центрального банку виконує Федеральна резервна система, яка складається з Ради керуючих і 12 федеральних банків. Останні, щоб здійснювати контроль за всією грошовою масою і не допускати інфляції, пов'язані жорсткими угодами й підкоряються наказам лише Ради керуючих. Водночас ці 12 резервних банків виконують функції центральних банків для окремих територій, на яких вони розміщені.

Досвід функціонування Федеральної резервної системи є корисним для докорінної реформи банківської системи. Адже національні банки тепер незалежних держав також могли б утворити міжбанківський союз, на базі якого забезпечувати виконання міждержавних розрахунків, встановлювати параметри регульованої грошової маси, замінивши, таким чином, єдиний центральний банк.

В основу функціонування резервної системи покладено принцип жорсткої грошової політики: чим менше грошей в обігу, тим краще для суспільства. Саме резервна система здатна ефективно забезпечити стабільність купівельної сили грошової одиниці, дотримання платіжної дисципліни, стабільність фінансово-банківської системи й довіру до неї. Тому перед резервною системою, яку формує Україна, стоять завдання мобілізації резервів і нагромаджень, утримання й використання грошових ресурсів, забезпечення стабільності та життєздатності фінансово-кредитних установ та ринків.

Банківська система України будується на дворівневій основі: Національний банк України — вищий рівень, всі інші банки й кредитні установи інших типів — нижчий рівень.

Національний банк України як емісійний центр став провідним фінансовим інститутом. Стосовно інших банків він виступає банком банків, кредитором і регулятором кредитної системи, стає автономним органом управління грошово-кредитною системою. На щорічних сесіях Верховної Ради України Національному банку затверджуються лише основи єдиної державної грошово-кредитної політики, максимальні межі грошової маси в обігу, основні напрями відсоткової та валютної політики та методи її регулювання.

Звільняючись від операцій з клієнтами, Національний банк взаємодіє з усією системою комерційних банків. Він встановлює відповідні рівні їхніх обов'язкових резервів, якщо необхідно, кредитує комерційні банки резервними засобами, здійснює операції на ринку цінних паперів. Поряд з правами застосування санкцій, контролю за дотриманням комерційними банками законодавства Національний банк надає їм кредити, купує (продає) векселі і чеки, державні цінні папери, іноземну валюту, забезпечує зберігання резервних фондів грошових знаків, дорогоцінних металів і золотих запасів. Він представляє інтереси України у відносинах з центральними банками інших країн. Проте головним у діяльності Національного банку стане досягнення таких стратегічних завдань:

по-перше, забезпечення стабільного, безінфляційного, збалансованого розвитку української економіки;

по-друге, проведення єдиної державної політики в грошовому обігу, кредитуванні, організації міжбанківських розрахунків, координації діяльності банківської системи в цілому;

по-третє, визначення курсу гривні відносно до валют інших країн;

по-четверте, реалізація монопольного права випуску грошей в обіг.

До складу Національного банку входять:

1) державна Скарбниця України, її функцією є зберігання резервних фондів національних грошових знаків, нагромадження золотого запасу, коштовностей та валютних запасів;

2) валютна біржа, де купують і продають за вільними ринковими цінами іноземну валюту;

3) Зовнішньоекономічний банк, через який встановлюються прямі кореспондентські зв'язки з іноземними банками;

4) розгалужена мережа управлінь, регіональних відділень, розрахунково-касових центрів, які й складають «кістяк» резервної системи.

Другу, умовно нижчу частину фінансово-кредитної системи становить розгалужена *система комерційних банків* та їхніх відділень, які своєю діяльністю доходять до будь-якого товаровиробника і здійснюють усі кредитні операції. Тому комерційні банки виконують функції акумулювання тимчасово вільних коштів і надання їх у строкове користування всім бажаючим. Вони працюють на принципах комерційного розрахунку, тобто їх функціонування передбачає пошук найефективніших операцій, прибутковість, незалежність від органів державної влади у прийнятті рішень щодо поточної банківської діяльності.

Комерційні банки створюють асоціації, спілки, інші об'єднання для вдосконалення власної діяльності та захисту Своїх інтересів. Правовим документом, що дозволяє комерційну банківську діяльність, є ліцензія Національного банку України. За статутним фондом і способом його формування комерційні банки виступають у вигляді акціонерних товариств і товариств з обмеженою відповідальністю. Їх засновниками можуть бути юридичні й фізичні особи, але частка будь-якого засновника не повинна перевищувати 35% статутного фонду.

Комерційні банки бувають *універсальними* й *спеціалізованими, галузевими* й *регіональними.* Наприклад, комерційні банки універсального типу акумулюють грошові кошти населення, підприємств, організацій, здійснюють грошові розрахунки, розміщують кредитні ресурси, надають традиційні банківські послуги, керують грошово-кредитним обігом. Водночас універсальні банки не претендують на монопольне становище в банківських операціях. Вони в рівних умовах конкурують за вигідніші депозитні ставки, вільний вибір клієнтів. Докорінно змінилися стосунки цих банків з підприємствами. В їх основу покладено партнерство, рівноправність, ступінь ризику та платоспроможність боржника. За допомогою кредиту для боржників такі відносини гарантують широкі можливості швидко нарощувати виробництво й отримувати додатковий прибуток.

Отже, за універсальними банками — майбутнє. Водночас їхня система доповнюватиметься численними спеціалізованими, кре-

дитними, кооперативними, селянськими, інвестиційними, а також іноземними банками. До розгалуженої і демонополізованої системи банків долучатимуться пенсійні фонди, брокерські та лізингові фірми. Цілком доречними в такій системі стануть і державні банки, які фінансуватимуть з державного бюджету України кошти на здійснення загальнонаціональних проектів і програм.

Фінансування капітального будівництва здійснюють довгостроковими кредитами *інвестиційні банки.* Вони також фінансують реновацію основних фондів промислових підприємств, транспорту, зв'язку, а також житлового, комунального й культурно-побутового будівництва. Існує ряд інших спеціалізованих банків.

Експортно-імпортнім банк України, який розпочав свою діяльність з 1 січня 1992 р., отримав повноваження на фінансування й кредитування експортно-імпортних поставок товарів та інших операцій згідно з ліцензією Національного банку України. Незабаром з'являться *Земельний банк з* філіями на місцях, *Іпотечний банк* — для надання довгострокових позик під заставу за нерухоме майно.

Свою сферу діяльності в ринковій економіці матимуть *холдингові компанії,* які, придбавши контрольний пакет акцій підприємств, будуть контролювати їхню діяльність, видавати кредити під заставу торгових та промислових підприємств, організовуватимуть виробництво на підприємствах, котрі за угодою з власниками передані їм для управління.

Серед небанківських кредитно-фінансових установ особливе місце посідають *страхові компанії.* Вони здатні мобілізувати чужі грошові ресурси для вкладення в цінні папери, а також для надання позик. До небанківських фінансових інститутів належить також ломбард, який надає позики для особистого споживання під заставу рухомого майна. Для нього є характерним надто високий відсоток за позику, і не завжди є надія викупити закладені речі.

Таким чином, в Україні формується розгалужена кредитна система, яка ліквідує державну монополію, раціональніше організовує грошовий обіг, а емісію грошей приведе у відповідність з дією законів грошового обігу.

Кредитні гроші

Знаряддям кредиту виступають кредитні гроші. Це — знаки вартості, які виникають і функціонують в обігу на основі креди-

ту. Вони, як і повноцінні гроші, виникли в процесі стихійного розвитку ринкових відносин, коли взаємна довіра суб'єктів ринку досягла такого рівня, що один із суб'єктів наважився передати другому товар чи іншу вартість під зобов'язання заплатити в майбутньому. Сам торговий обіг породив торгові гроші у формі боргової розписки, які стали обертатися як засіб обігу й платежу. Представниками кредитних грошей є вексель, банкнота, чек та інші платіжно-розрахункові документи, пов'язані з оформленням і здійсненням кредитних операцій.

Кредитні гроші мають значні переваги над паперовими. Вони не знецінюються, в обігу перебувають визначений час, скорочують потребу в наявних готівкових грошах, зменшують витрати обігу і прискорюють його. Розширення обігу кредитних грошей робить грошовий обіг значно еластичнішим, гнучкішим і чутливішим до потреб суспільного виробництва.

Виникають кредитні гроші з функції платежу, в обіг випускаються банками і не мають примусового обертання. З одного боку, кредитні гроші забезпечені товарами, золотом, іноземною валютою та іншими активами банків, а з іншого —не мають самостійної вартості. Як і паперові гроші, вони є лише знаками вартості, представниками повноцінних грошей та їх замінниками в процесі обігу. Подібна двоїстість кредитних грошей не допускає ототожнення їх з паперовими. На відміну від останніх вони слугують одночасно і знаками золота, і кредитними документами, які виражають реальні вартісні відносини між кредиторами та боржниками.

Знаряддям комерційного кредиту став *вексель* — письмове боргове зобов'язання строго встановленої форми, яке дає його власнику (векселедержателю) безперечне право після закінчення визначеного строку вимагати з боржника сплати вказаної суми грошей. Характерними рисами вексельного зобов'язання є абсолютність, тобто у векселі не вказується і не пояснюється обставина появи боргового зобов'язання, і безсуперечність, яка означає, що право векселедержателя на отримання платежу в указаний на векселі строк безперечне. У випадку несплати вказаної у векселі суми у відповідний час стягнення грошей з боржника проводиться в примусовому порядку після складання нотаріусом акта про опротестування векселя.

Оскільки комерційний кредит має такі межі, як розміри наявних резервних коштів у товаровиробників, швидкість і регуляр-

ність зворотного притоку грошових засобів, а також обмежений напрям надаються галузями, які виробляють засоби виробництва, галузям, що їх споживають, то вексельний обіг є обмежений. По-перше, він обслуговує оптову торгівлю, тому що в роздрібній торгівлі за товари покупці розраховуються готівкою; по-друге, в оптових операціях суми вексельних вимог і зобов'язань кожного контрагента не збігаються, тому сальдо взаємних вимог і зобов'язань не піддаються гасінню і сплачуються готівкою; по-третє, як боргові зобов'язання окремих осіб векселі обертаються лише серед обмеженого кола функціонерів, котрі впевнені в платоспроможності векселедавців та індосантів. *Індосант* — особа, яка зробила надпис на векселі про передачу права на отримання платежу іншою особою. Водночас він зобов'язаний сплатити за векселем усю суму, якщо векселедавець виявився неплатоспроможним. Сам надпис на векселі називається *індосаментом*.

Векселі можуть бути: прості — вексельне зобов'язання боржника на ім'я кредитора, в якому вказано місце і час видачі боргового зобов'язання, його сума та місце і час платежу; переказні (тратти) — письмовий наказ кредитора боржнику яро сплату визначеної суми грошей третій особі чи пред'явнику векселя. Такий вексель функціонує за принципом: трасант — трасату — реміненту, де *трасант* — особа, що видала переказний вексель, *трасат* — особа, яка зобов'язана здійснити платіж, а *ремінентом* є особа, якій передається право отримання грошей.

Таким чином, комерційний кредит, як і обіг кредитних грошей, які його опосередковують, безпосередньо пов'язаний з товарними операціями, з рухом матеріальних цінностей. Ось чому кредитні гроші випускаються в обіг на строго визначений час і гарантовані від знецінення.

Вказана вище обмеженість вексельного обігу переборюється за допомогою банківського кредиту, знаряддям руху якого виступають *банкноти*. Це — кредитні знаки грошей, які випускаються емісійними банками для заміни грошей як засобу обігу та платежу. Банкноти є безстроковими зобов'язаннями банку і підлягають оплаті в будь-який час. Замінивши в банку приватний вексель на банкноти, їх власник гарантовано отримує кошти боргу, бо банкноти мали до початку XX ст. подвійне забезпечення: кредитне (комерційний вексель) та металеве (золотий запас банку). Після завершення строку, на який видавалися банкноти, вони ре-

гулярно надходили в емісійний банк, що надійно перешкоджало переповненню каналів грошового обігу надлишковою масою банкнот.

Зазначені вище характерні риси банкнот протягом тривалого історичного періоду (до першої світової війни) суттєво відрізняли їх від паперових грошей. Тогочасні банкноти були відмінними, по-перше, за походженням, тому що вони виникли на основі функції грошей як засобу платежу, у зв'язку з розвитком товарообороту й кредиту, а паперові гроші виникли з функції грошей як засобу обігу; по-друге, банкноти й паперові гроші різняться за характером емісії: паперові гроші випускалися в обіг державним казначейством для покриття бюджетного дефіциту, а банкноти — емісійними банками для кредитування обороту; по-третє, якщо випущені в обіг паперові гроші застрявали у канапах обігу, то закономірністю банкнотного обігу був регулярний поворотний приплив до емісійного банку; по-четверте, якщо паперові гроші були нерозмінними на золото, то банкноти розмінювалися на металеві гроші; по-п'яте, відмінними вони були і за рівнем стабільності. Випуск паперових грошей для покриття фінансових потреб держави без узгодження з потребами товарообороту в засобах обігу й платежу та відсутність їх розміну на золото зумовили інфляційний характер паперогрошової емісії. І навпаки, кредитний характер банкнотної емісії і вільний розмін на металеві гроші забезпечували відповідність банкнотного обігу потребам у грошах і робили банкноти стабільними й непіддатними знеціненню.

Закон обігу розмінних банкнот полягає в тому, що кількість банкнот в обігу дорівнює кількості золота, необхідного для даного товарообігу, а кожна банкнота є представником позначеної на ній кількості золота. При цьому золотий запас банку виконував трояку роль: по-перше, він слугував запасним фондом світових грошей, тобто резервом, з якого країна поправляла пасивне сальдо свого платіжного балансу; по-друге, запасним фондом для внутрішнього металевого обігу, звідки золото надходило в канали обігу, якщо зростала потреба товарообороту в золотих монетах; по-третє, запасним фондом, який забезпечував розмін банкнот і повернення вкладів емісійного банку.

Оскільки нині золото не використовується в обігу, не існує розміну банкнот, остільки нерозмінні банкноти в сучасному обігу займають проміжне положення між справжніми банкнота-

ми і паперовими грошима. Більше того, за своєю суттю сучасні банкноти наблизилися до паперових грошей, досить часто вони випускаються і знаходяться в обігу в надлишковій кількості і знецінюються від інфляції. Запобігти цьому може вільний розмін банкнот на золото, коли зайві для обігу банкноти пред'являються в банк для обміну на золото.

Кредитним знаряддям обігу, яке відіграє важливу роль у господарському житті, стали *чеки* — письмові накази власника поточного рахунку банку про виплату зазначеної суми чекоодержувачу або про переведення її на його рахунок. Виникнення чека пов'язане з *депозитом,* тобто вкладом певної суми грошей її власником у банк і правом подальшого їх використання за допомогою розписки банку при оформленні платежу чи за допомогою домовленості з банком про те, що власник даватиме письмові накази про видачу всієї чи частини суми, а банк виконуватиме їх. З таких наказів розвинувся чек.

Хоч виникнення чека пов'язане з банкнотою, проте він має багато істотних відмінностей як за формою, так і за роллю в обігу. Насамперед він випускається клієнтом банку, тому не вповні гарантує, що чекодавець справді має вклад у банку і що банк обов'язково виконає платіж. У колишньому СРСР законодавством заборонялося держателю чека передавати його третій особі, тобто він взагалі не брав участі в грошовому обігу і використовувався лише як технічний засіб безготівкових розрахунків.

Чеки відіграють винятково важливу роль у господарському житті, тому що вони: по-перше, служать засобом отримання готівкових грошей з поточного рахунку банку або самим вкладником, якщо він виписує чек на самого себе й подає його до оплати в банк, або його партнерами, коли чек виписано на іншу особу. При цьому чек не функціонує як знаряддя обігу, а виконує функцію платежу; по-друге, чеки є засобом обігу й платежу, тому що вони передаються із рук у руки для оплати куплених товарів чи для покриття боргу; по-третє, чеки виступають засобом безготівкових розрахунків. Це трапляється тоді, коли учасники господарського життя видають чеки своїм партнерам і, в свою чергу, отримують чеки від інших.

Існують кілька видів чеків: *іменні* на певну особу, які не передаються іншим; *ордерні* чеки на певну особу, але з правом передачі їх за індосаментом іншим особам; *пред'явницькі чеки,* на яких

не указано ім'я чекоодержувача та які можуть передаватися іншим особам без індосамента. Із зазначених чеків найпоширенішими є ордерні на певну особу і які не підлягають передачі.

Економічна природа чеків полягає в тому, що вони, по-перше, слугують засобом отримання готівки з поточного рахунку банку самим вкладником, коли він виписує чек на власне ім'я і пред'являє його до оплати в банк, або його контрагентом, якщо чек виписано на іншу особу; по-друге, виступають засобом оплати за куплені товари або в погашення боргу; по-третє, виконують функцію безготівкових розрахунків. Останнє пов'язане з тим, що товаровиробники видають чеки своїм контрагентам і, в свою чергу, отримують чеки від них. Тому значна частина поточних розрахунків за чеками може здійснюватися шляхом взаємного погашення, без виплати готівки.

В обігу є навіть чеки «лише для зарахування». Вони використовуються виключно для безготівкових розрахунків. Щоб не сплачувати готівкою навіть чек, який належить клієнту іншого банку, здійснюється кліринг, тобто діє система безготівкових розрахунків між банками.

Саме перехід до переважно безготівкових форм розрахунків з широким використанням чеків, кредитних карток властивий сучасному грошовому обігу цивілізованих країн світу. Зокрема, в США лише 3% загальної кількості грошей, що знаходяться в обігу, становлять дрібні металеві монети, 24% — банкноти, які не розмінюються на золото, а решта 73% — чекові депозити, тобто поточні рахунки або безстрокові вклади в банках, які обслуговують значну частину товарообороту засобів виробництва і споживчих товарів та послуг. При цьому основна маса чеків виписується на суму меншу 25 дол. і тільки 0,5% їх — на суму 10 тис. дол. і більше.

Отже, поширення кредитних грошей має значні переваги над паперовим обігом, значно скорочує потребу в готівкових грошах, спрощує і прискорює грошовий обіг.

§ 3. ЦІННІ ПАПЕРИ Й ФОРМУВАННЯ ФОНДОВОЇ БІРЖІ

***Види** цінних паперів*

Для забезпечення платежів та кредитів, прискорення й полегшення розрахунків, а також для застав на укладені угоди використовуються цінні папери. **Цінні папери — це грошові документи, що засвідчують право володіння або відносини позики, визначають відносини між особою, яка їх випустила, та їхнім власником і передбачають, як правило, виплату доходу у вигляді дивідендів або відсотків, а також можливість передачі грошових та інших прав, що випливають з цих документів, іншим особам.** Цінні папери об'єктивно необхідні, тому що вони: а) оперативно задовольняють потреби здійснення платежів; б) прискорюють і полегшують розрахунки між суб'єктами виробничо-комерційної діяльності; в) дають змогу вирішувати проблеми надійності гарантій у вигляді застав на укладені угоди тощо.

Як кредитні знаряддя обігу цінні папери виступають знаками вартості, що виникають на основі кредиту й виконують дві функції: а) засобу обігу; б) засобу платежу. Вони не мають Самостійної, внутрішньої вартості, тому що в них не втілено абстрактної суспільно необхідної праці, і виступають як знаки повноцінних грошей, їх представниками й замінниками в процесі обігу. Тобто цінні папери в такому розумінні наближаються до паперових грошей. Однак вони суттєво відрізняються від останніх, тому що слугують одночасно і знаками золота, й кредитними документами, що виражають відносини між кредиторами й позичальниками.

На внутрішньому ринку цінні папери виконують такі функції:

а) слугують насамперед інструментом інвестування й кредитування різних сфер і галузей економіки, допомагають акумулювати й залучати до господарського обороту розрізнений тимчасово вільний фінансовий капітал і кошти населення;

б) забезпечують перелив інвестиційних і кредитних ресурсів у найприбутковіші сфери виробництва. При цьому цінні папери виконують роль об'єктивного індикатора розподілу й перерозподілу капіталу по сферах, галузях, видах діяльності, а також підвищення ефективності його функціонування у даних сферах;

в) слугують інструментом фінансування й рефінансування дефіциту бюджетної системи, перешкоджають надлишковій емісії грошей і стримують розвиток інфляції;

г) надають підприємцям багатоваріантний вибір джерел фінансування й кредитування;

д) відіграють роль гнучкого механізму зміни суб'єктів власності, створення змішаного капіталу;

е) регулюють сумарний купівельний попит, стримують спекулятивну активність тієї частини населення, що має вільні фінансові ресурси, забезпечують власникам цінних паперів додаткове джерело доходів, що перевищують розмір депозитного банківського процента.

В Україні випускаються в обіг і обертаються такі види цінних паперів: акції, облігації внутрішніх республіканських і місцевих позик, облігації підприємств, казначейські зобов'язання республіки, ощадні сертифікати й векселі. Цінні папери можуть бути іменними (тоді вони передаються шляхом повного індосамента) або на пред'явника (обертаються вільно і можуть використовуватися для здійснення розрахунків, а також як застава для забезпечення платежів і кредитів). Юридична особа, яка від свого імені випускає цінні папери і зобов'язується виконувати обов'язки, що випливають з умов їх ви пуску (дивіденд, відсоток), називається *емітентом.* Емітент усі зобов'язання повинен виконувати в строки і в порядку, які передбачені рішенням про випуск цінних паперів за законодавством України.

Прибуток, який приносять цінні папери, може бути проданий на фондовій біржі. Це зумовлює *курс цінних паперів,* тобто ту ціну, за якою вони продаються. Ціна прямо пропорційна принесеному цінними паперами прибутку й обернено пропорційна нормі позичкового відсотка. Наприклад, якщо якийсь цінний папір приносить прибуток (П) в 20 гривень, а норма позичкового відсотка (Ц) — 4%, то

$$\text{Ціна} = \frac{20 \text{ грн.} \cdot 100}{4} = 500 \text{ грн.},$$

Акції

Провідні позиції серед різних видів цінних паперів у ринковій економіці займають акції. Акція — цінний папір без установленого строку обігу, що засвідчує пайову (майнову) участь у статут-

ному фонді акціонерного товариства, членство в ньому та право на участь в управлінні ним, дає право його власникові на одержання частини прибутку у вигляді дивіденду, а також на участь у розподілі майна при ліквідації акціонерного товариства.

Акція має такі обов'язкові реквізити: фірмове найменування акціонерного товариства та його місцезнаходження, найменування «акція», її порядковий номер, дату випуску, вид акції та її номінальна вартість, ім'я власника для іменної акції, розмір статутного фонду акціонерного товариства, а також кількість акцій, що випускаються, строк виплати дивідендів, підпис голови правління й печатка. Акції можуть бути іменними, на пред'явника, привілейованими та простими. Громадяни мають право бути власниками, як правило, *іменних акцій*. Їх обіг фіксується у книзі реєстрації в акціонерному товаристві, до якої вносяться відомості про придбання акцій, їх кількість у руках кожного акціонера. Щодо акцій *на пред'явника,* то тут реєструється лише загальна кількість.

Пред'явницькі акції, в свою чергу, поділяються на два види: а) звичайні; б) привілейовані. Звичайні акції дають право на дивіденди, що коливаються залежно від результатів господарсько-фінансової діяльності акціонерного товариства і величини отриманого прибутку. Власник звичайної акції ризикує не отримати дивідендів взагалі, бо отримує їх останнім і лише з тієї частини прибутку, що залишається після розподілу за привілейованими акціями. Водночас він має право заслуховувати на зборах акціонерів адміністрацію, затверджувати її звіти, брати участь у виборах керівних органів акціонерного товариства. Кожна звичайна акція — це один голос на зборах акціонерів. Тому її власник стає не лише власником паю, а й співвласником підприємства, який може брати участь **в** управлінні ним.

Привілейовані акції можуть випускатися розміром до 10% статутного фонду. Вони дають переважне право їх власникові **на** одержання дивідендів, а також на пріоритетну участь у розподілі майна на випадок ліквідації акціонерного товариства. Власники привілейованих акцій участі в управлінні не беруть, а щорічно виплачуваний їм дивіденд є фіксованим відсотком до номінальної вартості акції.

На перший погляд привілейовані акції дають їх власнику значний виграш порівняно з власником звичайних акцій. Він не лише отримує фіксований доход навіть тоді, коли коштів не вистачає

для оплати дивідендів усім іншим акціонерам, а й на випадок банкрутства його збитки мінімальні. Привілейовані акції вигідні також тому, що їх можна в будь-який час обміняти на встановлену кількість звичайних акцій того ж емітента з можливим виграшем від приросту їх курсової вартості. Але власник привілейованих акцій хоча і є власником, та не є господарем акціонерного товариства, тому що не бере участі в управлінні ним. У цьому криється принципова відмінність привілейованих акцій від звичайних.

За рахунок прибутку, що залишається у розпорядженні товариства після сплати податків, інших платежів та відсотків за банківський кредит, власникам акцій сплачується дивіденд, розмір якого залежить від маси прибутку, співвідношення між його нагромаджуваною та споживаною частинами, виду й кількості акцій та інших факторів. Намагання акціонерних товариств підтримувати дивіденди на високому рівні пояснюється тим, що від цього залежить курс акцій і визначається рейтинг корпорації, який, у свою чергу, визначає її спроможність через високу репутацію залучати достатню кількість позичкового капіталу або використовувати для додаткового випуску акцій. Отже, акція є формою розподілу частини додаткового продукту за вартістю, а тому дивіденд нічого спільного не має з розподілом за працею.

Громадян колишнього СРСР тривалий час повчали, що згідно з «Капіталом» К. Маркса дивіденд є частиною реалізованої додаткової вартості, джерелом нетрудових доходів і тому його не можна узгодити з трудовим вкладом. Адже розміри дивіденда пропорційні номінальній ціні акції, а не трудовому вкладу. Як же тепер ми маємо розглядати дивіденд?

1. Насамперед слід мати на увазі, що політики минулого орієнтували теорію на розробку версії «споживацького соціалізму», в якому основними засобами виробництва володіла держава та її органи. Тому й функцію виробничого нагромадження могли виконувати виключно ці органи. Нині ж, коли визнано право кожного громадянина України володіти засобами виробництва, він може здійснити його з допомогою купівлі акцій, тобто брати участь у виробничому нагромадженні. Якщо існує право формування засобів виробництва, то чому жне визнати і право дивіденду? При цьому не треба боятися диференціації доходів у власників акцій, тому що вона стимулює вдосконалення виробництва, робить усіх власників акцій співвласниками колективного за

своїм характером виробництва. Побоювання стосовно того, що власники акцій можуть жити не працюючи, знімаються за допомогою відповідної податкової політики.

2. У тлумаченні дивіденду слід виходити з того, що хоч він не є безпосереднім результатом праці власника вкладених в акцію коштів і в такому розумінні допустиме його тлумачення як нетрудового доходу, проте він не може привласнюватися всіма працівниками акціонерного підприємства. Адже, скажімо, за кошти акціонерів тут здійснюється технічна модернізація і забезпечується таке вдосконалення технологій та організації виробництва, яке й забезпечує зростання продуктивності живої праці. Отже, зростання продуктивності праці, а не інтенсифікація забезпечило збільшення прибутковості. При цьому трудові зусилля працівників акціонерного підприємства залишаються незмінними. Тоді за що ж їм додатково платити? Справедливо, що ці кошти перетворюються в джерело дивіденду. Більше того, підвищення оплати праці працівників акціонерного товариства за рахунок вкладення коштів акціонерів було б украй недоцільним, призвело б до прямого «паралічу» їхньої заінтересованості в інтенсивній праці. Саме таке становище нині склалося на державних підприємствах, що стало одним із факторів поглиблення кризи.

3. За вільного продажу акцій неможлива і гіпертрофія економічної влади в акціонерних товариствах. Запобігти цьому можна шляхом законодавчого регулювання величини індивідуального володіння акціями, придбанням певного пакета акцій колективом підприємства та державою. Водночас акції працівників акціонерного товариства становлять довготривалу основу їхньої матеріальної заінтересованості, роблять кожного господарем, що зацікавлений у стабільній діяльності підприємства на далеку перспективу. Якщо ж колектив підприємства виступає як один із засновників акціонерного товариства, то він бере безпосередню участь у визначенні загальної кількості акцій (вона не може бути більшою за статутний фонд чи вартість усього майна), а також у вирішенні питань, кому і скільки акцій продавати.

4. Акціонерні товариства мають незаперечні переваги над державними підприємствами. Адже власники акцій, навіть не працюючи на підприємстві, зацікавлені в підвищенні його прибутковості. Більше того, акціонери можуть підтримати і таке рішення, щоб прибуток, скажімо, не розподіляти між акціонера-

ми, а повністю використати на закупівлю досконалішого обладнання. Наприклад, акціонерне товариство із статутним фондом в 10 млн. грн. отримало після сплати податків прибуток в 1 млн. грн. Це означає, що можна сплатити дивіденд в 10%. Але акціонерне товариство вирішило закупити новітнє обладнання для докорінної реконструкції основних виробничих фондів. За умов ринкової економіки все майно вже становитиме 11 млн. грн., вартість однієї акції вже дорівнюватиме не 1000 грн., а 1100 грн. Коли ж врахувати подальші перспективи зниження витрат матеріалів та праці, то ринкова вартість акцій додатково зросте ще на 50–100 грн. Ось чому акціонерам вигідніше вкладати кошти в технічне й технологічне вдосконалення виробництва, ніж прагнути до постійного збільшення дивідендів.

Величина дивідендів не може бути довільною. Вона залежить насамперед від величини прибутку, тривалості періоду, по закінченні якого оцінюється цей прибуток, від бажання людей заощаджувати чи витрачати кошти на поточні споживацькі потреби, від величини ризику, економічної кон'юнктури та індексу інфляції, оскільки вона змінює купівельну силу грошових одиниць.

За умов корпоратизації, що розгорнулася лише в 1995 р., розрахунок розміру сплати дивідендів складається з обсягу річного чистого прибутку акціонерного товариства після корпоратизації ($П_2$):

$$П_2 = П_1 + ДП.$$

Звідси частка чистого прибутку, що залишається для оплати дивідендів ($Ф_д$), визначається так:

$$Ф_д = П_2 - О_а \cdot 0{,}25 - \sum_{i=1}^{n} Ф_i,$$

де $О_а$ — загальнийобсяг первинної емісії акцій,

$Ф_i$ — розмір іншого 7-го фонду,

n — кількість інших фондів, що утворюються за рахунок чистого прибутку.

Абсолютний розмір дивідендів ($Д_а$) залежить від величини чистого доходу ($П_д$) і загальної кількості акцій ($К$):

$$Д \quad \cdot$$
$$к$$

Відносний розмір дивідендів ($Д_в$) залежить від абсолютних розмірів дивідендів ($Д_а$), поділених на номінальну вартість акцій ($В_а$):

$$Д_в = \frac{Д_а}{В_а} \cdot 100\%.$$

Власнику важливо знати ефективність володіння акцією. *Якщо* акціонер володіє акцією весь рік, то для визначення доходів ($Д_{дох}$), який складається із зростої курсової вартості акції і дивіденду, застосовується така формула:

$$Д_{дох} = \frac{Д + (Ц_к - Ц_н)}{Ц_н} \cdot 100\%.$$

де $Д$ — дивіденд за рік,

$Ц_к$ — курсова ціна акції на момент розрахунку,

$Ц_н$ — ціна акції номінальна.

Однак акція може купуватися і після початку фінансового року або ж продаватися до його закінчення. Тоді у вказану вище формулу вноситься додаткова поправка на строк володіння акцією, а формула розрахункового доходу набуває такого вигляду:

$$Д_{дох} = \frac{Д + (Ц_к - Ц_н)}{Ц_н} \cdot \frac{С}{365} \cdot 100\%,$$

де $С$ — строк володіння акцією у днях.

Тут слід мати на увазі, що, по-перше, всі нарахування дивідендів акціонерні товариства проводять виходячи з номінальної вартості акції незалежно від їх курсової ціни; по-друге, доход акціонера від підвищення курсової вартості акції може бути реалізованим лише при продажу її за новою ціною, що зросла й проявляється у вигляді збільшення капіталу. Скоріше можна сказати, що це потенційний, можливий доход акціонера. Якщо ж акції не продають, то доход можна визначити за такою формулою:

$$Ц_н \cdot С$$

Приміром, акціонер володіє пакетом акцій акціонерного товариства номінальною вартістю 70 тис. Грн., строк володіння — 6 місяців (180 днів). Сума дивідендів, нарахована за 1996 р., становить 40 тис. грн. Визначимо доход акціонера у річному обрахуванні:

$$Д_{дох} = \frac{40\,000 \cdot 360}{70\,000 \cdot 180} \cdot 100\% = 114\%.$$

Якщо акціонерне товариство оголосило про виплату дивідендів у 1996 р. у розмірі 250% річних, то між оголошеною і оплаченою сумою утворюється суттєва невідповідність. Акціонерне товариство при дотриманні зобов'язання мало б сплатити власникові пакета акцій таку суму:

$$Д_{дох} = \frac{250\% \cdot 70\,000 \text{ грн.} \cdot 180}{365 \cdot 100\%} = 87\,000 \text{ тис. грн.}$$

Важливою перевагою акціонерного товариства є також його обмежена відповідальність за зобов'язаннями. Власник акцій ризикує лише капіталом, вкладеним в акції. В акціонерних товариствах формується демократичне управління, розширюється громадський контроль за фінансово-господарською діяльністю, стимулюється якісна праця акціонерів-пайовиків.

Облігації

Функцію мобілізації зовнішніх фінансових коштів досить ефективно виконують такі цінні папери, як облігації. **Облігація — цінний папір, що засвідчує внесення її власником грошових коштів і підтверджує зобов'язання відшкодувати йому номінальну вартість цього цінного паперу в передбачений строк, з виплатою фіксованого щорічного відсотка.**

У кожній країні існує своя специфіка емісії та розповсюдження облігацій. Законом України «Про цінні папери» визначено такі вимоги до емітентів облігацій: по-перше, акціонерні товариства можуть випускати облігації на суму не більшу від 25% розміру статутного фонду і тільки після повної оплати всіх раніше випущених акцій; по-друге, емітент, випускаючи в обіг облігації, мусить бути незбитковим протягом останніх трьох завершених фінансово-господарських років або з часу утворення, якщо даний строк менший трьох років; по-третє, емітент не повинен мати прострочену заборгованість кредиторам і за внесками до бюджету; по-четверте, емітент зобов'язаний цілком сплатити статутний фонд на той час, коли він приймає рішення про емісію облігацій.

Вказана інформація, звичайно, надається відповідним фінансовим органам, які перевіряють і реєструють її, дають дозвіл **на** випуск облігацій. Водночас і потенційні інвестори перед ку-

півлею облігацій все-таки самостійно мають з'ясувати реальний фінансово-економічний стан даного емітента.

В Україні як боргове зобов'язання облігації випускаються двох видів: а) облігації внутрішніх республіканських і місцевих позик; б) облігації підприємств. Крім того, облігації можуть бути іменними і на пред'явника, відсотковими й безвідсотковими (цільовими), можуть вільно обертатися або з обмеженим колом обігу. Вільне обертання облігацій зумовлює їхню номінальну й ринкову вартість, або ціну. *Номінальною* називається вартість облігації, зазначена в ній. Ціна, за якою облігації купуються і продаються на ринку, називається *курсом облігацій*. Цей курс залежить від номінальної вартості, річного доходу, який вона приносить, рівня позичкового відсотка, кількості років, що залишилася до погашення облігації, та співвідношення між пропонуванням облігацій та попитом на них.

Курс облігації визначається за такою формулою:

$$K_o = \frac{B_н + к \cdot Д}{100 \cdot к \cdot P_в},$$

де $B_н$ — номінальна вартість облігації;

$к$ — кількість років, що залишилася до погашення облігації;

$Д$ — сума річного доходу за облігацією;

$P_в$ — рівень позичкового відсотка.

На курс облігацій відчутно впливає стан економіки, державних фінансів та грошового обігу. В умовах інфляційного знецінення грошей попит на облігації різко зменшується і водночас зростає попит на звичайні акції та облігації, що конвертуються. Облігації всіх видів купуються громадянами лише за рахунок їхніх особистих коштів. Підприємства можуть придбати облігації всіх видів за рахунок чистого прибутку. Облігації внутрішніх республіканських і місцевих позик випускаються на пред'явника. Обов'язковим реквізитом цільових облігацій є зазначення товару (послуги), під які вони випускаються. Отримані кошти від реалізації облігацій внутрішніх республіканських і місцевих позик направляються до відповідного бюджету, а підприємств — на цілі, визначені при їх випуску.

Щоб компетентно прийняти рішення про купівлю облігацій, важливо визначити прибутковість облігацій і перевірити, чи не завищена її ціна. Наприклад, на ринку цінних паперів підпри-

ємство А пропонує облігації з номінальною вартістю по 10 тис. грн. на строк 2 роки, із скидкою 10% від номіналу. Щомісячні виплати процентів — 3% від сплаченої частки облігацій.

Прибутковість даного виду облігацій визначається як відношення доходу (процентів) до ціни. Але важливо також знати, що дасть дана купівля в результаті примноження чи зменшення капіталу, тобто на момент погашення цієї облігації. Якщо в нашому випадку облігація продана на 10% дешевше від номіналу, то це означає, що вона продана з диспонтом (скидкою), і на момент погашення капітал має зрости з 9 тис. до 10 тис. грн. Крім цього, вона приносить 3% прибутку щомісячно, тобто

$$\frac{900 \text{ грн.} \cdot 3\%}{100\%} = 270 \text{ грн.}$$

Вартість капіталу за наших умов щомісячно зростає на таку суму:

$$\frac{10\,000 - 9\,000}{24 \text{ міс.}} = 41{,}7 \text{ грн.}$$

Звідси щомісячна доходність облігації дорівнює:

$$\frac{270 \text{ грн.} + 41{,}7 \text{ грн.}}{9\,000\%} \cdot 100\% = 3{,}5\%.$$

Звичайно, ця доходність відображає стан до сплати податків, якщо вони нараховуються на даний вид інвестицій.

Для визначення ціни облігації існує спеціальна формула, за якою обраховується поточна (теперішня) вартість сплачуваних процентів за облігацією і справжня ціна номінальної вартості облігації. Для обчислення ціни облігації використовується така формула:

$$Ц_о = S \cdot PVJFAg, n + Ц_н \cdot PVJFg, n,$$

де $Ц_о$ — цінаоблігації,

S — оплачуваний процент,

$PVJF$ — процентний фактор теперішньої вартості аннуїтету,

Ag — доходність облігації,

n — число періодів,

$Ц_н$ — номінальна вартість облігації.

Для визначення PVJF складено відповідні таблиці. Його можна обчислити так:

$$PVJF = \frac{1}{(1+g)^n}.$$

У нашому прикладі ціна облігації ($Ц_о$) становить:

$$Ц_о = 270 \cdot PVJF \cdot 3{,}5 \cdot 24 + 10\,000 \text{ грн.} \cdot \frac{1}{(1+0{,}035)^{24}}.$$

Взявши з таблиці PVJF, $Ц_о = 270 \cdot 16{,}082 + 10\,000 \cdot 0{,}453 = 4345 + 4530 = 8875$ грн.

Звідси видно, що розрахункова ціна облігації наближається до тієї ціни, яку підприємство пропонує за свої облігації. Якби розрахункова ціна була значно нижчою, скажімо, 6000 грн., тоді було б очевидно, що скидка процента не відповідає продажній ціні облігації, а пропонована облігація є невигідною для покупки кредитором.

Крім ціни облігації, покупець сплачує продавцеві так званий належний процент. Його нарахування починається з дня останньої виплати процентів. Належний процент розраховується за формулою:

$$S_н = Ц_н \cdot \frac{S}{100} \cdot \frac{C}{365}$$

де $S_н$ — належний процент,

$Ц_н$ — номінальна вартість облігації,

S — процентна ставка купона відповідного року,

С — число календарних днів, що пройшли з часу останньої виплати процентів до дня купівлі облігації.

Якщо облігація номіналом 10 000 грн. продається, скажімо, 5 вересня, а останній процент було сплачено 1 серпня, то тоді належний процент становитиме:

$$10\,000 \cdot \frac{2{,}7\ (100 \cdot 35)}{365} = 26 \text{ грн.}$$

До недавнього часу в нашій економічній літературі облігації трактувалися лише як фіктивний капітал, що є об'єктом спекуляцій і спрямований на нетрудове отримання додаткової вартості. Відкидаючи цю догму, ми виходимо з того, що облігації — фактично свідоцтва про надання позики для створення підприємств; тому й дають їх власникам право на отримання встановле-

ної частини приоутку у вигляді відсотка, а частина його виділяється для сплати виграшів.

Отже, *відсоток* — частина чистого прибутку, створеного у виробництві і вираженого в грошах, що сплачується власникам облігацій за тимчасове користування позиченими коштами. Величина відсотка як плати за кредит регулюється законодавством. Він має покривати витрати кредитних закладів, формувати доходи й приносити прибуток. Межі відсотка коливаються між дивідендом і позичковим відсотком.

Інша догма проголошувала, що облігації випускаються лише державою. Нібито вона шляхом розміщення державних позик мобілізує кошти трудящих на розвиток економіки і в інтересах усього народу. Але чи суперечитиме інтересам народу випуск облігацій підприємствами чи будь-якою іншою юридичною особою? Звичайно, ні; тому Закон України «Про цінні папери» надає право вільного випуску облігацій всім підприємствам, особливо тим, які вже склалися як потужні виробники. Для них мобілізація додаткових коштів за допомогою акцій є порівняно дорожчим джерелом. Адже за акції потрібно безстроково сплачувати дивіденд. Випуск же облігацій здійснюється на зазначений період і за твердо встановлену плату у вигляді відсотка.

Із закінченням терміну облігаційної позики підприємство-емітент зобов'язане викупити облігації у власників. Коли ж фінансове становище не дає можливості це зробити, то емітент зобов'язаний замінити старі облігації на нові. Це ще раз підтверджує, що випуск і продаж облігацій безпосередньо пов'язані з кінцевими результатами діяльності підприємств, від яких залежать й особисті надходження.

Облігації внутрішніх республіканських і місцевих позик є цінними паперами особливого типу. Відсотки на них платить держава з державного бюджету. Але вигода для держави набагато перевищує витрати на реалізацію позики, тому вона не має викликати сумніву. Для того щоб забезпечити успішну реалізацію облігацій державних та місцевих органів управління, емітенти мусять гарантувати індексацію їхніх номіналів і відсотків. На перших порах для завоювання авторитету держава могла б вдатися до випуску конвертованих облігацій, тобто таких, які згодом можна було б обміняти на прості акції підприємств, що підлягають роздержавленню. Тоді власник облігації, з одного боку, одер-

жуватиме сталий доход, а з іншого — матиме можливість примножити свій капітал. Держава також матиме добрий зиск, бо вона швидко зможе мобілізувати потрібні кошти для інвестицій і водночас активно сприятиме формуванню ринку цінних паперів.

Казначейські зобов'язання й ощадні сертифікати

Важливим видом цінних паперів на пред'явника є казначейські зобов'язання. **Казначейські зобов'язання України розміщуються виключно добровільно і засвідчують внесення їхніми власниками грошових коштів до бюджету та право на отримання фіксованого доходу.**

Казначейські зобов'язання стали важливим джерелом мобілізації здебільшого короткострокових капіталів. Водночас казначейські зобов'язання випускаються за терміном своєї дії як короткострокові і середньострокові, так і довгострокові. До короткострокових казначейських зобов'язань належать державні цінні папери, що мають строк погашення до одного року. Деякі з них випущені на дуже короткий строк (до 91 дня); вони називаються казначейськими векселями. Середньострокові казначейські зобов'язання випускаються строком на 1-5 років, а довгострокові — від 5 до 10 років. До середньострокових казначейських зобов'язань належать податкові сертифікати казначейства, строк погашення яких може розтягуватися до 10 років. Довгострокові казначейські зобов'язання (векселі) мають строк погашення від 10 до ЗО років.

Нові випуски казначейських векселів розміщуються в ході регулярних аукціонів, що проводяться уповноваженими на це банками. У період, коли гроші пов'язані, казначейські векселі продаються на вільному вторинному ринку за цінами, нижчими за номінал. Вкладник, який придбав їх, отримує прибуток пізніше за рахунок суми, що складає вартість, більшу від фіксованого щорічного процента, якщо він збереже вексель до самого строку погашення. Він отримує також номінал векселя.

Іншим видом цінних паперів є **ощадний сертифікат банку — письмове свідоцтво банку про депонування грошових коштів, яке засвідчує право вкладника на одержання після закінчення встановленого строку депозиту й відсотків по ньому.** Ощадні сертифікати видаються або як строкові — під певний договірний відсоток на визначений строк, або *до запитання.* Вони бувають також *іменні* (такі сертифікати обігу не підлягають, а їх продаж

іншим особам є недійсним) та *на пред'явника.* Акціонерам також можуть видаватися сертифікати на сумарну номінальну вартість акцій. Дохід виплачується за пред'явленням сертифіката для оплати в банк, який його випустив. Якщо ж власник сертифіката вимагає повернення депозитних коштів раніше обумовленого в ньому строку, то йому сплачується понижений відсоток, рівень якого визначається договірними умовами при внесенні депозиту.

Для прискорення розрахунків між товаровласниками і посередницькими організаціями випущено новий платіжний засіб — *розрахунковий депозитний сертифікат на пред'явника.* На відміну від старої системи платежів, у якій платіжні доручення від покупця до посередника «йдуть» місяцями, а потім стільки ж від посередника — до продавця, за допомогою депозитних сертифікатів на пред'явника розрахунки здійснюються через міжбанківську систему електронних розрахунків. Це і є сучасний рівень міжнародних стандартів і дає найвищий ефект.

Як різновид цінних паперів виступає також **вексель — цінний папір, який засвідчує безумовне грошове зобов'язання векселедавця сплатити після настання строку визначену суму грошей власнику векселя.** Емітент зобов'язаний не менше одного разу на рік інформувати громадськість про своє господарсько-фінансове становище і результати діяльності, про додатково випущені цінні папери, обгрунтування змін у персональному складі службових осіб тощо.

*Формування **ринку** цінних паперів*

Організаційно оформлений і постійно діючий ринок цінних паперів становить фондову біржу. На фондовій біржі, з одного боку, здійсшоється емісія, купівля-продаж цінних паперів, формується ціна на них, урівноважуються попит та пропозиція, а з іншого — акумулюються грошові нагромадження підприємств, держави, кредитно-фінансових інститутів і приватних осіб, які спрямовуються на виробниче і невиробниче інвестування. Суб'єктами операцій на ринку цінних паперів є *емітенти* (ті, хто здійснює емісію цінних паперів), *інвестори* (покупці) та посередники при укладанні угод. Посередники, в свою чергу, поділяються на *брокерів,* що зводять продавця з покупцем, одержуючи за посередництво комісійні, і *дилерів,* що купують цінні папери від свого імені та за свій рахунок з метою їх перепродажу. Брокера-

ми і дилерами можуть виступати як окремі особи, так і цілі фірми, а також комерційні банки.

Важливу роль на ринку цінних паперів відіграє центральний банк, який вирішує питання про доцільність випуску нових боргових зобов'язань, визначає умови їх обігу, забезпечує стабільність курсу державних цінних паперів, впливає на розмір резервів комерційних банків і взагалі визначає стан кредиту та грошового обігу країни. Різноманітними є операції комерційних банків, які, виконуючи роль інвесторів, купують цінні папери для власного портфеля, виступають учасниками первинного розповсюджування нововипущених паперів серед інвесторів, виконують операції за дорученням клієнтів, видають позики під цінні папери тощо.

Необхідність швидкої розбудови ринку цінних паперів в Україні очевидна для всіх. Його підґрунтям є розбудова правової бази, механізму державного регулювання процесів випуску та обігу цінних паперів, формування системи фінансових інститутів, спеціалізованих інвестиційних компаній та банків, брокерських, консультаційно-посередницьких та аудиторських фірм, організація фондових бірж та аукціонів. І хоч Закон України про цінні папери і фондову біржу прийнято ще 18 червня 1991 р., відсутність належної інфраструктури й достатньої кількості цінних паперів в обігу стримує процес розгортання нормального ринку цінних паперів. А коли цінні папери не купуються і не продаються, то вони навіть не можуть виконувати свої економічні функції. Це ще не акції і не облігації, тому що вони ще не мають ціни.

Фондова біржа — акціонерне товариство, яке зосереджує попит і пропозицію цінних паперів, сприяє формуванню їх біржового курсу та здійснює свою діяльність відповідно до законодавства України, статуту і правил біржі. Статутом фондової біржі визначається розмір статутного фонду, умови й порядок прийняття в члени та виключення з них, права та обов'язки членів біржі, її організаційна структура, порядок і умови відвідування. Правилами фондової біржі передбачено відповідні види угод, що укладаються на ній, порядок торгівлі, умови допуску і передплати цінних паперів, порядок формування цін, біржового курсу та їх публікації, система інформаційного забезпечення, види послуг, що надаються фондовою біржею, і розмір плати за них тощо.

Водночас власник повинен мати можливість у будь-який час продати свої цінні папери, в тому числі і до строку погашення. Це — аксіома фінансового ринку. Ціни на ньому, наприклад на облігації державної позики, яку держава не бере назад, формуватимуться під впливом попиту та пропонування, тобто в кінцевому підсумку з урахуванням рівня відсоткової ставки та індексу інфляції.

Основними функціями фондової біржі стали: мобілізація ресурсів для фінансування капіталовкладень; здійснення структурних зрушень в економіці та перебудова виробничих структур; розвиток колективних форм господарювання при дотриманні демократичних принципів та ефективності виробництва. В країнах з розвинутою ринковою економікою фондова біржа — «барометр» економічного життя. Акціонерне товариство «Українська фондова біржа», яку створили такі провідні фінансові центри, як Укрінбанк, Укрсоцбанк, Агропромбанк «Україна», Ощадний банк України та інші акціонери, зосередили попит та пропонування на цінні папери на єдиному ринку. З 15 січня 1992 р. тут розпочалися торги акцій, облігацій підприємств та внутрішніх позик, казначейських зобов'язань республіки, акціонерних сертифікатів, векселів, а також цінних паперів, що відображають процес руху кредитних ресурсів та валюти.

Основоположними принципами функціонування фондової біржі є: по-перше, особиста довіра між брокерами і клієнтами. Угода укладається навіть усно, а юридично оформляється потім, навіть заднім числом; по-друге, гласність. Відомості про всі угоди і фінансово-економічні показники, що їх надають емітенти, публікуються відкрито у спеціальних випусках та інших засобах масової інформації; по-третє, регулювання діяльності біржових фірм через застосування адміністрацією суворих фінансових, адміністративних, торговельних і бухгалтерських правил.

Діяльністю біржі повсякденно керує президент, якого призначає правління. На всіх біржах з числа представників фірм-членів створюються різні комітети. Зокрема, важливе місце посідають комітет по лістингу, що розглядає заявки про включення акцій у біржовий список, та комітет по процедурах торгового залу, який спільно з адміністрацією визначав режим торгових сесій, стежить за виконанням інструкцій з поведінки у торговому залі тощо. При цьому до котировки допускаються найнадійніші акції, що

отримали підтримку з боку біржового лістингового комітету і мають офіційну ціну — курс. Розрахунковий курс встановлює лише спеціальний курсовий брокер. Він має статус державного службовця, не має права брати участі у діяльності будь-яких комерційних фірм або здійснювати угоди за свій рахунок.

Виходячи з співвідношення попиту і пропонування на акції певної компанії, курсовий брокер визначає орієнтовну ціну так, щоб забезпечити максимальну кількість угод. В основу розрахунків орієнтовного курсу акцій кладеться формула:

$$K.a = \frac{Д}{S} \cdot 100\%$$

При складанні замовлень пропоновані ціни купівлі-продажу можуть відхилятися від орієнтовного курсу, але не більше, ніж на 10 одиниць. Інакше угода може не відбутися. *Як* правило, орієнтовна ціна акцій розглядається як мінімальна ціна. Далі, отримавши замовлення, курсовий брокер визначає найвищу ціну покупця і найменшу ціну продавця для кожного акційного випуску.

Власна самостійна торгівля на фондовій біржі — виключне право членів-організаторів. Купівлею та продажем цінних паперів мобілізуються кошти для довготривалих капіталовкладень, для швидкого переливу коштів у найефективніші галузі виробництва й підприємства. Фондова біржа також тісно пов'язана з усією системою короткотривалого кредиту, тому своїм чітким функціонуванням здатна надати надзвичайно важливу послугу всьому відтворювальному процесові в Україні.

Ціни, за якими продаються цінні папери, становлять біржову котировку. Згідно із Законом інформація про їх випуск у відкритому продажі обов'язково публікується в органах преси Верховної Ради та Кабінету Міністрів України і в офіційному виданні фондової біржі не менш як за 10 днів до початку передплати, а сама передплата цінних паперів допускається не раніш як за ЗО днів після опублікування оголошення про їх випуск. Курси цінних паперів публікуються щотижня.

Окремі економісти й нині висувають ряд заперечень проти вільного функціонування фондових бірж. Серед їхніх аргументів — спекуляція цінними паперами. Відомо, що спекуляції здійснюються на основі значних коливань курсів. Тоді прибуток дорівнює курсовій різниці, тобто різниці курсів продажу і

купівлі. Своєчасно уникнути чи хоч би обмежити спекуляції можна *з* допомогою відповідного законодавства. Тому невипадковим є передбачення Закону України «Про цінні папери та фондову біржу» про те, що фондова біржа реєструється Кабінетом Міністрів, тобто вищим розпорядчим органом. Держава в особі Мінфіну призначає своїх представників, які повинні стежити за дотриманням положень статуту і правил фондової біржі та мають право брати участь у роботі її керівних органів.

Таким чином, в Україні формується досконала розгалужена кредитна система, яка ліквідує державну монополію, раціональніше організує грошовий обіг, а емісію нових грошей приведе у відповідність з дією законів грошового обігу. Тоді й виникне гостра потреба кредитних грошей.

Запитання для обговорення

1. *Якої* форми набувають фінанси в процесі кругообороту й обороту виробничих фондів?

2. Яка роль податкової політики в ньому?

3. *Яка* специфіка організації фінансів в підприємствах різних форм власності?

4. *Як,* на вашу думку, потрібно розробляти щорічні надходження та видатки, щоб активно впливати на підвищення ефективності виробництва й соціальний прогрес?

5. Які основні риси нової бюджетної політики в умовах незалежності?

6. Які переваги впровадження в обіг української грошової одиниці?

7. Що дає формування єдиного банкнотного обігу для забезпечення безінфляційного функціонування грошової системи? Які основні важелі регулювання грошового обігу?

8. Які концепції представників зарубіжних шкіл можна використати для розбудови безінфляційного грошового обігу в Україні?

9. Яка роль Національного банку і комерційних та спеціалізованих банків у сучасній кредитній системі?

Глава 8. ПРОБЛЕМИ СТАБІЛЬНОСТІ ГРОШОВОГО ОБІГУ ТА КОНВЕРТОВАНОСТІ ВАЛЮТИ

§ 1. ЕКОНОМІЧНІ, СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ТА ФІНАНСОВІ МОТИВИ Й МЕТОДИ СТАБІЛІЗАЦІЇ ВАЛЮТ

Мотиви стабільності валют

Сталість грошей означає постійність їхньої мінової вартості, яка виражається в певній кількості товарів чи послуг, котрі можна придбати на грошову одиницю. І чим довший період, протягом якого можна купити за одну й ту ж суму грошей одну й ту ж масу товарів та послуг, тим вища їхня сталість. Сталість грошей — одна з головних їхніх якісних ознак, тому що за сталої купівельної спроможності гроші найкраще виконують свої функції.

Основними факторами, від яких залежить сталість грошей з боку товарів, є затрати на виробництво, якість та кількість товарів, а з боку грошей — їхня внутрішня вартість, маса грошей в обігу та швидкість їх обертання.

Внутрішня ж вартість була вирішальним фактором сталої купівельної спроможності лише для повноцінних грошей, включаючи й розмінні на метал банкноти. З переходом до неповноцінних грошей на перше місце висунулися чинники їхньої кількості й швидкості обігу. Що стосується України, то за нинішньої кризи, інфляції, відставання в проведенні об'єктивно необхідних радикальних реформ економіки, відсутності суттєвих структурних змін, монополізму окремих галузей та підприємств, а також за колосального зовнішнього політичного, економічного й цінового тиску щодо енергоносіїв та матеріальних ресурсів, без урегулювання на ринкових засадах широкого кола економічних процесів ці чинники не стали визначальною причиною нестабільності.

Формування сучасного механізму забезпечення сталості грошей в Україні насамперед має спиратися на сильну виконавську владу, яка користувалася б загальною підтримкою населення і

яка б на ділі енергійно проводила радикальні економічні перетворення на всіх рівнях і стадіях суспільного відтворення.

Серед економічних заходів, що мають бути насамперед реалізовані, слід назвати такі:

а) досягнення структурної збалансованості суспільного відтворення, в тому числі й між його I та II підрозділами, групами А і Б у промисловості, промисловістю і сільськогосподарським виробництвом та іншими галузями економіки, між виробничою і невиробничою сферами;

б) збалансування темпів зростання продуктивності суспільної праці та темпів підвищення середньої грошової оплати праці;

в) забезпечення швидкого зростання ефективності суспільного виробництва в цілому та інвестиційної сфери зокрема;

г) підтримання кредитних вкладень в об'єктивних межах позичкового капіталу, реальність яких повинна визначатися обсягами й темпами розвитку суспільного виробництва.

В Україні нині постала проблема розробки власного механізму підтримання пропорцій та збалансованості, який забезпечив би достатню сталість грошей, стабілізацію фінансів та економіки в цілому. До цього спонукають об'єктивні економічні, соціально-політичні та фінансові мотиви.

Економічні мотиви стабілізації пов'язані з гострою потребою забезпечення збалансованості сировини, напівфабрикатів і готової продукції; нормальних пропорцій між товарами народного споживання та засобами виробництва, без чого неможлива соціальна орієнтація економіки; досягнення оптимальної величини (частки) необхідного продукту, з тим щоб він стимулював підвищення продуктивності праці; ефективне використання могутнього потенціалу високоякісної робочої сили, яка ще зберегла національну психологію, традиційну любов до праці, бережливість та схильність до витонченої, скрупульозно виконуваної роботи.

За умов нормального господарювання всі ці фактори здатні допомогти перебороти кризу й швидко наблизити Україну до рівня цивілізованого світу I, навпаки, невиправдано низька питома вага необхідного продукту в загальному результаті живої праці суспільства не лише погіршує економічне становище, а й посилює відчуження виробника від створеного ним продукту, руйнує стимули до високоякісної сумлінної праці, дезорганізує виробництво й обмін. Сьогодні за середньої продуктивності пра-

ці в Україні на рівні 60-80% розвинутих країн світу показник споживання гірший у 70-200 разів.

Соціально-політичні мотиви стабілізації передусім пов'язані з небезпекою інфляції, яка не лише знижує життєвий рівень, а й загрожує самому Існуванню та виживанню незалежної і демократичної України. Нині падіння споживання вже сягнуло такого рівня, що спричинило до погіршення здоров'я, зниження працездатності робочої сили та можливостей розвитку її інтелекту. Тому зупинити процес зниження рівня життя — найважливіша мета стабілізаційних заходів. Серед них провідними повинні стати формування ринкового середовища у сфері робочої сили, забезпечення свободи підприємництва та гарантії отримання адміністративно необмежених доходів, які мають визначатися лише реальним внеском у зростання суспільного багатства в будь-якій його формі.

Фінансові мотиви заінтересованості у стабілізації валюти випливають з негативного впливу інфляції на державні фінанси. Інфляція постійно створює перешкоди стабільності надходжень до державного бюджету і знецінює їх. Крім цього, вона зупиняє інвестиційний процес, породжує нові диспропорції і занепад виробництва, що, в свою чергу, загрожує катастрофічно скоротити надходження коштів і до державного бюджету. Товаровиробники інтуїтивно відмовляються від тих економічних відносин, що базуються на «порожніх» грошових одиницях. Реальні надходження до державного бюджету не зростають навіть від прямої емісії паперових грошей, оскільки на певній стадії інфляції їхнє знецінення відбувається швидше, ніж їхня емісія.

Отже, цілий комплекс мотивів діє на суспільство так, аби підштовхувати його до проведення політики стабілізації валюти, формування такої фінансової системи, яка не залежала б від зовнішнього неконтрольованого деструктивного впливу, спиралася б на незалежну економіку й народ України.

Методи стабілізації валют

Загострення інфляції в різні часи пережили багато держав світу. Для її перебороння та формування ефективної політики стабілізації вони застосовували цілий ряд методів. Найпоширенішим серед них є *нуліфікація знецінених грошей.* В часи, коли оберталися повноцінні гроші та їхні знаки, суть її полягала в тому, що знецінені паперові гроші оголошувалися недійсними і в

країні поверталися до повноцінних металевих грошей. Таку нуліфікацію було проведено наприкінці XVIII ст. у Франції.

В сучасних умовах формування незалежної економіки України, її власної фінансово-кредитної системи і національної валюти метод нуліфікації можна було використати для вилучення з обігу знеціненого карбованця. Тоді випуск в обіг купонів багаторазового користування в необхідній кількості для підтримання нормального товарообороту давав змогу обмежити неконтрольований наплив рублевої маси з інших регіонів. Але забезпечити тривалу рівновагу грошової й товарної маси та ефективне регулювання суспільного виробництва на основі дії закону вартості можна лише шляхом радикальних структурних змін в економіці.

Протилежним нуліфікації є метод стабілізації валюти з допомогою реваловизації і реставрації. *Реваловизація* означає процес відновлення доінфляційної вартості паперових грошей.

Однак потрібно мати на увазі той факт, що реваловизація застосовується в разі, коли інфляція лише частково підірвала купівельну спроможність грошей. Тоді вона є досить сильним важелем для усунення інфляційних чинників, сприяє підвищенню ефективності виробництва й одночасному систематичному вилученню знецінених грошей з обігу. В здійсненні реваловизації провідним є поступове формування рівноваги: Г — Т, досягнення якої означає завершення реваловизації і настання реставрації валюти. При золотовалютному обігу реставрація означає відновлення обміну паперових грошей на золото за номінальною їх вартістю. Так було, наприклад, у США, коли інфляція в період громадянської війни 1861–1865 рр. знецінила курс паперового долара на 40%. Після завершення війни, оздоровлення виробництва, зростання товарообігу й часткового вилучення паперових грошей з обігу паперовий долар в 1870 р. піднявся до 81% номіналу, а в 1979 р. — до 100%. Тобто інфляція була подолана, а паперовий долар став обмінюватися на золотий за курсом 1 паперовий дол. – 1 золотому дол.

Найпоширенішим методом стабілізації валюти є *девальвація,* котра означає офіційне (законодавчим шляхом) пониження курсу паперових грошей по відношенню до іноземної валюти або до золота. Водночас у країні реалізується цілий комплекс заходів щодо оздоровлення економіки та фінансів, без чого чергова девальвація стане лише показником прогресуючого знецінення валюти. Це особливо відчутно в умовах відсутності золотовалют-

ного обігу, коли девальвація не означає відновлення обміну паперових грошей на золото, а запорукою стабільності валют є достатня кількість високоякісних і конкурентоспроможних товарів, маса яких відповідає кількості грошей в обігу.

Девальвації проводилися *відкрито,* коли обмін паперових грошей здійснювався на металеві монети за курсом, нижчим їх номіналу, та *приховано,* коли обмін паперових грошей здійснювався за номіналом, але з одночасним зниженням вагової кількості металу у грошовій одиниці.

Стабілізацію валюти можна розпочати також з проведення традиційної в багатьох країнах світу політики дефляції. *Дефляція* означає вилучення з обігу певної частки надлишкових грошей, що проводиться здебільшого перед грошовою реформою. Вона, з одного боку, приводить до зростання купівельної сили й підвищення курсу національної валюти по відношенню до курсів іноземних валют, а з іншого — здатна Підривати реалізацію товарів і викликати скорочення національного виробництва. Дефляція здійснюється скоординованими зусиллями виконавчих структур влади й Національного банку і набуває форми збільшення податків, скорочення державних видатків, заморожування рівнів заробітної плати, підвищення позичкового процента, скорочення кредитних ресурсів тощо. Як наслідок відбувається зменшення грошової маси в обігу, випущеної в період інфляції, зниження цін і ліквідація надмірного грошового споживання.

§ 2. ГРОШОВІ РЕФОРМИ, ЇХНЯ СУТЬ ТА СПРЯМУВАННЯ

Методи проведення грошової реформи

Грошова реформа — це цілеспрямовані перетворення, за допомогою яких здійснюються рішучі комплексні дії, спрямовані на оздоровлення економіки, фінансів, грошового обігу тощо. Актуальність нинішньої грошової реформи для України посилена ще й тим, що в процесі державотворення необхідно створити ефективну й надійну грошову систему. Та й оздоровлення економіки і вихід із кризи, як свідчить досвід вже кількох років, без грошової реформи й проведення власної грошової політики виявилися практично неможливими.

Історія, увібравши в себе досвід багатьох народів і часів, знає два основних методи проведення грошових реформ:

метод блокування банківських рахунків на заздалегідь визначений строк або навіть на невизначений час. Це дає змогу уряду мати свободу дій і відповідні кошти, які повертаються власникам лише тоді, коли виробництво пройде стадію нормалізації і розпочне зростати. Можна їх також конвертувати на цінні папери, які будуть не знецінюватися, а приносити їхнім власникам відповідний доход;

метод списання готівки та коштів населення на банківських рахунках та одночасної заміни їх на нову грошову одиницю за єдиним або ж диференційованим співвідношенням.

Для визначення конкретних методів проведення грошової реформи і вибору тієї чи іншої політики важливим є діагноз поточної економічної ситуації. Для України це вкрай важко було зробити через глибоку кризу її економіки, скорочення виробництва та інфляційне зростання цін. До того ж в умовах адміністративно-командної системи активна й гнучка грошова політика не проводилася. Гроші відігравали лише пасивну роль, виступали як технічні інструменти обліку й контролю. Тому в Україні так і не було напрацьовано досвіду проведення грошової політики як найдійовішого важеля регулювання економічних процесів.

Безперечно, простий обмін карбованця на національну валюту товарів в Україні не додав, сільське господарство не стало від цього продуктивнішим, а економіка не вилікувалася від безгосподарності та інфляції.

Водночас захист інтересів населення в ході грошової реформи сприяв підвищенню продуктивності праці, збільшенню виробництва товарів, а в результаті — поліпшенню життєвого рівня трудящих. Чи були такими реформи, проведені в радянські часи, і які перспективи використання їхнього досвіду в сучасній грошовій реформі?

Переважаючим напрямом у численних реформах радянської економіки було пограбування не лише споживача, а й самого виробника. Цю ж мету переслідувала й напівреформа 1960 р., якою було проведено конфіскаційний обмін грошей. Це проявилося у конфіскації доходів народу (до 50%), девальвації карбованця, що приховувалося зміною масштабу цін і зменшенням золотого вмісту карбованця. Звичайно, така велика ін'єкція в економіку дещо пожвавила її темпи зростання. Але ненадовго, тому й постала по-

треба у відході від деяких Ідеологічних догматів і реабілітації окремих ринкових елементів, прибутку й рентабельності як найважливіших оціночних показників ефективності економіки.

Водночас половинчатість реформи 1965 р. дала змогу деяким господарникам формувати фіктивну рентабельність, через яку вдавалося отримувати кошти на утворення часто незароблених фондів матеріального заохочення, що в кінцевому рахунку не тільки не дало можливості досягти бажаної мети реформи, а й поклало початок руйнуванню економіки та зародженню загальної кризи тогочасної системи. Це проявилося в падінні темпів зростання продуктивності праці, порушенні закону відтворення робочої сили, витісненні з ринку і виробництва дешевих товарів, маніпулюванні з собівартістю заради високого прибутку і гальмуванні науково-технічного прогресу на виробництві. *Як* наслідок у обігу швидко зростала надлишкова маса грошей, а нестача товарів на кінець 80-х років перетворила дефіцит товарів у один з провідних чинників зростаючої інфляції.

Отже, тогочасний обмін 10 старих карбованців на 1 новий не підвищив його купівельну силу, а просто перетворив у звичайний карбованець з його обмеженою купівельною здатністю. Саме це й привело до втрати ним поваги і довіри, а далі й до справжнього краху.

Грошова реформа 1947 р.

«Сталінська» реформа 1947 р. включала чотири компоненти: деноміналізацію старих грошей, їх обмін у пропорції 10 : 1 на нові; відповідне коригування граничного рівня роздрібних цін; пільговий обмін вкладів в ощадкасах; скасування карткової системи та ліквідацію подвійної системи торгівлі, суть якої полягала в діяльності звичайних магазинів та «комісійних», де товари продавалися без обмежень, але за підвищеними цінами.

Головне завдання реформи — вилучити значну масу грошей з обігу. Частина їх навіть не були фальшивими, бо були захоплені фашистами в підвалах банків, де зберігалися до початку війни і не були вивезені. Цих грошей було так багато, що порівняно з ними особисті збереження населення становили невелику суму. Так, у 1940 р. вони дорівнювали лише 17,3 млн. крб., тобто в середньому по 42 крб. на вклад, або лише 27% середньомісячної зарплати.

При таких збереженнях держава вигравала двояко з одного боку, можна було просто нехтувати офіційними особистими збереженнями і надати їм пільговий режим, а з іншого — населення мало зрозуміти, що ощадкаса — надійне сховище збереження готівкових грошей. Пільговий обмін заощаджень сприяв швидкому зростанню вкладів населення. Вже в 1960 р. вони зросли в 3 рази, а середній вклад став у 3 рази більшим за середньомісячну зарплату.

Успішною «сталінська» реформа стала ще й тому що в той час роздрібний товарооборот суворо контролювався Центром Уряд міг здійснювати широкі адміністративні маневри, проводити політику надто низького рівня доходів за значної інтенсифікації праці. Нагромадивши достатню масу продовольства й інших товарів народного споживання, він зміг без катаклізмів, плавно перейти до вільної роздрібної торгівлі без карток. Більше того, розпочалося періодичне зниження цін, І це благодійно впливало на настрої населення та зміцнення грошової й фінансової стабільності.

Якщо ж глибше глянути на реформу 1947 р., то дії Сталіна були зумовлені суворою необхідністю. Адже з розширенням виробництва внаслідок відбудови народного господарства нагромаджувалася надлишкова кількість товарів, які не могло придбати населення, тому що не мало відповідної кількості готівкових грошей. Щоб цього в майбутньому не трапилося, економісти пропонували здійснити обмін грошей на нові купюри у відношенні 5:1. Сталін же в поданому проекті закреслив цифру «5» і написав «10». Внаслідок цього склалася невідповідність між товарною масою, яка з відбудовою народного господарства швидко зростала, та грошима, маса яких кожного разу ставала недостатньою; тому щорічно потрібно було усувати цей розрив черговим зниженням цін.

Не був також об'єктивним чи зваженим валютний курс по відношенню до долара. При деномінації карбованця в нинішніх умовах особисті нагромадження готівкою постраждали б насамперед.

Однак слід враховувати, що головна маса грошей готівкою прихована не широким загалом населення, а тіньовою економікою. Існують вони не в паперогрошовій формі, а матеріалізовані в золоті, нерухомості, товарах мистецтва, антикваріату та іноземній валюті, тому жодної надії шляхом проведення грошової реформи вилучити ці гроші на користь суспільства не було.

Отже, досвід «сталінської» реформи не прийнятний в сучасних умовах.

Грошова реформа 1922 – 1924 рр.

Грошова реформа 1922–1924 рр. викликана двома причинами: по-перше, величезними втратами у першій світовій і громадянській війнах; по-друге, потребою подолати руйнівні наслідки безгрошового обігу часів «воєнного комунізму» та експериментів впровадження прямого продуктообміну.

За період 1917-1921 рр. стало очевидно, що економічно не обґрунтований «соціалістичний» і «комуністичний» експеримент у тодішній радянській Росії зазнав краху. Навпаки, він остаточно зруйнував економіку, фінанси й грошовий обіг країни. Приміром, темпи знецінення тогочасних «совзнаків» значно випереджали темпи їх емісії. Торгівля була замінена прямим розподілом і безплатним трудовим пайком. Втілення в життя інших заходів, пов'язаних з реалізацією ідеї відміни грошей, привела до того, що в 1920 р. за непотрібністю навіть було закрито Народний банк.

Напередодні реформи 1922-1924 рр. у колишньому СРСР видатки бюджету більш як на 90% покривалися паперовою емісією, а інфляційне зростання цін перевищувало 500% на місяць. Це означало, що консервативні методи та заходи оздоровлення економіки вже цілковито вичерпані й не діють. Єдино можливою і перспективною була політика радикального «хірургічного втручання». Для відновлення контролю над економікою і збереження влади більшовиків потрібно було відмовитися від диктатури військового комунізму й перейти до нової економічної політики, впровадити сувору економію у витратах коштів, скасувати безплатні постачання ресурсів державним підприємствам і закладам, відновити діяльність Держбанку, а безплатне фінансування замінити комерційним кредитом.

Нова економічна політика супроводжувалася також введенням жорсткої податкової системи, що дало змогу Наркомфіну звести до мінімуму бюджетний дефіцит і розпочати проведення грошової реформи.

Одним з перших позитивних моментів запровадження в обіг червінця став випуск облігацій хлібної позики. Перебуваючи у вільному обігу, вони виконували функцію досить стійкої й авторитетної грошової одиниці, яка була забезпечена державними фондами хліба. На такій же основі оберталися золоті й срібні сертифікати, які були різновидом паперових грошей, забезпечених відповідним запасом благородних металів, їх ще називали товарними грошима.

Серед найважливіших передумов цієї реформи були: швидкий розвиток вільної торгівлі (приватної, державної, кооперативної); досягнення активного зовнішньоекономічного балансу (позитивне сальдо досягло 300 млн. золотих карбованців); здійснення реформи цін, що допомогло нагромадити певні запаси товарів, а на ринку встановити рівновагу попиту й пропонування.

При цьому червінець вводився в обіг не декретом, а в процесі витіснення знецінених «радзнаків». На відміну від них червінець на 25% забезпечувався золотом, короткостроковими зобов'язаннями й одержав міжнародну підтримку. Тому емісія червінців не могла проводитися довільно; йому доводилося боротися із золотими монетами царської чеканки. Водночас на характер паралельного обігу впливала економічна розруха, надто низький життєвий рівень народу й високий рівень інфляції, який катастрофічно знецінював «радзнаки».

Отже, реформа ставила за мету зробити гроші точним вимірювачем затрат і результатів суспільного виробництва, з тим щоб вони забезпечували постійне стимулювання економічних інтересів товаровиробників, користувалися довірою, виконували всі свої функції і були захищені від знецінення. Слід наголосити і той факт, що економічна реформа 1922–1924 рр. була класичною грошовою реформою, головним завданням якої була санація економіки. Тому надії нинішніх реформаторів обмежитися лише обміном діючих грошей на нові і досягти стабілізації фінансової системи дуже швидко збанкрутують.

Інтерес до грошової реформи 1922–1924 рр. зумовлений також тим, що економічний розвиток у ті роки спирався на економіку здорового глузду і дав порівняно кращі результати, ніж наступні 60 років. Тоді на ділі стимулювалися самостійність, самоокупність і самофінансування державних підприємств. Особливо значним був вклад цієї реформи в теорію та практику фінансів, грошового обігу та кредиту.

Щоб зупинити знецінення грошової одиниці, уряд наприкінці 1922 р. розпочав паралельне впровадження в грошовий обіг банкнот, які за золотим паритетом відповідали курсу: 1 крб. = 1 фунту стерлінгів. Червінець справді був конвертованою валютою, безпосередньо обмінювався на золото та інші валюти. Однак як стабільна грошова одиниця він проіснував лише до 1925 р. Волюнтаристські дії керівництва країною щодо проведення ін-

дустріалізації, орієнтованої на важку та оборонну промисловість, підірвали ринкову рівновагу і вже на кінець 1927 р. фінансово-кредитну систему довели до розвалу.

Зараз також розширюється самостійність та самофінансування державних підприємств, стрімко розвивається приватний сектор та кооперація, законодавчо допущена вільна діяльність іноземного капіталу. Водночас наявні й принципові відмінності: а) реформи 20-х років мали справу з галопуючим знеціненням рубля, нині ж подібна ситуація лише започатковується; б) індекс інфляційного процесу в 20–50% абсолютно не зрівняний з неконтрольованим піднесенням цін у 1921–1923 рр.; в) у той час не існувало ні значних трудових збережень, які потрібно було захистити, ні колосальних нагромаджень тіньової економіки, які слід було вилучити.

Отже, за певної подібності становища спосіб та методи проведення «ленінської» реформи не можуть бути прийнятними сьогодні.

Теорії паралельних валют

Висока ефективність паралельного обігу валют у роки непу давно цікавить економістів. Дискусія точилася навколо проблеми введення в обіг паралельно діючому карбованцю нової конвертованої грошової одиниці, котра б як локомотив витягла його в ранг стабільної валюти. Пропонується, щоб паралельна національна валюта («червінець») вільно оберталася на будь-яку іноземну валюту, мала тверде забезпечення золотом та запасами вільноконвертованої валюти. Відомо, що і в Китаї було введено «золотий» юань для забезпечення зовнішньоекономічних операцій. Діючий до цього юань паралельно обслуговував внутрішній ринок і постійно знецінювався, а новий ефективно стимулював розвиток ринкової економіки і мав добрі наслідки.

Використавши досвід реформи періоду непу та Китаю, червінець також пропонувалося ввести для розширення обслуговування експорту та імпорту, збільшення виробництва експортного сектора економіки, стимулювати інвесторів, власників «надійних» цінних паперів тощо. Водночас підкріплений золотом червінець повинен продаватися за достатньо гнучким курсом усім бажаючим, у будь-який час і в будь-якому місці. Тоді він, поступово розширюючи сфери свого обігу, здатний витіснити знецінені грошові знаки.

Але якщо червінець у період непу вводився відразу на всій території країни, ним користувалися всі підприємства й громадяни, то пропонувалося ввести паралельну валюту спочатку для вільних економічних зон, або для спільних підприємств, чи для створення спеціалізованих магазинів. Така валюта була б доступною лише привілейованим особам. Погоня за нею здатна була викликати негативне ставлення до звичайних грошей, що лише спричинило б остаточну дезорганізацію внутрішніх зв'язків між товаровиробниками або ж призвело до загального переходу на нову грошову одиницю. Тобто закономірно відбулося б витіснення слабкої валюти сильною згідно із законом грошового обігу, ігнорувати який не можна.

Водночас золотий червінець 20-х років задумувався й реалізовувався не паралельною валютою, а засобом боротьби із знеціненими грошима тих років. Тобто червінець з'явився не для доповнення, а для заміни діючих грошей і цілком справився з такою роллю.

Зарубіжний досвід реформи

Вирішуючи питання про оздоровчу для нашої економіки грошову реформу, корисно ознайомитися із зарубіжним досвідом. Наприклад, відомо, що Ізраїль ще не так давно, як і Україна, не мав ні держави, ні грошової системи. Тепер же ізраїльська грошова одиниця — шекель — є стабільною валютою.

Звичайно, в різних країнах по-різному здійснювалася стабілізація валют. Наприклад, ні в США, ні в Великобританії грошова реформа у післявоєнний час не проводилася. І не тому, що там не було галопуючої інфляції. Скоріше це пояснюється тим, що там давно панує цивілізований дух і толерантне ставлення до національних вартостей. Дорожили там також і довір'ям народів інших країн, які використовували долар і фунт стерлінгів як міжнародні валютні резерви. Це не лише престижно, а й приносить значні доходи. Наприклад, Великобританія щорічно лише від друкування фунтів стерлінгів для країн стерлінгової зони отримує більший доход, ніж від зовнішньої торгівлі.

Прихильники грошової реформи в Україні посилаються на високу ефективність реформи 1947 р. в ФРН. Як нещодавно в Україні, так і тоді в Німеччині магазини були порожні, дефіцитні товари видавалися за картками, панували спекуляція, чорний ринок і примітивний натуральний бартер. Це був період, коли після

12-річного тоталітаризму розпочався перехід від централізованих методів управління до ринкових важелів. І вже через короткий період було здійснено перехід від пошуків товарів до їхнього виробництва, ліквідовано окупаційні грошові знаки, які безсистемно випускалися в обіг командуючими трьох окупаційних зон. Унаслідок цього тогочасна незабезпечена маса грошей, що сягала 400% від необхідної кількості, була вилучена з обігу й обмінена за курсом 100 рейхсмарок = 6,5 нових марок. Отже, це була грошова реформа конфіскаційного типу. Вона була виправдана станом грошового обігу та значними руйнаціями післявоєнного часу в Німеччині. Водночас вона започаткувала нову валюту, яка допомогла здійснити економічні реформи й вивести країну в найрозвинутіші держави світу з стабільною й авторитетною валютою. Дбаючи про збільшення довіри до нинішньої марки, уряд завжди проводив і проводить сувору фінансову політику.

Навіть у період впровадження в обіг марки ніякого зниження життєвого рівня населення не сталося. Навпаки, лише за 1948-1955 рр. виробництво товарів широкого вжитку зросло вдвічі. Було створено такі суспільні умови, що спонукали людей вкладати гроші не в предмети споживання, а в інвестиції. Було відмінено заборону для підприємців брати кредити з поточних банківських рахунків, завдяки чому всі бажаючі почали брати кредити і вкладати їх у бізнес. Заохочувалися надурочні роботи, тому що доход із них не оподатковувався. Вже з 1950 р. стали понижувати податки. *Як* наслідок цього почалося зниження цін.

Отже, провідні гасла Л. Ерхарда — свобода і стабільність — швидко створили західнонімецьке «економічне чудо», в основі якого був ефективний і рішучий перехід до ринкових відносин без допущення зниження рівня життя народу.

Роль економічної санації виконала не лише економічна реформа Л. Ерхарда. У Західній Європі в повоєнний час економічне відродження почали з радикальних грошових реформ і інші країни. Лише за період 1945–1950 рр. тут було проведено 24 реформи. Їх досвід переконує, що назрілі реформи потрібно проводити ефективно і своєчасно. А досвід України, навпаки, показав, що затягування з проведенням необхідних реформ обертається величезними збитками для економіки і населення.

Дуже відповідально до здійснення грошової реформи поставилися в 1958 р. у Франції, замінивши старий франк на «важчий» но-

вий. Однак ця акція мала скоріше психологічний, ніж економічний характер. Італія та Японія, дбаючи про довір'я й авторитет своїх національних валют, після військової поразки реформи не проводили. Навіть після бурхливої галопуючої інфляції тут знайшли дійові фінансово-економічні важелі, перебороли негативні тенденції й забезпечили вільну конвертованість своїх валют.

Грошова реформа не обов'язкова і не є єдиним способом стабілізації валюти. Не обов'язково також вона повинна мати конфіскаційний характер. Що стосується України, то інфляція вже в першій половині 1991 р. понад ЗО млн. чоловік поставила за межу бідності, а в 1993 р. в такому становищі опинилося понад 90% населення. Тому грошову реформу було проведено з позицій захисту інтересів та нагромаджень населення, вона супроводжувалася диверсифікацією народного господарства, введенням в обіг української грошової одиниці, митниці та розширенням взаємовигідних стосунків з усіма країнами світу.

§ 3. КОНВЕРТОВАНІСТЬ ВАЛЮТ

Механізм конвертованості валют

Конвертованість — гарантована здатність національної грошової одиниці обертатися. Вже процес визначення вартості товару означає, що вона здатна вимірюватися грошима. Тобто товар конвертується (обмінюється) на гроші, а гроші, в свою чергу, конвертуються на товар. Гроші також здатні конвертуватися на інші валюти. Тоді й кажуть, що гроші мають властивість вільно конвертуватися на світовому ринку на інші валюти. Обмін однієї національної валюти на інші відбувається на валютних біржах, у банках, спеціальних міняльних лавках та в інших фінансово-кредитних закладах. Здатність тієї або іншої національної грошової одиниці вільно обертатися на інші валюти оцінюється висловом «вільна конвертованість».

Конвертованість з економічної точки зору означає свободу будь-якого підприємства чи особи брати участь у зовнішньоекономічній діяльності, право вільно купувати, продавати або обмінювати національну валюту на іноземну за існуючими курсами без будь-яких обмежень чи прямого втручання держави. В даному розумінні конвертованість означає певний рівень розвитку

продуктивних сил, такий стан економіки, який жодним декретом створити не можна. Це — цілий механізм прямого зв'язку внутрішнього ринку із світовим, з відповідною відкритістю економіки та багатогранністю торгівлі.

Серйозною перевагою конвертованості для України стала б можливість здійснення міжнародних розрахунків у національній грошовій одиниці. Це зняло б дуже багато зовнішньоекономічних проблем, особливо тих, що пов'язані з нееквівалентним обміном української продукції за спекулятивно завищеним курсом долара і рубля. Реальною стала б також спеціалізація відповідних галузей народного господарства України на масштабному виробництві певних видів експертної продукції.

Конвертованість національної валюти становить також об'єктивну базу для повномасштабного входження національного господарства у світову економіку. Інвесторам вона дає змогу вільно обирати найприбутковіші проекти і створює сприятливі умови мобілізації та залучення коштів під них. Класичний золотий стандарт передбачав необмежене карбування повноцінних металевих монет, їх обіг у внутрішньому грошовому обороті і розмін паперових грошей на золото за твердим паритетом.

Згідно з правилами МВФ, що стосуються й України як члена цієї організації, рівень конвертованості може вважатися задовільним тоді, коли країна: а) не прийняла ніяких валютних обмежень на платежі за поточними операціями; б) не зберігає обмежень на короткострокові банківські й кредитні операції, платежі щодо погашення позик та відсотків по них; в) не перешкоджає здійсненню переказів прибутків за інвестиції та інші види капіталовкладень; г) вільно реалізує процес грошових переказів некомерційного характеру.

Основними критеріями конвертованості є: по-перше, наявність всебічно розвиненого й динамічно зростаючого внутрішнього ринку на основі конкурентних цін; по-друге, достатньо розвинений і диверсифікований рівень національного господарства в поєднанні з регулярними імпортними закупівлями. Тут рівень цін і затрат не мають сильно відрізнятися від умов закордонних партнерів, тому що інакше імпорт стане пригнічувати, а не доповнювати внутрішнє виробництво; по-третє, розширення виробничого потенціалу не лише має пов'язуватися з потребами власного ринку, а й узгоджуватися з можливостями зовнішнього

ринку. Коли ж рівень експортного виробництва буде недостатнім, то це не забезпечить вільної рівноваги платіжного балансу; по-четверте, наявність валютних резервів, які потрібні для підтримки стабільності міжнародних розрахунків за можливих тимчасових відхилень рівноваги платіжного балансу.

Покриваючи розриви в платежах, країна отримує необхідні можливості прийняти відповідні дії для покращення ситуації. Важливим критерієм конвертованості є наявність стабільної економіки й проведення антиінфляційної політики. Конвертованість можна ввести і в умовах інфляції, але тоді знецінення національної валюти не повинно випереджати падіння вартості інших грошових одиниць, особливо тих, якими користуються як міжнародним платіжним засобом. Окрім цього, номінальне зростання цін має компенсуватися номінальним зростанням доходів у країні.

Першими кроками до запровадження конвертованості гривні стали: рішення Національного банку України про заборону на території України обігу іноземних валют з 18 лютого 1994 р.; налагодження регулярних торгів на Українській міжбанківській валютній біржі та обов'язковість вільного продажу валютної виручки всіма експортерами за офіційним курсом; входження України до Світової торговельної організації, що виникла на основі діяльності ГАТТ, та ін.

Розрізняють повну й часткову конвертованість. *Повна конвертованість* означає відсутність будь-яких валютних обмежень у поточних і фінансових операціях, *часткова* — збереження тих чи інших обмежень.

Повна конвертованість означає відсутність будь-яких валютних обмежень у всіх поточних і фінансових операціях як для резидентів (фізичних і юридичних осіб даної країни), так і для нерезидентів (іноземних фізичних і юридичних осіб).

Повна оборотність означає, що кожна іноземна та і вітчизняна юридична і фізична особа має нічим не обмежене право міняти будь-яку кількість національної валюти на одну з головних міжнародних резервних валют, мати валютні кошти у вигляді депозитних рахунків у банках тощо. Вона спирається на високий рівень розвитку продуктивних сил і товарно-грошових відносин, на розвинений міжбанківський ринок та невисокі темпи інфляції і означає відсутність будь-яких валютних обмежень у поточних та фінансових операціях.

Відображаючи стан ефективності всієї економіки, повна конвертованість позитивно впливає на її розвиток. Вона означає вільне пересування товарів, капіталів і праці, укладання довготермінових багатосторонніх торговельних угод, переваги у зовнішньоекономічних розрахунках, пошук найвигідніших ринків збуту й закупівель необхідних товарів. Через конвертованість національної валюти здійснюється тиск на виробника з боку зовнішніх конкурентів. Це змушує товаровиробників діяти більш ефективно, бути завжди конкурентоспроможними і технологічно краще забезпеченими. Водночас конвертованість як ознака відкритості економіки здатна негативно впливати ззовні на її стабільність.

Історично категорія «конвертованість» означала свободу обміну національної валюти на золото. В такому розумінні після Другої світової війни лише США мали повну конвертованість долара. До обмеженої конвертованості провідні європейські країни перейшли лише в кінці 50-х років, а в 1991 р. вже 17 країн — членів МВФ із 152 (США, ФРН, Англія, Японія, Канада, Нідерланди, Австрія, Нова Зеландія, Сінгапур, Гонконг, Малайзія, арабські нафтодобувні країни) повністю відмінили обмеження, понад 60 країн в основному ліквідували обмеження в поточних операціях, а решта членів МВФ зобов'язалися просуватися до цього.

Часткова оборотність передбачає збереження тих чи інших обмежень у деяких сферах зовнішньоекономічної діяльності. Обмеження можуть поширюватися також і на певні категорії власників. Здебільшого часткова конвертованість виражається в тому, що вільний обмін національної валюти дозволяється лише для здійснення поточних операцій; водночас не дозволяються угоди, пов'язані із закордонними інвестиціями. Можуть бути й інші обмеження, приміром щодо свободи міжнародного переміщення капіталів, яке й донині діє у Франції. Наявність різного роду обмежень зумовлюється насамперед економічними причинами. Ці обмеження закріплені у відповідних законодавчих актах. Часткова конвертованість, як правило, виникає при потребі запровадження конвертованості в поточних операціях і недоцільності (до досягнення певних економічних зрушень усередині країни) повної конвертованості. Вона може стосуватися обмежень, пов'язаних із забороною вітчизняним громадянам і підприємствам здійснювати інвестиції за кордоном, обмежень на вивіз валюти за кордон для цілей туризму тощо.

Механізм конвертованості як складова частина економічної системи включає:

ринковий курс національної валюти, що регулює і відображає попит та пропонування;

відсутність валютних обмежень у поточних і фінансових операціях;

право резидентів володіти й розпоряджатися іноземною валютою;

право нерезидентів здійснювати операції з національною валютою;

регулювання зв'язків із світовим ринком, відповідну торгову, митну, а також валютну політику (режим валютного курсу й форми його підтримання, валютний контроль);

регулювання ринкових відносин і участь держави в економіці, грошово-кредитну та бюджетну політику.

Отже, в економічному розумінні навіть часткова конвертованість передбачає пряме включення у світовий ринок, наявність внутрішнього ринку (товарів, послуг, капіталів, валюти), його відкритість і достатню збалансованість та відсутність обмежень у поточних операціях. Своєчасне введення часткової конвертованості було б значним кроком уперед і стимулювало б ефективність економіки.

Різко контрастувала з таким підходом діяльність адміністративно-командної системи. Завдяки монополії зовнішньої торгівлі, забороні валютних операцій, одержавленню всіх сфер господарського життя в колишньому СРСР склався режим найбільш неконвертованої валюти в світі. Йому властиві були такі негативні риси, як валютна монополія, повна ізоляція сфери зовнішніх розрахунків від внутрішнього платіжного обороту, розподіл централізованих валютних ресурсів за цільовим призначенням згідно з детальними планами імпорту та зведеним валютним планом, надуманість, необґрунтованість офіційного курсу карбованця по відношенню до інших валют, що позбавляло цей курс будь-якого економічного сенсу

Цілком очевидно, що купоно-карбованець як тимчасова і нестабільна валюта 1992-1996 рр. незалежної України, що переживала важкі часи державотворення і формування власної економіки, не міг стати конвертованим. Проте він мав більше ознак валюти, ніж навіть колишній рубль. Купоно-карбованець вільно котувався на валютній біржі, зростала і зміцнювалась його товарна база. Водночас за порівняно короткий період часу стався його

«обвал» тобто курс українського карбованця катастрофічно покотився вниз і вичерпав себе як претендент на конвертованість.

Причини такого негативного процесу охоплюють всі сторони сучасного стану товарного виробництва в Україні. Низький рівень якості товарної продукції доповнився падінням продуктивності праці, що є основоположним чинником рівноваги валют, зростанням вартості енергоносіїв, посиленням нееквівалентного обміну на основі штучно заниженого курсу українського карбованця та ін. Це ще раз наголосило, що конвертованість означає не стільки обмінюваність купюр, скільки широкий фронт товарного обміну на фоні багатоаспектної експортно-імпортної взаємодії учасників цього обміну і їхніх валют. Тому серед причин, що зумовили спекулятивний, надлишковий (понад 5–6 разів) курс долара до українського карбованця, головною була частка продажу продукції України за кордон з урахуванням обов'язкової валютної оплати і можливою поправкою на якість. Немалої ваги у цьому набули й деструктивні дії комерційних банків на Українській міжбанківській валютній біржі, які стимулювали спекулятивне зростання курсу долара, тому що мали значні прибутки від цього, а також спекулятивні операції на чорному ринку.

Внутрішня й зовнішня конвертованість валют

Розрізняється конвертованість внутрішня й зовнішня. *Внутрішня конвертованість* як відсутність обмежень у використанні зробленої валюти означає: вільне використання її для поточних розрахунків та довготривалих угод, надання кредитів іншим учасникам угод, що пов'язані з рухом капіталів; проведення комплексу заходів, які включали б ліквідацію системи адміністративного розподілу валюти й перехід на ринкову її купівлю-продаж; свободу переведення вкладів, капіталів та товарів у національній валюті в будь-яку вільноконвертовану валюту; припинення централізованих асигнувань валюти для імпортерів (валютні кошти вони змогли б отримати, купуючи їх за ринковим курсом); введення в народне господарство елементів іноземної конкуренції; переборення замкнутості національної економіки й наближення структури внутрішніх цін до світових показників.

Величина співвідношення між товарами та грошима, а також між обмінюваними валютами залежить від маси грошей в обігу ($Г$), швидкості їх обертання ($И$) і маси товарів (7), які пропону-

ються на продаж, помножену на їхню ціну (*Ц*), тобто $ГV = Т * Ц$. За умови, коли кількість грошей відповідає кількості товарів, внутрішня конвертованість досягнута. Але якщо товарів на ринку обмаль, немає і внутрішньої конвертованості. Не буде її також до повної ліквідації всіляких обмежень на вільне ціноутворення, коли ціни на товари не встановлюються на рівні рівноваги попиту й пропонування. Отже, в результаті автоматичного ринкового збалансування встановлюється внутрішня конвертованість валюти. Її досягнення означало б рішучу ломку бюрократичного апарату й формування відносин ринкової економіки.

Зовнішня конвертованість пов'язана з операціями, спрямованими на підтримку потоків капіталів та кредиту з допомогою вільного обертання національної валюти, й означає здатність вільно обмінювати кошти в будь-якій валюті на широкий асортимент товарів та майна. Зовнішня конвертованість означає також здатність національної грошової одиниці вільно обертатися за межами національної території і обмінюватися на інші валюти. Вона дає: а) цілковиту свободу обміну зароблені у даній країні суми грошей для розрахунків із іноземними партнерами у будь-якій іноземній валюті; б) право вільно переводити кошти у будь-якій валюті в широкий асортимент товарів і майна; в) змогу проведення операцій, що спрямовані на підтримку руху потоків капіталів і кредиту за допомогою вільного обертання національної валюти. Це і є найважливіша властивість вільноконвертованих валют. І, навпаки, неможливість здійснювати подібні операції зумовлює товарну та валютну неконвертованість. Скажімо, в колишньому СРСР до 90% товарів були неконкурентоспроможними на світовому ринку, а решта продавалися за демпінговими цінами. Звідси зрозуміло, якою далекою для нас була зовнішня конвертованість.

Зауважимо, що неконвертованими інколи стають навіть конвертовані валюти. Це буває тоді, коли попит на іноземну валюту перевищує її надходження від експорту, а також резерви, кредити та прибуток капіталу з інших джерел. Щоб погасити можливі негативні наслідки, держава вимушена вводити нормативний розподіл валюти до встановлення рівноваги попиту й пропонування.

Розрізняють три головні *причини неконвертованості:* завищений валютний курс, нераціональні внутрішні ціни, товарна неконвертованість. Звичайно, керівні структури колишнього Союзу були добре обізнані зі станом виробництва й фінансів, але з

ідеологічних мотивів приховували його від громадськості. Злочинним був також курс на розбудову експортних добувних галузей виробництва й ігнорування виробництва товарів народного споживання. Неконвертованість рубля підсилювала нераціональна система цін, яка була абсолютно відірвана від світового ринку, та неконвертована товарна маса.

Ці та інші чинники неконвертованості вимагають негайних радикальних змін у системі фінансів, господарства, політики та ідеології. Гривня здатна стати вільноконвертованою стабільно оберненою валютою за умов подолання відставання у продуктивності праці й технологічному рівні основних галузей виробництва та ін. Продуктивність праці становить основу всякої рівноваги. *Якщо* на світовому валютному ринку йдеться про підвищення курсу марки чи єни, то слід мати на увазі, що за стабільного співвідношення цін лише зростання виробництва внаслідок підвищення продуктивності праці є основою зміцнення цих валют.

Особливості формування конвертованості гривні

Проблема конвертованості української грошової одиниці нині з теоретичних дискусій переросла у практику її впровадження. Провідними економічними аргументами тут стали: потреба контролювати всю національну територію; формувати з колишнього імперського економічного простору власний народногосподарський комплекс; забезпечити нормальний процес відтворення; здійснити віковічні прагнення народу до добробуту й процвітання; розбудувати свою власну фінансово-кредитну систему, без якої економіка не може формально функціонувати. Є й політичні причини, що вказують на грошову повноцінну одиницю як на ознаку авторитетної держави. Ще й нині діють норми візантійського права, що визначають започаткування держави не з її проголошення, а з утворення власних грошей.

За умов, коли ліквідована Бреттонвудська система й скасовано статус золота як засобу міждержавного регулювання, більшість валют світу забезпечена товарами й державними цінними паперами. Тому для забезпечення стабільності української валюти найважливішим є виробництво високоякісних і конкурентоспроможних товарів особистого й виробничого призначення.

Особливістю формування конвертованості гривні є насамперед той факт, що в усіх нинішніх країнах відновлення конверто-

ваності пов'язане з тими чи іншими причинами, що позбавили національну валюту властивостей оберненості. Оскільки в Україні взагалі не було власної грошової одиниці, то потрібно спочатку побудувати абсолютно новий власний український валютно-економічний механізм, який не має нічого спільного з минулою системою унітарної радянської держави. Другою особливістю є той факт, що економіка України лише розпочала відхід від командно-адміністративної системи, проте ще не стала вільноринковою і демократичною. Третьою особливістю є проблема залежності України від енергоносіїв та економічних і політичних чинників Росії. Фактично всі негаразди економічної ситуації звідти нині вільно переливаються в Україну із значно більшим руйнівним коефіцієнтом, ніж це спостерігається в Росії.

Безпосередній процес становлення української валюти випливає з потреби впровадження гривні як складової частини міжнародної валютної системи, як системи валютного регулювання, контролю й підтримки резидентів на стадії, коли ще немає належної довіри до валютної стратегії держави. Щоб конвертованість дала позитивні наслідки, потрібно мати чотири найважливіші передумови: а) реальний валютний курс; б) достатній рівень міжнародних ліквідних засобів; в) здорову макроекономічну політику, що забезпечує ліквідацію грошових надлишків; г) економічну систему, яка б створила підприємцям можливість вільно реагувати на цінові зміни та усувати диспропорції.

Провідними складовими елементами проблеми впровадження конвертованої гривні є масштаб зміни курсу по відношенню до іноземних валют, зміни масштабу цін і вартостей, вибір економічних показників і забезпечення внутрішньої конвертованості. Скажімо, щоб курс гривні був реальним, необхідно встановити його на основі паритету купівельної здатності валют, який визначається комплексом таких факторів, як попит і пропонування даної валюти на ринку, співвідношення національних рівнів цін тощо. Реальність курсу гривні забезпечить достовірність вартісних вимірів і правильність вибору того чи іншого напрямку в розвитку зовнішньоекономічних зв'язків. Насамперед у забезпечення конкурентоспроможності національного виробництва. Приміром, реальний курс вартості українського продовольчого кошика середнього громадянина зіставляється з таким же набором кошика іншої країни. Лише на основі цього співвідно-

шення можна встановити реальний курс і підняти заробітну плату до світового рівня.

Проблему забезпечення достатнього рівня міжнародних ліквідних засобів потрібно вирішити шляхом створення наявних запасів валютних резервів та ліквідації від'ємного сальдо платіжного балансу. Нестачу міжнародних ліквідних засобів можна вирішити шляхом створення стабілізаційного фонду з коштів, що їх кредитують міжнародні фінансові заклади, укладення міжнародного платіжного союзу країн СНД тощо. Щоб не допустити негативного впливу короткотермінових коливань платіжного балансу в країні, потрібно мати резерви не менше, ніж тримісячного імпорту. Проте плаваючий курс валюти може зробити достатнім навіть менший валютний резерв. Найефективнішим засобом регулювання економіки є фінансово-кредитна система з національною валютою в основі формування стабільних і вільноконвертованих національних валют. Звичайно, це — тривалий процес, який переплітається з проблемами підвищення економічної ефективності виробництва, переборення інфляції й стабілізації внутрішнього ринку.

Тому друкування українських грошей — не політична гра, а шлях перебудови вкрай неефективної економіки. Будь-яка країна, що має власну валюту, має більше простору для вдосконалення своїх продуктивних сил, ефективніше регулює свою економіку і є розвинутішою, незважаючи навіть на те, що не має багатих природних ресурсів та володіє малою територією (наприклад, Японія, Сінгапур).

Упровадження українських грошей вимагає докорінної перебудови засад емісії, взаємозв'язків готівкового й безготівкового обігу, забезпечення купівельної спроможності національної валюти та визначення її курсу.

Співвідношення українських грошей та інших національних валют визначиться ринком у процесі вільного плавання курсів та конкуренції. Україні потрібна така система економічних відносин, за якої підприємства постійно прагнутимуть більше заробляти українських грошей, тому що вони матимуть вище забезпечення товарною масою, ніж інші валюти.

Звичайно, Україні насамперед слід розпочати диверсифікацію виробництва. Нав'язана їй спеціалізація й кооперація в масштабах Союзу розірвала виробничі й технологічні взаємозв'язки все-

редині країни, нав'язала численні неефективні поставки сировини, напівфабрикатів й комплектуючих деталей, абсолютну більшість яких здатні виробляти підприємства України. Диверсифікація може різко збільшити виробництво засобів виробництва та товарів народного споживання, акумулювати валютні надходження та встановити взаємовигідні зовнішньоекономічні зв'язки.

В таких умовах удосконалення виробництва й підвищення якості продукції за одночасного зниження затрат на її виготовлення порівняно з іншими країнами дасть можливість розраховувати на виробництво товарів, які або не виготовляються в світі, або ж їх випускається мало. Зовнішні їхні покупці для забезпечення угод будуть купувати українські гроші для розширення своїх зв'язків з Україною. Розвиватиметься і кредит грошових коштів та інші угоди, що приведуть до вільного обертання українських грошей на внутрішньому та зовнішньому ринках. Тобто через конвертованість товарів буде досягнута і конвертованість української валюти.

Безпідставними є домисли про дороговизну друкування національних валют Із світового досвіду відомо, що невигідно друкувати самим власні гроші лише тим країнам, в яких чисельність населення становить менше 4 млн. чоловік. Водночас збитково не друкувати власні гроші тим країнам, чисельність населення в яких становить понад 7 млн. чоловік. Лише через відсутність власної грошово-банківської системи Україна щорічно втрачала понад 20 млрд. крб., а відсутність дійової митниці додає ще 11 млрд. крб. Багато інших джерел безкоштовного відпливу національного капіталу можна назвати через те, що не існувало власної банківсько-грошової системи. Отже, Україна — надто велика держава і їй вигідно самій друкувати власні гроші та формувати національну базу друкування цінних паперів.

Не обов'язкове нині також золоте забезпечення української грошової одиниці. Конференція країн — членів МВФ відмінила статус золота як засобу міждержавного валютного регулювання. З 1976 р. золото залишилося лише як резерв кредитних ресурсів банків для погашення міждержавних зобов'язань; воно виступає як страховий фонд при проведенні дефляційних заходів і резерв ліквідних грошових ресурсів для часткового забезпечення грошової одиниці. Тому більшість валют світу забезпечені державними цінними паперами (облігаціями, векселями тощо).

Головним стабілізатором української гривні стане жива праця її громадян. Економісти підрахували, що під сукупну живу працю Україні необхідно мати 25 млрд. гривень. Такої ж величини повинна бути й товарна маса. А резерви для її виробництва — колосальні. Поки що лише 22% економічного потенціалу працює на людину. За ефективного проведення конверсії та модернізації виробництва стабільність грошового обігу можна гарантувати абсолютно.

Отже, незалежна Україна має достатні передумови для формування гарантованої оберненості своєї грошової одиниці, яка буде спиратися на вигідне використання міжнародного поділу праці, на формування таких виробничих відносин, які вигідно використають національні риси українців — бережливість, працьовитість тощо. А це дасть змогу досягти й достатньо забезпеченого рівня життя, бо всі надбання народу залишаться на національній території, стануть основою піднесення рівня життя нинішніх та прийдешніх поколінь.

Запитання та завдання для обговорення

1. Які економічні, соціально-політичні та фінансові мотиви здатна нині використати незалежна Україна в забезпеченні стабільності економіки й власної грошової одиниці?

2. Які надбання цивілізації з цих проблем можна ефективно використати нині в Україні? Що означало б у наших умовах використання методу нуліфікації валюти?

3. *Які* елементи ревалоризації й реставрації доцільно використати в сучасній практиці України? Чи здатні заходи уряду Росії, пропозиції зарубіжних економістів відновити карбованець?

4. Чому не було девальвовано своєчасно карбованець і які, на вашу думку, були б наслідки цього методу боротьби з інфляцією для оздоровлення карбованця? Чим відрізняється девальвація відкрита від прихованої? Які наслідки політики дефляції для України як колишньої республіки СРСР?

5. В чому суть і наслідки грошової реформи 1947 р.? Чи доцільно використати її досвід для проведення наступних радикальних перетворень? У чому полягала ефективність грошової реформи 1922–1924 рр.?

6. Назвіть і дайте характеристику сучасних концепцій грошової реформи. Чи доцільне було використання теорії паралельних

грошей для збереження карбованцевого простору? Які ваші пропозиції щодо можливості використання світового досвіду грошових реформ у сучасній Україні?

7. В чому суть повної конвертованості? Чи здатна Україна швидко досягти повної конвертованості гривні? Що дає часткова конвертованість? Які ознаки повної неконвертованості радянського карбованця?

8. Які ваші пропозиції щодо пошуку шляхів забезпечення внутрішньої та зовнішньої конвертованості гривні? Що ви можете сказати про план досягнення внутрішньої конвертованості карбованця в 1992 р.? Які новітні концепції оздоровлення і збереження діючого карбованця та досягнення ним повної конвертованості?

9. Яка ваша оцінка проекту єдиного рублевого простору, єдиного емісійного центру, єдиної банківської системи всіх держав СНД? Що дає впровадження національних валют і які шляхи співробітництва в цих умовах? Що таке валютний паритет, клірингова система? Чи здатна ефективно замінити знецінений рубль клірингова система?

Глава 9. СТРУКТУРА ТА ФУНКЦІЇ БІРЖІ

§ 1. ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ БІРЖ І ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ БІРЖОВИХ СТРУКТУР

Історія зародження біржової справи

Біржа як економічна категорія відображає сукупність економічних відносин постійно функціонуючого ринку, на якому концентрується інформація про той чи інший товар (попит і пропонування, якісні характеристики тощо), відбувається його купівля-продаж за зразками, формуються ціни, а також здійснюється торгівля цінними паперами та іноземною валютою.

Прообрази біржі існували ще в часи стародавнього Риму і Греції. Вже тоді було започатковано формалізовану торгівлю у визначеному місці, виникли центральні ринкові установи, де укладалися контракти на поставку товарів у договірні строки. І хоч тогочасні цивілізації загинули, але основоположні принципи центральної ринкової структури збереглися і проявилися у середньовічних ярмарках та їхній спеціалізації, формалізації торгових процесів, які завершилися наприкінці XVI — на початку XVII ст. появою біржі.

Поняття «біржа» спочатку тлумачилося трояко:

а) як великий торговельний центр середньовічного міста, що розміщувався в досить великому будинку й на примітному місці;

б) як проміжок часу для торгів, зборів, зібрання купецтва, пошуку партнерства і визначення ціни;

в) як самі зібрання купецької гільдії та будинки, де вони відбувалися.

Наприклад, у бельгійському місті Брюгге біржею називалася площа, до якої прилягав великий будинок маклерської фірми, гербом якої було зображення трьох шкіряних мішків з грошима.

Перші біржі були товарними. Вони витіснили купівлю-продаж товарів з рук у руки й започаткували торгівлю на замовлення. Пізніше з виникненням акціонерних товариств і зростанням маси облігацій з'являється новий тип бірж, де відбувається торгівля цінними паперами.

Прообразом біржі сучасного типу була Амстердамська. Виникнувши в 1608 р. як універсальна біржа, вона зберегла цей характер до наших днів. Тут уперше виникла торгівля за зразками та пробами товарів, були визначені середньозважені якісні нормативи торгівлі, зокрема стандарти партій товарів тощо. З часом це зробило зайвим доставку продукції, що продається, на біржу.

На Амстердамську біржу в пору її розквіту потрапив молодий цар Росії Петро I, який заснував такого типу біржу в Санкт-Петербурзі. Однак традиційно в Росії існувала велика ярмаркова торгівля. Це зменшувало економічну необхідність біржі, тому широкого розвитку біржова торгівля набула лише через 100 років.

В Україні перша велика біржа виникла в Одесі у 1796 р. Потім подібні установи були створені в Харкові, Києві, Миколаєві, Катеринославі, Юзівці та інших містах. Про те, що в Україні колись добре вміли торгувати, свідчить розвиток ярмаркової і біржової торгівлі у Києві, який став у другій половиш XIX ст. одним із найбільших центрів по продажу зерна, хутра, скла й металовиробів. Ще на початку XIX ст. він посідав провідне місце в Європі з торгівлі цукром, оборот якого щорічно сягав 60-80 млн. рублів. Операції з хлібом також сягали 40 млн. рублів, а за обсягами торгівлі металами, сільськогосподарськими машинами та обладнанням Київ поступався лише Петербургу, Москві й Варшаві. В цілому на початку 1914 р. у Російській імперії функціонувало 115 бірж, внесок яких у прискорення розвитку промисловості, сільського господарства і торгівлі не можна перебільшити. 17 з них виникли і активно діяли у найбільш розвинених центрах України.

Біржова діяльність у тогочасній Україні здійснювалася на основі статуту, що затверджувався загальними зборами учасників біржі, відповідного дозволу місцевих властей і принципу самоврядування. Члени біржі, що могли бути представниками усіх соціальних станів, обирали голову управи й біржовий комітет. Відповідно до діючих тоді біржових правил вони мали право здійснювати торговельні операції й щорічно вносили до біржового комітету пайові внески. Через щорічні збори члени біржі брали участь у колективній розробці планів діяльності на майбутнє і у вирішенні поточних питань фінансово-господарської діяльності біржі. Проте після жовтня 1917 р. угоди з цінними паперами були заборонені, а біржа як важливий інструмент функціонування економіки ліквідована. Лише з переходом до політики не-

пу вона спочатку відродилася з ініціативи органів споживчої кооперації, а потім за активної участі державних органів знову посіла чільне місце в нагромадженні коштів для відбудови й розвитку економіки Наприклад, в Україні за 1922–1930 рр. було створено 17 товарних бірж, які швидко збагатили перелік біржових товарів продукцією машинобудування, хімічної та електротехнічної промисловості, стали впроваджувати механізм страхування, виступили не лише центрами оптової торгівлі, а й осередками ціноутворення і концентрації оперативної інформації про рівень попиту й пропозиції. В основі тогочасних біржових операцій були угоди з реальним товаром і постачанням у теперішній час Поряд з цим практикувалися угоди з реальним товаром і поставкою в майбутньому укладання угод на строк для постачання товарів, що виготовлятимуться в майбутньому.

Швидкому поширенню біржової торгівлі сприяли також ряд декретів Ради Народних Комісарів та Ради з праці й оборони, якими надавалося право створювати фондові біржі та фондові відділи при товарних біржах для торгівлі іноземною валютою і траттами (переказними векселями, чеками), банкнотами, цінними паперами держави та акціонерних і кооперативних товариств, благородними металами в злитках.

Отже, в період непу в колишньому СРСР для розвитку біржової справи створювалися необхідні передумови. Вона посідала чільне місце в ринковій економіці того часу і сприяла швидкому розвитку продуктивних сил. Проте нав'язаний країні курс на розбудову адміністративно-командної економіки повернув її в інше русло — спочатку до обмеження, а потім і повної ліквідації бірж. Внаслідок цього напрацьований роками досвід біржової торгівлі, відповідні професійні уміння й навики було цілковито втрачено, а рівень оптової торгівлі всередині і на міжнародному ринку протягом усіх років існування радянської влади ніс на собі відбиток невігластва й неефективності. Лише повне банкрутство адміністративно-командної системи зумовило повернення бірж у господарське середовище.

Становлення біржової справи в Україні

Сучасне відродження біржової діяльності в Україні започатковане лише 1990 р. На нинішньому етапі вже завершився організаційний період становлення, й розпочали торги більш як 80

бірж. Звичайно, їх ще не можна порівняти з сучасними центрами біржової торгівлі, та вже й вони починають відігравати самостійну і досить значну роль у процесі оптової торгівлі. З числа зареєстрованих бірж 49 з них сформувалися як універсальні й товарно-сировинні біржі, 8 — спеціалізовані, 8 — фондові й товарно-фондові, 5 — агропромислові, 2 — цукрові, 1 — нерухомості і 1 — міжбанківська валютна біржа. Щоправда, працювали й проводили регулярні торги лише 43 з них. Більше того, і в 1994 — 1996 рр. продовжувався процес скорочення числа бірж. Лише 1993 р. було ліквідовано або перепрофільовано в інші комерційні структури 15 бірж. Серед причин, що викликали цей негативний процес, основними є: загальна криза економіки, скорочення виробництва, поступове відновлення прямих господарських зв'язків між виробниками й споживачами на основі бартеру, інші кризові та інфляційні фактори.

Економічні, організаційні та правові засади функціонування бірж регулюють закони України «Про товарну біржу», «Про господарські товариства», «Про підприємства». Розроблено ряд інших законодавчих та інструктивних документів про оподаткування господарських суб'єктів. Згідно з Законом «Про товарну біржу» біржа є організацією, що об'єднує юридичних і фізичних осіб, які здійснюють виробничу й комерційну діяльність, і має за мету надання послуг в укладенні біржових угод, виявлення товарних цін, попиту й пропозиції товарів, вивчення, упорядкування і поліпшення товарообігу і пов'язаних з ним торговельних операцій. Вона діє на основі самоврядування і господарської самостійності, є юридичною особою, має відокремлене майно, самостійний баланс, власний розрахунковий, валютний та інші рахунки в банках, печатку із зображенням свого найменування. При цьому товарна біржа не веде комерційне посередництво і не має на меті одержання Прибутку.

Основними принципами діяльності бірж України є рівноправність учасників торгів, застосування вільних ринкових цін, гласність та публічність проведення біржових операцій. Установлюючи правила торгівлі, обов'язкові для всіх учасників торгів, біржі України створюють умови для прискорення товарообігу, регулювання цін на підставі співвідношення попиту та пропонування.

Провідні позиції у біржовій торгівлі України зайняла Українська біржа. Тут концентрується необхідна інформація про потре-

би виробництва, попит та пропонування предметів народного споживання, укладаються угоди на їх поставки, виставляються зразки товарів, які потім, залежно від попиту на них, будуть випускатися в масовій кількості.

Біржові ціни важливі для всіх господарників, яким доводиться приймати рішення, особливо на майбутнє. У зрілій ринковій економіці біржові ціни є орієнтиром для складання виробничих програм, тому що від вартості сировини й напівфабрикатів залежать умови збуту виробленої продукції. Тож і у нас біржі мають виконувати функцію ціновиявлення, тобто встановлення первинного співвідношення попиту й пропозиції. Досить часто первинне виявлення ціни спричинює лавиноподібне зростання цін, тому викликає критику з боку споживачів. Проте навіть у цьому випадку позитивний ефект ціновиявлення очевидний, тому що відразу вдається виявити граничні межі купівельної спроможності на даний період часу, встановити максимальну ціну виробника й споживача. До цього її практично ніхто не виявляв. Біржовий посередник шукає і знаходить оптимальну ціну і для продавця, і для покупця. Він і сам не залишається в накладі, тому що за надані послуги клієнту (продавцеві) і замовнику (покупцеві) отримує відповідну винагороду.

В реалізації товарів і продукції виробництва все значнішу роль відіграє Українська універсальна товарна біржа. На її операції припадає 10% усього біржового обороту чорних металів, понад 55% кольорових металів, близько 40% товарів народного споживання, близько 30% угод з нерухомістю.

На новій основі відродилася Львівська біржа «Галицькі контракти», фундаторами якої стали понад 500 фірм і підприємств. Зацікавленість у веденні торгів на ній висловили представники біржових товариств Росії, Литви, Білорусі, а також США, Франції, Італії, Німеччини, Китаю та інших країн. Польща запропонувала створити спільний комітет «Галицька згода» і через нього налагодити довгострокові і стабільні стосунки акціонерів України й Польщі.

Для виробничої і комерційної діяльності товарній біржі надано такі права: а) встановлювати власні правила біржової торгівлі й виступати посередником стосовно всіх учасників торгів; б) створювати власні підрозділи, розробляти власні стандарти і типові контракти; в) зупиняти на деякий час біржову торгівлю, ко-

ли ціни біржових угод протягом дня відхиляються більше, ніж на визначений біржовим комітетом або радою біржі розмір (скажімо, 10%); г) встановлювати вступні й періодичні внески для своїх членів, плату за надані послуги, стягувати інші грошові збори, плату за реєстрацію угод на біржі, штрафи та інші санкції за порушення статуту й біржових правил; д) засновувати арбітражні комісії для вирішення спорів у торговельних угодах; е) укладати угоди з іншими біржами, мати своїх представників на них; є) вносити до державних органів ініціативні пропозиції щодо вдосконалення законодавства про біржову діяльність; ж) видавати біржові бюлетені, довідники, рекламні інформаційні видання, здійснювати інші функції, що передбачені її статутом.

Водночас товарна біржа несе серйозні зобов'язання, які полягають у забезпеченні умов для проведення біржової торгівлі, регулюванні процесу укладання й виконання біржових операцій, координації цін на підставі співвідношення попиту й пропонування товарів, надання членам і відвідувачам організаційних та інших послуг, збирання, обробка й поширення інформації про кон'юнктуру ринку.

Слід наголосити, що біржова діяльність розгортається нині за несприятливих економічних умов. Криза супроводжується скороченням обсягів виробництва, змінами структури діючого виробництва, зростанням товарного дефіциту, зниженням продуктивності суспільної праці, монополізмом виробників і відсутністю конкуренції. Не відповідають стандартам ринкової економіки фінансово-кредитна та податкова системи. Не менш важливим негативним фактором стало систематичне одностороннє підвищення вартості енергоносіїв і сировини, що надходять з Росії.

Ці та інші причини зумовили в біржовій діяльності ряд труднощів, що привели до перепрофілювання й закриття лише у 1993 р. до 15 бірж і переходу переважної більшості з них до торгівлі нерухомістю та іншими нетоварними формами (квотами, ліцензіями, кредитними ресурсами тощо). Зокрема, у 1993 р. найбільша питома вага у структурі біржових угод належала операціям з нерухомістю — 40%, квотами і ліцензіями — 21%, транспортними засобами — 15%, паливом — 11%. А на всі інші класичні біржові товари фактично припадає лише 13%. Кризові явища поглиблювалися і в 1994-1996 рр. Тому стан біржової торгівлі нині відображає загальний кризовий стан економіки, коли вільні кошти

вкладаються насамперед у нерухомість. І навпаки, невигідність інвестицій у розвиток виробництва змушує біржі для виживання робити невластиві їм операції.

Практика торгівлі на біржах виявила ряд недоліків, які пов'язані з браком відповідної допоміжної техніки й обладнання, недостатнім посередницьким досвідом брокерів, відсутністю (і це головне) стандартизованості товарів, зокрема загальновизнаного обсягу товарних партій, який був би кратним біржовій одиниці — лоту, уніфікованого показника якості різних товарів і товарних груп, що дало б змогу об'єктивно зіставити споріднені товари навіть в одній біржовій секції. Не сприяє розвитку біржової справи й відсутність вільного обертання контрактів між різними секціями в межах однієї біржі та інших загальновизнаних у світі правил і стандартів. Негативно впливають на біржову торгівлю також державне замовлення, бюрократичні структури, працівники яких виховані на догматах розподільчої економіки, фондування матеріально-технічних ресурсів й управління економікою як одним підприємством.

І все ж формування ринкової економіки, провідним інститутом якої є біржа, об'єктивно примушує нас розвивати діяльність бірж. Об'єктивними причинами, що підштовхують цей процес, є:

1. Розвал економіки та фінансової системи. Інфляційний процес вже досягав такого масштабу, що гроші переставали виконувати свої функції. Внаслідок цього всезростаючих масштабів набувають бартерні угоди типу «товар — товар». Численність бартерних угод вимагає організації й чіткого функціонування відповідних торгових центрів, які здатні звести покупця й продавця однорідного товару в одному місці й в один і той же час.

2. Наявність матеріально-технічної бази для таких бартерних угод у вигляді наднормативних запасів оборотних фондів підприємств, які вже на початку 1991 р. сягнули 570 млрд. крб. Це — гігантський мертвий капітал, який гальмував швидкість та ефективність кругообігу виробничих фондів підприємств. Водночас в умовах біржової торгівлі такі наднормативні запаси, що продовжують швидко зростати і ще більше посилюють загальну кризу економіки, здатні перетворитися в початковий капітал для стрімкого розвитку виробництва. Отже, відкинувши адміністративні важелі, які втратили будь-яку здатність управляти виробництвом, й на повну силу включивши економічні чинники, суспільство зможе ефективно використати наднормативні запаси й

перетворити їх в один із потужних важелів, що започаткують процес одужання й подальшого прогресу народного господарства.

Оскільки на біржах продаються лише ті матеріальні цінності, що мають стандартні якості, виробляються у великих обсягах і можуть довго зберігатися, то реально цим вимогам відповідають не тільки наднормативні запаси оборотних фондів, а й різноманітні види матеріалів і сировини До них належать продукція сільського господарства (зерно, м'ясо, технічні культури тощо) та ще близько 160 найменувань інших товарів, щорічний продаж яких у світі сягає 25% загальної вартості товарів, які щорічно виробляються.

Комплексна розробка вторинних ресурсів — один з головних видів біржового товару в Україні. Хоч нині й переробляється до 20% відходів основного виробництва, але для комплексного вирішення проблем підвищення ефективності економіки, захисту навколишнього середовища й задоволення потреб народного господарства у матеріальних ресурсах цього замало. Саме біржа здатна стимулювати даний процес і зосередити інформацію про потреби виробників.

3. Нерозривність суто ринкових відносин між виробниками й споживачами. Нині за умов розбалансування господарства відсутня об'єктивна інформація про виробничі зв'язки та технологічні ланцюги, попит і пропонування. Адміністративно-наказовий апарат вже не діє, тому лише біржа спроможна швидко й ефективно стати провідним інформаційним центром. Особливо оперативно з'ясувати стан попиту й пропонування здатні спеціалізовані біржі, в яких брокерські контори перетворюються в заочних оптових посередників.

4. У процесі роздержавлення швидко розвиваються і стають досить ефективними горизонтальні взаємозв'язки та бартерний обмін, саме вони забезпечують можливість придбання необхідного обладнання, сировини та матеріалів. Найрозвинутішою формою регулювання цих зв'язків знову ж таки є біржа.

5. Нарешті, без урахування біржового обміну не тільки не можна визначити співвідношення між прибутком, ризиком і капіталом, оцінити реальну вартість національного багатства країни, її виробничих фондів і природних ресурсів, а й вирішити проблему мобілізації фінансових коштів для інвестицій.

В розвитку біржової торгівлі однаково заінтересовані всі підприємства, незалежно від форм їхньої власності. Світовий досвід

підтверджує, що вона відповідає інтересам і державних структур. Навіть біржова спекуляція, не бажаючи того, збільшує попит (пропозицію) товарів, що врівноважує сезонні цінові відхилення, тому здійснює позитивний вплив на суспільне виробництво і споживання.

Основоположні засади формування і діяльність бірж

Біржа як добровільне об'єднання зацікавлених юридичних і фізичних осіб утворюється шляхом укладання засновниками угоди, що визначає порядок і принципи її заснування, склад засновників, їх обов'язки і строки сплати пайових, вступних та періодичних внесків. Згідно з Законом України «Про товарну біржу» її засновниками і членами не можуть бути тільки державні органи, що покликані контролювати біржову діяльність. Розмір статутного фонду має становити не менш як 10 млн. крб.

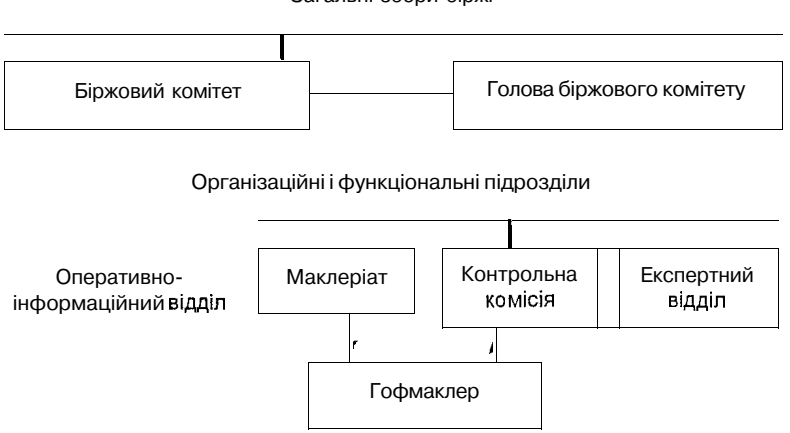
Біржа діє на основі статуту, який затверджено зборами засновників і зареєстровано відповідно до Закону України «Про підприємництво».

У статуті визначаються такі основоположні елементи становища товарної біржі: найменування, місцезнаходження і склад засновників; предмет і цілі діяльності біржі; види фондів, що утворюються біржею, та їх розміри; органи управління, порядок їх утворення та компетенція, організаційна структура біржі; порядок прийняття у члени біржі та припинення членства; права та обов'язки членів біржі і самої біржі перед третіми особами, а також членів біржі перед біржею і біржею перед її членами; порядок і умови застосування санкцій; майнова відповідальність членів біржі і порядок припинення її діяльності.

Структуру біржі та її підрозділів можна зобразити за схемою (с. 226).

Для управління біржею створюються, як і в будь-якому акціонерному товаристві, такі органи управління: по-перше, загальні збори її членів. Це вищий орган управління, головним завданням якого є розробка і впровадження стратегічних проблем розвитку та обрання ради біржі (біржового комітету), який приймає найвідповідальніші рішення і діє у період між загальними зборами в межах, що їх визначено статутом. Біржовий комітет (рада) обирає голову, його заступника, виконавчий комітет і призначає президента. Практика США та інших країн свідчить, що прези-

дентом біржі не повинен бути її член. Він сам і набраний ним обслуговуючий персонал є найманими працівниками, головним завданням яких є надання послуг членам і клієнтам біржі, що дає змогу забезпечувати найефективніший торговельний процес біржі. Загальні збори членів товарної біржі обирають ревізійну комісію, яка здійснює повсякденний контроль за фінансово-господарською діяльністю біржі.



По-друге, для повсякденного управління і забезпечення функцій біржі створюються біржові комітети, розрахункова палата, біржовий арбітраж, котирувальна комісія та інші підрозділи й допоміжні служби, що необхідні для її діяльності. Зокрема, винятково важливу роль відіграють комітети біржі з кожного виду біржового товару, а також біржовий арбітраж (для вирішення спорів між членами біржі, клієнтами і членами), плановий (виробляє і контролює виконання правил торгівлі), фінансовий, страховий, дисциплінарний та ін. Вони створюються і формують свій склад лише за погодженням з членами біржі. Серед функціональних відділів провідні позиції займає розрахункова палата. До неї надходить інформація про всі укладені угоди від продавців і покупців самостійно. Тут проходить процес її уточнення і виправлення, а якщо угода визнана безпомилковою, то і реєстрація, яка безпосередньо розвиває прямий зв'язок між продавцем і покупцем.

Це дає змогу розрахунковій палаті виступати посередником і третьою стороною стосовно кожного продавця й покупця. За ук-

ладені й реалізовані угоди вона стягує комісійні платежі, щоденно обліковує з урахуванням зміни біржових цін залишки грошей на рахунках кожного з клієнтів і при зменшенні страхових сум кожного клієнта вимагає додаткових страхових внесків. Крім цього, вона реєструє закриття (ліквідацію) угод, а якщо вони до настання строку постачання товару не закриті, то дає у відділ постачання необхідну інформацію щодо потреби контролю за виконанням договірних зобов'язань клієнтами.

Біржа не може нормально функціонувати без брокерських компаній і брокерів. Брокерська компанія — це приватне, кооперативне, акціонерне чи інше підприємство, що забезпечує виконання доручень членів біржі шляхом відшукування контрактів і надання здійснених ними операцій до реєстрації на біржі. Аналогічні функції можуть виконувати й брокери — фізичні особи, зареєстровані на біржі. Вони так само виконують заявки клієнтів, а повідомлення про це передають до компанії і далі — до клієнта. Брокери зобов'язані зберігати комерційну таємницю і одночасно не обслуговувати двох або більше клієнтів, інтереси яких суперечать один одному. Щоб мати високу кваліфікацію знавця ринку товарів, брокери спеціалізуються на інформації про певні види товарів. Не будучи безпосередньо пов'язаними з постачальниками чи збутовими структурами конкретних фірм, брокери укладають угоди від імені конкретних покупців і продавців, за що отримують плату або в процентах від вартості угоди, або фіксованими ставками від укладеної угоди.

Основним функціональним центром товарної біржі є торговий зал. Без сумніву — це найінтенсивніше діюча частина біржі. Сучасна біржа має бути оснащена належною електронно-обчислювальною системою, яка дасть їй змогу оперативно фіксувати хід торгів, обробляти інформацію, аналізувати динаміку цін, кількість угод та інші показники в розрізі кожного дня, тижня й місяця за багато років функціонування даної біржі Ця інформація за умов ринкової економіки купується й оперативно поширюється засобами масової інформації так, що кожен власник персонального комп'ютера у будь-якій країні світу може її використати для прийняття тих чи інших рішень. Водночас продана інформація становить одне із джерел доходів біржі.

Звичайно, на біржі концентрується насамперед інформація про рівень цін на її біржові товари. Тут орієнтиром формування цін у

процесі купівлі-продажу є котирувальні ціни, що реєструються на біржі. Окрім цього, біржа виконує важливу роль у збиранні, узагальненні й поширенні інформації про фінансовий стан членів біржі, щоб відвернути фінансове розорення учасників торгів, брокерських фірм унаслідок махінацій неплатоспроможних клієнтів.

Процес створення біржі доцільно розбити на три етапи.

Перший етап пов'язаний із з'ясуванням того, що можуть і хочуть отримати ініціатори на ранній стадії розвитку біржі (вигідно продати, купити, обміняти товар, отримати інформацію про стан попиту й пропонування, платоспроможність і надійність контрагента за угодою тощо), і в майбутньому — при наступному просуванні до ринку (застрахуватися від несприятливих коливань цін на ринку, користуватися пільговим кредитуванням під укладені біржові угоди, отримати інформацію про попит та пропонування товарів практично в усьому світі).

На другому етапі необхідно заздалегідь визначити товари, на реалізації яких буде спеціалізуватися товарна біржа. Наприклад, біржовий синдикат дев'яти бірж України «Метал України» здійснює координацію матеріально-технічного постачання та збуту ресурсів для гірничо-металургійного виробництва. Відповідна спеціалізація характерна й для інших бірж.

Біржовий товар — товар певного роду та якості, стандартний контракт чи коносамент* на вказаний товар, допущений в установленому порядку до біржової торгівлі. Біржовим товаром не можуть бути нерухомість та об'єкти інтелектуальної власності. Головними ознаками біржового товару є: стандартність, взаємозамінність, низький рівень монополізації, масовість виробництва, стабільність попиту в майбутньому. Важливим є вибір міста, в якому створюватиметься біржа. Воно мусить мати не лише достатні потужності для виробництва певного біржового товару, а й відповідний рівень розвитку транспорту, зв'язку, інформаційних систем, складських приміщень, вантажних майданів та іншу інфраструктуру.

На третьому етапі ініціатори створення біржі вибирають її; потенційних засновників, фундаторів. Критерієм вибору є вклад у формування статутного капіталу, можливості залучення на біржові торги матеріальних ресурсів, високий престиж, широкі зв'язки з підприємствами, організаціями, громадськістю тощо.

* Коносамент — розписка, що засвідчує прийняття вантажу до перевезень і видається капітаном судна вантажовідправнику.

З імовірними фундаторами проводяться попередні переговори, ділові зустрічі, з'ясовуються можливі обсяги продажу (закупівлі) товарів.

Важливо визначити статус біржі як організатора торгів Основна увага має зосереджуватися на організації самого процесу торгів — від пропонування до остаточного укладення угод. Який вигляд має, скажімо, звичайна біржа будівельних матеріалів? Насамперед це — добре оформлене приміщення, оснащене комп'ютерами, телексами, великим електронним табло, постійно діючі брокерські контори, увага до відвідувачів та бажання допомогти як продавцям, так і покупцям. Статутом передбачено рівноправну участь у торгах іноземних фірм.

Право рівноправної участі іноземних фірм також визначено статутом інших бірж. Зокрема, членами Київської товарної біржі можуть стати організації, підприємства, кооперативи, закордонні фірми та банки й навіть окремі особи. Вищим керівним органом тут є конференція членів біржі, яка скликається щорічно і виробляє стратегічні напрями діяльності. Між сесіями конференції діє біржовий комітет, до складу якого входять засновники біржі, її президент, головний маклер та кілька членів.

У процес розбудови системи біржової торгівлі нині активно включилися Спілка малих підприємств України, республіканське акціонерне товариство «Українська біржа», біржовий синдикат «Метал України» та ін. Серед найважливіших проблем, які вирішують ці та інші акціонерні спілки, — створення нових комерційних банків, формування комп'ютерно-інформаційних центрів, забезпечення зовнішньоекономічних контактів тощо. Спілка малих підприємств України видає власну газету «Біржа», де поряд з рекламою, біржовим бюлетенем знайомить з досвідом практичної діяльності.

Отже, процес формування біржових структур в Україні започатковано, але його необхідно прискорити. Біржа найближчим часом має стати провідним інструментом ринкової економіки і замінити громіздкі, неповоротні адміністративно-командні структури.

§ 2. ТИПИ І ВИДИ БІРЖ ТА ЇХНІ ФУНКЦІЇ

Типи і види бірж

Залежно від масштабів державного втручання у біржову торгівлю можна визначити три основні типи бірж:

1. Приватні біржі, їх членами є вільні акціонерні товариства та приватні компанії, які мають право зі свого середовища обрати адміністративні та виконавчі органи. Прикладом може бути Амстердамська біржа. Такого типу біржі діють і в Україні. Зокрема, з 10 діючих у Києві товарних і фондових бірж до типу приватних можна цілковито віднести Києво-Печерську товарну біржу, яка заснована 1992 р. з ініціативи Спілки незалежних бірж і діє на засадах приватного капіталу. Вона розпочала регулярне співробітництво більш як із 20 біржами країн СНД. На перспективу ця біржа передбачає проведення об'єднаних регіональних торгів за єдиним лотом, вдосконалення структури брокерської мережі та ін. Право участі в торгах Києво-Печерської біржі може отримати кожен підприємець, який зробив відповідний місячний внесок і взяв участь у створенні страхового фонду біржі.

Держава не втручається в діяльність таких бірж. Сьогодні значна частина бірж є приватними. Вони краще задовольняють потреби у веденні торгових операцій і обмежують спекуляцію.

2. Публічні товарні біржі — це державні організації оптової торгівлі. Управління ними здійснюється особливими бюро, які обираються маклерами й затверджуються урядом. Відвідувачі тут являють собою лише публіку, яка не бере ніякої участі в управлінні. Такою, приміром, є Паризька біржа. Управляє нею синдикативна камера, яка складається з синдика та його помічника.

3. Переважає нині такий тип біржі, коли держава здійснює лише обмежене втручання, розробку законодавства, яким регламентується біржова торгівля, прийняття інших законодавчих актів. Через них, прямо не втручаючися у внутрішні справи та функції бірж, держава підтримує їхню діяльність, гарантує виконання умов біржових угод, а також забезпечує уніфікацію правил торгівлі.

Становлення організованого ринку товарів і капіталів в Україні гальмується, зокрема, тим, що більшість угод на прямий товарообмін і договорів поставок укладається безпосередньо агентами підприємств з постачання та збуту на регіональних ярмар-

ках. Хоч оборот ярмаркової торгівлі зростає, і ця форма товарообміну має велике значення, проте тут укладаються переважно угоди про закупівлю партій товарів і на довгострокові періоди. Водночас у товаровиробників виникає досить часто потреба у продажу чи закупівлі малих партій товарів, причому оперативно.

Для задоволення таких потреб функціонує розгалужена мережа підприємств, що спеціалізується на дрібнотоварній торгівлі. Однак пропоновані в них товари, як правило, не є дефіцитними, а часто й застарілими. З середини 1990 р. єдино можливим місцем для вільного придбання дефіцитних товарів стали аукціони. *Аукціон* — публічний продаж товарів, де речі купуються тією особою, яка запропонувала за неї найбільшу суму грошей. До участі в діяльності аукціону допускаються всі ті, хто своєчасно подали заявку на участь та інші необхідні документи і внесли в установленому порядку суму застави у 10% від початкової ціни об'єкта продажу. Особам, допущеним до участі в аукціоні, видається квиток учасника, який включає номер лота і основні умови аукціону. Для осіб, які не є учасниками аукціону, продаються вхідні квитки, ціна яких встановлюється продавцем.

Аукціонна торгівля дещо поліпшила можливості підприємств задовольнити свої поточні потреби, але вона проводилася безсистемно, часто за відсутності достовірної інформації про асортимент, стандарти та технічні характеристики товарів. Про стан аукціонної торгівлі свідчить і те, що її загальний обсяг досяг лише 0,1% загальної безлімітної торгівлі.

В умовах масового переходу підприємств до вільної господарської діяльності й розвитку бартерних відносин гостро постало питання про негайне відкриття бірж як демократичних швидкодіючих торгово-посередницьких інститутів ринкової економіки. Щоб стати членом біржі, слід лише подати заяву до біржового комітету, дотримуватися вимог статуту, сплатити вступний внесок та щорічні членські внески. У разі виходу з біржі вступний внесок повертається повністю.

Проте чи вигідно виходити з біржі? Адже її члени одержують повноцінну безкоштовну інформацію, офіс у приміщенні біржі, а також мають своїх постійних представників та брокерів. При розгляді заяв на торги переваги надаються також членам біржі та тим, хто виробляє продукцію або може поставити товари і сприяє діяльності біржі.

На торги допускаються лише покупці: члени біржі — безплатно, а всі інші мають сплатити за вхід певну суму грошей. Зібрані кошти витрачаються на відшкодування витрат біржі на організацію торгів. При цьому реальна можливість придбати потрібний товар, інформацію, яку можна ефективно використати для розвитку виробництва, набагато цінніші, ніж вартість сплаченого. Вже нині біржі поряд з бартерними операціями розпочинають лізинг, продаж технологій тощо, що посилює їхню заінтересованість у біржових торгах.

Багатопрофільність біржових операцій зумовила функціонування трьох основних видів бірж: товарних, фондових і валютних.

Товарна біржа

Товарна біржа — особливий ринок, на якому здійснюється оптова торгівля масовими однорідними товарами і зароджується попит та пропонування цих товарів у масштабах регіону, республіки, співдружності країн й світового ринку. Відмітною особливістю торгівлі на біржі є те, що товари безпосередньо не переходять з рук у руки. Угоди укладаються **на** основі пред'явлення **та** огляду встановлених форм документів, що регламентують номенклатуру, обсяг, терміни, форму доставки, а також ціну товару і деякі інші умови. Так діють вже 63 товарних біржі України.

Головною метою їхньої діяльності стало наповнення товаропровідної мережі тими матеріальними ресурсами, які можна реалізувати за вільними цінами. Товарна біржа особливо важлива для малих і середніх фірм та інших підприємницьких структур, що зароджуються. Водночас це не суперечить тому, що біржа як самостійне підприємство ринкової економіки дбає про піднесення прибутковості своєї діяльності. Про це недвозначно заявило понад 45% товарних бірж. Щоб забезпечити стабільність своєї діяльності, вони шукають оптимального поєднання торгового процесу з отриманням нормального прибутку. Інакше втрачається будь-який сенс біржових торгів, які стали найзручнішим видом оптової торгівлі. Саме це і є головною об'єктивною причиною швидкого розвитку системи товарних бірж.

За своїм статутом товарні біржі виступають як торговельно-господарські організації з правом юридичної особи, які створюються союзами підприємців і торговців, щоб формувати оптовий ринок шляхом організованої й регульованої біржової торгівлі,

здійснюваної у формі гласних публічних торгів. Товарні біржі можуть створювати союзи, об'єднання, асоціації, мати філіали та інші відособлені підрозділи.

Безпосередньо сферою діяльності товарної біржі є організація та регулювання біржової торгівлі. Правилами, які виробляє кожна біржа, передбачено ряд умов, які, зокрема, зобов'язують учасників торгів безумовно виконувати взяті зобов'язання, гарантується рівноправність і свобода вибору та дій для всіх учасників, вимагається обов'язкова підзвітність законодавчим і податковим структурам, наявність системи та уніфікованих форм документів, регламент ведення торгів, порядок фінансових розрахунків і ряд інших. При цьому біржа не має права займатися іншою діяльністю, в тому числі здійснювати вклади в банки, купувати акції тих підприємств, які не беруть участі в біржових операціях. Водночас біржі покликані координувати свою діяльність, захищати інтереси своїх членів і здійснювати спільні програми з іншими товарними біржами, але не можуть створювати монопольні об'єднання.

Основними характеристиками товарної біржі є такі:

1) створення на них сприятливих умов для здійснення купівлі-продажу не самих товарів, а контрактів на їхні поставки;

2) укладання контрактів щодо стандартизованих товарів, тобто таких, які можна продавати великими партіями за зразками або технічними умовами, описаними в контрактах;

3) регулярність торгів, що допомагає зосередити на біржі велику кількість покупців та продавців й визначити базисні ринкові ціни;

4) вільна купівля-продаж контрактів, коли покупець вільно вибирає продавця, а продавець — покупця;

5) дія вільних ринкових цін, які складаються під впливом реального співвідношення попиту та пропонування;

6) здійснення торгів за єдиними біржовими правилами;

7) активна й безпосередня участь у торгах біржових посередників (брокерів);

8) наявність типізації контрактів і мінімальних партій поставок, що значно спрощує ведення торгів;

9) збір, обробка й поширення інформації, пов'язаної з кон'юнктурою ринку.

Залежно від того, яку участь у біржових торгах беруть відвідувачі, товарні біржі поділяються на відкриті й закриті. В торгах

на закритих біржах беруть участь лише біржові брокери, а на відкритих, крім них, торгові угоди укладають також відвідувачі. Сучасні біржі на Заході в основному закриті.

За характером операцій розрізняють товарні біржі реального товару й ф'ючерні. Продаж контрактів на *біржах реального товару* супроводжується, як правило, наступною поставкою товарів. На біржу з реальним товаром він доставляється у строго визначених розмірах і продається у вигляді біржових одиниць, що відповідають або вмісту транспортного засобу (вагон), або ж місця за обсягом і вагою (кіпа бавовни). Фактичні величини продажу називаються *лотами,* тобто партіями. Кожна партія має бути числом, що є кратним біржовій одиниці. Це означає, що самі партії не можуть встановлюватися продавцем і покупцем довільно і мати індивідуалізовані обома сторонами параметри. Головним наслідком стандартизації кількісної сторони біржової торгівлі є демонополізація попиту і пропозиції, недоцільність виробництва і споживання некратних біржових одиниць і партій у виробництві, постачанні і замовленнях, а отже, і неможливість висунення якихось особливих вимог щодо кількості й ціни.

Щоб біржовий механізм працював нормально, визначено такі головні ознаки біржового товару:

а) стандартність. Без неї не можна досягти демонополізації умов виявлення попиту й пропозиції товарів і забезпечити вільну конкуренцію. Якщо товар неповторний і не може бути відтворений, то його місце не на біржі, а на аукціоні, де й встановиться ціна загальновизнаним способом;

б) первинна обробка. За американськими правилами цілком готові товари, кінцеві продукти промислового виробництва також не повинні допускатися до продажу на біржі, тому що збільшення чи зменшення їх виробництва значною мірою може маніпулювати цінами на них. Ідеальним біржовим товаром має бути той продукт, що пройшов первинну переробку, тобто сировина і напівфабрикати;

в) серійність і масовість виробництва. Щоб стати біржовим товаром, продукт має бути масовим і не монополізованим. Товаровиробник за цих умов не повинен бути монополістом, тобто одним продавцем чи покупцем.

На *ф'ючерних біржах* здійснюються переважно спекулятивні угоди та страхування від несприятливих змін цін. Ф'ючерні уго-

ди не супроводжуються поставками товарів, їх результатом є ліквідація контрактів і розрахунки між брокерами на базі різниці цін. Переважна більшість бірж у світі є ф'ючерними, а 95-97% обороту бірж становить торгівля ф'ючерними контрактами.

Економічний механізм діяльності ф'ючерної біржі спирається на передбаченні цін на певний товар. Добре знання процесу ціноутворення і взаємодії чинників, що його визначають, дає можливість прогнозувати рух цін у майбутньому. Тому діяльність ф'ючерних бірж стабілізує товарний ринок і господарські зв'язки, забезпечує швидке досягнення збалансованості попиту і пропозиції на ринку. І навпаки, перебої у функціонуванні даного механізму здатні привести до порушення збалансованості товарного ринку. Тому діяльність ф'ючерних бірж чітко регламентується законодавством і правилами їхньої діяльності.

Перші успішні спроби запровадити ф'ючерну торгівлю вже зроблено в Росії, Казахстані й Азербайджані. Україна відстає у запровадженні цієї ефективної форми торгівлі, без якої біржі не здатні відігравати відчутну роль в національній економіці. Адже ф'ючерні ринки дають первинну інформацію про ціни. Вони також страхують від ризику коливання цін, що вносить в оптову торгівлю елементи надійності, плановості й гарантованості щодо отримання закуплених товарів у визначений строк.

Біржі реального товару нині збереглися лише в країнах з недостатнім рівнем розвитку ринкової економіки. В Україні вони також переважають. Це свідчить про те, що складний процес еволюції економіки України до ринку лише започатковано.

Після того, як угоди з реальним товаром будуть цілком стандартизовані й уніфіковані, вони поступово перероструть у форвардні, а потім і в ф'ючерні контракти. Щоб ф'ючерні біржі посіли в біржовій торгівлі належне місце, необхідно виробити відповідну законодавчу та нормативно-технічну базу, погодити форми документації, організувати систему сертифікації біржових контрактів, розбудувати систему біржового складування та варантообігу*, вирішити інші організаційні проблеми.

Найважливішими передумовами формування ринку ф'ючерних контрактів в Україні є:

* Варант — довіреність, яку видають товарні склади про прийняття товару на зберігання, за якою він може бути проданий на біржі.

а) наявність у достатній кількості трьох класичних біржових товарів — зерна, металу, цукру, попит на які не спадає ні на внутрішньому, ні на світовому ринках, їхня якість має цілком відповідати світовим стандартам;

б) створення високопрофесійних центрів сертифікації. Наприклад, у Донецькому інституті кольорових металів, в науково-дослідних інститутах зернових культур та цукрових буряків вже склався достатньо кваліфікований організаційний та інтелектуальний потенціал для авторитетних експертиз. Центрами визнаних у світі експертиз здатні стати академічні й дослідні інститути;

в) наявність розгалуженої взаємозв'язаної транспортно-складської інфраструктури. Навіть її нинішній рівень можна легко пристосувати до впровадження загальної схеми ф'ючера.

Для того, щоб здійснити перехід до ф'ючерних контрактів, потрібно розробити і прийняти Закон України про біржову торгівлю ними, положення про державну комісію, яка здійснюватиме нагляд за їх укладанням, положення про арбітражне врегулювання спорів, а також залучити в сферу торгівлі дилерів Заходу. На міжбіржовому рівні необхідно скласти типовий примірник ф'ючерного контракту, затвердити правила торгівлі ним, порядок скасування угод, що застрахувало б торговців від ризику.

На товарних біржах здійснюється також опціонна торгівля. Опціон (лат. оріюпіз — вибір) — привілей, який купують, сплативши додатково певну суму грошей для отримання товару за заздалегідь встановленою ціною протягом певного строку. Опціонна торгівля на товарній біржі означає можливість через сплату певної суми грошей — премії — одержати привілейовані гарантії отримання товару за наперед визначеною ціною і протягом обумовленого строку. Здебільшого це — торгівля коштовностями, валютою, іпотекою, індексами акцій, відсотковими ставками, індексами цін тощо.

Загалом же діяльність товарних бірж в Україні ще мало помітна. Загальними рисами товарних бірж є невисока ділова активність, незначна кількість укладених угод, низький рівень ліквідності тощо. Тому товарні біржі ще не стали центрами ціноутворення, оптової торгівлі та формування переважної більшості господарських зв'язків. А серед найбільших бірж світу передусім слід назвати «Чикаго Борд оф Трейд». Тут визначаються ціни та укладаються контракти на пшеницю, кукурудзу, овес, соєві, бо-

би, срібло, золото. Значний обсяг торгівлі припадає на державні цінні папери, банківські депозити, іпотеку, індекси курсів акцій та муніципальних облігацій.

Друга за величиною біржа в світі — «Чикаго Меркентайл екечейндж». Продаж товарів тут — тільки невелика частина її обороту. Так, у 1989 р. товарних угод було укладено лише близько 8 млн. із загальної кількості 87 млн.

Решта 79 млн. угод припадає на контракти, що стосуються торгівлі валютою, євродоларами, депозитами, державними цінними паперами та індексами цін. Крім цього, було укладено понад 17 млн. опціонних угод.

Наступними за обсягом біржової торгівлі йдуть: «Нью-Йорк Меретайл екечейндж», Паризька біржа «Матіф», Лондонська міжнародна фінансова біржа, Нью-Йоркська товарна біржа, Сіднейська ф'ючерна біржа, Лондонська біржа металів. Для провідних бірж світу характерна спеціалізація. Наприклад, у США нині діють 8 бірж, які спеціалізуються на продажу рослинницької продукції, продуктів тваринництва, коштовностей, металевих руд, енергоносіїв, сирої нафти, газу, продуктів нафтоперероблки. Є спеціальна біржа, яка регулює всю фінансову інфраструктуру, тобто підтримує конвертованість валют.

Звичайно, надто малий строк минув з часу відновлення біржової торгівлі в Україні, щоб можна було досягти такого рівня спеціалізації. Проте цей процес швидко зростає. Тому незабаром поряд з біржовим синдикатом «Метал України», «Нікополю» (м. Нікополь), «Південна Пальміра» (м. Одеса) з'являться нові спеціалізовані центри, які вивчатимуть попит та пропонування, формуватимуть ціни, здійснюватимуть інформаційне обслуговування клієнтів.

Товарні біржі посядуть також належне їм місце у системі оптової торгівлі. Але для цього належить ще багато зробити. В тім числі й держава має взяти активну участь у формуванні вільних від монополізму цін, у стимулюванні насичення й збалансування ринку товарів. В умовах лібералізації цін і свободи вибору партнерів можливі банкрутства деяких бірж, особливо тих, що торгують небіржовим товаром. І навпаки, біржі хлібопродуктів, металів, лісу, нафтопродуктів та інші, що торгують класичним товаром, успішно розвиватимуться.

Фондова біржа

Фондова біржа — установа, яка створена для забезпечення сприятливих умов вільної купівлі-продажу цінних паперів за ринковими цінами на регулярній та упорядкованій основі.

Фондова біржа може формувати сукупність брокерських місць, власники яких беруть участь у біржових зборах, використовують технічні засоби та обладнання, мають право на отримання відповідних послуг тощо. У даній операції власник, сплативши вартість брокерського місця, вступає у взаємовідносини з фондовою біржею як із комерційною організацією. Більшість авторів схиляється до думки, що фондову біржу слід організовувати у вигляді акціонерного товариства закритого типу із порівним поділом акцій між акціонерами та із спрощеною процедурою розширення статутного фонду і прийняття нових членів-акціонерів. На цій основі доцільно також формувати систему органів управління: раду директорів, яка обирається із складу всіх акціонерів — членів біржі, і біржову раду. До їх складу доцільно вводити спостерігачів від державних органів, представників емітентів цінних паперів та асоціацій робочого персоналу, що забезпечує процес торгів (маклерів, брокерів).

У широкому розумінні категорія фондова біржа — це організація, асоціація чи група осіб, яка встановлює, підтримує й забезпечує на постійній основі торгове місце та відповідні організаційно-правові й технічні умови для покупців і продавців цінних паперів. За своїм економічним змістом і функціями вона покликана максимально концентрувати попит і пропозицію цінних паперів, сприяти формуванню їх біржового курсу. В основі її діяльності лежить відповідність операцій, що здійснюються, реєструються й виконуються, вимогам чинного законодавства України, положенням статуту, Установчого договору і правил біржі.

Фондова біржа може бути створена не менш як 20 засновниками. Ними можуть бути лише ті торговці цінними паперами, які мають дозвіл на здійснення комерційної і комісійної діяльності за цінними паперами і за умови внесення ними до статутного фонду не менше 500 грн.

Учасники фондової біржі зацікавлені в тому, щоб на ній була присутня якомога більша кількість учасників торгів, більш вільною була процедура прийняття у членство нових організацій і фізичних осіб, які здатні збільшити оборот. Однак допуск нових

учасників залежить від правової форми біржі. *Якщо,* приміром, це публічна біржа (особливості її правових засад ми розглянули вище), то процедура вимагає перевірки відповідним органом біржі тих положень, що пред'являються до кожного з її членів, а також рекомендацією інших членів біржі і затвердження наглядовим державним органом

Коли ж фондова біржа є асоціацією, громадським об'єднанням, то вступ до її членства вирішується виборними органами управління. Суттєво спрощується процедура прийняття у членство на приватній біржі. В акціонерних біржах прийняття нових членів насамперед передбачає внесення новим членом коштів до статутного фонду товариства, а не вступного внеску.

Як основний структурний елемент національного ринку цінних паперів фондова біржа виконує функції організатора торгів цінними паперами і надає місце для їх проведення, створює необхідну інфраструктуру, здійснює позитивний вплив на економіку країни в цілому. Наприклад, Українська фондова біржа має вже достатню кількість висококваліфікованих фахівців, відкрила 26 брокерських контор і 22 філії майже в усіх областях, встановила сучасне електронне обладнання і вже розпочала електронні торги цінними паперами.

Комп'ютерні записи на рахунках клієнтів не тільки прискорюють оборот цінних паперів і гарантують захист від фальшування, а й значно здешевлюють емісію цінних паперів. Лише формування справжніх бланків акцій із застосуванням складної системи захисту на Заході обходиться від 25 центів до 1 і більше американських доларів. Неважко підрахувати, в які кошти обійшлось би друкування бланків 7 млн. акцій акціонерному товариству «Укррічфлот». І, навпаки, у Франції створено загальнонаціональний депозитарій електронних рахунків акцій з потужними ЕОМ, до яких введено інформацію про всі зареєстровані в обігу акції. А фізичних, паперових акцій просто не існує в природі. Таку ж систему «електронних» акцій застосувала і Українська фондова біржа. Вона має 10 систем захисту. Її ЕОМ розміщені в спеціальному бункері, а підтримання належного стабільного середовища гарантує й стабільні параметри експлуатації ЕОМ та надійність електронних рахунків клієнтів.

Фондова біржа як ключовий елемент фондового ринку забезпечує розміщення довгострокових капітальних ресурсів, визна-

чає найважливіші функції ефективного використання фінансових ресурсів, інформує всіх учасників економічної діяльності про стан кон'юнктури. Основними характерними рисами її діяльності стали: ліквідність, неперервність і публічність ринку й ринкової інформації, довір'я широкої публіки.

Статут і правила фондової біржі затверджуються загальними зборами акціонерів. У статуті визначаються: розмір статутного фонду, організаційна структура, компетенція і порядок створення керівних органів, порядок і умови відвідування фондової біржі та інші положення. Правила передбачають і визначають: види угод, що укладаються на фондовій біржі, порядок торгівлі, умови допуску цінних паперів на фондову біржу; умови й порядок передплати на цінні папери, що котируються на фондовій біржі; порядок формування цін, біржового курсу та їх публікації; перелік цінних паперів, що котируються на фондовій біржі; обов'язки членів біржі щодо ведення обліку та інформації; внутрішній розпорядок роботи комісій фондової біржі, порядок їх діяльності; систему інформаційного забезпечення і види послуг, що надаються фондовою біржею, і розмір плати за них; правила ведення розрахунків на фондовій біржі та інші положення, що стосуються діяльності фондової біржі.

Предметом торгівлі на фондових біржах є акції та облігації акціонерних товариств, компаній, а також облігації державних позик.

Куиівля-продаж тут здійснюється шляхом обміну усними інструкціями між продавцями та покупцями. Ціни формуються за законом співвідношення попиту й пропонування.

Як ринок цінних паперів фондова біржа виникла ще у XVIII ст., але відігравати помітну роль стала лише з масовим розвитком акціонерних товариств та зростанням обігу цінних паперів. Нині в світі функціонує близько 200 фондових бірж, які слугують центрами мобілізації розпорошених вільних капіталів, вкладання їх на тривалий строк в облігації та акції, фондова біржа тісно взаємодіє з усією системою короткострокового кредиту. Власники цінних паперів у будь-який час можуть реалізувати їх на біржі, незважаючи на те, що реальний капітал закріплено на фабриках і заводах.

У переважній більшості фондові біржі діють як установи закритого типу. Члени біржі обирають біржовий комітет, утворюють спеціальну комісію, яка здійснює експертизу і приймає рішення

про допуск цінних паперів до торгів. Організовують фондові біржі акціонери: банки, підприємства, організації та приватні особи. Самостійною торгівлею цінними паперами на них мають право займатися лише їхні члени — засновники. Ціни, за якими продаються цінні папери, тобто їхні курси, регулярно друкуються в щоденних біржових бюлетенях для загального ознайомлення. Біржова котировка при цьому включає мінімальну й максимальну ціну.

Як ринок цінних паперів фондові біржі стали надзвичайно важливим елементом ринкової економіки та ринку капіталів. Вони створюють стимули для мобілізації фінансових ресурсів і спрямування їх у довгострокові інвестиції; здійснюють фінансування державних програм і боргів; організовують вторинний ринок цінних паперів, який дає змогу перепродавати вже випущені та циркулюючі в обороті цінні папери; визначають реальні ринкові ціни акцій та облігацій тих або інших компаній; об'єктивно визначають споживну вартість засобів виробництва, забезпечують ефективний розпродаж майна як широкого загалу підприємств, так і окремих громадян; стимулюють найефективніший обіг та використання вільних капіталів.

Проте економічні негаразди і надто повільне реформування економічних відносин штучно гальмують процес становлення фондових бірж. Лише в процесі роздержавлення й приватизації можна створити належний ринок капіталу. А вторинного ринку взагалі ще не створено, тому що визнання вільного обертання акцій при нечисленності емітентів і за відсутності казначейських зобов'язань сертифікатів і векселів не створювало належної ринкової інфраструктури. Більше того, навіть самі акції ще не стали належними цінними паперами у повному розумінні цього слова. Адже вони переважно визначають фіксований доход, мають обмежену можливість купівлі-продажу, тому більше подібні до паїв, що розподіляються між співробітниками підприємств-емітентів акцій за тими чи іншими критеріями і дають право на отримання розрахованої частини прибутку.

Вкрай негативним фактором, що гальмував процес розвитку фондових бірж, стала розбурхана гіперінфляція. Вона створювала таку ризикову ситуацію, коли навіть при будь-якому дивіденді стає невигідним вкладання грошей у цінні папери. При непередбачених гігантських стрибках цін підприємцям вигідніше мати наявні вільні кошти. Тобто не купувати акції, а надавати кошти

у короткостроковий кредит, плата за який сягала суми 9 і більше процентів за тиждень. Досить вигідною орієнтацією за умов інфляції є також закупівля товарів, а після місячної притримки продаж їх за цінами, що приносять надприбутки.

Серйозною перешкодою на шляху становлення повноцінного фондового ринку стала відсутність достатньої кількості індивідуальних інвесторів. Внаслідок гігантського знецінення доходів населення від інфляції останнє не має ні вільних грошових коштів, ні внутрішньої психологічної готовності вкладати кошти в акції. Скажімо, протягом 1992 р. кожний працюючий в Україні на придбання цінних паперів інвестував лише по 5 крб., тоді як на фондовому ринку Заходу обертається від 60 до 80% акцій і облігацій, що є власністю приватних осіб.

Звичайно, цьому не сприяє політика штучного стримування доходів населення. Навпаки, вона посилює застій і деградацію економіки. Якби діяв ринковий механізм формування доходів, це дало б змогу через обіг цінних паперів акумулювати кошти для будь-яких інвестицій, у тому числі і для житлового будівництва, розвитку страхової медицини, розширення виробництва й піднесення якості товарів народного споживання.

У централізованій системі розподілу в колишньому СРСР для отримання фінансових коштів на будь-які цілі (реконструкцію, модернізацію, розширення виробництва перспективної продукції тощо) необхідно було звертатися із заявами-проханнями спочатку в міністерства, потім у Мінфін СРСР, далі в Держплан і лише потім — у Держбанк. У середньому це забирало 1,5 року дорогоцінного часу і нерідко відбивало будь-яке бажання дбати про науково-технічний прогрес та й взагалі проявляти ініціативу. Зовсім іншу ситуацію створює фондова біржа, тому що, випустивши на ринок акції, підприємство може вигідно їх продати і лише за 1,5 місяця одержати потрібні йому кошти. Природно, що потім воно з прибутку розрахується з акціонерами дивідендами. Сплата дивідендів дисциплінує весь процес позики й оптимізує її використання.

Нормальний процес функціонування фондових бірж допоможе швидко залучити в господарський оборот численні неліквіди та наднормативні запаси матеріально-сировинних ресурсів, стратегічні запаси продукції та різноманітного майна Міністерства оборони, гігантські обсяги невстановленого обладнання, готової продукції, що були вироблені понад план і не знайшли свого спо-

живача. Мобілізуючи вільні кошти, фондова біржа здатна до 2000 р. ліквідувати численні довгобуди й прискорити сам процес капітального будівництва.

Не менш важливо й те, що лише біржа зможе сприяти виходу вітчизняних товарів на міжнародний ринок, а іноземних — на наш. Вона встановлює ділові відносини між партнерами, захищає покупців через систему котировки цін та здійснює багато іншого корисного, що в цілому нормалізує й стабілізує ринок.

Важливою функцією фондової біржі є акумуляція ділової інформації й надання її тим підприємствам, що стали на шлях акціонування виробництва або здійснюють інші форми роздержавлення. При цьому слід ширше використовувати світовий досвід, забезпечувати високий рівень професіоналізму та етики біржових працівників шляхом жорсткого відбору тих, хто допускається до діяльності на фондовій біржі.

Доцільно також використати порядок і методику перевірки фірм, що застосовуються на Заході. Там незалежні експерти та аудиторні фірми детально перевіряють стан справ кожного претендента на торгівлю цінними паперами, обгрунтованість проекту, під який будуть продаватися цінні папери, та інші ділові якості фірми-емітента, тобто фірми, яка випускає в обіг цінні папери. Наслідки цих перевірок та експертиз відображаються у проспекті, який додатково перевіряється в комітетах біржі, реєструється урядом країни і лише потім, коли біржа одержить ще й значний грошовий внесок з фірми-емітента, вона допускається до торгів. При цьому проспект надається будь-кому, хто захоче пересвідчитися в надійності й стабільності справ фірми. Така система відбору й гласності захищає інвесторів від втрат і ризику і не потребує будь-якого державного втручання.

Для широкої розбудови фондових бірж в Україні є всі необхідні передумови. Передусім це — значний надлишок вільних грошей у одних громадян та підприємств і водночас гостра нестача їх в інших, нагальна потреба ефективного переливу капіталу для здійснення структурних зрушень у суспільному відтворенні, необхідність швидкого подолання науково-технічного відставання, пошуки власної спеціалізації на світовому ринку тощо.

Біржа є універсальним надбанням розвитку товарного виробництва, і її діяльність не може замінити жоден адміністративний орган. Тому потрібно прискорити процес роздержавлення й при-

ватизації, щоо поряд з іншими секторами з явився потужний сектор кооперативного й акціонерного виробництва, виникли ринкові інститути, які сприятимуть вільному переливу капіталів та формуванню нового способу фінансування капіталовкладень за допомогою випуску в обіг цінних паперів. Для цього вже формуються законодавча і нормативна основи, готуються в країні та за кордоном кадри, розгортається комп'ютерна матеріально-технічна база й системи зв'язку тощо.

Валютна біржа — ринок, на якому здійснюються операції купівлі-продажу іноземних валют, зливків та виробів з благородних металів. Головним завданням валютних бірж України є: організація і проведення операцій купівлі й продажу іноземної валюти, сприяння формуванню регулюванню ринкового курсу гривні.

Валютнабіржа

Питання розбудови ринку та входження економіки України у світове господарство, становлення конвертованості національної грошової одиниці сьогодні не можуть вирішуватися без валютної біржі. Лише валютна біржа здатна забезпечити вільне плавання курсів валют; без неї не можна подолати монополію Національного банку та Зовнішекономбанку. Функції валютної біржі могли б виконувати й незалежні комерційні банки, якби вони одержали право вільного ведення операцій з усіма валютами.

Валютна біржа — не лише місце торгівлі валютами, а й важливий організуючий чинник банківської політики. Вона організовує валютні торги й проводить розрахунки в іноземній валюті та грошових одиницях України відповідно до домовленостей, визначає поточний ринковий курс іноземних валют по відношенню до національної грошової одиниці, організовує операції Національного банку з метою регулювання (підтримки) поточного валютного курсу національної грошової одиниці.

Право на участь у торгах валютної біржі (і право стати її членами) мають лише зареєстровані банки та фінансові підприємства, що одержали офіційний дозвіл (ліцензію) Національного банку. Для цього вони направляють пакет документів на ім'я Голови біржової ради: заяву, копію статуту, копію свідоцтва про реєстрацію, річний баланс та баланс фінансово-господарського стану за останній квартал, реєстраційну картку, список кореспондентських рахунків, показники обсягу банківського обслуго-

вування клієнтів, список ділерів, уповноважених проводити операції, і вносять вступний членський внесок, який не повертається.

Члени валютної біржі мають право брати участь у біржових операціях за свій рахунок і від власного імені, а також за дорученням клієнтів. Для купівлі (продажу) іноземної валюти клієнт подає на біржу заяву, вказує мету використання валюти (наприклад, на купівлю товарів і послуг, реалізацію права на інтелектуальну діяльність, для переведення за кордон дивідендів тощо). Придбана валюта відноситься на спеціальний рахунок клієнта в уповноваженому банку з правом її використання протягом 60 днів на цілі, вказані в заяві. Якщо ж вона за цей строк не буде реалізована, то уповноважений банк зобов'язаний продати її на наступних біржових торгах. При цьому, коли поточний курс долара виявиться вищим, ніж був на день придбання валюти, курсова різниця перераховується на користь Національного банку України, якщо ж нижчий, то збитки відносяться на рахунок клієнта. Відсотки на спеціальному рахунку не нараховуються.

Для встановлення ринкового курсу за початкову ставку приймається курс, зафіксований на попередніх торгах. Залежно від співвідношення попиту й пропонування маклер надалі підвищує його або ж понижує. Коли зниження (підвищення) курсу перевищує 10% від початкового, то маклер має право оголосити перерву в біржових торгах для проведення нарад з Національним банком України, а за необхідності — і з членами біржі для прийняття стабілізаційних заходів. Якщо з'ясується, що подібні коливання мають спекулятивний характер, то біржові торги можуть припинятися. Мінімальна величина купівлі (продажу) валюти становить 10 тис. дол.

У травні 1994 р. на Придніпровській товарній біржі вперше в Україні відбулися пробні торги валютними ф'ючерами, а починаючи з червня їх проводять регулярно, тричі на тиждень — понеділок, середу, п'ятницю. Створено тут також розрахункову палату, яка виступає гарантом виконання зобов'язань за контрактами. Вона обслуговує учасників торгів як біржовий мініклірінговий банк. Членами розрахункової палати можуть бути лише члени Придніпровської товарної біржі. Розрахункова палата складається з 20 членів, серед яких банки: «Новий», «Дніпросервіс» та фірми: «Інфотех», «Вісімдесят», «Дал-інвест», «Ельф» та ін. Члени розрахункової палати можуть виступати на торгах і як продавці, і як покупці. За їх посередництвом у торгах можуть

брати участь державні підприємства, комерційні структури, приватні особи, які заплатили певний процент комісійних.

На початку торгів контракти укладалися лише з рублями. Проте торгівля фінансовими ф'ючерами — справа перспективна, тому біржа швидко розширює діапазон торгів з іноземними валютами. Покупців і продавців приваблює можливість не тільки застрахуватися від збитків і стабілізувати свої доходи, тобто зафіксувати наперед курс майбутньої купівлі-продажу, а й перспектива отримати доход, доповнений за рахунок гри на курсах валют. Торгівлю валютними опціонами розпочала й Українська фондова біржа. Щоб отримати права на продаж відповідних іноземних валют, усі бажаючі мають внести заставу в українській грошовій одиниці.

Оформлення укладених угод і безпосередні розрахунки здійснюються за допомогою біржових посвідчень і операційних листів як невід'ємних частин біржових посвідчень у двох примірниках. У них вказано банківські заклади, в яких відкрито кореспондентські рахунки учасників торгів, строки й способи проведення розрахунків, відповідальність за порушення умов і строків розрахунків. Тих учасників, які не мають на своїх рахунках достатньої кількості для продажу (купівлі) іноземної валюти, до торгів не допускають.

На основі заповнених біржових посвідчень і операційних листів на другий день після дня торгів здійснюються розрахунки у тих банківських закладах, у яких відкриті кореспондентські рахунки контрагентів.

Біржа праці

Біржа праці — установа ринкової економіки, яка здійснює посередницьку місію між найманими працівниками та роботодавцями в процесі купівлі-продажу товару робоча сила. У всіх країнах світу вони є державними організаціями.

Біржі праці виконують такі функції: працевлаштування безробітних, сприяння всім бажаючим змінити характер і місце роботи, вивчення кон'юнктури ринку робочої сили та надання інформації про неї, професійна орієнтація молоді, облік безробітних та виплата їм допомоги.

В Україні біржу праці було закрито в 1930 р. як непотрібну і таку, що має існувати лише за капіталізму, проте її функції не зміг ефективно виконувати жоден адміністративний орган.

Нині, виходячи з необхідності розбудови ринку та здійснення структурних зрушень у виробництві, долаються ідеологічні догми щодо товару робоча сила та біржі праці.

Згідно із Законом України про зайнятість населення вже реалізується програма формування ринку праці: створено близько 700 регіональних центрів зайнятості, розпочата реєстрація безробітних, здійснюється працевлаштування переважної більшості тих, хто звертається до центрів зайнятості.

Ще не використано громадські роботи, які фактично є дійовим і універсальним засобом активної політики на ринку праці. Хоч і схвалено національну програму громадських робіт як частини Державної програми зайнятості населення, проте вона не реалізується. Водночас громадські роботи дають змогу найраціональніше використати кошти, що виділяються на соціальні потреби безробітних. У процесі їх проведення безробітні просто відпрацьовують свої суми коштів, а їхня праця приносить суспільству значну користь. Особливо значний ефект вони дають у тих галузях і регіонах, у яких на даний час невигідні відособлені вкладення підприємців.

Інвестором таких коштів на національному рівні виступає держава. Вона цілеспрямовано перерозподіляє кошти державного бюджету, використовує відповідні цільові фонди, випускає державні позики. Всі вони концентруються у відповідних програмах для заміщення робочих місць у сфері природоохоронних і соціальних робіт, ремонті шляхів, землевпорядкуванні, будівництві на селі тощо.

Має сенс і діяльність закладів регіональної соціальної служби молоді. Молодіжна біржа праці, створена цією службою, призначена для вивчення попиту на робочу силу, забезпечення населення, що не працює, робочими місцями. Особлива допомога надаватиметься студентській молоді для пошуку роботи за сумісництвом та інвалідам. Молодіжна біржа відкриває курси, створює додаткові робочі місця, планує за пайовою участю з підприємствами міста Харкова інші заходи.

На договірній основі з навчальними закладами формується система професійної перепідготовки безробітних, в якій щороку перенавчатимуться 350-400 тис. чоловік. Проте ще не всі питання функціонування ринку праці вирішені. Зокрема, незадовільно формується матеріально-технічна база центрів зайнятості. Вони

не забезпечені достатньою мірою комп'ютерною технікою, не створена елементарна інформаційна мережа, без якої не може бути ринку. Повільно формується і фонд зайнятості, з якого потрібно черпати кошти компенсації незайнятим.

Актуальною є проблема демонополізації ринку праці. Потужні державні й галузеві незалежні профспілки постійно зловживають своєю силою, шантажують бізнес і уряд, вдаються до диктату, що призводить до економічних збитків. Е умовах гіперінфляції, коли потрібна висока соціальна відповідальність і тих, хто піднімає ціни, і тих, хто домагається підвищення заробітної плати, втрати від несанкціонована страйків та всіляких зупинок виробництва зростають багаторазово.

§ 3. ОСНОВИ СУЧАСНОГО МЕХАНІЗМУ БІРЖОВИХ УГОД

Види біржових угод

Біржові угоди укладають члени бірж особисто або через повноважних представників і брокерів. Вони вважаються укладеними з моменту їх реєстрації на біржі. Зміст біржових угод (за винятком найменування товару, кількості, ціни, місця і строку) розголошенню не підлягає. Ця інформація може надаватися тільки за письмовою вимогою органів слідства і суду. Основними видами біржових угод є: взаємна передача прав та обов'язків щодо реального товару; укладання угод реального товару з відстрочкою строку його поставки (форвардні угоди); взаємна передача прав та обов'язків щодо стандартних контрактів на поставку біржового товару (ф'ючерні угоди); уступка прав на майбутню передачу прав та обов'язків щодо біржового товару або контракту на поставку біржового товару (опціонні угоди), а також інші угоди щодо біржового товару, контракту або прав, установлених правилами біржової торгівлі.

Угода вважається укладеною з моменту її оформлення та реєстрації згідно з прийнятим порядком на біржі, але вона не може укладатися від імені й за рахунок біржі Історично так склалося, що механізм функціонування бірж строго регламентований. Установлюються регулярність і дата проведення торгів, місце укладання угод (біржовий зал) тощо.

У світовій практиці склалися чотири основні види біржових угод.

1. Угоди на наявний товар з пред'явленням його чи товарних зразків на місці. Такі угоди нині переважають на всіх біржах. Вони укладаються: а) за умов попереднього огляду товарів (за зразками, стандартами, обумовленою середньою чи стандартною якістю товару); б) на товар, який на час торгів виставлений на біржі, знаходиться на її складах або очікується його прибуття до закінчення біржового зібрання; в) на товар, який на час торгів знаходиться в дорозі; г) на відвантажений чи готовий до відвантаження товар.

2. Форвардні угоди — це угоди із зобов'язанням поставити реальний товар в майбутньому. Контрактом обумовлюються кількість і якість продукції, час і місце поставки. Форвардні поставки й угоди щодо них мають бути найпоширенішими, бо вони найповніше відповідають інтересам учасників контрактів. Як правило, це — угоди з наперед заданими умовами і попереднім замовленням, а також контракти, які мають нестандартний характер і які не перепродаються на біржі.

3. Термінові угоди (ф'ючерні) — це угоди із зобов'язаннями поставити товар, заздалегідь обумовлений за всіма параметрами, котрий вироблятиметься в майбутньому.

Ф'ючерні контракти укладаються на двосторонній основі, коли покупець зобов'язується прийняти, а продавець — поставити конкретний товар за певною ціною на визначену майбутню дату. На відміну від інших строкових угод, ф'ючери — стандартизовані за кількістю та якістю товарів. Торгівля ними ведеться на організованих біржових ринках шляхом публічного проголошення пропонування на купівлю та продаж. Це прискорює і полегшує процес прийняття рішень, а виграш чи програш визначається співвідношенням цін купівлі і продажу.

Якщо контракт не закритий до офіційного строку поставки, то клієнт зобов'язаний виконати своє зобов'язання, тобто поставити чи оплатити товар контрагенту, якого добровільно визначає біржа з числа учасників торгів. Звичайно, у випадках фінансових ф'ючерів фізична поставка не здійснюється. Остаточна ліквідація контракту тут відбувається шляхом зменшення чи збільшення додаткової маржі в останній день торгівлі. Іншими словами, клієнт просто переводить свій програш кліринговій палаті чи, навпаки, отримує від неї виграну суму.

Вперше ф'ючерну торгівлю було організовано у 1972 р. на Чиказькій біржі. Завдяки високій стандартизації, простоті та надійності операцій вона стала швидко поширюватися і вдосконалюватися. З її допомогою підприємці мають можливість не лише гарантовано отримувати й здобувати продукцію, а й ефективно страхувати свої відкриті позиції в іноземних валютах, боргових зобов'язаннях і портфелях цінних паперів.

Біржовий механізм фінансово-страхового захисту інтересів клієнтів має назву хеджирування. Хеджирування, з одного боку, захищає учасників ф'ючерної торгівлі від непередбачуваних коливань курсів цін та втрат, а з іншого — робить виробників (продавців) товару і його покупців (споживачів) зацікавленими в стабілізації цін. Водночас це підвищує ліквідність біржових угод, а також дає змогу більш рівномірно розподілити всілякі ризики між учасниками угод.

Хеджирування, або страхування ризику зриву біржової угоди, починається з визначення пакета ризиків, які покриваються й не покриваються страховим полісом. Сукупний ризик зриву біржових угод (опціонні, ф'ючерні, ризики помилок біржових брокерів) проявляється в двох аспектах: по-перше, ризик недопоставки товару, а по-друге — затримки поставок чи поставок неякісного товару. Далі визначається розмір відповідальності страхівника за покриття збитків до певного розміру за рахунок спеціально створених резервно-страхових фондів, що називається франшизмом. Розмір франшизму за всіма видами ризику, як правило, становить 5% від страхових сум з кожного виду ризику. У 1992-1994 рр. через складні обставини в економіці і фінансах обов'язковою умовою розрахунку за товар на біржі була стопроцентна передоплата.

4. Досить близькою до страхового договору за своєю суттю є угода з опціоном. Це також оптовий контракт страхувальника (покупця опціону), за який він отримує певну суму (премію). Головною перевагою опціону є лімітований ризик і потенційно необмежена доходність. Сплативши невелику суму, можна одночасно застрахуватися від втрат і отримати досить відчутний прибуток. Більше того, якщо ринкова ціна відхиляється від нормального стану, то отримувач опціону може скоротити свої збитки, своєчасно перепродавши контракт. Наприклад, якщо інвестор А купив європейський колл на одну акцію компанії АБС строком на 6 місяців за ціною виконання 50 доларів і виплатив премію 4

долари, а поточна ціна акцій на той час також була 50 доларів, то, заплативши 4 долари премії, він купив право придбати акцію за ціною 50 доларів. За умови, що ринкова ціна після завершення строку опціону сягнула 60 доларів, інвестор, продавши опціон за цією ціною, отримує доход від опціону в 6 доларів. Прибутковість опціону становить:

$$K.a = \frac{60 - 50 - 4}{4} 100\% = 150\%$$

Відносини між продавцями та покупцями на ф'ючерній біржі здійснюються через клірингову палату, котра як третя сторона угоди виступає покупцем стосовно продавця і продавцем щодо будь-якого покупця. Тому покупці й продавці ф'ючерних контрактів беруть на себе зобов'язання не один перед одним, а перед розрахунковою палатою. Остання ж бере на себе відповідальність гаранта і страхувальника для обох сторін укладеної угоди.

Механізм ф'ючерної торгівлі включає такі дії:

1. Брокерська контора (фірма) отримує наказ клієнта купити (продати) ф'ючерний контракт і виконує його через свого представника в операційному залі.

2. Угода реєструється на ім'я брокерської фірми — члена клірингової палати.

3. Проти незакритого на кінець біржового дня контракту брокерська фірма переводить на рахунок у клірингові палаті гарантійний внесок (початкову маржу), розміри якої встановлюються біржею, виходячи з ринкових характеристик товару.

4. На кожен наступний торговий день розмір внеску переглядається, виходячи з відхилення офіційної ціни закриття від контрактної. Внаслідок щоденного «приведення до ринкової ціни» брокерська фірма або перераховує додаткову (варіаційну) маржу, або знімає з рахунку вільний залишок, що перевищує потрібний мінімум покриття. За таким же принципом здійснюються відносини між брокерською фірмою та клієнтом.

5. Ф'ючерний контракт можна в будь-який день закрити через укладання оберненої (офетної) угоди. Наприклад, покупець ф'ючера може закрити своє зобов'язання перед клірингової палатою шляхом продажу аналогічного типового контракту.

Розвиток цих та інших біржових угод веде до того, що біржа перестає виконувати функцію обміну наявного товару, проте

зберігає функцію ціноутворення, або «відкриття» ціни. Тому вся сукупність ф'ючерних контрактів, що обертаються на біржі, являє собою ніби дзеркальне відображення сукупності наявних або за певних умов готових до висунення на ринок товарів.

Таким чином, ф'ючерні контракти дають можливість:

а) зосередити попит та пропонування на даний товар в єдиному центрі незалежно від руху фізичного товару; при цьому ф'ючерні біржі перетворюються в певні центри цінових сигналів. Так, невипадково контракти інофірм з радянськими постачальниками 3-5 разів перепродавалися на біржах Заходу, тому на час поставки ціна товарів зростала в 5-Ю разів;

б) ціни, встановлені ф'ючерною біржею, слугують добрим орієнтиром, відправною опорою для ринків фізичного товару;

в) механізми ф'ючерних торгових угод забезпечує страхування від цінового ризику.

Ось чому за всієї нерозвинутості вітчизняного ринку цінних паперів вже нині доцільно організовувати ф'ючерну торгівлю.

Слід зауважити, що біржові угоди купівлі-продажу з економічної точки зору поділяються на угоди, пов'язані з розміщенням капіталу з метою одержання дивіденду, відсотка тощо, та угоди, розраховані на спекуляцію, тобто отримання «баришу». Спекулянт розраховує продати товар або цінні папери дорожче, ніж купив, або ж купити дешевше, щоб потім продати дорожче. Термін «спекулянт» вживається тут не в розумінні ще недавньої нашої кримінальної термінології, а виключно як поняття, що в усьому світі виражає нормальний зміст біржових операцій. Термін «спекуляція» (в первісному розумінні «споглядання») використовується для означення біржових угод купівлі-продажу різного роду цінних паперів з метою отримання курсової різниці.

У країнах з ринковою економікою біржова спекуляція доступна кожному громадянинові і суб'єктові господарського життя. Тут ніхто не має ніяких переваг над рештою учасників біржових торгів, кожен однаково ризикує, прагнучи передбачити майбутні зрушення у кон'юнктурі ринку і в цінах. А коливання цін тут відбувається постійно, тому що в цьому процесі задіяні як об'єктивні причини, зокрема зрушення у виробництві й споживанні, так і суб'єктивні, зумовлені грою біржових спекулянтів. Експерти вважають, що вкладені гроші в будь-який товар, що котується на біржі, приносить подвоєння вкладених коштів лише за 1,5-2 місяці.

Біржові операції

Біржовою операцією називається угода між членами біржі щодо купівлі-продажу, поставки та обміну товарів, допущених до обігу на товарній біржі, і зареєстрована не пізніше наступного за здійсненням угоди дня. Вони регламентуються відповідними правилами, затвердженими загальними зборами членів товарної біржі або органом, що ними уповноважений. Правилами визначається: строк і місце проведення біржових операцій; порядок надання та розмір плати за користування послугами біржі; відповідальність учасників і працівників біржі за невиконання або неналежне виконання правил біржової торгівлі; інші положення, встановлені органами управління біржі.

Укладання та виконання біржових угод вимагає здійснення певних біржових операцій, які поділяються на такі види:

1. *Операції за готівку {касові),* коли обидва контрагенти (продавець та покупець) виконують прийняті на себе зобов'язання негайно при укладанні угоди. Іноді допускається певна відстрочка виконання угоди на другий, третій, четвертий день, а на Паризькій біржі — навіть тиждень. Операції з готівкою абсолютно переважали колись і досить поширені нині. У разі купівлі-продажу цінних паперів касові операції здійснюють, як правило, не маклери чи ділери, а інвестори, які заінтересовані у довгострокових вкладеннях свого капіталу.

2. *Строкові операції* — це біржові операції, які згідно з відповідними угодами здійснюються у визначений час. Частка і роль їх у ринковій економіці зростає. На відміну від касових вони пов'язані з угодами кредитними (в США їх називають угодами **з** маржею). Строкові операції використовуються для збільшення попиту на цінні папери чи надмірного підвищення їх курсів. Коли **ж** курси акцій з маржею починають падати, то це дає змогу брокерам вимагати від клієнтів додаткових сум грошей, бо тоді виникає загроза несвоєчасної сплати отриманої від банку позики.

Строкові операції стабілізують ринок, відволікають з ринку надлишкову масу грошей і спрямовують їх у інвестиції. Завдяки цьому вони стали потужними засобами боротьби з інфляцією, а також з хронічними зривами договірних зобов'язань та несвоєчасністю поставок. Комерційні посередники при здійсненні строкових операцій передбачають, як правило, поставки товару строком до 60 днів з частковою доплатою, яку стали називати га-

рантійним внеском, або маржею.

Всі строкові операції зводяться до трьох таких груп:

а) купівля з поставкою у визначений строк. Строкова операція тут не супроводжується ніякими іншими умовами і відрізняється від касової лише строком виконання, призначеним на майбутнє;

б) купівля з щоденною поставкою до певного строку. Буває й так, що покупець лише через певний час має право вимагати щоденних поставок;

в) купівля з поставкою за повідомленням. Продавець тут повинен поставляти відповідний товар до вказаного строку щоденно.

Виконання договору називається *ліквідацією.* День ліквідації встановлюється не учасниками угоди, а за існуючою традицією. Якби цього не було, то ліквідації відбувалися б щоденно, що вносило б напруженість у функціонування бірж і відбивалося б на цінах. Ось чому на всіх біржах день ліквідації особливий. Як правило, це — останній торговий день місяця. Іноді він збігається із серединою місяця.

3. *Операції «на різницю».* В їх основу покладено розрахунок на отримання додаткового доходу внаслідок підвищення або пониження курсів та цін. Такі операції не матимуть спекулятивного характеру лише тоді, коли вони набудуть цивілізованих форм, тобто здійснюватимуться на законних підставах.

4. *Операції з преміями.* Це — строкові операції, в яких одному контрагенту за відповідну плату (премію) надається право відмовитися від виконання угоди (або її частини). При цьому той, хто платить премію, може: а) цілком відмовитися від договору; б) виконати взяті зобов'язання на свій розсуд у той або інший строк, протягом певного періоду, але повністю відмовитися від договору не може; в) у момент ліквідації вимоги платити за більш високим, що встановився, курсом або самому за нижчим курсом поставити, продати товар.

Звичайно, є й інші строкові угоди, які дають право відмовитися від виконання певної частини контракту, прострочити виконання угод, які називаються репорт і депорт. *Репорт* — продаж цінних паперів на певний строк банку з правом викупу їх після цього строку за вищим курсом. *Депорт* — біржова угода, яка укладається спекулянтами, що «грають» на пониження з метою отримання курсової різниці.

Правове забезпечення біржової діяльності

Вся біржова справа потребує державного правового забезпечення, щоб стимулювати розвиток ринкових відносин, вільного товарообігу й конкуренції. В США, наприклад, закон про товарні біржі вже діє з 1922 р. У 1978 р. створено підпорядковану Конгресу Комісію з ф'ючерної торгівлі, яка не лише видає законодавчі акти, стежить за втіленням у життя біржового законодавства, а й детально регламентує життєдіяльність бірж.

Найхарактернішими рисами чинного американського біржового законодавства стали: а) розгорнута система захисту суспільства й учасників біржової торгівлі від зловживань; розробка дійових санкцій та покарань за проступки та злочини (використання службового становища, шахрайство тощо караються ув'язненням до 5 років або штрафом до 500 тис. дол.); б) ідеологія законодавства про біржу спрямована проти монополізму, зловживань і водночас на організацію конкуренції й цивілізованого посередництва; в) скрупульозно регламентуються права та обов'язки учасників біржових операцій.

Ці та інші принципи цілком слушні і для нас. Лише відсутністю біржового законодавства можна пояснити намагання кожної біржі виробити власну схему діяльності, свої особливі правила проведення торгових операцій, віднайти свій специфічний товар, налагодити мережу представництв на біржах інших регіонів країни, обмінюватися брокерськими місцями і залучати як фундаторів представників інших бірж. Значні розбіжності й у статутах біржових товариств, у порядку та умовах біржових угод. Мають місце і значні коливання цін на один і той же товар.

Значним кроком уперед є прийняття Закону України «Про цінні папери й фондову біржу», який набрав чинності з 1 січня 1992 р. Саме з цього часу припиняється випуск акцій трудових колективів, розпочинає дію система захисту майнових прав інвесторів, вводиться в дію державний контроль за випуском і обігом цінних паперів, а також санкції на тих, хто допускає відхилення від умов, дозволених законодавством.

Становленню цивілізованих ринкових відносин, організованого і регульованого ринку товарів та капіталів може також сприяти внесення істотних змін у відносини біржових структур з державою. Зокрема, ці відносини повинні розумно і виважено розвиватися шляхом державного регулювання і саморегулюван-

ня діяльності бірж, внесення часткових змін у їхній статус, який передбачав би перетворення їх у інформаційно-методичні центри комерційної діяльності, включаючи й право реєстрації всіх операцій в економіці України. Більше того, біржі України здатні перетворитися у центри формування ринкової політики цін, однакової як для державного, так і для ринкового секторів економіки.

Запитання та завдання для обговорення

1. Проаналізувавши динамічний процес відродження біржової справи, вкажіть основні причини формування системи бірж та їх розвитку в Україні.

2. В чому суть демократичного самоврядування й незалежності управління біржовою діяльністю та державного втручання в цей механізм? Якого типу біржі формуються нині в Україні і що дає державне регулювання біржової діяльності?

3. Які ще перешкоди стримують зростання обсягів біржової торгівлі? Яким ви бачите процес формування бірж, його послідовність, етапи, роль у збалансуванні попиту й пропозиції?

4. *Як* формується статутний фонд біржі та що він дає для підвищення якості операцій?

5. Які основні принципи діяльності бірж? Що слід розуміти під термінами «біржа відкритого типу», «біржа закритого типу», «приватна біржа», «публічна біржа»? В чому суть діяльності біржі реального товару і ф'ючерної?

6. Які закономірності розвитку ф'ючерної торгівлі та як використати світовий досвід у практиці України?

7. В чому суть опціону та його вигідність для учасників біржових угод?

8. Які функції сучасної фондової біржі? Що необхідно зробити, щоб не допустити ерзац-ринку цінних паперів? Що дає функціонування інвестиційних фондів у наш час?

9. Як українська валютна біржа допомагає підтримувати стабільність української валюти і забезпечувати вигідне входження економіки України в світове господарство?

10. Чи можна з допомогою механізму біржі праці перебороти наслідки «соціалістичного» ставлення до праці й стимулювати зростання продуктивності та саму інтенсивність праці?

11. Який механізм реалізації інвестицій? Як укладаються та реалізуються угоди з наявним товаром? Що таке форвардні термінові угоди та ліквідація контрактів?

Глава 10. ПІДПРИЄМНИЦТВО: СУТЬ, УМОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ЕКОНОМІЧНІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ

§ 1. СУТЬ І ФУНКЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Поняття підприємництва

Демократизація економічної системи створює можливості для розвитку плюралізму форм господарювання, що, в свою чергу, урізноманітнює підприємницьку діяльність.

Підприємництво як система економічних відносин у вітчизняній економічній літературі до недавнього часу не розглядалося. І це не випадково. Адже командно-адміністративна система несумісна зі свободою господарювання. В економічній науці панувало вульгарне уявлення про підприємництво. Воно характеризувалося як система відносин, властивих капіталістичній економіці, як явище експлуататорське за своєю суттю. На практиці підприємництво заборонялося. Ставлення до ділових людей було дуже настороженим, а нерідко й ворожим. Що ж стосується дрібного підприємництва, то воно теж заборонялося законом і вважалося кримінально карним діянням.

Водночас зарубіжний досвід, сучасні тенденції економічного прогресу переконливо доводять, що сьогодні без винахідливих, ділових людей, без розвитку різних форм підприємницької діяльності подальший рух уперед неможливий. У сучасних умовах, коли здійснюється перехід від командно-адміністративних до економічних методів господарювання, підприємництво виступає основним напрямом удосконалення господарської діяльності і важливою умовою створення ринкового середовища.

Підприємництво передбачає конкретну діяльність підприємця. Саме тому в економічній літературі при з'ясуванні суті підприємництва значна увага приділяється характеристиці поняття «підприємець». У буржуазній політекономії це поняття з'явилося ще у XVIII ст. і з самого початку мало неоднозначне тлумачення. Так, А. Сміт вважав, що підприємець — власник, котрий зважується ризикувати заради реалізації якої-небудь комерційної ідеї та отримання прибутку. Він сам планує, організовує вироб-

ництво, розпоряджається його результатами. На думку Ж.-Б. Сея, підприємець — це економічний агент, який комбінує фактори виробництва.

У пізніших концепціях австрійської школи (Й. Шумпетера, Ф. Хайєка) підприємець трактується як своєрідний соціально-психологічний тип господарника, для якого головне — аналіз і використання різноманітних ринкових можливостей, реалізація новаторських ідей.

Сьогодні науковці визначають підприємця як суб'єкта пошуку й реалізації нових можливостей у генеруванні та освоєнні новаторських ідей, розробці якісних продуктів і технологій, здійсненні нововведень та опануванні перспективними факторами розвитку, відкритті прогресивних способів обслуговування споживачів і нових сфер прикладання капіталу. *Як* свідчить зарубіжний досвід, для того щоб суспільство було багатим, необхідно, аби 5-7% активного населення мало схильність і до підприємництва. Підприємець — центральна фігура в бізнесі. Він прагне найефективніше поєднати всі фактори виробництва в єдиному господарському процесі з метою найраціональнішого втілення своїх ідей.

Головна суспільна функція підприємця зводиться до вивчення потреб суспільства та їх задоволення. У ринковій економіці саме підприємець першим повинен розгадати, які товари й послуги завтра знадобляться покупцям. Його діяльність дає суспільству такі переваги:

по-перше, підприємець, як правило, завжди має можливість досягти кращих результатів, тому що він є висококваліфікованим спеціалістом, який добре знає свою справу. Саме вміння примножувати багатство, розвивати свої здібності та здатність інших людей до творчості, раціонального використання наявних ресурсів вигідно вирізняє його в суспільстві;

по-друге, підприємець може краще працювати «на споживача». Прогнозуючи його запити, він намагається виходити не лише з поточних, а й з майбутніх потреб і спрямувати суспільне виробництво на їх задоволення;

по-третє, лише підприємець здатний організувати виробництво таким чином, щоб затрачені ресурси дали найбільшу віддачу. Отже, задоволення суспільних потреб тут досягається найефективнішим способом. Тому інколи не без підстав підприємця

порівнюють з полководцем, який здатний з меншими силами виграти бій у кількісно переважаючого його ворога.

Виходячи із зазначених характеристик підприємця, підприємництво можна визначити як уміння починати й вести справу, генерувати і використовувати ініціативу, зважуватися на ризик, долати протидію середовища тощо. Воно виступає головним чином як прояв економічної та організаційної творчості й новаторства.

Економічна та організаційна творчість і новаторство — це серцевина підприємництва, а тому можна запропонувати таке визначення цього поняття. **Підприємництво — це певна система функціонування підприємства, основу якої становлять демократичні форми його економічної діяльності, забезпечення для нього права ініціативи у виборі сфер, форм і методів господарювання, економічної, організаційної та технічної творчості і новаторства. В** центрі даної системи знаходиться **підприємець — компетентний господарник, здатний забезпечити організацію ведення господарства на базі найновіших досягнень економічної і технічної науки.** Отже, природу підприємця не слід пов'язувати з **його** посадою чи суспільним становищем. Вона визначається високим професіоналізмом, умінням ризикувати, здатністю прогнозувати, створювати нові якісні товари, технології, послуги, об'єднувати людей, розвивати в них культуру й здібності до творчості та раціонального використання наявних ресурсів тощо.

Підприємцем може бути: дрібний власник, керівник акціонерного товариства, кооператор, орендар і т. д. Підприємницькою діяльністю може займатися як окрема особа, так і група людей (колективне підприємництво). Законом України «Про підприємництво» передбачено, що суб'єктами підприємницької діяльності можуть бути громадяни України та інших держав, не обмежені законом у працездатності або дієздатності, а також юридичні особи всіх форм власності, встановлених Законом України «Про власність». Водночас не допускається заняття підприємницькою діяльністю таких категорій громадян: військовослужбовців, службових осіб органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, державного арбітражу, а також органів державної влади й управління, які покликані здійснювати контроль **за** діяльністю підприємців.

Різні форми підприємництва мають свої особливості. Але загальним для всіх є ініціатива, прагнення отримати вигоду, вміння

ризикувати. Чималу роль у підприємництві відіграють і психологічні мотивації економічної діяльності, наявність і значення яких не так давно заперечувалося вітчизняною економічною теорією.

Поняття «підприємець» близьке такому економічному понятті, як «господар». Адже господар — не лише той, хто не розбазарює своє майно, а й той, хто намагається його примножити і заради цього сам займається підприємницькою діяльністю або доручає цю справу іншому. Збіг понять власника й підприємця характерний передусім для дрібного підприємництва. У великому виробництві, як правило, відбувається диференціація власників і підприємців. Керівник підприємства, що виконує підприємницькі функції, може й не бути власником (наприклад, у випадках акціонерної або державної форми підприємництва). В основі розмежування функцій власника й підприємця лежить відокремлення капіталу-функції від капіталу-власності.

Умови та принципи підприємництва

Підприємництво може розвиватися лише в певному економічному середовищі. Насамперед воно передбачає наявність у суб'єкта чітко визначеної сукупності прав і свобод щодо вибору виду господарської діяльності та джерел її фінансування, планування, доступу до ресурсів, організації й управління, збуту продукції тощо. Йдеться про економічну автономію підприємства. Вона фактично означає відмову від командних методів вирішення господарських завдань. Ці методи здатні забезпечити тільки тимчасовий комерційний успіх, який потім перекривається значними економічними втратами. Тому держава через систему законодавства, фінансово-кредитні важелі може лише здійснювати економічне регулювання підприємницької діяльності, але не втручатися в неї.

Підприємництво передбачає у господарника наявність прав власності на засоби виробництва, продукт і доход. Одержання прибутку — важлива мета для підприємця. Однак це не самоціль. Для нього головне — використання прибутку для ще більшого його зростання шляхом розширення, модернізації, структурної перебудови виробництва. В умовах підприємництва змінюється співвідношення між матеріальною заінтересованістю і мотивацією трудової діяльності. Для підприємця останнє висувається на перший план.

Класичним прикладом підприємницької діяльності може бути фірма «Форд моторз». Ще в 1915 р. Генрі Форд пішов на та-

кий ризик: установив на своїх заводах найвищу в країні денну ставку заробітної плати і водночас почав систематично знижувати ціни на свої автомобілі, довівши їх до рівня найдешевшого автомобіля в Америці, Такий ризик міг закінчитися крахом. Насправді ж сталося зовсім інакше. Через сім років ця фірма виробила й випустила в продаж 1 млн. 150 тис. автомобілів. Такий «хід» Форда привів до того, що більше двох десятків років він нероздільно панував на ринку автомобілів в Америці. Це була перемога розуму людини на благо людини.

Одна з найхарактерніших рис цивілізованого підприємництва полягає в тому, що кожний підприємець, реалізуючи власні цілі, водночас здійснює господарську діяльність в інтересах суспільства. Адже щоб отримувати більший прибуток і бути конкурентоспроможним, необхідно постійно дбати про науково-технічний прогрес, підвищувати якість товарів як виробничого призначення, так і особистого споживання і здешевлювати їх. Тому розвиток підприємництва неодмінно пов'язується з поставкою на ринок якісніших і дешевших товарів. З цього приводу ще А. Сміт, говорячи про економічну природу підприємця, зазначав: «Він має на увазі лише свій власний інтерес, дбає про свою власну вигоду, причому в цьому випадку він невидимою рукою спрямовується до мети, яка зовсім не входила в його наміри. Переслідуючи свої власні інтереси, він часто більш дієво служить інтересам суспільства, ніж тоді, коли свідомо намагається служити їм»*.

Підприємництво має грунтуватися на певних економічних важелях, які реально забезпечували б, а не просто декларували самоуправління, свободу господарського вибору, можливість інвестування доходу тощо. Іншими словами, має існувати ринково-конкурентний режим господарювання. Необхідна також система діючих законів, які захищали б підприємництво й забезпечували б стабільне ринкове середовище та стійкі «правила гри» на ринку.

Названі умови підприємницької діяльності значною мірою передбачені в Законі України «Про підприємництво». У ньому, зокрема, зазначається, що підприємці мають право без обмежень приймати рішення і здійснювати самостійно будь-яку діяльність, що не суперечить чинному законодавству. Тут же сформульовані такі принципи підприємництва:

* *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 1962. С. 25.

вільний вибір діяльності;

залучення на добровільних засадах до здійснення підприємницької діяльності майна та коштів юридичних осіб і громадян;

самостійне формування програм діяльності та вибір постачальників і споживачів продукції, що виробляється, встановлення цін відповідно до законодавства;

вільний найом працівників;

залучення і використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, природних та інших видів ресурсів, використання яких не заборонене або не обмежене законодавством;

вільне розпорядження прибутком, що залишається після внесення платежів, установлених законодавством;

самостійне здійснення підприємцем як юридичною особою зовнішньоекономічної діяльності, використання будь-яким підприємцем належної йому частини валютної виручки на свій розсуд.

Розробка правових норм і відповідного законодавства щодо розвитку підприємництва — сьогодні одне з найважливіших завдань, від оперативного вирішення якого залежить перехід до цивілізованих форм господарювання.

Функції підприємництва

Досвід розвинутих країн переконливо доводить, що сьогодні підприємництво — найпрогресивніша система ведення господарства незалежно від соціально-економічного устрою суспільства, Функції підприємництва різноманітні.

По-перше, це — гнучка форма організації виробництва, яка оперативно реагує на потреби ринку, найновіші досягнення НТП сприяє своєчасним структурним зрушенням в економіці тощо. Наприклад, тривалий час вважалося, що досягнення НТП найповніше реалізують великі фірми. Однак це переважно було характерним для першої половини XX ст. Сучасний же розвиток розвинутих країн переконливо доводить, що сам НТП, як і ефективна реалізація його досягнень, неможливі без широкої підприємницької діяльності, без використання найрізноманітніших форм організації виробництва.

По-друге, підприємництво —така форма господарювання, за якої утверджується почуття господаря кожного учасника суспільного виробництва. Ще до недавнього часу в нашій економічній літературі переважала думка, що підприємець — це «капі-

таліст», «ділок», «рвач». Однак родове поняття «господар» включає в себе багато економічних суб'єктів: не лише капіталіста, а й дрібного виробника, керівника підприємства, кооператора, орендаря, селянина-власника, кваліфікованого спеціаліста, робітника, власне, кожну ділову людину. Без широкого розвитку економічних умов підприємництва утвердження почуття господаря неможливе.

По-третє, підприємництво, якщо розуміти його як дійову організаційно-господарську творчість, як уміння вести справу, сприяє вільному розвитку працівників, вихованню в них почуття чесності, порядності, сумлінності, впровадженню демократичних принципів суспільного й економічного життя, самоуправління і т. д.

По-четверте, широкий розвиток підприємництва застерігає від суб'єктивізму й волюнтаризму і найповніше відповідає вимогам природно-історичного процесу суспільного розвитку. Він об'єктивно обумовлений рівнем розвитку продуктивних сил і відповідним характером відносин власності. Це проявляється, зокрема, в тому, що завжди рівень усуспільнення виробництва в різних галузях неоднаковий, а отже, передбачає наявність різних форм власності та необхідність різноманітних методів підприємницької діяльності.

Таким чином, широкий розвиток підприємництва збагачує економічну діяльність суспільства, урізноманітнює її форми, підвищує економічну й соціальну ефективність суспільного виробництва.

§ 2 ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Адміністративно-командна система — антипод підприємництва

Адміністративно-командна система управління в Україні, як і в цілому в колишньому СРСР, протягом усієї історії свого існування ставила непереборні перепони підприємництву. В умовах цієї системи держава монополізує фактично всю господарську діяльність. Практично всі підприємницькі функції були зосереджені в руках партійно-державної влади. При цьому заходи щодо централізації господарських рішень обґрунтовувалися такими «аргументами»:

а) орієнтацією на будівництво «державного соціалізму», в умовах якого державна власність уявлялася найбільш зрілою, соціалістичною формою власності;

б) логікою розвитку великого машинного виробництва. До певної межі воно об'єктивно вимагає посилення одержавлення, регламентації господарського життя, веде до стандартизації виробництва. Це явище тією чи іншою мірою проявилося фактично в усіх країнах, що стали на шлях індустріального розвитку. Розвинуті капіталістичні країни, наприклад, до «неоконсервативної хвилі» на межі 70-80-х років йшли аналогічним шляхом, щоправда, не доводили одержавлення до таких масштабі», як у колишньому СРСР. Тут же державна централізація досягла гігантських, абсурдних розмірів і закріпилася на багато років.

Концентрація державної влади у верхніх ешелонах організаційно-управлінської піраміди автоматично звузила майже до нуля цільне господарювання, стримуючи пошук та ініціативу. Виробничі обов'язки рядових працівників полягали в добросовісній ретельності. Недумаюча виконавська дисципліна пропагандою розцінювалася як соціалістична добродійність.

Творчі починання в той час були, але вони здебільшого мали ідеологічний, формальний характер і виступали, як правило, у формі «соціалістичного змагання». Навіть думка про підприємницьке господарювання в будь-якій формі (сімейної ферми чи кооперативу, акціонерної компанії або оренди засобів виробництва, не говорячи вже про повний перехід останніх у власність трудового колективу) вважалася крамолою. Ділові люди, починаючи з представників буржуазії і «спеців» і закінчуючи селянством, кустарями й винахідниками, ставали об'єктами політико-ідеологічного й економічного тиску і навіть фізичного знищення.

Все це призвело до занепаду господарської культури суспільства. Командно-адміністративна система породила не лише антипідприємницьку, а й антиінноваційну, бюрократичну, консервативну господарську культуру. Безперечний пріоритет загальнодержавного інтересу, низький престиж професійності й новаторства, заздрість і намагання рахувати «гроші в кишені сусіда», підозрілість до конкуренції, ринку, товарно-грошових регуляторів, жорстка залежність від політичної та ідеологічної стратегії і кон'юнктури — все це перешкоджало утвердженню підприємницьких цінностей.

У зв'язку з цим на часі постала дуже складна проблема психологічного й культурологічного характеру, а саме: подолання антипатії суспільства до підприємництва. Необхідно здійснити «стрибок» від «царства» антиінноваційної, консервативної в «царство» продуктивної, динамічної економічної культури. Інакше кажучи, треба перейти від принципу «ініціатива карається» до стародавнього принципу римського права — «закон любить дійових».

Для адміністративно-командної системи були характерні:

відсутність ринково-конкурентних регуляторів економічної активності;

недосконала структура господарства (висока частка гірничодобувних і старих традиційних галузей і відносно низька — високотехнологічних, а також сфери послуг);

відомчий монополізм і фондова система розподілу ресурсів, які не давали можливості навіть великим господарствам повністю проявити свою підприємливість;

неефективна кредитно-фінансова система, фактична відсутність ринку капіталу, тобто відсутність умов, які давали б змогу швидко підкріплювати ініціативу необхідними ресурсами;

нерозвинена ділова інфраструктура (підготовка кадрів, інформаційні банки, система консультування тощо).

Становлення підприємництва в сучасних умовах

Усі зазначені проблеми нині мають бути вирішені. Причому на перший план висувається проблема формування корпусу підприємців (з числа управляючих і спеціалістів, робітників, селян), а також необхідних компонентів підприємницької інфраструктури.

Важливими передумовами розвитку підприємництва є подальша демократизація та урізноманітнення форм власності, подолання недоторканності принципу підпорядкування нижчих економічних структур вищим, формування повноцінного конкурентного ринку, забезпечення законних прав господарств тощо.

Можливості розвитку підприємництва відкриваються на базі прийнятих законів України «Про власність», «Про підприємства», «Про підприємництво». На їхній основі в Україні формуються такі форми підприємництва: індивідуальне дрібне підприємництво; система колективних підприємств (акціонерні товариства, кооперативи та ін.); державні підприємства; спільні підприємства.

Різні форми підприємницької діяльності в Україні набувають усе більшого поширення. Так, на початок 1996 р. у промисловості в державній власності залишалось менше половини (43%) підприємств галузі проти 70% у 1992 р. За вісім місяців 1996 р. промисловими підприємствами недержавного сектора вироблено близько 52% загального обсягу промислового виробництва. Усього за час проведення приватизації понад 40 тис. державних підприємств змінили організаційну форму господарювання. Частка основних фондів, що належить державі, зменшилась з 96 до 49 відсотків. Однак, незважаючи на поліпшення кількісних показників збільшення недержавного сектора, слід констатувати, що підприємництво ще не стало основним способом господарювання в Україні.

З'ясовуючи причини такого становища, треба виходити з реальної ситуації, яка створилася в економіці країни. Насамперед слід мати на увазі, що перехід від командно-адміністративних до ринкових методів господарювання — тривалий процес, у якому необгрунтована поспішність може призвести лише до втрат матеріального й морального характеру.

Крім того, на розвитку підприємництва негативно позначається кризове становище економіки. Так, лібералізація цін і пов'язана з нею інфляція призвели до ліквідації фінансової бази малого бізнесу через обезцінення заощаджень населення і різке підвищення відсоткових ставок. Слід враховувати й таке: економічна суть підприємницької діяльності полягає в одержанні прибутку не будь-яким шляхом, а за рахунок зниження витрат виробництва стосовно до ринкової ціни через науково-технічний прогрес. Інфляція, спричинена надто високими цінами на засоби виробництва, фактично закриває доступ багатьом підприємствам до сучасних технологій, найновіших досягнень науково-технічного прогресу.

Негативно позначається на розвитку підприємництва також глибокий спад виробництва. Він посилює монополістичний характер економіки, її дефіцитність, розширює інфляцію, породжує економічний хаос і невпевненість. До того ж постійна інфляція, коли зростання цін перевищує збільшення номінальних доходів населення, веде до звуження ємності внутрішнього ринку, істотно стримує розвиток підприємницької діяльності у виробничій сфері. Крім того, недосконалими залишаються організаційні й правові засади розвитку підприємництва, фінансово-кредитна й

податкова системи. Всі ці та інші факти переконливо свідчать, що процес становлення підприємництва як форми господарювання відбувається нині досить суперечливо. На його шляху необхідно подолати багато труднощів як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру.

Розвиток підприємництва несумісний з командно-бюрократичними методами господарювання, будь-якими суб'єктивно-догматичними підходами в управлінні економікою. Допущені тут помилки катастрофічно відбиваються на становищі підприємця. Лише той досягає успіху на цьому шляху, хто здатний творчо мислити, генерувати нові ідеї, володіє вмінням організувати трудові колективи на втілення цих ідей у господарську практику.

Запитання та завдання для обговорення

1. Адміністративно-командна система і підприємництво — антиподи. Поясніть це твердження.
2. Чому приватна власність — необхідна умова підприємництва?
3. Підприємництво — це демократична форма економічної діяльності. Поясніть чому.
4. Охарактеризуйте співвідношення між матеріальною заінтересованістю і мотивацією трудової діяльності підприємця.
5. Обгрунтуйте найбільш сприйнятливий для вас підхід до приватизації державного майна.
6. Які існують форми реалізації приватизаційних паперів?

Глава 11. МАЛИЙ БІЗНЕС

§1. ЗАГАЛЬНІ ОСНОВИ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ДРІБНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Передумови розвитку малого бізнесу

У кожному суспільстві підприємництво передбачав функціонування поряд з великими цілої системи малих підприємств, у тому числі й таких, які базуються на індивідуальній трудовій діяльності окремих осіб або сімей. Ця форма господарської діяльності в нашій країні фактично не розвивалася. Проте перехід від командно-адміністративних до економічних методів господарювання створює реальні умови для розвитку малого бізнесу. Зауважимо, що бізнес означає підприємницьку діяльність, спрямовану на одержання прибутку.

Дрібне підприємництво немислиме без ринку. Адже воно безпосередньо не регулюється державою; економічні відносини між дрібними бізнесменами можуть здійснюватися лише через ринок. Крім того, індивідуальне дрібне підприємництво розвивається внаслідок дії ринкового механізму, який зумовлює виникнення певної кількості безробітних. Сфера дрібного бізнесу повинна вбирати в себе ту робочу силу, яка вивільняється з державних, а також інших підприємств.

Розвиток дрібного підприємництва забезпечується правом кожної людини займатися будь-якою економічною діяльністю у межах законів. Нині це право гарантується законодавчо установленою приватною власністю громадян на певні засоби виробництва.

Приватна власність — неодмінна умова дрібного підприємництва. Справа в тому, що цей вид діяльності має яскраво виражений трудовий характер. Тут прямо простежується взаємозв'язок між тим, хто виробляє, і тим, хто привласшоє. Ніхто не може заперечувати того, що індивідуальне виробництво передбачає й індивідуальне привласнення. А це — не що інше, як приватне привласнення. Без приватної власності дрібний бізнес неможливий.

Важливою передумовою дрібної підприємницької діяльності є визначення її сфери. Тут слід мати на увазі щонайменше два моменти. По-перше, необхідно вибрати таку сферу, яка найбільше

відповідає нахилам і знанням підприємця, де на основі своїх здібностей, наукових та особистих прогнозів він може розраховувати на оптимальний підприємницький успіх. При цьому треба мати надійну інформацію про майбутній предмет діяльності. По-друге, надійною основою становлення власної справи могли б послугувати особисті «ноу-хау» або патенти на нові види продукції, технології з орієнтацією не лише на внутрішній, а й зовнішній ринок. Правовий захист своєї продукції, свого фірмового товарного знака має бути обов'язковим елементом підготовки майбутньої справи. Не виключена також організація власної справи спільно з автором перспективного винаходу.

Вибираючи вид діяльності, підприємець повинен чітко бачити свою нішу на ринку. Вона має «вписуватися» у середній і великий бізнес, не дублюючи його. Доцільно зосередити увагу на таких видах робіт, які з точки зору великого бізнесу виконувати невигідно. Лише за таких умов установлюється співробітництво між різними формами підприємництва. Така система досить поширена на Заході, особливо в торгівлі та сфері послуг. У ній велика головна фірма надає малому підприємству за плату виключне право використовувати свою торгову марку, в разі необхідності виділяє малому бізнесу кредит на пільгових умовах, надає різні консультаційні послуги, послуги з реклами тощо. Подібна система співробітництва вигідна як головній фірмі, так і малим підприємствам.

Поряд з цим підприємцю необхідно чітко визначитися з характером діяльності, аби вона не суперечила законам. Для цього необхідно ознайомитися з відповідними правовими актами чи звернутися до певних юридичних консультантів. Юридичну основу підприємницької діяльності становить законодавство про підприємства і підприємництво. Зокрема в Законі України «Про підприємництво» зазначається, що підприємці мають право, без обмежень приймати рішення і здійснювати самостійно будь-яку діяльність, що не суперечить чинному законодавству.

Законом установлені й конкретні обмеження підприємницької діяльності. Так, лише окремим державним підприємствам дозволяється виготовлення наркотичних засобів, зброї та вибухових речовин, а також випуск цінних паперів і грошей.

Без спеціального дозволу (ліцензії), що видається Кабінетом Міністрів України або уповноваженим ним органом, не можуть здійснюватися:

пошук (розвідка) та експлуатація родовищ корисних копалин;
ремонт спортивної, мисливської чи іншої зброї;
виготовлення та реалізація медикаментів і хімічних речовин;
виготовлення пива й вина;
виготовлення горілчаних, лікерних і коньячних виробів;
виготовлення тютюнових виробів;
медична практика;
ветеринарна практика;
юридична практика;
створення та утримання ігрових закладів, організація азартних ігор;
торгівля алкогольними напоями та ін.

Ліцензія видається за заявою суб'єкта підприємницької діяльності, до якої додаються копії засновницьких документів. Рішення про видачу ліцензії або відмову приймається не пізніше, ніж за ЗО днів з дня одержання заяви і необхідних документів.

Основні принципи організації дрібного підприємництва

Організація дрібного підприємництва має базуватися на принципах самоокупності та одержання прибутку. Самоокупність підприємства здійснюється в процесі кругообігу фондів за відомою формулою:

$$Г\text{-}Т \begin{matrix} /ЗВ \\ \backslash РС \end{matrix} \ldots В \ldots Т'\text{–}Т''.$$

Важливо не лише окупити витрачені ресурси, а й одержати прибуток у такому розмірі, щоб можна було активно вести господарство в майбутньому.

Слід пам'ятати, що на противагу державним підприємствам індивідуальний дрібний бізнес передбачає банкрутство у справжньому розумінні цього слова. Тому підприємець повинен навіть за нормального стану його справи постійно поліпшувати економічну діяльність. Для цього він має бути не лише грамотним фахівцем з тієї чи іншої галузі виробництва, а й кваліфікованим економістом, здатним розрахувати розподіл прибутку, виходячи як з поточних, так і з перспективних потреб. Для підприємця будь-якого рівня головна мета — не прибуток сам по собі, а його примноження. Необхідно чітко бачити перспективу, а отже,

робити відповідні прогнозні розрахунки, маркетингові дослідження тощо.

Таким чином, займатися малим бізнесом практично під силу кожному. Але одного бажання тут недостатньо. Потрібні відповідні знання ринкової економіки й уміння використати ринкові важелі в організації свого бізнесу.

§ 2. МАЛІ ПІДПРИЄМСТВА: СУТЬ, СИСТЕМА ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРИНЦИПИ ДІЯЛЬНОСТІ

Показники розмежування малих підприємств

Малий бізнес здійснюється шляхом створення розгалуженої системи малих підприємств. Згідно із Законом України «Про підприємства» до малих відносяться такі підприємства:

у промисловості й будівництві — з числом працюючих до 200 чоловік;

у науці й науковому обслуговуванні — до 100 чоловік;

в інших галузях виробничої сфери (крім роздрібної торгівлі) — до 50 чоловік;

у галузях нематеріального виробництва — до 25 чоловік;

у роздрібній торгівлі — до 15 чоловік.

На нашу думку, даний критерій визначення малих підприємств вибраний правильно. В інших країнах також застосовується показник кількості зайнятих працівників. В Італії, наприклад, малий бізнес охоплює підприємства з чисельністю до 500 зайнятих. При цьому є досить багато виробництв, що використовують працю менше 20 робітників.

У деяких країнах критеріями виділення малих підприємств, крім чисельності працівників, слугують й об'ємні показники. Наприклад, в Японії до категорії малих і середніх підприємств у галузях оборонної промисловості, в будівництві, на транспорті, у зв'язку, комунальному господарстві відносяться юридично самостійні компанії з числом зайнятих до 300 чоловік або обсягом основного капіталу до 100 млн. єн, оптовій торгівлі — до 100 чоловік або до ЗО млн. єн капіталу, роздрібній торгівлі й сфері послуг — до 50 чоловік або до 10 млн. єн капіталу.

У нашій країні в залежності від природно-кліматичних, національних, технологічних та інших особливостей регіонів мо-

жуть бути різні критерії виділення малої економіки. Тому, приміром, Республіка Крим або навіть окремі самоврядовувані зони у власному законодавстві можуть визначати власні критерії розмежування малих підприємств як за обсягом господарського обороту, так і за чисельністю працюючих.

Законодавство України надає широкі права щодо створення малих підприємств. Так, засновниками їх можуть бути орендні, колективні, спільні підприємства, кооперативи, акціонерні товариства та інші підприємства й організації, а також громадяни, члени сімей, інші особи, що спільно ведуть трудове господарство. У зв'язку з цим будь-яке створене мале підприємство, зберігаючи пріоритет свого засновника, є відповідно і державним, колективним, приватним. Діяльність кожного з них регулюється діючим законодавством. Отже, малі підприємства — це не якийсь конкретний тип підприємств, а частина наявних, виділена тільки за критерієм їхнього розміру й наділена додатковими правами та пільгами.

Малі підприємства — досить поширена й ефективна форма господарювання. Вони мають багато таких рис, які не можуть бути притаманні великим підприємствам. Саме мале підприємництво здатне найоперативніше реагувати на кон'юнктуру ринку і таким чином надавати ринковій економіці необхідної гнучкості. Ця властивість малого бізнесу набуває особливого значення в сучасних умовах, коли відбувається швидка індивідуалізація і диференціація споживацького попиту, прискорення науково-технічного прогресу, розширення номенклатури товарів і послуг.

Крім того, малий бізнес мобілізує значні фінансові й виробничі ресурси населення (в тому числі трудові й сировинні), які за його відсутності не були б використані. Про можливості малого бізнесу в цьому плані свідчить досвід промислово розвинутих країн. На малий бізнес тут припадає до 90–95% усіх підприємств і до 20–60% валового національного "продукту. Особливу роль відіграє мале підприємництво у сфері послуг і торгівлі (варто зазначити, в найзанедбанішій у нас галузі господарського життя).

Істотно впливає малий бізнес на формування конкурентного середовища, що для нашої високомонополізованої економіки має першочергове значення. Мале підприємництво антимонопольне за своєю природою. Це проявляється в різних аспектах його функціонування. З одного боку, воно в силу численності функціонуючих господарств і їхньої високої динаміки меншою

мірою піддається монополізації, ніж великі підприємства. З іншого боку, мале підприємництво виступає досить відчутним конкурентом, що підривав монопольні позиції великих корпорацій. Саме ця якість малого бізнесу, до речі, зіграла неабияку роль у послабленні, а часом і в подоланні промислово розвинутими країнами властивої крупному капіталу тенденції до монополізації і затримки технічного прогресу.

Чимала роль малого бізнесу в здійсненні прориву на важливіших напрямах науково-технічного прогресу, насамперед у галузях електроніки, кібернетики та інформатики. В США на малий бізнес припадає близько 50% науково-технічних розробок. Значення цієї справи для нашої економіки важко переоцінити, маючи, зокрема, на увазі необхідність кардинальної структурної перебудови економіки й широкого розгортання процесу конверсії.

Розвиток малого бізнесу також виступає дійовим фактором, що пом'якшує соціальну напругу і сприяє демократизації ринкових відносин, тому що саме він є фундаментальною основою формування «середнього класу», а отже, й послаблення властивої ринковій економіці тенденції до соціальної диференціації.

Усі зазначені вище та інші властивості малого підприємництва переконливо свідчать, що його розвиток — це могутній фактор реформування економіки: створення соціально орієнтованого ринкового механізму, подолання нинішнього кризового спаду виробництва й забезпечення передумов для економічного піднесення. Звичайно, йдеться не про якісь магічні властивості малого бізнесу, взятого ізольовано. Він дає ефект лише в органічному поєднанні з середнім і великим підприємництвом.

У промислово розвинутих країнах розвиткові малого бізнесу надається велике значення. Наприклад, у прийнятому в 1953 р. у США законі про малі підприємства підкреслюється: «Захист і заохочення вільної конкуренції становлять основу не лише економічного добробуту, а й безпеки країни. Безпека і добробут не можуть бути забезпечені без стимулювання наявних і потенційних можливостей малого бізнесу. Конгрес вважає, що уряд повинен тою мірою, якою це можливо, надавати підтримку підприємствам малого бізнесу, консультувати, допомагати і захищати їхні інтереси, з тим щоб зберігати вільне конкурентне підприємництво».

У нашій країні малому підприємництву поки що не приділяється належної уваги. Сьогодні фактично ще не розроблена чітка

концепція і всебічно не обгрунтована програма розвитку цієї форми господарювання. Недосконалою є система фінансування та матеріально-технічного забезпечення становлення і розвитку малого бізнесу. Багато в чому невідпрацьованими залишаються правові й організаційні питання діяльності мікрофірм.

За даними Міністерства статистики, на початок 1996 р. було зареєстровано 91 601 мале підприємство. Переважна більшість малих підприємств функціонувала в сфері торгівлі та громадського харчування (44 542), значно менше в сфері промисловості (13132), в будівництві (11269). У цілому в промисловості, побутовому обслуговуванні та будівництві діє близько третини (32%) малих підприємств, а в торгівлі та громадському харчуванні майже половина від загальної чисельності.

***Види** малих підприємств*

За характером діяльності у малому бізнесі можна виділити декілька видів підприємств. До першого виду належать індивідуальні або сімейні підприємства. **Індивідуальне — це підприємство, що засноване на особистій власності окремої особи та виключно на її праці; сімейне ж підприємство засновується на власній праці членів однієї сім'ї, які проживають разом.** Отже, такі підприємства передбачають індивідуальну трудову діяльність окремих осіб або сімей. Це можуть бути або сімейні ферми в сільському господарстві, або різні кустарні виробництва, а також різноманітні індивідуальні господарства в сферах торгівлі, обслуговування населення.

Майно індивідуального підприємства «формується з майна громадянина (сім'ї), одержаних доходів та інших законних джерел. Індивідуальне підприємство може бути створене також у результаті придбання громадянином (сім'єю) державного або комунального підприємства.

Власник індивідуального підприємства несе відповідальність щодо зобов'язань підприємства в межах, визначених його статутом.

Водночас багато сторін діяльності індивідуального дрібного підприємництва законодавством недостатньо регламентується. Це, з одного боку, розширює можливості розвитку вільної підприємницької діяльності, а з іншого — породжує й певні негативні явища, різні зловживання з боку як цих підприємств, так і

місцевих органів влади стосовно даних підприємств. Тому, на нашу думку, найближчим часом мають бути більш чітко визначені:

порядок і розмір оподаткування доходу (слід пам'ятати, що прибуток індивідуального підприємства є водночас особистим доходом громадянина);

порядок обчислення затрат і калькуляції собівартості (що з особистих затрат може бути віднесене на собівартість, а що — на прибуток);

майнова та інша відповідальність за господарську діяльність;

порядок найму осіб за трудовою угодою і захисту їхніх прав.

Інший вид малих підприємств — кооперативи або колективні підприємства, чисельність працюючих у яких не перевищує установлених обмежень. **Кооператив являє собою об'єднання декількох громадян для спільної господарської діяльності на основі договору між ними.** Майно кооперативу формується за рахунок вкладів учасників, одержаних доходів та інших законних джерел і належить його учасникам на правах пайової часткової власності. Наприклад, у сільському господарстві широко практикується кооперація особистих підсобних господарств у заготовках і переробці сільськогосподарської продукції. Крім цієї основної діяльності, нерідко кооперативи за рахунок власних заощаджень своїх членів здійснюють водопостачання, поливання присадибних ділянок, спорудження шляхів, торгових приміщень та інші заходи, пов'язані з виробництвом і збутом продукції. Вони організовують свою діяльність на засадах самоуправління, але за широкої підтримки керівництва господарства.

Відносини між ними будуються на принципах економічної взаємовигоди. Близько половини отриманого валового доходу кооперативи, як правило, направляють у фонд заробітної плати, а друга частина розподіляється приблизно так: 70% — це податки, розрахунки за кредит, розрахунки з колгоспом, а решта 30% спрямовується на формування фондів розвитку виробництва та соціальних заходів. Така приблизна схема розподілу доходу в дрібних кооперативах.

Крім названих вище, можуть створюватися й інші малі підприємства. Законодавством передбачається можливість утворення на території України іноземних, а також спільних підприємств.

У розвинутих країнах краще, ніж в інших, прижилися такі форми міні-фірм, як акціонерне товариство й товариство з обме-

женою відповідальністю. В нашій країні (принаймні у найближчі роки) з цих двох форм переважатиме, очевидно, остання, що пов'язано з існуючими обмеженнями на початковий капітал акціонерного товариства. Поки що в Україні малі підприємства утворюються «на порожньому місці» або на базі існуючих структурних одиниць і підрозділів різних підприємств. Безперечно, у міру демократизації вітчизняної економіки, розвитку ринкових відносин різноманітнішими стануть і форми утворення малих підприємств. У цілому, виходячи з прийнятих в Україні законодавчих актів, можна передбачити, що найближчим часом мале підприємництво розвиватиметься у вигляді індивідуального, сімейного, приватного, колективного, комунального, спільного та іноземного підприємств.

Створення малого підприємства здійснюється згідно з рішенням власника майна чи уповноваженого ним органу, підприємства-засновника, організації. Якщо власників або уповноважених ними органів два й більше, таким рішенням стає установчий договір і протокол установчих зборів. При цьому найхарактернішими є два шляхи: а) розукрупнення діючих підприємств з метою усунення їхнього монопольного становища й формування конкурентного середовища на ринку; б) виділення зі складу діючих підприємств, організацій одного або кількох структурних підрозділів або ж на базі структурної одиниці діючих об'єднань за рішенням власника чи уповноваженого ним органу.

Обов'язковою умовою організації підприємства є розробка його статуту. В ньому визначаються власник та найменування підприємства, його місцезнаходження, предмет і цілі діяльності, органи управління, порядок їх формування, компетенція та повноваження трудового колективу і його виборних органів, порядок утворення майна підприємства, умови його реорганізації та припинення діяльності. До статуту можуть включатися положення, пов'язані з особливою діяльністю підприємства: про трудові відносини, що виникають на підставі членства; про повноваження, порядок створення та структуру ради підприємства; про товарний знак та ін.

Підприємство набуває прав юридичної особи з дня його державної реєстрації. Остання проводиться в органах державної виконавчої влади за місцем діяльності або проживання. Для цього подаються такі документи: рішення власника майна або уповно-

важеного ним органу, статут, письмове підтвердження про юридичну адресу підприємства, документ, що засвідчує оплату коштів за державну реєстрацію. Підприємці-громадяни, які здійснюють свою діяльність без права юридичної особи, подають тільки заяву. У разі відсутності у малого підприємства на момент реєстрації приміщення вона здійснюється за адресою одного з його засновників.

Названі вище документи є засновницькими. Які ще відомості про підприємство може запросити виконком? Однозначної відповіді в діючому законодавстві на це питання немає. Очевидно, він має провести економічну експертизу майбутнього малого підприємства, одержати експертні оцінки його санітарного і протипожежного стану, можливі також інші запити, пов'язані зі станом і розвитком даного регіону. Водночас не може бути відмовлено в реєстрації малого підприємства з причин його недоцільності; ніхто не вправі диктувати, чим йому слід займатися. Також не правомочні інші причини, не пов'язані безпосередньо з регіональними проблемами.

Державна реєстрація підприємства здійснюється не більше, ніж за 15 днів. Протягом цього терміну видається посвідчення про реєстрацію і надсилаються відомості до відповідної податкової інспекції та органу державної статистики. Свідоцтво про державну реєстрацію підприємства є підставою для відкриття рахунків в установах банків.

За державну реєстрацію вноситься плата, розмір якої визначається Кабінетом Міністрів України. При цьому місцева Рада народних депутатів або державна адміністрація може встановлювати пільгову плату за державну реєстрацію. Одержані кошти зараховуються до позабюджетних фондів органів місцевого самоврядування за місцем реєстрації підприємства.

Після реєстрації малого підприємства необхідно підготувати й направити в банк заяву про відкриття розрахункового рахунку. Банк зобов'язаний відкрити рахунок і в триденний термін повідомити про це податкову інспекцію. Також надсилається заява в органи внутрішніх справ про виготовлення печатки. При цьому ескізи печатки мають бути підготовлені заздалегідь.

Наступний дуже важливий етап — укладання договору між засновником і малим підприємством. У цьому договорі, як мінімум, мають бути відображені два моменти:

а) мале підприємство бере на себе зобов'язання щодо виконання раніше взятих підприємством-засновником зобов'язань;

б) підприємство-засновник зобов'язується забезпечити виконання таких робіт матеріально-технічними ресурсами.

Крім того, в договорі можуть бути відображені інші питання взаємовідносин підприємства-засновника й малого підприємства.

Бажано також заздалегідь опрацювати питання, пов'язані з можливістю укладання договорів (ще краще підготувати їх проекти) із сторонніми підприємствами й організаціями про матеріально-технічне забезпечення малого підприємства та збут його продукції.

Розробляється пакет документів внутрішнього користування майбутнього малого підприємства (положення про оплату праці, штатний розклад, порядок розподілу прибутку тощо), як і на будь-якому іншому підприємстві.

При організації економічної діяльності необхідно чітко з'ясувати, якими пільгами користуються малі підприємства.

Пільги, якими користуються малі підприємства, визначаються законодавчо-нормативною базою і протягом останніх років досить часто змінювались. Головними серед них могли бути: так званий податковий кредит, можливості користування коштами фондів підтримки малих підприємств, прискорена амортизація основних фондів та ін.

Серед характерних особливостей діяльності малих підприємств слід виділити найважливіші моменти:

по-перше, підприємець сам вибирає, що, як і для кого виробляти. Будь-якої регламентації «зверху» він тут позбавлений;

по-друге, підприємець має можливість застосовувати найману працю. Найом робочої сили здійснюється шляхом укладання трудового договору між підприємцем і громадянами.

В договорі передбачаються зобов'язання підприємця забезпечити умови та охорону праці, її оплату не нижче від встановленого в республіці мінімального рівня, а також інші соціальні гарантії, включаючи соціальне й медичне страхування та соціальне забезпечення відповідно до існуючого законодавства. В цілому форми, системи й розмір оплати праці робітників, а також інші види їхніх доходів установлюються підприємством самостійно.

Передбачено також, що підприємець або громадянин, який працює у підприємця за наймом, може бути залучений до вико-

нання в робочий час державних обов'язків. Орган, що приймає таке рішення, відшкодовує підприємцю відповідні збитки.

Важливо зазначити й таке. Звичайно, існуюче законодавство про підприємництво розв'язує руки підприємцю. Водночас підвищується відповідальність за ефективну роботу підприємства, щоб воно не виявилося неплатоспроможним, бо це неминуче призведе його до розорення. Зокрема в законодавстві передбачається, що суб'єкт підприємництва за заявою кредитора, а також прокурора, інших передбачених законодавством органів може бути визнаний судом або арбітражем банкрутом, якщо належного йому майна не вистачає для покриття боргів і немає можливості для фінансового оздоровлення підприємства.

Тому підприємництво вимагає справді справедливих економічних відносин. Це стосується насамперед фінансових відносин з державою, матеріально-технічного постачання, формування реальних ринкових відносин, інфраструктури малого бізнесу тощо. Однак нині дрібне підприємництво майже повсюдно ще зустрічає перепони як з боку існуючих економічних структур, так і органів влади.

Перспективи розвитку малих підприємств дуже великі. Зарубіжний досвід переконливо свідчить, що в усіх розвинутих країнах такі підприємства давно оформилися в самостійні структурні підрозділи малого бізнесу; вони зайняті виготовленням продукції невеликих серій, сезонного попиту, виробляють компоненти для великих підприємств. Особливо відчутна роль малого бізнесу в галузі НТП. Невеликі науково-пошукові фірми перетворилися у важливий фактор НТП. Так, у США в середині 80-х років на малий бізнес припадало 63% всіх зайнятих, 45% сукупних активів, 34,9% чистого доходу. Лише в промисловості тут функціонує близько 2 млн. малих підприємств. В обробній промисловості Японії діє 6,5 млн. невеликих підприємств, на яких працює близько 40 млн. чоловік, або понад 80% загальної чисельності зайнятих. У країнах ЄС на малих підприємствах працює приблизно половина всього самодіяльного населення.

Запитання та завдання для обговорення

1. Загальновідомо, що малому підприємництву іманентна приватна власність. Поясніть це.

2. Кожен має право бути підприємцем, та не кожен стає ним. Чому?

3. Дайте розмежування: в яких сферах підприємництво може розвиватися вільно, в яких — обмежено і де воно заборонено? Чим це зумовлено?

4. Чим відрізняються одна від одної різні групи малих підприємств?

5. Чому останнім часом під впливом так званої «лібералізації цін» стали закриватися багато малих кооперативів?

6. *Як* впливає на розвиток малого бізнесу сучасна фінансово-кредитна система?

7. Поміркуйте, які проблеми стоять сьогодні перед малим бізнесом.

8. Яким шляхом відбувається створення малих підприємств?

9. Охарактеризуйте основні документи, які необхідно оформити при організації малого підприємства.

10. Дайте загальну характеристику різних видів малих підприємств: сімейних, кооперативних, державних.

Глава 12. КООПЕРАТИВНІ, АКЦІОНЕРНІ Й ОРЕНДНІ ПІДПРИЄМСТВА

§ 1. КООПЕРАТИВНИЙ СЕКТОР ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Історій розвитку кооперативів

Поряд з малими підприємствами важливою формою підприємництва є кооперативні форми господарювання. Слід зауважити, що дана форма підприємницької діяльності в колишньому СРСР тривалий час (аж до другої половини 80-х років) обмежувалася. Вона розвивалася лише у формі колгоспів та споживчої кооперації. Причому колгоспи втратили свою кооперативну суть і фактично перетворилися у державні підприємства.

Чим пояснюється таке ставлення до кооперативів? Щоб відповісти на це запитання, необхідно згадати історію їх розвитку. В перші роки радянської влади кооперації приділялася значна увага. В. І. Ленін у роботах «Чергові завдання Радянської влади», «Про продподаток» указував на необхідність кооперування дрібних товаровиробників. Уже на основі цих робіт у нашій літературі нерідко робилися висновки, що Ленін завжди виступав за широкий розвиток кооперативів. Але це не так. Саме в названих працях були закладені помилкові погляди на кооперацію, від яких Ленін пізніше відмовився, але не відмовилися його послідовники. В цих ленінських працях кооперація розглядалася як державно-капіталістичне підприємство. Головна характерна риса таких кооперативів зводилася до того, що вони підлягали обліку й контролю з боку держави. Тому кооперативи й вважалися перехідною формою від капіталістичних до «послідовно соціалістичних» державних підприємств.

Пізніше в роботі «Про кооперацію» В. І. Ленін визнає помилковість цих положень. Він пише, що треба докорінно змінити наші погляди на соціалізм, що соціалізм — це лад цивілізованих кооператорів. Однак до цього тоді не прислухалися. Більше того, дана стаття була опублікована із застереженням, що в ній викладені думки хворої людини. Тоді рішуче пропагувалася теза, що кооперація — це державно-капіталістичне підприємство, а тому

дана форма господарювання поступово згорталася як така, що не відповідає природі соціалістичного ладу. В 1961 р. була ліквідована остання її форма — промислова кооперація.

Таким чином, хибна теорія і хибна практика принесли нашому суспільству чимало шкоди. Потрібно було дуже багато часу, щоб переконатися, що розвиток кооперативних форм господарювання — об'єктивно необхідний, що він органічно притаманний прогресивному економічному розвитку суспільства *в* сучасних умовах.

Суть кооперативного підприємництва

Сьогодні кооперативне підприємництво розгортається на грунті прийнятих Верховною Радою України законів про підприємницьку діяльність. Виходячи з них, можна дати таке визначення кооперативного підприємства: кооператив є суспільною організацією громадян, які добровільно об'єдналися для спільної господарської та іншої діяльності на основі належного їм на правах власності, орендованого або наданого в безоплатне користування майна, самостійності, самоврядування і самофінансування, а також матеріальної заінтересованості членів кооперативу та якнайповнішого поєднання їхніх інтересів з інтересами колективу і суспільства.

З цього визначення видно, що майно кооперативу може формуватися за рахунок:

а) грошових або матеріальних внесків членів кооперативу;

б) доходів від виробничої діяльності;

в) продажу акцій;

г) переданого в безкоштовне користування державного майна;

д) оренди обладнання державних підприємств.

За рахунок цих джерел формується майновий фонд членів кооперативу, який включає вартість основних виробничих і оборотних фондів, цінні папери, акції, грошові кошти й відповідну частку в матеріальних цінностях інших підприємств і організацій. Члену кооперативу щорічно нараховується частина прибутку залежно від частки у пайовому фонді. Ці відносини регулюються статутом кооперативу.

Пай є власністю членів кооперативного підприємства. Але право розпоряджатися своїм паєм за власним розсудом їм надається лише після припинення членства в кооперативі. При цьому пай може бути виданий натурою, грошима або цінними паперами.

Велике значення в сучасних умовах має передбачений законодавством так званий явочно-нормативний порядок створення кооперативів, за якого непотрібно отримувати дозвіл державних, господарських або інших органів. Організація кооперативу здійснюється виключно на добровільних засадах. Для цього необхідно розробити його статут і прийняти на відповідних зборах. Статут разом із заявою передається у виконавчий комітет районної чи міської Ради народних депутатів. Ці документи мають бути розглянуті протягом місяця.

Трохи складніший порядок організації кооперативу передбачається лише в двох випадках:

а) для кооперативів, що створюються при підприємствах, необхідно мати погодження з відповідним підприємством;

б) кооперативи, діяльність яких пов'язана з використанням землі, інших природних ресурсів, перед реєстрацією статуту мають одержати дозвіл відповідного компетентного органу на виділення їм ділянки землі та користування природними ресурсами.

Велике значення для розвитку кооперативів має зняття обмежень щодо членства в них дієздатних осіб. Членом кооперативу може бути кожний громадянин, причому на умовах як первинної, так і вторинної зайнятості (у вільний від основної роботи час). Вступ у члени кооперативу, як і праця в ньому, згідно з трудовою угодою, здійснюється без погодження з адміністрацією за місцем основної роботи. Необхідно мати на увазі й таке: працівники державних або громадських підприємств можуть бути членами лише одного виробничого кооперативу.

Господарську діяльність кооперативи ведуть на основі повної самостійності та самоокупності. Законодавство гарантує невтручання держави в здійснення господарських функцій кооперативних підприємств, неприпустимість обмеження їхніх прав та інтересів з боку органів державної влади й управління.

Кооперативним господарствам забезпечуються рівні права з державними підприємствами та іншими суб'єктами господарювання. Вони самостійно визначають напрями виробництва, його структуру й обсяг, розпоряджаються виробленою продукцією та доходами, встановлюють економічні зв'язки й кооперацію з іншими підприємствами в галузях матеріально-технічного постачання та збуту продукції, здійснюють соціально-культурне та побутове обслуговування населення, підготовку й перепідготовку кадрів.

При цьому кооперативи самостійно вибирають партнерів, у тому числі й іноземних, для укладання відповідних договорів. Поряд з цим вони можуть добровільно виконувати державне замовлення на продаж відповідної продукції. У договорі на державне замовлення передбачається забезпечення кооперативного підприємства матеріально-технічними ресурсами в обсягах, номенклатурі та асортименті, що гарантують паритетність стосунків.

Типи та функції кооперативів

В системі кооперації існують підприємства двох основних типів: виробничі й споживчі.

Виробничі кооперативи виготовляють товари, а також надають послуги підприємствам, організаціям і громадянам. Споживчі кооперативи задовольняють потреби своїх членів та інших громадян у торговому й побутовому обслуговуванні, а також членів кооперативів у житлі, дачах і садових ділянках, гаражах і стоянках для автомобілів, у соціально-культурних та інших послугах.

Про діяльність цих кооперативів можна судити з таких даних. На 1 січня 1992 р. в Україні функціонувало 27486 діючих кооперативів, у тому числі: *з* виробництва товарів народного споживання — 4446; з побутового обслуговування населення — 2665; будівельних, проектно-дослідних — 9223; сільськогосподарських (з вирощування й відгодівлі худоби й птиці, риболовства, вирощування овочів, квітів, грибів та ін.) — 817. У них було зайнято 662,2 тис. чоловік (2,6% зайнятих у народному господарстві). Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) становив 10095,4 млн. крб. (5,0% національного доходу України).

На кінець 1995 р. відбулось зменшення чисельності кооперативів. У 1995 р. їх кількість склала 4418, **в** тому числі у промисловості — 1101, сільському господарстві — 98, транспорті і зв'язку — 217, будівництві 1606, торгівлі та громадському харчуванні — 547, інших галузях — 849. Певне кількісне зменшення кооперативного сектора пояснюється їх перетворенням в інші форми колективних господарств.

Одночасно можна вважати, що кооперативний сектор займає свою певну нішу в підприємницькій системі і сприяє розвитку ринкових засад господарювання.

Крім задоволення матеріальних і духовних потреб, кооперативи виконують й іншу досить важливу роль. Насамперед вони

виступають вагомим засобом поліпшення використання трудових ресурсів. Тут важливими є два моменти:

по-перше, кооперативний сектор залучає до громадського господарства ті соціально-демографічні групи населення, праця яких використовується вкрай недостатньо;

по-друге, цей сектор поглинає значну частину трудових ресурсів, які вивільнюються з державних та інших підприємств, пом'якшуючи таким чином проблему безробіття.

Велика роль кооперативів у поліпшенні використання не лише трудових, а й матеріальних ресурсів. З самого зародження виробничих кооперативів передбачалося, що свою діяльність вони здійснюватимуть переважно на базі використання вторинної сировини, супутніх продуктів і відходів виробництва. Щорічно в народному господарстві створюється багато відходів. Їх раціональне використання дало б змогу скоротити затрати первинної сировини. Так, за даними Міністерства статистики України, за рахунок залучення у народногосподарський обіг вторинної сировини в 1992 р. було зекономлено деревини 3,1 млн. $м^3$, кальцинованої соди — 25 тис. т, натуральних і синтетичних волокон — 89 тис. т.

Крім того, сьогодні на державних підприємствах нагромадилося багато різного устаткування, агрегатів, які стали вже непотрібними для виробництва, але зберігаються за інерцією. Передача їх кооперативам за гроші або безкоштовно, безумовно, підвищила б ефективність виробництва, передусім фондовіддачу.

Діяльність кооперативів сприяє підвищенню фондовіддачі, зокрема, таким чином. *Як* відомо, виробниче обладнання на державних підприємствах часто використовується лише в одну зміну (якщо не все, то значна частина). В другу ж і третю зміни його можуть використовувати кооперативи, які створені при даних підприємствах для виконання допоміжних робіт (ремонтних, налагоджувальних, будівельно-монтажних).

Таким чином, уже тепер чітко простежуються позитивні сторони кооперативів. Вони сприяють поліпшенню використання матеріальних і трудових ресурсів, подальшому розвитку НТП, поліпшенню забезпечення матеріальних і духовних потреб населення.

§ 2. АКЦІОНЕРНІ ПІДПРИЄМСТВА

Суть акціонерного товариства

Важливою формою підприємництва є організація акціонерних підприємств. Ця форма господарювання в Україні, як і в інших республіках колишнього Радянського Союзу, не розвивалася. Якоюсь мірою вона існувала лише до 1929 р. Пізніше аж до 80-х років акціонерних підприємств у нас не було.

Тривалий час вважалося, що розподіл предметів споживання за соціалізму здійснюється двома формами: через оплату за працею і суспільні фонди споживання. При цьому розподіл через акції, одержання дивіденду розглядалися як явища несумісні з принципами соціалізму, як капіталістична форма економічних відносин, а саме відносин розподілу. Цим самим на тривалий час була закрита дорога для розвитку акціонерної форми підприємництва.

Однак абсолютизувати трудовий характер розподілу не можна. В будь-якому суспільстві в певній формі доходів реалізується не лише праця, а й власність. Якщо конкретна форма власності не реалізується в доходах, то вона перестає бути власністю.

У малому бізнесі чітко простежується зв'язок між приватною власністю і доходом. Приватний власник засобів виробництва є власником і результату виробництва — доходу, причому всього доходу, а не лише заробітної плати.

А як може реалізувати свою особисту власність працівник іншого, особливо великого підприємства? Адже в умовах демократизації економічного життя кожний має право використати свою особисту власність на підприємницькі цілі. Очевидно, кожному треба надати такі можливості. Саме розвиток акціонерної форми господарювання і виступає одним з дійових засобів економічної реалізації приватної власності населення.

Не можна погодитися з твердженням, що виплата дивіденду за акціями не відповідає принципам соціальної справедливості. На нашу думку, якщо за рахунок оплачених акцій здійснена технічна реконструкція підприємства, в результаті якої підвищилася продуктивність праці і зросли прибутки на деяку величину, то використання цього приросту на підвищення зарплати працівників підприємства при незмінній величині їхніх трудових зусиль не буде справедливим рішенням. Цей приріст прибутку має належати тим, від кого він походить, тобто акціонерам. Отже, випла-

та дивіденду за акцією виражає справедливі, гуманні економічні відносини. Тому акції та дивіденди слід розглядати як загальноекономічні категорії, зміст яких визначається характером власності, котра отримує в них форму свого руху й реалізації.

В сучасних умовах акціонерна форма підприємництва виступає могутнім засобом демонтажу централізовано-командної економіки і побудови нової господарської системи, що базується на недержавних формах власності. При цьому широке освоєння акціонерних форм сприяє утвердженню дійсно справедливого характеру привласнення засобів і результатів виробництва, а саме: долається відчуженість від власності безпосередніх працівників підприємств.

Акціонерні форми господарювання базуються на створенні акціонерних товариств. У Законі України «Про господарські товариства» зазначається, що **акціонерним товариством називається організація, яка має статутний фонд, поділений на визначену кількість акцій номінальної вартості, і несе відповідальність за зобов'язання тільки майном товариства.**

Головною метою створення акціонерних товариств у нашій країні є залучення до господарського обороту вільних коштів (грошових і матеріальних) трудящих, а також підприємств для виконання певних господарських завдань. Основні з них: технічна реконструкція підприємств і розширення виробництва матеріально-сировинних ресурсів.

Акціонерне товариство створюється на основі купівлі-продажу акцій, їхня суть та види детально розглянуті в книзі першій цього підручника. Нагадаємо лише, що *акція* — це цінний папір, який підтверджує право акціонера брати участь в управлінні акціонерним товариством, у його прибутках і розподілі залишків майна товариства при його ліквідації.

За акцією кожний акціонер отримує доход, що називається дивідендом. *Дивіденд* — це доход, який виплачується власникам акцій акціонерного товариства з його прибутку за підсумками господарської діяльності за рік після виплати відповідних податків на основі рішення загальних зборів акціонерів.

Створення акціонерного товариства

Існує певний порядок створення акціонерного товариства. Якщо воно організовується шляхом перетворення державного підприємства в акціонерне, то насамперед необхідно мати рішен-

ня трудового колективу, яке приймається загальними зборами й оформлюється протоколом. Потім необхідно отримати згоду державного органу, уповноваженого приймати такі рішення. Далі відбувається оцінка майна підприємства. Для цього створюється комісія, до складу якої входять представники відповідних державних, фінансових органів і членів трудового колективу. На базі цієї оцінки визначається статутний фонд акціонерного товариства, який фіксується в банку.

Якщо акціонерне товариство створюється на основі декількох підприємств, то відповідна робота проводиться на кожному з них. При цьому кожне підприємство робить свої внески в статутний фонд. Вони надходять у банк на рахунок будь-якого засновника (за їхньою домовленістю). Зразу ж після створення акціонерного товариства внесені кошти перераховуються на його рахунок.

Далі починається робота з розповсюдження акцій. Для цього непотрібно отримувати дозвіл з боку Держбанку, як це було раніше. Акції розповсюджуються або безпосередньо засновниками даного акціонерного товариства, або через банк. Причому реалізація акцій може здійснюватися: а) шляхом відкритої підписки на них; б) через розподіл всіх акцій між засновниками. При цьому засновники мають тримати у себе акції на суму не менше 25% уставного фонду протягом двох років.

Розповсюдження акцій починається з того, що засновники публікують повідомлення про відкриття підписки на них. У ньому зазначаються найменування майбутнього акціонерного товариства, мета його діяльності, засновники та ін. Вказується також строк проведення підписки на акції, він не повинен перевищувати шість місяців.

Особи, які підписалися на акції, мають попередньо перераховувати на рахунок засновників гроші на суму, що становить 10% номінальної вартості акцій. Після цього засновник дає їм письмове зобов'язання продати відповідну кількість акцій.

Після закінчення строку підлиски на акції збираються установчі збори акціонерів. Але для цього необхідно, щоб підпискою було охоплено не менше 60-ти відсотків акцій. Якщо ж цього не сталося, то вважається, що заснування акціонерного товариства не відбулося, акціонерам протягом ЗО днів повертаються внесені грошові кошти. *Якщо* акції розподіляються між засновниками, то вони мають оплатити 50% акцій до установчих зборів.

Засновницька конференція повинна відбутися не пізніше, ніж за два місяці з моменту завершення підписки. Вона вирішує такі питання:

приймає рішення про створення акціонерного товариства і затверджує його статут;

обирає раду акціонерного товариства (спостережну), його виконавчі й контролюючі органи;

коригує статутний фонд товариства залежно від кількості охоплених підпискою акцій та ін.

Після цього пишеться заява про реєстрацію акціонерного товариства, а також оформлюються копії засновницьких документів, які подаються в органи державної виконавчої влади. У місячний строк товариство має бути зареєстроване.

Після цього акціонерне товариство випускає акції. Реквізити для всіх акцій однакові:

фірмова назва акціонерного товариства і його місцезнаходження;

найменування цінного паперу — «акція», порядковій номер, дата випуску, вид акції (проста чи привілейована) та її номінальна вартість, ім'я власника (для іменної акції);

розмір статутного фонду акціонерного товариства на день випуску акцій, а також кількість випущених акцій;

строк виплати дивідендів;

підпис голови правління акціонерного товариства.

Усі ці акції мають бути сплачені акціонерами протягом року після реєстрації товариства. Кожна акція реєструється в акціонерному товаристві з її характеристиками. Для іменних вказується і її власник.

Виплата дивідендів за акціями може здійснюватися:

а) безпосередньо бухгалтерією акціонерного товариства;

б) банківськими установами.

Для спрощення процедури обліку виплачених дивідендів доцільно акції випускати з відрізними купонами. Кількість купонів можна передбачити не менше десяти. Після відрізання останнього купона бланк акції треба міняти на інший. Можна також для зручності і надійності зберігати акції в банках і практикувати безготівкову виплату дивідендів на ощадну книжку акціонера.

Як відомо, в розвинутих країнах акції вільно продаються й купуються. Така ж ситуація в Україні. Акції випускаються імен-

ними або на пред'явника. Оскільки більшість акціонерних товариств створюються шляхом приватизації, то й більшість акцій випущені у вигляді іменних, тому, щоб продати акцію, її власник має піти в акціонерне товариство і заявити про це. Акціонерне товариство знайде іншого покупця і перепише ці акції на нього.

Управління акціонерним товариством

Вищим органом управління акціонерним товариством є збори акціонерів. Голосування на зборах відбувається за принципом: одна акція — один голос. Загальні збори акціонерів збираються раз на рік. Проте акціонери, що мають не менше 20% голосів, мають право в будь-який час вимагати проведення зборів акціонерів.

В акціонерному товаристві обирається рада акціонерного товариства. Вона здійснює контроль за діяльністю виконавчого органу. До ради можуть входити представники трудового колективу, профспілкових та інших громадських організацій. Члени ради не можуть одночасно бути членами виконавчого органу.

Виконавчим органом акціонерного товариства є його правління. Воно здійснює керівництво поточною діяльністю. Роботою правління керує його голова, який призначається або обирається (згідно із статутом). Правління вирішує всі питання діяльності акціонерного товариства. Воно підзвітне лише раді акціонерного товариства і загальним зборам акціонерів.

Контроль за фінансовою діяльністю правління здійснює ревізійна комісія, яка обирається з числа акціонерів і представників трудового колективу підприємства.

При створенні акціонерного товариства дуже важливо, щоб дане підприємство не опинилося в руках ділків тіньової економіки. Безумовно, така небезпека є. Тому доводиться передбачати різні заходи, аби цього не трапилося. Зокрема законодавчо встановлено, що трудові колективи мають певні пільги і право першочерговості в придбанні акцій.

При проведенні приватизації значна частина акцій передається трудовому колективу на пільгових умовах. Це має забезпечити певні гарантії працівників в управлінні акціонерним товариством.

Захищає інтереси трудящих і нова система укладання колективного договору. Він укладатиметься трудовим колективом з правлінням акціонерного товариства. Цей колективний договір,

в якому зафіксовані вимоги трудящих, мають підтвердити загальні збори акціонерів.

Отже, передбачається сформувати майбутній механізм захисту трудового колективу перед акціонерами.

§ 3. ОРЕНДНІ ПІДПРИЄМСТВА

Орендне підприємство в системі виробництва

Орендне підприємство — це господарська одиниця, яка самостійно здійснює підприємницьку та іншу діяльність на основі строкового платного володіння і користування майном, переданим в оренду орендареві за договором.

Об'єктами оренди є:

1) цілісні майнові комплекси державних підприємств, організацій (господарський об'єкт із закінченим циклом виробництва продукції, робіт, послуг) або їхні структурні підрозділи (філіали, цехи, дільниці);

2) окреме індивідуально визначене майно державних підприємств, організацій.

Орендарями можуть бути:

1) організації орендарів, створені членами трудових колективів державних підприємств, організацій, їхніх структурних підрозділів;

2) громадяни та юридичні особи України;

3) громадяни іноземних держав;

4) міжнародні організації;

5) особи без громадянства.

Отже, оренда як економічна категорія є формою відносин між власником, котрий безпосередньо не веде господарство на даному державному підприємстві, в організації, та юридично вільним і економічно самостійним суб'єктом — підприємцем, якому власник (орендодавець) передає за орендну плату майно на основі договору в строкове платне володіння і користування. Згідно із Законом України «Про оренду», введеним у дію 14 березня 1995 р., державне підприємство може бути орендодавцем у відношенні до майна тільки зі згоди Фонду державного майна України, його регіональних відділень і представництв або органів уповноважених місцевими радами.

Існують два типи орендних відносин: 1) оренда як форма приватизації об'єктів державної власності; 2) оренда як форма економічних відносин у недержавному секторі економіки. Другий тип оренди сьогодні ще не дуже поширений, хоч підприємства, які базуються на недержавних формах власності, і почали активно розвивати орендні відносини.

Головною умовою розвитку й ефективного функціонування оренди є перетворення відносин власності і системи соціально-економічних відносин у цілому, ліквідація адміністративно-командної системи управління. Оренда може стати тією перехідною формою, яка допоможе перейти від державно-монополістичної власності до різноманітних форм власності, вільного підприємництва.

Розвиток орендних відносин у сучасних умовах зустрічає численні перепони, які ставляться фактично ще існуючою адміністративно-командною системою. Адже сам процес упровадження оренди відбувається під керівництвом і контролем цієї системи і передусім в її інтересах, а не в інтересах орендарів. Тому в багатьох випадках оренда неефективна.

Орендні відносини для ефективного розвитку повинні мати як економічні, так і політико-правові засади. Що стосується останніх, то їх має забезпечити закон про оренду. Крім того, щоб діяв цей закон, потрібний ще і механізм його реалізації.

Для розвитку орендних відносин передусім необхідно провести роздержавлення об'єктів власності, реалізувати економічну самостійність кожної форми власності як форми господарювання. Об'єктивно оренда реалізується через систему певних організаційно-економічних відносин, через певну форму господарювання.

Механізм функціонування орендного підприємства

Конкретний механізм розвитку орендного підприємства визначається істотними умовами договору оренди. Цими умовами є:

1) об'єкт оренди (склад і вартість майна);
2) строк, на який укладається договір;
3) орендна плата;
4) порядок використання амортизаційних відрахувань;
5) відновлення орендованого майна та умови його повернення;
6) виконання зобов'язань.

Орендна плата є важливим елементом механізму функціонування орендного підприємства. Вона виступає економічною фор-

мою доходу орендодавця-власника, який він одержує за своє майно, передане у строкове платне володіння і користування орендарю. Основним складовим елементом орендної плати є амортизаційні відрахування, тобто відшкодування орендодавцю вартості орендного майна. Другий елемент орендної плати — відсоток від доходу орендаря, оскільки майно береться в оренду з метою одержання доходу. А одержати доход орендар може лише за умови передачі йому майна орендодавцем у тимчасове користування.

Передаючи в оренду майно, орендодавець розглядає його як певну вартісну величину, що зростає. У цьому полягає суть його інтересів. Тому величина орендної плати непостійна. У розвинутих країнах за базу для визначення величини доходу береться банківський відсоток. Проте в Україні через формальну роль банків у господарському житті, суб'єктивізм у встановленні позичкового відсотка це зробити об'єктивно неможливо. Така можливість з'явиться тоді, коли буде проведена докорінна реформа фінансово-кредитної системи. Вона повинна перетворитися із централізовано керованого кредитора у справжнього стимулятора виробництва на основі економічних регуляторів. Адже рух позичкового відсотка є барометром, що відображає рівень економічного потенціалу системи, її стан. Абсолютна величина і строки внесення орендної плати визначаються у договорі.

Існують грошова форма орендної плати, натуральна і грошово-натуральна. Розмір орендної плати може бути змінено на вимогу однієї із сторін у разі зміни цін і тарифів та в інших випадках, які передбачені законодавчо. Формула орендної плати (О) така:

$$O = \Phi_{i-1} \cdot B,$$

де Φ_{i-1} — залишкова вартість орендного майна на момент передачі його в оренду;

B — рівень банківського відсотка.

Формула орендної плати за умови, коли орендне підприємство зобов'язується забезпечити своєчасне відтворення орендованого майна самостійно, має такий вигляд:

$$O =$$

де P_i — амортизаціяна реновацію, залишена у розпорядженні підприємства в 7-му році;

B — рівень банківського відсотка.

Після відрахування з виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) вартості матеріальних витрат, амортизації (якщо вона не входить в орендну плату), орендної плати, податків і платежів у бюджети різних рівнів, розрахунків з іншими партнерами утворюється орендний доход. Усі платежі повинні бути строго фіксованими, що ставить величину орендного доходу тільки у залежність від ефективності та якості діяльності орендного колективу. З орендного доходу формуються такі фонди:

1) ризику (фінансовий резерв),
2) розвитку виробництва, науки і техніки,
3) соціального розвитку,
4) єдиний фонд оплати праці.

Найперспективнішою формою оренди, яка широко застосовується в західних країнах, є лізинг. Лізинг — це довгострокова оренда машин, устаткування тощо. Вона являє собою по суті новий спосіб фінансування й активізації збуту, що грунтується на збереженні права власності на товар за орендодавцем.

Механізм даної форми оренди полягає в тому, що компанія-орендодавець спеціально закуповує для конкретного орендаря на його прохання майно у виробника, фінансує його, здійснює технічне обслуговування наданих в оренду засобів праці.

Переваги лізингу пов'язані з тим, що він дає можливість швидко переходити на нову технологічну базу, не вимагає значних одноразових затрат, дає змогу звільнитися від обслуговування і зосередити всі зусилля на ефективному використанні нової техніки. Стрімкий розвиток лізингу у країнах із ринковою економікою пояснюється передусім необхідністю активізації інвестиційної політики. У 80-х роках спеціалізовані лізингові фірми поступалися тільки інформаційним. В Японії щорічний приріст лізингових операцій становить 25-30%, а за деякими видами наукоємної, високотехнічної продукції — ще вищий.

Комплексна робота щодо розвитку лізингу проводиться і в Україні. В 1991 р. функціонувало понад 200 підприємств, які надавали у тимчасове користування різні засоби праці. Певний досвід роботи у цьому напрямі вже нагромаджений Республіканським комерційним центром. Це — орендне підприємство, метою якого є всебічне сприяння формуванню ринку засобів виробництва і матеріально-технічних ресурсів.

Запитання та завдання для обговорення

1. Тривалий час в марксистській літературі кооперація розглядалась як одна з форм державного капіталізму. Доведіть помилковість цього.

2. Ви збираєтеся вступити в кооператив. Що для цього треба? Охарактеризуйте свої дії.

3. Чому в кооперативі висока заробітна плата? Поясніть.

4. Розкрийте систему цін у кооперативному секторі.

5. Розподіл за акціями — це розподіл за капіталом і тому є соціально несправедливим. Чи правомірне таке твердження? Прокоментуйте його.

6. *Як* ви пояснюєте той факт, що власники привілейованих акцій, як правило, позбавляються права голосу на зборах акціонерів. Чи справедливо це?

7. Страхова компанія «Омета-інстер» оголосила про початок розповсюдження своїх простих іменних акцій для громадян та організацій. Ви побажали купити дві акції. Які ваші дії? Розкажіть.

8. Щоб акціонерне товариство не опинилося в руках ділків тіньової економіки, які заходи для цього треба передбачити?

9. Назвіть характерні риси оренди. Які, на вашу думку, існують аргументи «за» і «проти» цієї форми підприємництва?

10. *Як* визначаються орендна плата та орендний доход?

11. Розкрийте значення лізингу в інвестиційному процесі.

Глава 13. ДЕРЖАВНЕ ПІДПРИЄМСТВО: СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО ЙОГО РОЗВИТКУ

§ 1. СУТЬ, СТРУКТУРА, ФУНКЦІЇ ТА ПРИНЦИПИ ДІЯЛЬНОСТІ

Суть, структура, функції підприємства

Державне підприємство — це самостійна господарська одиниця з правами юридичної особи, яка функціонує на основі державної форми власності у різних галузях народного господарства.

Відповідно до Закону України «Про підприємства» діяльність державного підприємства будується на поєднанні прав власника майна (держави) та принципів самоуправління трудового колективу.

Державні органи, що уповноважені здійснювати управління державним підприємством, не мають права втручатися в його господарську діяльність. Вони вирішують питання створення підприємства і визначення мети і напрямку його діяльності, його реорганізації чи ліквідації, а також здійснюють контроль за ефективністю використання та збереження довіреного підприємству майна.

Майно, що є державною власністю і закріплене за державним підприємством, належить йому на правах повного господарського ведення. Здійснюючи це право, підприємство користується і розпоряджається зазначеним майном і на свій розсуд може здійснювати стосовно нього будь-які дії, що не суперечать Закону.

Воно має право продавати, передавати, надавати в позику, обмінювати, здавати в оренду тощо засоби виробництва і матеріальні цінності іншим підприємствам, організаціям, громадянам (іноземним також), випускати і реалізовувати цінні папери: акції, облігації та ін.

Керівні функції держава здійснює через встановлення підприємствам контрольних цифр, економічних нормативів і лімітів, замовлень на продукцію, укладання контрактів тощо.

У своїй економічній діяльності підприємство повинно керуватися принципами комерційного розрахунку та самофінансування, забезпечуючи відшкодування поточних та капітальних вит-

рат виключно за рахунок власних коштів та банківських кредитів. Водночас воно має право самостійно вирішувати питання матеріального стимулювання.

Виробнича діяльність підприємства в умовах ринкової економіки підпорядковується потребам споживача. Це означає, що без вивчення попиту ринку, запитів та потреб населення, забезпечення високої якості продукції підприємство не може функціонувати успішно, бути конкурентоспроможним. Отже, орієнтація на споживача — важливий принцип діяльності підприємства.

Державне підприємство несе повну відповідальність за свої зобов'язання перед державою та іншими підприємствами, організаціями, установами за дотримання кредитних договорів і розрахункової дисципліни. Підприємство, яке не виконує свої зобов'язання за розрахунками, може бути оголошене банком, що його обслуговує, неплатоспроможним (банкротом).

Державне підприємство (поряд з іншими) в умовах поглиблення міжнародного поділу праці стає головною фігурою зовнішньоекономічної діяльності. Воно наділене правом самостійно здійснювати цю діяльність відповідно до діючого в Україні законодавства. Однак це право може бути реалізоване після державної реєстрації підприємства як учасника зовнішньоекономічної діяльності. Воно має право укладати будь-які види зовнішньоекономічних договорів, крім тих, які заборонені законами України.

Ефективність діяльності підприємства значною мірою визначається його структурною організацією. Звичайно, в різних галузях вона неоднакова. Все ж найхарактернішими структурними підрозділами підприємства є такі: виробництва, цехи, відділи, дільниці, ферми, бригади. Підприємства можуть на добровільних засадах об'єднуватися у спілки, господарські асоціації, концерни тощо за галузевим, територіальним та іншими принципами.

Призначення керівника підприємства є правом його власника, з ним укладається контракт (договір, угода).

Підприємство, організовуючи виробничу діяльність, визначає свою стратегію (стратегічні цілі, завдання) та тактику. Стратегічні завдання підприємства повинні визначати напрями його діяльності на перспективу: вдосконалення своєї продукції; забезпечення результативності у технології; зниження собівартості; підвищення якості; досягнення ефективності при низьких витра-

тах виробництва; забезпечення достатньої рентабельності; визначення конкретних параметрів досягнення результату.

Стратегія підприємства передбачає створення комплексної системи заходів, спрямованих на досягнення перспективних параметрів ефективності, реалізацію головної мети підприємства.

Тактика підприємства — засіб, який забезпечує реалізацію наміченої стратегії. Тактика визначає конкретні короткострокові завдання, які забезпечують постійне наближення до поставленої мети. Вона розробляється і впроваджується керівництвом і працюючими у низових ланках.

Державні підприємства, як і будь-які інші, виконують ряд функцій. Основні з них такі:

економічні	*соціальні*	*екологічні*
задоволення потреб споживача в продукції (роботах, послугах);	формування колективу;	вдосконалення технологічних процесів;
упровадження досягнень НТП;	поліпшення умов і змісту праці;	створення і розвиток екологічної інфраструктури;
забезпечення конкурентоздатності підприємства;	удосконалення кваліфікаційного складу працівників;	наукові і технічні вирішення проблем навколишнього середовища і раціонального природокористування
створення необхідного й додаткового продукту;	культурно-освітня та спортивно-оздоровча робота;	
розвиток виробничої інфраструктури амофінансування	поліпшення житлових умов працівників;	
	розвиток соціальної інфраструктури	

Зазначені функції реалізуються у взаємозв'язку. Недооцінка будь-яких з них може негативно вплинути на загальний стан підприємницької діяльності, її кінцеві результати.

Звички мислити категоріями кількісних показників (потужності або тоннажу) сьогодні домінує у всіх підприємствах. Але умови змінюються. Вал не може більше залишатися головним засобом досягнення успіху в умовах ринку. Якість, а не обсяг виробництва продукції або надання послуг стає завданням номер один для України як у сфері виробничої діяльності, так і у сфері послуг. Без цього ми не зможемо розпоряджатися своєю долею, втратимо свою виробничу, а отже, і технологічну базу. А це зумовить сповзання до більш низького рівня життя людей. Елементи цієї концепції, виходячи з вимог ринку, такі: 1) орієнтація на покупця: це означає, що кожне підприємство повинне навчитись думати про себе не як про підприємство, що виробляє товари і надає послуги,

а як про підприємство, яке постійно викликає бажання у покупця мати з ним ділові відносини; 2) комплексний підхід: виробляти те, що відповідає потребам споживача. Сьогодні визначальним є більш висока відносна якість продукції та послуг із врахуванням запитів споживачів, а не маніпулювання цінами; 3) кінцева мета: довгострокове виживання, довгочасне процвітання.

Принципи організації економічної діяльності підприємства

До недавнього часу державні підприємства в нашій країні функціонували в умовах адміністративно-командної системи, яка спотворила економічну природу методів управління виробництвом, перетворила їх у формалізовані атрибути державної влади.

Розвиток ринкових відносин та посилення пріоритету інтересів споживача в системі економічних відносин об'єктивно зумовлює нині прямий зв'язок доходів підприємства з кінцевими результатами його діяльності, яка має одержати суспільне визнання ринку. Але для того щоб одержати високі результати, потрібні сприятливі зовнішні умови і можливість прояву ініціативи, підприємництва, маневру ресурсами, тобто можливість самостійності рішень у різних формах і різними методами.

Закон України «Про підприємства в Україні» вносить дві суттєві зміни до їхньої діяльності: по-перше, це — розширення компетенції підприємства у прийнятті рішень; по-друге, надання більших прав колективу у сфері виробництва і реалізації продукції. Закон передбачає самостійне планування підприємством своєї діяльності, виходячи з попиту на його продукцію (роботи, послуги).

Основу планів становлять державні контракти й державні замовлення та прямі договори, укладені із споживачами (покупцями) продукції, робіт, послуг і постачальниками матеріально-технічних ресурсів. Згідно із цим Законом органи державного управління будують свої відносини з підприємствами, використовуючи економічні методи.

Відносини підприємства з державою, іншими підприємствами, організаціями і громадянами в усіх сферах господарської діяльності здійснюються на основі державного контракту, державного замовлення і прямих договорів. Підприємство самостійно реалізує свою продукцію, інші матеріальні цінності на основі державних контрактів, державного замовлення, через товарні

біржі, мережу торгових підприємств. Воно також самостійно здійснює зовнішньоекономічну діяльність, яка є частиною зовнішньоекономічної діяльності України, а валютна виручка зараховується на валютний балансовий рахунок підприємства і використовується ним самостійно.

Організація економічної діяльності підприємства повинна бути спрямована на приведення в дію всіх його резервів, всебічне підвищення якості праці, забезпечення рентабельності виробництва.

Принципами економічної діяльності є такі:

1. *Самоокупність затрат* (беззбитковість) і рентабельність. Цей принцип вимагає точного обліку й зіставлення витрат і результатів, повного відшкодування собівартості продукції. Самоокупність властива тільки рентабельним підприємствам.

2. *Самофінансування* — його суть не тільки у самоокупності витрат, а й у закріпленні частини одержаного прибутку за підприємством у його повне розпорядження. Джерелом фінансування підприємства є прибуток, амортизаційні відрахування, кошти, які одержані від продажу цінних паперів, пайових та інших внесків громадян, трудового колективу підприємства. Іншими словами, розвиток підприємства повністю забезпечується за рахунок власних коштів, кредитів банку на комерційній договірній основі і за рахунок валютної виручки.

3. *Матеріальна заінтересованість у кінцевих результатах праці.* Цей принцип передбачає подолання все ще існуючої зрівнялівки в оплаті праці, створення умов для заохочення ініціативи, підприємливості, досягнення найкращих результатів.

4. *Грошовий контроль за діяльністю підприємства.* Кошти підприємств знаходяться на розрахунковому рахунку у банку за місцем їх реєстрації або в іншому банку за його згодою. Банк здійснює всі види розрахунків підприємства, кредитні й касові операції. Підприємство застосовує у господарському обороті векселі. Якщо підприємство не виконує систематично свої зобов'язання за розрахунками, то може бути оголошене банком неплатоспроможним, тобто банкротом.

5. *Повна економічна відповідальність за кінцеві результати господарювання, виконання договорів.* Основною формою реалізації цього принципу є економічні санкції — вилучення незаконно одержаних доходів, відшкодування збитків, штрафи, неустойки, пені, зменшення або позбавлення премій. Так, у Сумському ма-

шинобудівному науково-виробничому об'єднанні за кожний відсоток невиконання договорів фонд матеріального заохочення зменшується на 3%, при виконанні договорів повністю фонд збільшується на 15%.

Усі ці принципи безпосередньо мають забезпечити організаційну основу інтенсивного характеру індивідуального відтворення на підприємстві.

Органічною складовою організації економічної діяльності підприємства є внутрігосподарський розрахунок. Він охоплює систему економічних відносин внутрішніх підрозділів -- цехів, відділів, дільниць, бригад — між собою і підприємством у цілому. Його основою є відповідальність структурних підрозділів підприємства за підвищення якості виробів і послуг та їх економічну ефективність. Сьогодні необхідно надати колективу широкі повноваження у прийнятті рішень.

Внутрігосподарський розрахунок удосконалюється на основі застосування системи фондоутворюючих показників і регулюється стандартом підприємства. Фондоутворюючі показники для цеху обов'язкові для виконання. Вони є основою оцінки його роботи, визначають розмір премій і заохочення. Це такі показники:

1) зростання продуктивності праці, %;

2) зниження собівартості продукції, %;

3) виробництво продукції з урахуванням комплексної здачі її на склад, нормо-год.;

4) фондовіддача, грн.;

5) норматив незавершеного виробництва, грн;

6) ритмічність здачі продукції, %.

Для виявлення резервів і розробки заходів щодо підвищення ефективності виробництва застосовуються розрахункові показники:

1) чисельність працюючих;

2) фонд зарплати;

3) обсяг товарної (реалізованої) продукції, послуг;

4) середньорічна вартість основних виробничих фондів.

Прогресивною формою внутрігосподарського розрахунку є колективний підряд - - нова форма реалізації самостійності і відповідальності. Вона означає, що між підрозділами підприємства й адміністрацією укладається договір на виробництво продукції, послуг, а також умови оплати праці. Обидві сторони не-

суть матеріальну відповідальність за виконання умов підряду. Заробіток кожного залежить від особистого вкладу в кінцеві результати, загального успіху колективу.

§ 2. ЗАТРАТИ І ДОХОДИ ПІДПРИЄМСТВА

Собівартість продукції

У процесі кругообороту й обороту фондів в умовах ринку грошові затрати підприємства відособлюються від вартості у вигляді витрат і приймають форму собівартості продукції. Собівартість продукції (робіт, послуг) підприємства складається із затрат природних ресурсів, сировини, матеріалів, палива, енергії, основних фондів, трудових ресурсів та інших затрат на виробництво та реалізацію. Отже, **собівартість — це виражені в грошовій формі поточні затрати підприємства на виробництво і реалізацію продукції.** Ці затрати за їх економічним змістом можна згрупувати таким чином:

1) матеріальні затрати (без зворотних відходів — залишки сировини, матеріалів, напівфабрикатів, теплоносіїв);

2) витрати на оплату праці;

3) відрахування на державне соціальне страхування;

4) відрахування на обов'язкове медичне страхування;

5) амортизація основних фондів, включаючи прискорену амортизацію;

6) інші витрати.

На основі цього групування затрат державні підприємства кожної конкретної галузі визначають статті витрат виробництва і реалізації продукції при плануванні, обліку й калькуляції собівартості з урахуванням характеру й структури виробництва. Стаття «матеріальні затрати» включає затрати на матеріали за цінами придбання, а також відсотки за кредит, який дає постачальник цієї продукції, націнки, надбавки, комісійні винагороди, виплачені постачальниками, витрати на транспортування, зберігання й доставку продукції силами сторонніх організацій. У статтю «інші витрати» включаються: відсотки за кредити банків, платежі за обов'язкове страхування майна, витрати на відрядження, підйомні, плата за пожежну й сторожову охорону, витрати на гарантійний ремонт й обслуговування, оплата послуг зв'язку й об-

числювального центру, плата за оренду, витрати на рекламу. При цьому дуже важливо «очистити» собівартість від невластивих її економічній природі елементів і їх оплати за рахунок прибутку.

На практиці розрізняють:

1) *цехову собівартість* — всі затрати на виробництво, за виключенням загальнозаводських;

2) *виробничу* (фабрично-заводську) — всі затрати на виробництво без позавиробничих затрат;

3) *повну собівартість* — всі затрати, пов'язані з виробництвом продукції і послуг, і позавиробничі затрати (затрати на тару, упаковку, доставку продукції);

4) *індивідуальну собівартість* — затрати на одиницю окремих видів продукції.

Усі підприємства визначають *планову собівартість.* Вона обчислюється на початку виробничого циклу на основі нормативів, технологічних карт і т.п. при складанні виробничо-фінансового плану. *Фактична* (звітна) *собівартість* визначається на основі фактично зроблених витрат.

При калькуляції продукції розрізняють:

прямі витрати — пов'язані з процесом виробництва (затрати на сировину і матеріали, зарплата основних виробничих працівників і т.д.). Вони відносяться на окремі види продукції;

непрямі витрати — пов'язані з роботою підприємства в цілому (цехові й загальновиробничі витрати).

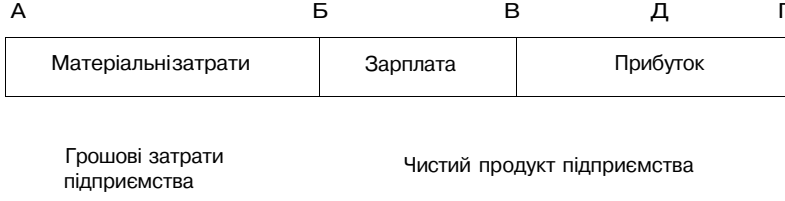
За економічним змістом затрати діляться на: *основні* - пов'язані безпосередньо з виробництвом продукції; *накладні* - включають витрати на організацію, управління, технічну підготовку й обслуговування виробництва, відсотки за кредит банку, витрати на охорону праці та оплату праці управлінського апарату, канцелярські витрати тощо.

Співвідношення (пропорціональність) елементів затрат у повній собівартості на виробництво продукції характеризує структуру собівартості. Ця структура на підприємствах різних галузей неоднакова. Так, в автомобільній промисловості частка купованих комплектуючих виробів і напівфабрикатів становить близько 50% усієї собівартості, тоді як, наприклад, на швейній фабриці у повній собівартості чоловічого костюму матеріальні затрати становлять 90%, витрати на утримання й експлуатацію обладнання — 1,1, а витрати на зарплату — 3,1%.

Валовий продукт і валовий доход

Валовий продукт підприємства — важливий показник, яким користуються для аналізу його економіки. **Це — маса вироблених матеріальних благ і послуг у грошовому виразі за певний період (доба, місяць, квартал, рік і т.д.).** Він створюється працею колективу, є його власністю і відображає обсяг затрат як живої, так і уречевленої праці у формі спожитих засобів виробництва й оплати праці. Валовий продукт, який перейшов від виробника до споживача і обмінений на гроші, є реалізованим продуктом.

Структуру валового продукту підприємства можна представити такою схемою:



Як видно зі схеми, відрізок АБ — це матеріальні затрати підприємства на виробництво продукту, БГ — чистий продукт підприємства, у ньому втілена праця колективу.

Реалізований чистий продукт — це валовий доход підприємства. Він складається із фонду оплати праці і чистого доходу. Відрізок БВ — продукт для себе. Для підприємства він приймає форму зарплати, тобто затрат на оплату праці працюючих. Затрати на засоби виробництва і на оплату праці зливаються і утворюють грошові затрати підприємства на виробництво продукту (відрізок АБ). Відрізок ВГ — це частина вартості реалізованого підприємством продукту, яка приймає форму прибутку. Відрізок ВД — це частина прибутку, яка передається працюючим на підприємстві у формі додаткової зарплати. Відрізок ДГ — це частина прибутку, яка залишається після сплати податків та інших платежів у бюджет, приймає форму «чистого прибутку» і надходить у повне розпорядження підприємства.

Важливо підкреслити, що утворений із чистого прибутку фонд розвитку державного підприємства не є його власністю. Це пояснюється тим, що відповідно до ст. 37 і 38 Закону України «Про власність» результати господарського використання майна (продукція і доходи) належать власнику цього майна — державі. Отже,

державне підприємство може тільки розпоряджатися цими результатами на правах повного господарського ведення. Із цієї частини прибутку підприємство щорічно виплачує працівникові відсотки (дивіденди) на цінні папери. Державний вплив на самостійний вибір напрямків використання чистого прибутку здійснюється через податки, податкові пільги, а також економічні санкції.

Частина грошової виручки передається державі у вигляді податку на додану вартість, акцизного збору.

Чистий доход підприємства являє собою різницю між вартістю продукції за цінами її реалізації і повною собівартістю. Він є джерелом грошових нагромаджень підприємства і доходів держави. На підприємстві чистий доход виступає у формі прибутку, який є основним узагальнюючим показником ефективності його діяльності.

У господарській практиці розрізняють прибуток балансовий і чистий (розрахунковий). Балансовий прибуток — це різниця між грошовою виручкою і повною собівартістю підприємства. Він складається з прибутку від реалізації продукції (робіт, послуг), інших матеріальних цінностей і доходів від позареалізаційних операцій, зменшених на суму витрат на ці операції. У свою чергу, *прибуток від реалізації продукції* (робіт, послуг) визначається як різниця між виручкою у діючих цінах без податку на додану вартість і податку з продажу, акцизного збору й затратами на її виробництво і реалізацію.

Позареалізаційні доходи — це доходи від часткової участі у спільних підприємствах, від здачі майна в оренду, дивіденди, відсотки, доходи за акціями, облігаціями та іншими цінними паперами, які належать підприємству, і компенсації у вигляді економічних санкцій.

Прибуток, що залишається після сплати податків та інших платежів у бюджет, — це чистий прибуток підприємства. Частина чистого прибутку передається у власність членів трудового колективу і може бути виплачена їм у вигляді акцій. За акціями кожний працівник одержує відсотки (дивіденди).

Прибуток виконує три функції: 1) синтетичної вартісної оцінки ефективності затрат праці, яка характеризує кінцевий узагальнюючий результат, одержаний у результаті синтезу (з'єднання) елементів затрат праці і виробництва; 2) розподільну; 3) стимулюючу. Ці функції випливають із суті прибутку й економічно взаємопов'язані між собою.

Норма прибутку. Норма рентабельності

Для визначення ефективності поточних витрат підприємства на виробництво продукції (робіт, послуг) застосовують показник норми прибутку (П'). Формула норми прибутку має такий вигляд:

$$П' = \frac{П}{С} \cdot 100\%$$

де $П$ — маса прибутку від реалізації продукції;

С — собівартість.

З 1 січня 1991р. як розрахунковий показник застосовується не товарна продукція, а реалізована. Тому маса прибутку від реалізації визначається як різниця між обсягом реалізованої продукції (без податку з обороту) і повною собівартістю реалізованої продукції (затрати на виробництво і реалізацію). З 1993 р. замість податку з обороту використовується показник податку на додану вартість і акцизи.

Однак про ефективність виробництва лише за масою і нормою прибутку судити не можна. Потрібно враховувати систему інтенсивних факторів, які впливають на рух прибутку. Це:

1) зростання продуктивності праці як результат економії живої та вречевленої праці;

2) зниження собівартості;

3) якість продукції (роботи, послуг);

4) фондовіддача, тобто ефективність використання виробничих фондів.

Тому ефективність підприємства більшою мірою характеризує узагальнюючий показник -- рівень рентабельності. **Рентабельність — це кількісна визначеність відношення балансового прибутку до середньорічної вартості основних виробничих фондів і нормативних оборотних фондів.** У практиці господарської діяльності підприємства рівень рентабельності визначається за формулою:

$$P' = \frac{Пб}{Ф_{осн} + Ф_{об}} 100\% ,$$

де P' — норма рентабельності;

$Пб$ — балансовий прибуток;

$Ф_{осн}$ — вартість основних фондів;

$Ф_{об}$ — вартість оборотних нормованих фондів.

Якісна визначеність рентабельності — це відносини між підприємством і державою з ефективного використання фондів і розподілу прибутку. Неефективна податкова політика, кризовий стан економіки призвели до того, що сьогодні зарплата становить 20%, а то і 3-5% обсягу виробленого продукту. Тому справедливими є вимоги підняти цю частку до 65%. Адже за методикою ООН на зарплату повинно відраховуватися 70% прибутку.

Таким чином, з метою посилення стимулюючої ролі прибутку в поліпшенні використання живої праці, підвищенні її продуктивності необхідно збільшити частку прибутку підприємств, яка використовується на доходи працівників.

Принципи розподілу валового доходу і прибутку

Виходячи з економічної природи прибутку, його розподіл є складовою частиною загальної системи розподілу сукупного суспільного продукту і чистого продукту. Прибуток має забезпечити підприємство власними коштами для розширення виробничих фондів, стимулювати підвищення ефективності виробництва та формування централізованого грошового фонду. Від досконалості форм і методів розподілу прибутку залежить заінтересованість підприємств та окремих працівників у постійному зростанні й удосконаленні виробництва та підвищенні його ефективності. Саме прибуток є основним джерелом матеріального заохочення працівників підприємств, власників акцій, підприємців і менеджерів.

В умовах ринку механізм розподілу прибутку має велике значення. У ньому відображається ефективність господарської діяльності; від нього залежить дієвість господарської самостійності й самофінансування. Ринок зумовлює докорінну зміну механізму розподілу доходів.

Волюнтаристський розподіл і перерозподіл доходів підприємств деформували інтереси працюючих, породили їхнє утриманське ставлення до результатів виробництва, що стало однією з причин глибокої економічної кризи. Так, за умов господарського розрахунку колективи підприємств могли вибирати один із двох принципів розподілу одержаного прибутку і валового доходу, але з дозволу вищого органу. Перший заснований на нормативному розподілі прибутку. З виручки від реалізації продукції підприємство компенсувало матеріальні затрати, амортизаційні відрахування, і за нормативом по відношенню до чистої продукції

(розробленим вищестоящим органом) формувався фонд заробітної плати. Із загального прибутку, який утворювався після цього, згідно з встановленими зверху нормативами здійснювалися плата за ресурси та фонди, відрахування в бюджет і вищестоящим органам, виплата певного відсотка за кредит. Залишкова частина прибутку використовувалася на формування фондів економічного стимулювання (за нормативами) — розвитку виробництва, науки й техніки, соціального розвитку, матеріального заохочення.

Другий принцип на відміну від першого базувався на нормативному розподілі валового доходу. Тут початковим, базовим був валовий доход, який утворювався після відшкодування з виручки від реалізації продукції матеріальних затрат. З валового доходу здійснювалися всі розрахунки за нормативами зверху: плата за фонди, ресурси; відрахування у бюджет і вищестоящому органу; відсоток за кредит. Залишкова сума утворювала госпрозрахунковий доход підприємства. З нього формувалися за нормативами фонди — розвитку виробництва, науки й техніки, соціального розвитку. Єдиний фонд оплати праці (замість самостійних фондів зарплати і матеріального заохочення) утворювався як залишок госпрозрахункового доходу підприємства. Слід зазначити, що адміністративно-командна система управління економікою призвела до формального впровадження цих принципів у життя. Розподіл прибутку й валового доходу за різними нормативами з центру ще більше зміцнив державну власність, звузив можливість участі трудових колективів у ефективному її використанні.

Входження підприємств у ринкові відносини вимагає докорінної зміни механізму розподілу доходів відповідно до нових умов ринкового господарювання. За цих умов виникла потреба ввести єдину систему взаємовідносин підприємств з державним бюджетом, відмовитися від багатоканальної системи платежів і встановити єдиний норматив відрахувань від прибутку в держбюджет. Так, до 01.01.1997 р. згідно із Законом України «Про систему оподаткування» прибуток підприємств у межах граничного рівня рентабельності оподатковувався за ставкою 35%*. Ця цифра навіть дещо нижча, ніж у високорозвинутих країнах світу, де аналогічний показник — 37,0-53,4%.

* Ця ставка в умовах розширення ринкових відносин в Україні буде переглядатись у бік її зниження.

Сьогодні складність проблеми розподілу та використання прибутку підприємств посилюється тією обставиною, що перехід до ринкової економіки в Україні здійснюється в умовах збереження старих структур управління, які протидіють розвиткові нових відносин.

На підприємствах самостійно формуються і використовуються два фонди економічного стимулювання: фонд споживання і фонд нагромадження. Повний обсяг фонду споживання складається з таких елементів (витрат у грошовій та натуральній формах):

1) фонд оплати праці: а) фонд основної заробітної плати; б) фонд додаткової заробітної плати;

2) грошові виплати й заохочення (витрати підприємства на надання матеріальної допомоги, трудових та соціальних пільг працівникам);

3) доходи (дивіденди, відсотки), виплачені за акції трудового колективу і вклади членів колективу акціонерного товариства у майно підприємства (установи, організації), доходи від пайової участі у діяльності спільних підприємств, оренди окремих категорій майна.

Фонд нагромадження використовується на виробничий і соціальний розвиток підприємства.

§ 3. ФОНДИ ПІДПРИЄМСТВА. ОРГАНІЗАЦІЯ ЇХ ВІДТВОРЕННЯ

Структура фондів підприємства

Фонди державного підприємства — це сукупність матеріальних і грошових ресурсів, цінних паперів, які створюються і використовуються у процесі його розширеного відтворення для забезпечення його життєдіяльності. До складу фондів підприємства входять *основні та оборотні фонди, фонди обігу, резервні п страхові фонди, а також інші матеріальні цінності й фінансові ресурси.* Отже, вони становлять матеріально-технічну базу й кошти, тобто майно державного підприємства. Підприємство самостійно здійснює права володіння, користування і розпорядження цим майном. Відповідно до Закону «Про підприємства» воно має право будинки, споруди, устаткування, транспортні засоби, інвентар, сировину та інші матеріальні цінності передавати, про-

давати, обмінювати, здавати в оренду, надавати безкоштовно у тимчасове користування або позику, а також списувати їх із балансу, якщо вони зношені або морально застаріли.

Структура фондів відображає закон взаємозв'язку різних елементів, систему їх взаємодії у межах єдиного цілого. **Основні фонди — це засоби праці, які багаторазово беруть участь у процесі виробництва, тривалий час зберігають повністю або частково свою натуральну форму, а їхня вартість переноситься на вироблений продукт частинами у процесі їхнього зношування.** Перенесення це здійснюється шляхом амортизації й утворення амортизаційного фонду.

Необхідно враховувати також фактор морального зношування, у зв'язку з чим засоби праці повинні бути заміщені ще до їхнього фізичного зношування, оскільки відбувається безперервний процес створення нового, технічно досконалішого виробничого обладнання. Йдеться про будинки, споруди, виробниче обладнання, верстати і т.д., а також про інфраструктуру (виробничу, соціальну, екологічну).

Основні фонди включають виробничі й невиробничі. **Виробничі основні фонди — це засоби праці, які функціонують у виробничому процесі** (будівлі та споруди виробничого призначення, передавальне обладнання, силові та робочі машини й устаткування, транспортні засоби тощо). Вони поділяються на активну частину — силові машини, робочі машини й устаткування, прилади, інструменти й пасивну частину - - будівлі, споруди, інвентар, які впливають на виробничий процес опосередковано. **Невиробничі основні фонди — засоби праці, які безпосередньо не беруть участі у виробничому процесі, а задовольняють побутові й культурні потреби** (житлові будинки, об'єкти охорони здоров'я, дитсадки, клуби і т.д.).

Оборотні фонди — це предмети праці, які використовуються у виробництві. Вони являють собою частину продуктивних фондів, які використовуються у кожному циклі виробництва, і їхня вартість повністю переноситься на виготовлений продукт. На практиці оборотні фонди складають три групи: 1) виробничі запаси; 2) незавершене виробництво (предмети праці у виробництві, півфабрикати); 3) витрати майбутніх періодів.

Фонди обігу — це сукупність усіх засобів, які обслуговують сферу обігу. Вони включають: готову продукцію на складах під-

приємства, товари відвантажені, грошові кошти у касі, банку, на рахунках, а також ресурси, які необхідні для реалізації готової продукції, її зберігання, доведення до якості, яка відповідає вимогам споживачів, інші ресурси, які використовуються для обслуговування постачання і продажу готової продукції.

Оборотні фонди і фонди обігу, виражені у грошах, — це оборотні засоби. За джерелами формування їх розрізняють таким чином:

власні оборотні засоби — формуються за рахунок власних коштів підприємства, його прибутку, а також коштів міністерств, відомств, в особливих випадках — із бюджету (готова продукція, гроші у банку, товари, відвантажені зі складів підприємства, зарплата);

позичкові {залучені) оборотні засоби — створюються за рахунок кредитів банків та інших кредиторів, вони покривають додаткові потреби підприємства.

За принципами організації оборотні засоби діляться на:

нормовані — всі оборотні фонди й готова продукція, що є на складі підприємства (виробничі запаси, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів, готова продукція та інші товарно-матеріальні цінності).

ненормовані — всі інші засоби у сфері обігу (відвантажена продукція, грошові кошти і кошти на рахунках). Слід зазначити, що обгрунтоване визначення нормативів запасів готової продукції, грошових ресурсів є необхідною умовою безперервності кругообороту фондів підприємства, підвищує їхню ефективність.

Основні фонди й оборотні засоби утворюють статутний фонд підприємства, рух якого знаходить відображення у самостійному балансі.

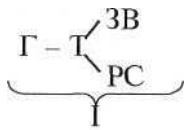
Відтворення фондів *підприємства*

Відтворення фондів — це безперервне їх відновлення, яке забезпечує постійне повторення процесу виробництва. У ході відтворення фондів відновлюються і розвиваються їхні складові елементи як за натуральною формою, так і за вартістю, змінюється структура фондів і одночасно відбувається відновлення та розвиток їх як економічного відношення. У ході повторення і відновлення виробництва фонди підприємства знаходяться у кругообороті. **Кругооборот фондів — це їх рух, у процесі якого вони проходять три взаємозалежних стадії, втілюючись на кожній з**

них у відповідну матеріальну форму: засобів виробництва, готової продукції і грошових коштів.

На першій стадії підприємство купує засоби виробництва і робочу силу (грошова форма фондів перетворюється в товарну), на другій — відбувається процес виробництва (продуктова Форма фондів перетворюється в товарну), на третій — реалізується вироблений продукт (товарна форма фондів перетворюється у свою початкову форму — грошову, кругообіг завершений). Від безперебійного кругообороту значною мірою залежить нормальний хід відтворення фондів підприємства, його ритмічність, надходження кінцевого продукту на потреби особистого й виробничого споживання.

Схему кругообороту фондів підприємства можна показати таким чином:



стадія обігу

В(ЗВ + ВН)

II

стадія виробництва

Т' – Г'

III

стадія обігу

де Г — грошові кошти;

ЗВ
РС — вартість закуплених засобів виробництва і робочої сили;

В (ЗВ + ВН) — виробництво, у процесі якого вартість спожитих засобів виробництва (ЗВ) переноситься конкретною працею на продукт, що виробляється, і створюється нова вартість (ВН);

Т' — готова для реалізації продукція;

Г' — грошові кошти від реалізації продукції;

$$Г = Г + АГ,$$

де *Г* — авансовані гроші;

АГ — додаткова вартість.

На кожній стадії кругообороту фондів відбуваються різні економічні процеси, і жодну з них не можна абсолютизувати, а потрібно розглядати у діалектичному зв'язку з іншими стадіями.

При аналізі кругообороту фондів особливу увагу слід приділяти проблемі ефективності та якості. Так, від якості засобів виробництва, закуплених на першій стадії кругообороту, значною

мірою залежить ефективність процесу в наступних стадіях. Наприклад, у разі використання неякісної сировини підприємство одержить неякісний товар, який не буде реалізовуватися. Отже, проблема якості товару — головна. Ефективність на другій стадії пов'язана, зокрема, із скороченням часу робочого періоду, що вимагає застосування прогресивної техніки та технології, комп'ютеризації виробництва тощо. На третій стадії існують проблеми транспортування, зберігання, реалізації продукції. Раціональне їх вирішення може у декілька разів збільшити прибуток, зарплату, фонди нагромадження і споживання.

У процесі відтворення фондів їх кругооборот постійно повторюється. **Кругооборот як періодично повторюваний процес, а не як окремий акт, у якому авансована вартість повертається до своєї вихідної форми, називається оборотом фондів.** Швидкість обороту фондів (п) прийнято визначати числом їх оборотів, які відбулися за певний період, як правило, за рік (О), і тривалістю одного обороту (о). Залежність між цими показниками можна виразити формулою:

$$o$$

Сьогодні вся маркетингова діяльність підприємства повинна бути спрямована на скорочення обігу, часу, протягом якого готова продукція знаходиться на складах, терміну транспортування її до споживача, часу реалізації готової продукції, часу, протягом якого відбувається придбання нових засобів виробництва. Все це впливає на продуктивність праці, собівартість, рентабельність.

Фізичний і моральний знос

У процесі кругообороту основні виробничі фонди зазнають фізичного й морального зносу. У 1990 р. знос промислово-виробничих фондів у промисловості України складав 48,7%, в енергетиці — 40,4, у паливній промисловості — 46,9, у вугільній — 65,5, у чорній металургії -- 61,4, у машинобудуванні -- 47, у хімічній і нафтохімічній промисловості — 55, у промисловості будівельних матеріалів — 48,3, у легкій промисловості — 42 і харчовій — 43%. Після 1990 р. стан промислово-виробничих фондів значно погіршився. **Фізичний знос — це матеріальне зношування машин, обладнання, ЕОМ, комп'ютерів, інструментів, будівель і споруд, інших засобів праці в результаті поступової втрати окремими елементами своїх**

техніко-виробничих властивостей, своєї споживної вартості. Фізичний знос є наслідком впливу виробничих навантажень, атмосферних умов, змін у будові матеріалу, з якого виготовлені знаряддя праці. В економічному значенні фізичний знос є процес перенесення вартості на готовий продукт тією середньою мірою, якою основні виробничі фонди втрачають свою споживну вартість.

Крім фізичного зносу, основні виробничі фонди зазнають і морального зносу. **Моральний знос — це втрата засобами праці (машинами, обладнанням, ЕОМ, комп'ютерами, інструментами) частини вартості через конструктивне старіння, винайдення нових засобів праці незалежно від фізичного зносу.** Матеріальною основою морального зносу є НТП.

Амортизація

Існують дві форми морального зносу:

1) коли старі засоби праці втрачають частину первісної вартості, бо нові засоби праці такої ж конструкції виробляються дешевше внаслідок зростання суспільної продуктивності праці в галузях, що їх виготовляють. У результаті на готовий продукт переноситься їхня менша вартість;

2) коли у виробництво впроваджуються принципово нові, економічніші машини й устаткування, новітня технологія, **а** старі засоби праці і технології вже не забезпечують досягнутого рівня суспільно необхідної праці на виробництво певної продукції. При цьому на одиницю виробленої продукції переноситься менша величина вартості основних виробничих фондів. Наприклад, якщо **за** допомогою принципово нової машини виробляється у два рази більше продукції (чи надається послуг), ніж за допомогою застарілої техніки, то на одиницю продукту (послуги) буде переноситися менша кількість вартості застарілих фондів. Це скорочує тривалість циклу обороту основних виробничих фондів.

Щоб забезпечити своєчасне й повне оновлення основних виробничих фондів, запроваджуються норми амортизації, що враховують фізичний і моральний знос. **Амортизація — це процес поступового перенесення вартості засобів праці *у* міру зносу їх на вироблений продукт і використання цієї вартості для наступного відтворення (заміщення, відновлення) засобів праці.** Вартісне зношування є грошовим виразом фізичного і морального зносу.

Перенесена вартість являє собою частину собівартості продукції, яка після реалізації надходить підприємству у вигляді час-

тини виручки, що зараховується на спеціальний грошовий фонд (амортизаційний фонд). **Амортизаційний фонд — це фонд грошових ресурсів, що утворюється за рахунок амортизаційних відрахувань і призначається для повного відновлення (реновації) основних фондів.** За натуральною формою відшкодування зношування основних фондів здійснюють у процесі нового капітального будівництва та капітального ремонту основних фондів.

Слід зазначити, що амортизація відшкодовує зношування фондів лише у процесі виробництва. За рахунок амортизації не відшкодовуються основні фонди, зруйновані гад час стихійного лиха, війни, невстановлене устаткування, а також основні фонди, які тривалий час перебувають у капітальному ремонті. Амортизація нараховується при введенні в дію нових цехів, дільниць, відділків.

З метою створення економічних передумов для оновлення основних фондів установлюється **норма амортизації. Це — відношення річного обсягу амортизаційних відрахувань до середньорічної вартості основних фондів, виражене у відсотках.** Норми амортизації визначаються на основі строків служби фондів, які залежать від їх довговічності, фізичного й морального зносу, фактичного віку засобів праці, затрат на капітальний ремонт, модернізацію. Водночас на підприємствах деяких галузей, специфічні умови яких не дають можливості визначати амортизаційні відрахування у відсотках за вартістю основних фондів, норма амортизації встановлюється до іншої бази. Наприклад, у вугільній, гірничодобувній, нафтодобувній промисловості норма амортизації визначається у грошах на тонну видобутого продукту.

З 1 січня 1988 р. норми амортизації встановлюються тільки на повне відновлення (реновацію) основних фондів із урахуванням їхньої балансової вартості, строку служби, виручки від реалізації вибулих основних фондів (ліквідаційної вартості).

Норма амортизації складається з двох частин: норми на реновацію (повне відновлення) і норми на капітальний ремонт. Ці частини взаємозв`язані і взаємозалежні. Так, чим коротший строк служби засобів праці, тим за інших рівних умов менша потреба у ремонті, а отже, й нижча частка амортизаційних відрахувань на капітальний ремонт. У загальному вигляді формула річної норми амортизації така:

$$\frac{\Phi_{осн} + Р_{кр} - Л_{д}}{\Phi_{г}} \quad Т \quad Ю0\%$$

де А' — річна норма амортизації, визначена у відсотках;
$Ф_{осн}$ — балансова вартість основних фондів;
$Р$ — витрати на капітальний ремонт і модернізацію;
$Л_ф$ — виручка (ліквідаційна вартість) від продажу вибулих засобів праці і лому металевого з відрахуванням затрат на демонтаж;
$Т$ — тривалість (кількість років) функціонування основних фондів.

Норма амортизації впливає на собівартість продукції, а відповідно й на величину чистого доходу. Тому норми амортизації повинні бути науково обгрунтованими. Це дає змогу точніше обчислити собівартість і ціни на продукцію.

Методи амортизації

У зв'язку з об'єктивними процесами прискорення НТП, швидким моральним і фізичним зносом і необхідністю у короткі строки оновити основні фонди потрібно прискорити їх амортизацію. Це вимагає докорінних змін в амортизаційній політиці, тобто суттєвого підвищення норми амортизації.

Існує кілька звичайних методів амортизації основних фондів підприємства.

Виробничий метод: залежить від функціонування амортизованого об'єкта. Розгорнута формула цього методу має такий вигляд:

де $А_i$ — сума амортизації i-го об'єкта;
$Ф_{осн}$ — балансова вартість об'єкта;
$Л_т$ — ліквідаційна вартість на останній рік експлуатації об'єкта;
$П_i$ — відпрацювання об'єкта в /-му році;

$\sum_{i=1}^{T} П$ — загальний відробіток об'єкта за весь період його експлуатації;
$Т$ — загальна кількість років експлуатації об'єкта.

Наприклад, балансова вартість верстата — 15 тис. дол., ліквідаційна вартість — 1 тис. дол., загальний відробіток за весь період експлуатації — 14 тис. верстато-год., на другому році служби — 4 тис. верстато-год. Яка буде амортизація верстата на дру-

гому році його експлуатації? Підставивши ці дані у формулу, визначимо, що амортизація дорівнює:

$$\frac{(15-1)\,4}{14} = 4 \text{ тис. дол.}$$

Недоліком цього методу є те, що за ним важко визначити відробіток окремих об'єктів необоротних активів, наприклад, при моральному старінні, реорганізації підприємства.

Метод рівномірного прямолінійного списання вартості об 'єкта, що амортизується. Списання відбувається рівними частинами протягом усього періоду експлуатації об'єкта. Серед 600 крупних компаній США цей метод використовують понад 90% компаній. Амортизація за цим методом визначається так:

У наведеному вище прикладі при експлуатації верстата протягом чотирьох років для будь-якого року амортизаційні відрахування становитимуть 3,5 тис. дол. $\left(\frac{(15-1)\,4}{4}\right)$.

На основі цього методу щорічні амортизаційні відрахування можна обчислити й іншим способом: визначимо щорічну норму амортизаційних відрахувань $\frac{100\%}{4} = 25\%$

а щорічні амортизаційнівідрахування дорівнюватимуть 3,5 тис. дол. $\left(\frac{25\%\ (15-1)}{100\%}\right)$.

Недоліком цього методу є те, що у ньому не враховуються моральний знос і необхідність збільшення витрат на ремонт в останні роки експлуатації.

Поряд із звичайними методами амортизації основних фондів підприємствами у міжнародній практиці використовуються **і методи прискореної амортизації.** У чому ж їхня суть?

Метод суми років: строк експлуатації верстата (Т) — чотири роки. Сума простої арифметичної прогресії від одного до числа років «життя» даного верстата (1+2 + 3 + 4=10), тобто

S = Відповідно до цього методу амортизації від-

рахування визначаються за формулою:

$$T- \quad i +\cdot 1$$

У наведеному вище прикладі норма амортизації дорівнює: для першого року (4 - 1 + 1) : 10 = 4/10; для другого — (4 - 2 + 1) : 10 = 3/10; для третього — (4 - 3 + 1) : 10 = 2/10; Для четвертого — (4 – *4* + 1): 10 = 1/10. А сума річної амортизації, наприклад, для другого року дорівнює: А = 3/10 (15 – 1) = 4,2 тис. дол.

Цей метод у США використовують лише 13% підприємств.

Методподвоєногозменшуваногозалишку: подвоєна ставка відрахувань розраховується за методом рівномірного прямолінійного списання. Сума амортизації визначається не за початковою, а за залишковою вартістю станка. Розгорнута Формула цього методу має такий вигляд:

$$A_i = 2A' \quad (\Phi_{осн} - \sum^{i} A)$$

де $2A'$ — подвоєна норма щорічної амортизації, яка обчислюється за методом рівномірного прямолінійного списання;

$\sum_{i=1} A$ — сума нагромадженої амортизації верстата на початок i–го звітного року. Лише 10% підприємств у США використовують цей метод.

У міжнародній практиці існують також **спеціальні методи амортизації.** Норма амортизації визначається як відношення загальної суми річної амортизації відповідної групи фондів до сумарної початкової вартості. За цим методом у перший обліковий період придбання фондів списується від 10 до 50% вартості основних фондів. Він застосовується для малоцінних фондів — інструментів та інвентарю, а також в експериментальних галузях, для будівель, які здаються в оренду, тощо.

Таким чином, у зносі вартість засобів праці набуває ще одне існування: перша частина її залишається пов'язаною із споживною вартістю, або натуральною формою засобів праці, а друга відокремлюється від неї у вигляді грошей. У русі вона збільшується, аж поки ці засоби праці не відживуть свій вік і вся їхня вартість, відокремившись від «тіла» засобів праці, не перетвориться у гроші.

Запитання та завдання для обговорення

1. Що слід розуміти під пріоритетами в цілях діяльності підприємства? Проаналізуйте елементи нової концепції державного підприємства, в яких ці пріоритети знаходять вираження виходячи з вимог ринку.

2. Обміняйтеся на семінарі думками з приводу положення про те, що сьогодні буде «посилюватися вплив споживача на технічний рівень і якість продукції, робіт, послуг підприємства».

3. Які, на ваш погляд, існують шляхи зниження собівартості продукції, робіт, послуг? Розгляньте фактори формування та динаміки собівартості.

4. Проаналізуйте форми участі трудових колективів (ланки, бригади, цеху), служб підприємства у роботі за ефективне використання матеріальних ресурсів, зниження питомої ваги їх витрачання.

5. Після сплати податків та інших платежів у бюджет прибуток, який залишається у підприємства (чистий прибуток), надходить у повне його розпорядження. Чому ж у такому випадку сформований фонд розвитку підприємства не є його власністю?

6. Обгрунтуйте свої відповіді на таке запитання: чи вигідно перевиконувати показник поставок продукції, визначений укладеними договорами?

7. Згідно із Законом «Про підприємства в Україні» головним оцінним показником виконання планів для підприємств є державні замовлення та договори, укладені із споживачами (покупцями) продукції (робіт, послуг) і постачальниками матеріально-технічних ресурсів. Але виконання цього показника залежить не тільки від них самих, а й від постачальників, для яких план поставок не відіграє такої ролі. Як, на вашу думку, можливо усунути цю суперечність?

8. Наведіть і обговоріть на семінарі приклади із власної практики (спостережень), коли економічні відносини підмінялися адміністративною відомчою командою, що суперечило принципам ринкової економіки. Що, на ваш погляд, потрібно змінити у механізмі господарської діяльності підприємств у першу чергу, з тим щоб він став надійною перепоною на шляху «реформаторів-руйнівників»?

9. Чому прибуток сьогодні втрачає роль показника кінцевих результатів? Розкрийте роль валового доходу в сучасних умовах.

10. Чи може закриття підприємства бути «прибутковим» і коли воно необхідне?

Глава 14. ПІДПРИЄМНИЦТВО В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

§1. ОСОБЛИВОСТІ ТА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Природні особливості сільськогосподарського виробництва

У сільському господарстві земля є головним засобом виробництва. На відміну від інших засобів виробництва за умови правильного використання земля постійно відновлює свою родючість, якісно поліпшується, її природна родючість неоднакова в різних природно-кліматичних умовах. Тому в землеробстві праця однакової кваліфікації і фондоозброєності дає різні результати залежно від природних умов, тобто продуктивність праці тут визначається передусім продуктивністю природних факторів.

Вплив природних факторів на результати виробництва можна обмежити шляхом розвитку продуктивних сил. Йдеться про економічну родючість, підвищення якої досягається через раціональне використання землі, систематичне впровадження нових технологій, досягнень науки і техніки, поліпшення культури землеробства тощо.

Таким чином, у землеробстві економічний процес відтворення незалежно від його суспільного характеру завжди взаємодіє з природним. Тому підприємець повинен добре знати і вміло використовувати не тільки економічні закони, а й закони природо. Адже тут об'єктом діяльності людини є живі організми: рослини і тварини; їх біологічні процеси протікають за певними законами природи, а вплив людини на ці процеси обмежений. У сільському господарстві неможливо прискорити виробничий процес, як у промисловості. Наприклад, час виробництва озимої пшениці становить 10 місяців. Процес праці переривається в проміжках між посівом, внесенням добрив, весняним боронуванням і збором урожаю. Звідси — повільний оборот виробничих фондів, зумовлений великою різницею між часом виробництва і робочим періодом.

Особливістю сільськогосподарського виробництва є його сезонність. У певних межах її можна згладжувати шляхом виготовлення інших продуктів, які мають неоднакові час виробництва і

робочий період. Йдеться про таку організацію виробництва, яка поєднує основні й допоміжні галузі, промислові підприємства і промисли залежно від економічних і природних умов.

У сільському господарстві також дуже важливим в своєчасне виконання робіт (наприклад, сівба, збір урожаю, догляд тварин з інтервалами, які визначаються природою, тощо). Якщо в промисловості несвоєчасне виконання технологічних операцій веде до затримки виготовлення продукції, то в сільському господарстві це призводить до прямих втрат продукції, погіршення її якості, великих втрат втіленої в неї праці. А це позначається на результатах підприємництва.

Науково-технічна революція здійснюється на основі ринкових механізмів, що в сільському господарстві, передбачає не просто використання техніки, а створення системи машин. Система машин повинна враховувати особливості й специфіку виробництва кожного виду продукції в їх поєднанні, виходячи з принципу максимального використання робочих машин, агрегатів, транспортних засобів. Дуже важливо також забезпечувати максимальну кількість необхідних засобів виробництва в критичні строки, з тим щоб виконати всі роботи в оптимальний період і не допустити втрат врожаю внаслідок, скажімо, затримки при посіві чи збиранні врожаю. Тому в сільському господарстві необхідна більша маса засобів виробництва, більш висока енергоозброєність праці.

У сільському господарстві підприємець обмежений вибором виробництва тих чи інших продуктів природними умовами і специфікою цієї галузі. Наприклад, високі врожаї коріандру, рицини, соняшнику і т. д. можна одержати в районах степу України. В Поліссі природні умови для них непридатні і дуже низька врожайність. Тут доцільніше вирощувати льон, картоплю і т. д. Підприємництво в сільському господарстві відрізняється і тим, що земля як особливий і обов'язковий засіб виробництва обмежена в просторі. Цей фактор поряд із зростанням потреб на продовольчі товари визначає необхідність інтенсифікації сільського господарства як основної форми виробництва.

Розвиток підприємництва в сільському господарстві

Нині здійснювана економічна реформа передбачає формування у сільському господарстві багатоукладної економіки. Насамперед необхідно перетворити колгоспи й радгоспи в повноцінних

суб'єктів ринкових відносин, звести до мінімуму державне замовлення, надати право господарствам самостійно реалізувати продукцію. Трудовий колектив має стати реальним господарем землі і засобів виробництва, реалізовувати свої інтереси, розпоряджатися виробленою продукцією та одержаними доходами.

У сільськогосподарських підприємствах необхідно провести глибокі перетворення на основі широкого використання підряду, оренди, акціонерних, кооперативних та сімейно-індивідуальних форм. Доцільно використовувати колективно-пайові або пайові способи безпосереднього привласнення засобів та результатів виробництва. Їх суть полягає у тому, що земельні угіддя й основні виробничі фонди розподіляються між членами трудового колективу (з урахуванням трудового вкладу) на паї, на які нараховується частина одержаного прибутку. Селяни стають власниками, реальними співгосподарями засобів виробництва і його результатів, максимально заінтересованими в кінцевих результатах праці.

Це, однак, не виключає можливості функціонування інших форм організації сільськогосподарського виробництва, в тому числі ферм, селянських господарств) самостійних кооперативів і особистих підсобних виробництв. У Законі України «Про власність» підкреслюється, що всі форми власності є рівноправними, а держава створює умови для їхнього розвитку та захисту.

Сільськогосподарським підприємствам сьогодні потрібне реальне економічне й правове розкріпачення (захист від адміністративного свавілля, матеріально-технічна і фінансова підтримка, визнання їх повноцінними суб'єктами ринкових відносин), як і фермерам, селянським господарствам.

Будь-який суб'єкт підприємництва у сільському господарстві повинен мати право самостійно вибирати напрямок спеціалізації (з урахуванням умов даного господарства), визначати перспективу й економічно ефективну структуру посівних площ та виробництва в цілому, включаючи розвиток підсобних підприємств та обслуговуючих цехів. Потрібна також свобода вибору партнера, договірних взаємовідносин з суб'єктами ринку, форм організації та оплати праці. Без цього ні приватна, ні колективна власність не зробить селянина повноцінним господарем, тим більше що досвід розвинутих країн (Японії, США, Франції, Німеччини та ін.) свідчить: успіх у господарській діяльності робить не форма власності, а підприємець, якому «дихає в потилицю» конкурент.

Сьогодні має місце протиставлення існуючих форм господарювання новим формам, а саме: колективних сільськогосподарських підприємств, з одного боку, та фермерських господарств, з іншого. Нерідко вихід вбачається в масовій приватизації. При цьому спостерігається захоплення силовим адміністративно-командним руйнуванням колективістської основи існуючих на селі відносин і вольовим (незважаючи на відсутність необхідних для того передумов) насадженням приватних селянських (фермерських) господарств та приватної власності на землю.

Однак, по-перше, фермерські господарства виробляють незначну частину сільськогосподарської продукції. Потрібно тричотири роки для їх становлення як повноцінних товаровиробників: це час для забудови, придбання техніки, будівельних матеріалів, палива. Фермерські господарства не можуть негайно дати необхідну кількість продовольства для населення, а тому різкий і суцільний перехід до сімейних ферм був би катастрофічним для нашого суспільства.

По-друге, формування багатоукладної системи господарювання в аграрному секторі не слід здійснювати шляхом протиставлення різних форм власності, проводячи курс на одноукладність з безроздільним пануванням приватних форм привласнення. Суть багатоукладності полягає в тому, що всі елементи тісно пов'язані між собою, доповнюють один одного і сприяють розвиткові кожного. Без такої системи створюється не реальний, а формальний плюралізм форм власності і господарювання з непримиренними суперечностями й антагоністичною боротьбою. Уже сьогодні про це свідчать численні факти гострих конфліктів, що виникають у відносинах між орендними колективами, фермерськими господарствами, кооперативами, колгоспами й радгоспами.

Верховна Рада України прийняла ряд законів, які покликані створювати умови для розвитку різноманітних форм господарювання. Так, Закон «Про селянське (фермерське) господарство» визначає економічні, соціальні й правові основи створення та діяльності селянських (фермерських) господарств в Україні. Він гарантує право громадян на добровільне створення цих господарств, їх самостійність, рівність з іншими формами господарювання. Закон «Про колективне сільськогосподарське підприємство» визначає правові, економічні, соціальні й організаційні умови діяльності колективних сільськогосподарських підприємств.

Цей закон гарантує неприпустимість втручання держави в здійснення господарських функцій підприємства, обмеження його прав та інтересів з боку державної влади та управління, забезпечує рівні умови колективних сільськогосподарських підприємств з державними, селянськими (фермерськими) господарствами. Прийнятий Закон «Про плату за землю» визначає порядок, розміри, строки сплати земельного податку та орендної плати. Приймаються відповідні нормативні акти Кабінетом Міністрів.

Але на практиці відповідні законодавчі акти не забезпечені ні матеріально-технічними засобами, ні господарським механізмом розв'язання суперечностей і узгодження економічних інтересів різних суб'єктів господарської діяльності. Це породжує на селі фактично боротьбу різних соціальних груп і може призвести до величезних економічних, політичних і моральних втрат.

Перспективною є така структура організації аграрної сфери, яка не протиставляє, а навпаки, органічно поєднує різні уклади і форми господарювання. Оптимізація такої системи має здійснюватися поступово, в міру створення матеріально-технічної бази, виробничої та соціальної інфраструктури на селі. На кожному етапі мають бути свої критерії цієї оптимізації, слід вибирати надійний господарський механізм розв'язання суперечностей і узгодження економічних інтересів фермерських господарств, орендних колективів, кооперативів, переробних промислових підприємств, колгоспів та радгоспів.

Перехід до багатоукладної системи передбачає розширення приватного сектора, але формування цієї якісно нової системи займе тривалий час (близько 10 років). Протягом цього часу домінуючими у сільському господарстві зберігатимуться ті форми, які склалися раніше, тобто колгоспи й радгоспи. Вони виробляють переважну частину сільськогосподарської продукції, багато з них є високорентабельними. Що ж до відсталих господарств, то тут необхідна виважена політика. Передбачення про їхнє банкрутство — результат легкодумності. Оголошувати банкрутом можна самостійних господарів. Відсталі колгоспи й радгоспи не можуть сюди відноситися. Командно-адміністративна система довела їх до зубожіння, а тепер кидає в пащу жорсткого ринку. Це — насильницька політика щодо колгоспного селянства, яке задоволення своїх економічних і соціальних потреб сьогодні багато в чому пов'язує з колгоспним сектором економіки.

Таким чином, головною ланкою в соціально-економічній структурі села нині залишаються колгоспи і радгоспи. На них поки що «тримається» наше продовольче забезпечення. Вкладено величезні кошти, а продовольчої проблеми так і не розв'язано, бо в колгоспі працівники не є власниками майна і не заінтересовані в його збереженні й примноженні. Тому слід докорінно змінити виробничі відносини, сам характер діяльності сільськогосподарських підприємств. Люди повинні відчути себе господарями, тобто має відбутися в певному розумінні «роздержавлення» колгоспів і радгоспів. Необхідно поділити об'єкти власності, створені за роки існування господарств, і землю між усіма працівниками, з тим щоб вони стали власниками. І якщо працівник захоче вийти з колгоспу разом зі своєю сім'єю, то слід надати йому таку можливість.

На 1 квітня 1997 р. уже приватизовано 1,5 тис. радгоспів (86 відсотків від їх загальної чисельності), реформовано 9,3 тис. колгоспів (99 відсотків), паювання проведено у 9,2 тис. господарств (93 відсотки). Реформовано також відносини власності 4,7 тис. міжгосподарських формувань, що складає 56 відсотків*.

Головною ж Проблемою залишається поглиблення земельної реформи. На сьогодні сертифікати на право на земельну частку (пай) видано приблизно у 65 відсотках господарств, землі яких підлягають паюванню. Таким чином, Україна переходить до створення на основі частково реформованих сільськогосподарських підприємств нових організаційно-правових форм господарювання на засадах приватної власності на земельні паї. Йдеться про створення нових за своїм змістом колективних господарств.

Нині настає найвідповідальніший етап аграрної реформи, який приховує в собі можливість її дискредитації. Йдеться про те, що запровадження нових форм господарювання в масовому масштабі не має під собою реального економічного підґрунтя: матеріально-технічної бази, ринкової інфраструктури, кваліфікованих підприємів. Сучасній технічній базі та існуючій структурі парку сільськогосподарських машин, які зорієнтовані на ведення крупного господарства, надзвичайно важко (якщо не зовсім неможливо) забезпечити всім необхідним тих, хто наважився на самостійне ведення господарства. Держава надає певну матеріальну і фінансову підтримку селянським господарствам. Така ма-

* *Кучма Леонід.* Засади місцевого самоврядування // Урядовий кур'єр. 1997. 2 червня.

теріальна і моральна підтримка потрібна всім суб'єктам господарства в аграрному секторі економіки. Це стосується і державних, і колективних підприємств: їхнє перетворення в приватні може відбутися в рамках закону, лише за відповідного волевиявлення членів трудових колективів і за обов'язкової націленості на задоволення їхніх інтересів і потреб, на реальне зростання ефективності виробництва.

Не менш важливо використати і такий досвід: у розвинутій соціально орієнтованій економіці кожен підприємець, коли починає займатися бізнесом, старанно відшукує нішу своєї господарської діяльності, яка б вдало вписувалася у крупний бізнес. Що стосується організації сільськогосподарських колективних господарств за сучасних умов, то альтернативними сегментами їхньої діяльності можуть бути такі, що доповнюють основне виробництво: переробка сільськогосподарської продукції, матеріально-технічне постачання, реалізація продукції, виробництво будівельних матеріалів і т. д. Подібна система організації основного виробництва і допоміжних виробництв фермерських і колективних господарств, безумовно, знімає ряд суперечностей, що виникають між окремими суб'єктами в аграрному секторі економіки.

Ринкова економіка розкриває широкі можливості для розвитку підприємництва. Однак було б неправомірним його зводити до малого і середнього бізнесу. Не слід забувати, що колгоспи й радгоспи були дискредитовані командно-адміністративною системою управління. Тому, незважаючи на тривалий період їхньої діяльності, вони не могли повністю виявити свої можливості. Сьогодні неможливо оцінити те, що давали колгоспи й радгоспи народу України, оскільки державні закупівельні ціни були чисто символічними, а основна маса сільськогосподарської продукції надходила за межі республіки.

Сьогодні основним поточним завданням аграрної політики є зупинення негативних процесів у цьому секторі економіки та забезпечення умов для нарощування виробництва сировини і продовольчих ресурсів.

§ 2. СТАНОВЛЕННЯ АКЦІОНЕРНИХ ФОРМ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Суть та переваги акціонерних форм господарювання в АПК

Серед проблем становлення нової організації праці підприємства одне з вагомих місць в АПК належить акціонерним формам. Це цілком зрозуміло, оскільки перехід до повноцінного ринку передусім передбачає створення ринку капіталів. Крім того, саме в межах даних структур в основному здійснюється функціонування економіки провідних капіталістичних країн, рівень яких для України є орієнтиром.

Досвід розвинутих західних країн свідчить, що висока ефективність і по суті загальна поширеність акціонерних форм зумовлені такими їх перевагами, як гнучкість та універсальність. Універсальність, зокрема, створює можливість для вирішення нібито протилежних за характером завдань — стимулювання приватного економічного інтересу і його суспільного контролю, що не під силу іншим формам господарювання.

Процес акціонування як економічна форма на сучасному етапі реформи також знаходиться в стадії становлення і потребує чітко визначених передумов.

У розвинутих країнах цей інститут пройшов тривалу еволюцію, починаючи з XV ст. І тільки в другій половині XIX ст. почали формуватися передумови, що зумовлювали високу ефективність акціонерних формувань. Це — високоіндустріальне виробництво, наявність ринку капіталів, професійний менеджмент, механізм обмеженої відповідальності, дійовий контроль власників за адміністрацією, ділова етика, належний соціокультурний фактор та ін.

Виходячи з реального стану вітчизняного АПК, економіки в цілому, очевидно, що процеси акціонування господарств у нашій країні матимуть складніший характер, і свої переваги вони доведуть не відразу.

Аналіз свідчить, що зараз сільське господарство України розвивається переважно шляхом створення акціонерних товариств закритого типу, які поки що залишаються реальною формою приватизації «знизу» (їх характерні ознаки — робочі акції, відсутність курсу акцій, міжгалузевий перелив капіталів тощо).

Для багатьох низькорентабельних господарств акціонування — реальний шлях урятування від банкрутства. За діючим законодавством колективу необов'язково зразу викуповувати нагромаджене майно за рахунок власних засобів. З цією метою можна скористатися кредитом, акції будуть поступово переходити у власність колективу.

За законодавством України існуючі нині агрокомбінати, об'єднання, агрофірми згідно з рішенням власника або уповноваженого на те органу можуть бути перетворені в акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, асоціації. Відповідно до статуту акціонерного товариства воно стає вільним товаровиробником, який самостійно визначає організацію трудової діяльності в колективі. Основні принципи цієї організації такі:

самостійне визначення структури виробництва, рівня цін, каналів реалізації продукції, постачальників тощо;

встановлення тісної залежності прибутку кожного працівника і колективу від результатів їхньої діяльності;

посилення особистої заінтересованості за збільшення матеріального достатку, подолання «зрівнялівки» в оплаті праці;

стимулювання конкуренції між суб'єктами господарювання АПК;

наближення безпосередніх виробників до участі в організації та управлінні виробництвом.

Акціонування як форма реалізації власницьких функцій працівників

Великий вплив на становлення нової організації праці акціонування може справити через реалізацію власницьких функцій працівників. На сучасному етапі цей напрям аграрної реформи реалізується по лінії колективних підприємств нового типу, різного роду акціонерних товариств, асоціацій, тощо замість колишніх колгоспів і радгоспів.

Нині формування акціонерних товариств, незважаючи на певні відмінності, здійснюється переважно в руслі колективно-пайового підприємництва. Це дає їм змогу конкурувати, ефективніше вести виробництво в умовах ринку. Так, акціонування і передбачає добровільне об'єднання власників, є основою присвоєння одержаного прибутку з наступним розподілом його серед акціонерів залежно від результатів кінцевої господарської діяльності та кінцевого паю, колективності та демократизації управління виробництвом,

можливості виходу з підприємства зі своїм паєм. Основна ідея механізму акціонування полягає в тому, що, відчуваючи себе власником матеріально, працівник буде безпосередньо заінтересований в ефективному використанні засобів. Водночас аналіз свідчить, що досить гострою проблемою становлення акціонерних товариств (як і взагалі колективних форм господарювання) є оптимальний вибір співвідношення оплати праці та нагромадження капіталу. Лише в деяких господарствах забезпечують оптимальне співвідношення між ними. Проте в умовах, що нині склалися, переважає, як правило, тенденція до того, щоб «проїсти», а не нагромаджувати, яка, безперечно, має негативні наслідки.

Звичайно, становлення акціонерних відносин не може відбуватися без суперечностей, які умовно можна розділити на суб'єктивні і об'єктивні. Суб'єктивні суперечності пов'язані з недоліками існуючого механізму впровадження акціонерних форм. Передусім це — нерозуміння керівниками господарств і населенням змісту акціонерного підприємництва, недостатність практичного досвіду його застосування. Сюди можна віднести також наявність численних постанов та інструкцій, які підривають його основу в сільському господарстві; незаінтересованість у багатьох випадках керівництва господарства, яке замість реальних перетворень часто займається «зміною вивісок», що не тільки не сприяв реальним перетворенням власності, а й часто знижує рівень сільськогосподарського виробництва. Саме цим багато в чому можна пояснити повільний хід реформи на селі.

Водночас поширеним є спрощений підхід, згідно з яким вважається, що досить «оголосити» колишній колгосп акціонерним товариством, як усі стануть господарями, власниками й різко підвищиться ефективність виробництва. Проте, як свідчить досвід, часто одержують протилежний результат, ставлення до праці може навіть погіршитися.

Пояснюється це тим, що ефективність механізму пайової власності залежить від того, якою мірою працівник реалізує можливість приватної ініціативи, підприємництва в межах колективної праці. Це, в свою чергу, вимагає відповідних змін у внутрігосподарській організації трудової діяльності. На нашу думку, тут йдеться про необхідність:

впровадження договірних відносин між виробничими і допоміжними внутрігосподарськими структурами;

суттєвих змін характеру керівництва підрозділами, тобто делегування багатьох функцій «зверху вниз», надання більшої оперативно-господарської самостійності підрозділам, включаючи розпорядження одержаною продукцією, прибутком і т. д.;

функціонування на принципах комерційного розрахунку, в тому числі безпосередньої залежності винагороди працівників допоміжних і обслуговуючих виробництв від ефективності діяльності виробничих колективів;

переорієнтації функцій управлінської діяльності на вирішення перспективних комерційно-маркетингових, виробничих та інших питань, передачі оперативно-господарського управління, обліку в первинні виробничі колективи.

Ці зміни, на нашу думку, здатні вплинути на підвищення ефективності акціонерних товариств порівняно з колгоспами і радгоспами. Водночас, на відміну від переважаючої точки зору економістів-аграрників, на наш погляд, у межах даної кооперації праці принципові зрушення в системі внутрігосподарських відносин неможливі.

Кардинальне трансформування внутрігосподарської організації праці можливе лише за умов більш розвинутих форм приватного підприємництва (асоціації селянських господарств, фермерського виробництва, включеного в різноманітну систему кооперації).

Поряд з роздержавленням і приватизацією не слід нехтувати й іншими функціями акціонування, наприклад, залученням фінансових коштів працюючих членів господарства з метою модернізації виробництва на основі досягнень НТП, поліпшення умов праці, підвищення його ефективності. Аналіз свідчить, що ці кошти вкладаються в реконструкцію основного і допоміжного виробництва, будівництво переробних цехів, інших виробничих потужностей. При цьому, як правило, має місце безпосередня заінтересованість акціонерів, оскільки гроші, на відміну від внесків у Ощадбанк, використовуються безпосередньо в господарстві для поліпшення його діяльності. Цьому також сприяє більш високий відсоток річних, який перевищує даний показник Ощадбанку.

Проте більш розвинуті форми акціонерних відносин реалізуються в тому випадку, коли, крім колективних реорганізованих колгоспів і радгоспів, існують комерційні, промислові та інші інвестори. Часто ці формування охоплюють районний або ви-

щий рівень. У багатьох із них діють агрофірми, агрокомбінати та інші формування. При переході до ринку їх доцільно реорганізувати в акціонерні спілки, агроконсорціуми, різні компанії. При цьому повинен суттєво змінитися і характер їхньої діяльності. Зорієнтовані на виконання будь-якого завдання, вони забезпечують перелив торгово-промислового капіталу в аграрну сферу, прискорюючи обіг і стабільність віддачі.

Отже, процес формування різних форм підприємництва в АПК лише починається. На нашу думку, головне завдання тут полягає в подоланні існуючих суперечностей даного процесу й поступовому переході до розвинутіших прогресивних форм господарювання.

Запитання та завдання для обговорення

1. Охарактеризуйте сучасний стан розвитку підприємництва в сільському господарстві України.
2. Які особливості підприємництва в аграрному секторі економіки?
3. Які напрями розвитку підприємництва в сільському господарстві ви вважаєте основними?
4. Чому, на вашу думку, колгоспи і радгоспи не забезпечували населення нашої країни продовольчими товарами?
5. В чому суть державного регулювання аграрного виробництва?
6. Дайте характеристику агробізнесу в економіці розвинутих країн.
7. Яка роль акціонерних формувань у посиленні заінтересованості працівників у праці?
8. В чому суть суперечностей акціонерних сільськогосподарських підприємств?
9. Яка суть дивіденду?

Глава 15. МАРКЕТИНГ ТА ЙОГО ОРГАНІЗАЦІЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

§ 1. ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ МАРКЕТИНГУ ТА ЙОГО СУТЬ

Економічні передумови становлення маркетингу

Досвід розвинутих країн переконливо доводить, що основною формою економічної життєдіяльності підприємств в умовах ринкової економіки є маркетинг. У перекладі з англійської маркетинг означає «робити ринок». На відміну від ринку як системи відносин, пов'язаних з реалізацією суспільного продукту, маркетинг являє собою певну форму діяльності підприємства в ринковому секторі економіки.

Дана форма діяльності стала характерною для розвинутих капіталістичних країн на рубежі XIX–XX ст. До цього, а саме в умовах капіталізму вільної конкуренції, класичним був стихійний ринок. Товаровиробники були безсилими перед ним; вони не могли на нього якимось чином впливати чи регулювати його. Стихійний ринок — це багато продавців і покупців, невідомі розміри попиту й пропонування, вільне коливання цін, вільний перелив капіталів.

Частки окремих товаровиробників у загальному обсязі продажу на ринку були дуже малі, тому ніхто з них не міг істотно впливати на рівень цін, передбачати їхню динаміку. В цих умовах існувала головним чином цінова конкуренція: перемогти конкурента можна було лише шляхом випередження зниження цін.

У період вільної конкуренції на ринку тривалий час існував «середній» стандарт певного товару, споживна вартість якого змінювалася відносно повільно, тому що науково-технічний прогрес також був повільним, продуктивні сили розвивалися не дуже швидко. За цих умов цінова конкуренція, зниження цін за рахунок зменшення витрат виробництва були головними у боротьбі за місце на ринку.

У XIX ст. зниження затрат досягалося переважно екстенсивно за рахунок розширення обсягів виробництва товарів, при цьому великі підприємства як економічніші перемагали дрібніші.

Ситуація змінюється при переході до монополістичного капіталізму. *Як* відомо, цінова конкуренція неминуче обумовлює концентрацію і централізацію капіталу, що врешті-решт породжує монополію. Остання, оскільки вона панує, може активно втручатися в ринкові відносини: утримувати певний час монопольні ціни, регулювати виробництво і таким чином впливати на попит і пропонування тощо.

Однак водночас з появою монополій з'являються й антимонопольні закони. Це приводить до виникнення олігополії: на ринку з'являються декілька продавців зі значною питомою вагою продажу певних товарів. Сучасну розвинуту капіталістичну економіку можна характеризувати саме як олігополістичну.

Олігополія створює сприятливі умови для активного втручання підприємців у ринкові відносини: стає можливим визначити обсяг попиту й пропонування, передбачити тенденції динаміки цін та можливі дії конкурентів.

За цих умов цінова конкуренція стає неефективною, тому що на добре інформованому ринку підприємство — ініціатор зниження цін, як правило, не встигає розширити обсяг виробництва, якщо й інші Продавці також знижують ціни. На перший план замість цінової конкуренції висувається конкуренція за споживача товарів. Щоб заінтересувати споживача, необхідно гнучко й оперативно реагувати на його потреби, поліпшувати сервіс, підвищувати якість товару, надавати інші послуги. Споживача дедалі більшою мірою цікавить не стільки ціна, скільки якість товару, його післяпродажна експлуатація й обслуговування.

Таким чином, *важливою економічною передумовою активного втручання підприємця в ринкові відносини стала олігополія.*

Другим, не менш важливим фактором виникнення маркетингової діяльності є швидкі темпи науково-технічного прогресу. Сучасний НТП, з одного боку, забезпечує величезну різнорідність товарів, а з іншого — виключно високі темпи їх оновлення. Наприклад, на ринку ЕОМ поява нової моделі веде до того, що вже через 18 місяців конкуренти пропонують аналогічну, а через 36 місяців ця модель замінюється принципово новою, досконалішою.

НТП переносить боротьбу за споживача з ринку у сферу наукових досліджень, які зосереджуються на вивченні потреб споживачів, Ідо постійно змінюються під впливом швидкого розвит-

ку продуктивних сил, на розробці та виготовленні нових товарів, нових послуг, які привертали б споживача.

Третьою важливою передумовою маркетингової діяльності стає розвиток транспорту, зв'язку, засобів науково-технічної інформації. Завдяки цьому фактору стало можливим оперативно реагувати на зміни потреб і коливання ринкової кон'юнктури.

Останнє: прискорення впровадження маркетингу були зумовлене економічними кризами надвиробництва. Зокрема вирішальним поштовхом стала глибока криза 1929-1933 рр., яка примусила шукати нові, ефективніші форми життєдіяльності капіталу. Криза «надвиробництва» товарів та пошук шляхів виходу з неї привели до заміни пріоритету «ринку виробника» пріоритетом «ринку споживача». Відбулася глибока прив'язка виробництва до споживача. В цьому якраз і полягає головна суть маркетингу.

Суть маркетингу

В економічній літературі маркетинг, як правило, пов'язують з ринковою діяльністю підприємства. Підприємство, яке будує свою господарську діяльність відповідно до принципів маркетингу, має специфічну структуру. Вона відрізняється від тієї, що прийнята *в* нашій вітчизняній практиці. В центрі уваги стоять не виробничі питання, а питання збуту: першою особою після директора є не головний інженер чи технолог, а маркетинг-директор — посадова особа, що формує ринковий успіх підприємства в умовах конкурентної боротьби за покупця. Однак зводити сучасний маркетинг лише до суто ринкової діяльності було б помилковим. Справа в тому, що економічний розвиток спричинив і зміну поглядів підприємців на свою діяльність і ринок. Сьогодні в економічній літературі дається така періодизація підходів до ринкової комерційної діяльності, тобто до маркетингу.

Починаючи з 60-х років минулого і аж до 30–х років нинішнього століття в маркетинговій діяльності підприємств переважала так звана товарна орієнтація, тобто намагання поліпшити якість товарів без істотного врахування інших потреб (смаків, попиту й т. п.) споживачів. Передбачалося, що головним у боротьбі за споживача є пропонування на ринку кращих і якісніших товарів. Звичайно, така концепція мала багато переваг, оскільки була спрямована на насичення ринку добротними товарами й сприяла поліпшенню задоволення потреб населення. Однак вона

мала й певні небажані для підприємства наслідки. Про це можна судити з такого прикладу.

У зазначений вище період відома американська корпорація «Дюпон», витративши 700 млн. дол., розробила «кевлар» — волокно, міцніше за сталь, яке водночас було досить гнучким. Створивши цей чудовий продукт, компанія почала шукати споживача. Втрати при цьому були досить значними, тому що важко було дізнатися у людей, чи бажають вони купити те, чого ніколи не бачили і чого ніколи не потребували. Уейт Сміт, керівник проекту маркетингу для «кевлара», говорив: «Ми звикли винаходити вироби, які вважаємо чудовими, і закликали: «Ей, ось воно! Весь світ, поспішайте купувати!» Тепер ми запитуємо: «Дорогий споживач, чого ви потребуєте?» Сьогодні ми робимо те, що можемо продати».

Поліпшення якості існуючих і розробка нових виробів вимагали широкої інформації населення про відмітні характеристики цих товарів. Тому не випадково в 30–50-ті роки на перший план висувається концепція «збутової орієнтації» маркетингу. В цей час у розвинутих капіталістичних країнах виробництво досягло такого рівня, що стало здатним швидко насичувати ринок різноманітними товарами. Проблема полягала не стільки у виробництві, скільки в реалізації товарів. Збутова орієнтація маркетингової діяльності саме й передбачала забезпечення максимізації продажу з допомогою реклами та інших методів впливу на покупця з метою заохочення його до здійснення покупки.

Боротьба за споживача у сфері торгівлі існувала завжди, актуальною вона є й нині. Однак розвиток суспільного виробництва, зокрема науково-технічного прогресу, висуває в 50-60-ті роки іншу концепцію маркетингу, яка дістала назву «ринкової орієнтації». Суть її полягає в детальному аналізі ринку з метою виявлення товарів, що користуються підвищеним попитом, і забезпечення максимуму продажу саме цих товарів. Дана концепція не заперечує двох названих вище. Але від них вона істотно відрізняється тим, що в ній йдеться про виробництво і продаж нових, якісніших товарів, для яких заздалегідь відомі споживачі й реалізація яких не стане проблемою.

У цьому плані цікавими *е* спогади відомого американського бізнесмена Ірвіна Шелінгера, головного керівника корпорації «Грехем Філд», який за своє життя заснував дві успішно функціонуючі фірми. Він розповідав, що шість місяців спеціально працював у

медичному центрі лікарні «Монтефіорт», яка знаходиться в Нью-Йорку, з тим щоб дізнатися, які вироби можна поставити на потік. І знайшов один. Фірма розробила систему для індикації при стерилізації інструменту. Нічого подібного на ринку не було. Фірма виросла практично з нуля до компанії з оборотом 25 млн. дол.

Концепція «ринкової орієнтації» стала можливою лише завдяки науково-технічному прогресу, який дає змогу оперативно й швидко переорієнтуватися на серійне виробництво саме тих товарів, на які існує підвищений попит. Масовий випуск цих товарів забезпечує фірмі високі доходи. Водночас він означає краще задоволення потреб споживачів.

Приблизно з середини 60-х років у своїй діяльності підприємства стали переходити від «ринкової орієнтації» до «маркетингового управління». Це — принципово нова концепція, яка широко використовується і сьогодні. Суть її полягає в довгостроковому (перспективному) плануванні й прогнозуванні, що спирається на дослідження ринку, товару й покупців; у використанні комплексних методів формування попиту й стимулювання збуту; в орієнтації на «ринкові новинки», які задовольняють вимоги старанно «вирахуваних» потенційних покупців.

Таким чином, нинішня діяльність підприємств на ринку не заперечує, а навпаки, включає всі ті методи маркетингу, які застосовувалися раніше, й розвиває їх. Вона передбачає детальне вивчення кожного споживача, його інтересів і потреб, і на основі цього — розробку довгострокової цільової організації виробництва, розрахованого на конкретну особу. Така концепція маркетингу нерідко називається соціально-етичною, оскільки вона полягає у глибокому аналізі не лише потреб, а й нахилів, звичок окремих споживачів і орієнтацію виробництва на їх задоволення. Тобто йдеться про потреби не суспільства в цілому, а окремого споживача. Задоволення суспільних потреб досягається через реалізацію інтересів кожного члена суспільства.

Звичайно, розглянута організація маркетингу вимагає «індивідуалізації виробництва», тобто планування випуску такого асортименту продукції, якого потребують окремі особи відповідно до свого віку, стилю життя, стану здоров'я і т. д. Саме в цьому і проявляється соціальна спрямованість виробництва, саме таким чином відбувається становлення соціально орієнтованої ринкової економіки.

В економічній літературі даються різні визначення маркетингу. За словником ділових термінів інституту Гамільтона (США), маркетинг — це економічна діяльність, спрямована на просування товарів і послуг від виробника до споживача.

Американська маркетингова асоціація пропонує дещо ширше визначення: маркетинг являє собою процес планування і втілення замислу ціноутворення, просування і реалізацію ідей, товарів, послуг шляхом обміну, що задовольняє цілі окремих осіб і організацій. Цікавим є ще ширше визначення маркетингу, яке дав Дж. Р. Еванс: маркетинг — це орієнтована на споживача інтегрована цільова філософія фірми, організації чи людини. Ф. Котлер визначає маркетинг як вид людської діяльності, спрямований на задоволення потреб через обмін.

У збірці «Як досягти успіху» (М., 1991) зазначається, що маркетинг — це система управління діяльністю фірми щодо розробки, виробництва і реалізації товару на основі вивчення ринку і з метою одержання прибутку.

Різнобій у визначенні маркетингу існує й нині. Виходячи з суті сучасного маркетингу, можна запропонувати таке його визначення. **Маркетинг — це комплекс взаємопов'язаних і науково обґрунтованих форм і методів господарювання в умовах цивілізованої ринкової економіки, що охоплюють всі стадії руху товару, починаючи з вивчення потреб і попиту, виробництва товарів і надання послуг різного роду, доведення їх до кінцевого споживача і закінчуючи організацією післяпродажного обслуговування (аж до утилізації).**

Таким чином, найважливішим елементом маркетингу є аж ніяк не збут, не обмін. Реалізація товару — це лише вершина маркетингової діяльності. Продаж, збут — одна з його функцій, причому здебільшого не найістотніша. Якщо підприємець добре опрацював такі розділи маркетингу, як виявлення споживацьких потреб, розробка необхідних товарів і установлення на них відповідної ціни, налагодження системи їх розподілу й ефективного стимулювання, такі товари реалізовуватимуться легко.

Провідний американський теоретик з проблем управління П. Друккер підкреслював, що мета маркетингу — зробити зусилля щодо збуту непотрібними. Головне — так добре вивчити клієнта і дати йому зрозуміти, що товар або послуга будуть обов'язково потрібні йому і тоді вони продаватимуть самі себе.

Одним із важливіших принципів маркетингу є *всебічне і глибоке пізнання ринку, зростаючих запитів споживачів.* Діяльність маркетів на ринку здійснюється за принципом: не просто «споживач завжди правий», а «споживач — король».

Не менш важливим у маркетинговій діяльності є також *пристосування до ринку, випуск товарів, що відповідають попиту.* Суть цього принципу нерідко виражається різноманітними висловлюваннями типу: «відшукайте потреби і задовольніть їх», «виробляйте те, що можете продати, замість того, щоб намагатися продати те, що можете виробити», «любіть клієнта, а не товар», «хай буде по-вашому» та ін. Підсумовує подібний підхід девіз багатьох американських торгових фірм: «Робити все, що в наших силах, щоб максимально відшкодувати кожний витрачений клієнтом долар значною цінністю, якістю і задоволеністю».

Маркетингова діяльність має здійснюватися таким чином, щоб *впливати на ринок, активно формувати попит* (через рекламу, виготовлення нових товарів, «створення» споживачів). Це також один із основних принципів маркетингу.

Названі принципи фактично означають новий підхід до підприємницької діяльності. Суть цього підходу досить чітко сформульована американським науковцем Ф. Котлером. На його думку, концепція маркетингу стверджує, що запорукою досягнення цілей організації є з'ясування нестач і потреб цільових ринків і забезпечення їх задоволення більш ефективними, ніж у конкурентів способами.

Характеризуючи маркетинг як принципово новий підхід до ринкової діяльності фірм, інший американський маркетолог Т. Левітт підкреслює, що на відміну від звичайної комерційної діяльності, яка зосереджена на реалізації інтересів продавця, в центрі маркетингу знаходиться покупець з його потребами.

Маркетингова фірма всю свою діяльність підпорядковує задоволенню потреб клієнтів (покупців), одержуючи прибуток саме завдяки створенню і підтримці споживацького попиту.

Таким чином, *основою для досягнення цілей фірми — одержання прибутку — є орієнтація всієї господарської діяльності на потреби споживача і їх задоволення.*

Прикладом того, що саме цей підхід створює широкі можливості для розвитку фірми, може бути відома американська корпорація «Макдональдс». Вона являє собою мережу підприємств гро-

мадського харчування з швидким обслуговуванням. Основне блюдо, що пропонується, — рублені біфштекси. Ф. Котлер наводить такі дані: за 28 років свого існування фірма «Макдональдс» зуміла продати 40 млрд. порцій біфштексів. Вона має близько 5500 торгових точок (1100 — за кордоном), міцно володіє 18% ринку громадського харчування з швидким обслуговуванням, набагато випереджаючи своїх конкурентів. Так, найближчий конкурент — фірма «Бергер кінг» утримує всього 5,7% ринку. Завойовано це лідерство завдяки ретельно продуманій маркетинговій програмі, що передбачає заходи щодо поліпшення обслуговування людей, пристосування до потреб споживачів, які постійно змінюються.

До появи закусочних «Макдональдс» американець міг одержати рублений біфштекс у ресторані або дешевому ресторані-закусочній. У багатьох місцях біфштекси були невисокої якості, клієнт стикався з повільним обслуговуванням, непривабливим оформленням приміщень, непривітним обслуговуючим персоналом, антисанітарією, гомінким оточенням тощо.

Застосовану в «Макдональдсі» стратегію маркетингу можна виразити трьома словами: якість, сервіс, чистота. Відвідувачі заходять у бездоганно чисте приміщення, підходять до привітної розпорядниці, роблять замовлення і не пізніше ніж за 5 хв. одержують смачний біфштекс і тут же можуть його чи з'їсти, чи забрати з собою.

Крім простого задоволення потреб, корпорація майстерно освоїла мистецтво маркетингу й в інших напрямах. Вона ретельно вибирає місця для розміщення нових підприємств, забезпечує ґрунтовну підготовку керівників закладів у своєму так званому «Біфштексовому університеті», за допомогою постійних опитувань відвідувачів стежить за якістю блюд і сервісом та докладає чималі зусилля на вдосконалення технології приготування біфштексів, маючи на увазі спрощення виробничого процесу, скорочення затрат і часу обслуговування.

З самого визначення маркетингу випливає, що він являє собою багатогранну діяльність. У ній беруть участь: виробник товару, відділ маркетингу, який безпосередньо діє на ринку (в межах існуючих у нас структур підприємств такий відділ має бути створений); посередник (агент, оптовик, ділер), котрий забезпечує реалізацію товару підприємства на ринку (у деяких випадках можливий прямий контакт «відділ маркетингу — кінцевий споживач»);

колективний споживач (організація — покупець товару виробничого призначення); кінцевий споживач (у випадку реалізації товарів індивідуального споживання — особа чи сім'я; в умовах реалізації товарів виробничого призначення — персонал, який безпосередньо використовує товар, куплений колективним споживачем).

Фундаментальні відділи маркетингу почали створюватися у капіталістичних країнах на початку нинішнього століття. В США, наприклад, перші маркетингові організації з'явилися у 1908 р.: у великих фірмах стали створюватися відділи маркетингу. В Мічиганському, Гарвардському та інших університетах США були введені самостійні навчальні курси маркетингу, які тоді ще зводилися до розробки питань збутової діяльності. В 1926 р. починає діяльність Національна асоціація маркетингу й реклами, на базі якої створюється Американське товариство маркетингу, перейменоване в 1973 р. в Американську асоціацію маркетингу. Згодом виникають регіональні та міжнародні маркетингові організації в Західній Європі, Японії. Це — Європейське товариство дослідження маркетингу й громадської думки, Європейська академія маркетингу та ін. Створюється також Світова асоціація маркетингу. На принципах маркетингу сьогодні здійснюють свою управлінську діяльність більшість великих фірм США, Західної Європи, Японії та інших країн.

На маркетинг у світі витрачаються сотні мільярдів доларів. За даними американських дослідників, ці витрати досягають приблизно 50% ціни багатьох товарів. У США затрати на рекламу становлять близько 100 млрд. дол. на рік. Тут від 1/4 до 1/3 зайнятих у цивільних галузях працівників беруть участь у маркетинговій сфері.

Маркетинг у вітчизняній науці

Ставлення нашої вітчизняної економічної науки до маркетингу послідовно пройшло ряд фаз, досить типових для дослідження теорії і практики капіталістичного господарювання в умовах колишнього Радянського Союзу.

Перший етап — середина 60-х років — це період, коли основні теоретичні дослідження прикладного характеру розвивалися в капіталістичних країнах під впливом комплексу факторів, обумовлених науково-технічною революцією. В цей період переважна більшість вітчизняних економістів розглядали маркетинг

як один з інструментів капіталістичних підприємств, спрямований на досягнення класових цілей буржуазії за рахунок пограбування й обдурювання трудящих. Такий підхід майже повністю заперечував позитивні елементи маркетингу. При цьому як антипод останнього і як доказ проти використання його механізму в нашій країні в більшості праць, у тому числі й в офіційних матеріалах, пропагувалися «переваги» централізованої системи розподілу й обігу товарів народного споживання.

На другому етапі (70–ті — початок 80-х років) відбувалася послідовна переоцінка ролі та значення маркетингу як інструменту управління комерційними відносинами, як основної концепції ринкової економіки, на котрій базується її регулювання. Саме в цей час у працях окремих економістів стали з'являтися об'єктивні оцінки маркетингу, при цьому пануючим стає розгляд всієї його багатогранності. Дедалі більше спеціалістів виділяють корінні й важливі елементи маркетингу і вбачають в його інструментаріях, заходах і методах систему важелів і стимулів, потенційно сприйнятну для використання в сучасних умовах.

Останній етап — з середини 80-х років — характеризується переважно новим сприйняттям вітчизняними економістами маркетингу в усіх його проявах. Причому багато спеціалістів вважають, що за всієї важливості теоретичних розробок у цій галузі треба, не очікуючи завершення наукових дискусій, переходити до практичного його освоєння. Однак слід підкреслити, що масове впровадження маркетингу, яке спостерігається нині, несе з собою реальну загрозу некваліфікованого його використання або (це ще більш вірогідно) простого перейменування попередньої діяльності відповідно до модної термінології (приміром, відділ збуту на підприємстві стане називатися відділом маркетингу), що аж ніяк не поліпшить результати господарської діяльності, але дискредитує сам метод.

Для того щоб, маркетинг не спіткала доля багатьох управлінських нововведень, необхідно з'ясувати, що він утілює, крім ідеї (досить простої, як і основних ідей переважної більшості концепцій управління), і що робить його однією з найпопулярніших концепцій управління в сучасних умовах.

§ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА ПІДПРИЄМСТВА, ОРІЄНТОВАНОГО НА МАРКЕТИНГ

Необхідність застосування маркетингових методів удосконалення виробництва

Маркетингові форми господарювання в нашій країні до останнього часу не мали належного розвитку. Основна причина цього — командно-адміністративна система, яка сковувала ініціативу підприємств, не дозволяла їм самостійно діяти, виходячи з вивчення ринку й попиту споживачів. Команда зверху — ось що було абсолютним законом управління підприємством.

Все це дуже звужувало маркетинг, не давало його принципам проникати у саме виробництво. Тому розглядаючи організаційну структуру підприємства, орієнтованого на маркетинг, ми забігаємо трохи вперед. Це — проблема найближчого майбутнього, з якою зіткнеться кожне скільки-небудь велике підприємство. До цього неминуче ведуть ринкові відносини.

Існує думка, що сьогодні, коли ми на кожному кроці стикаємося з дефіцитом, нам «не до маркетингу», що треба більше виробляти хоча б чого-небудь, а не вишукувати якісь маркетингові методи вдосконалення виробництва. Такі міркування *е* глибоко помилковими. Без маркетингу не можна позбавитися дефіциту. Про це переконливо доводить наш вітчизняний досвід.

Не так давно в умовах командно-адміністративної системи ми були свідками дефіциту за достатку: в магазинах полиці були завалені взуттям, одягом, але купити були нічого, тому що переважна більшість товарів щодо їхньої якості, моди тощо не відповідала вимогам споживачів. Це ж стосувалося й засобів виробництва. Сьогодні у нас немає сучасного обладнання, необхідного для того, щоб вивести економіку з кризового становища. Це — результат бюрократичних методів господарювання, байдужого ставлення до того, що виробляється, до інтересів і потреб людини.

Подолати це трагічне для нашого господарства явище можна лише шляхом докорінної перебудови всього господарського механізму на основі досвіду, нагромадженого у розвинутих цивілізованих країнах світу. Формування ринкової економіки об'єктивно цього вимагає: немає потреби доводити, що жодна фірма

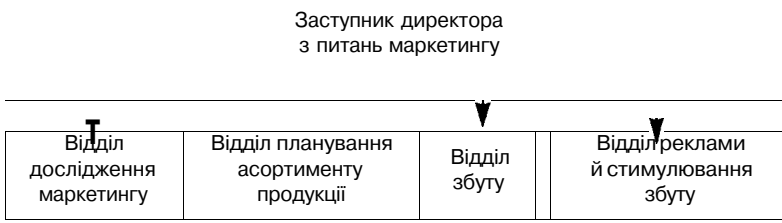
не зможе здійснювати виробництво заради виробництва, тому що це неминуче призведе її до банкрутства. Пожвавлення товарних відносин, активізація приватного сектора економіки, демократизація економічного життя в цілому, безперечно, вимагають упровадження маркетингових форм господарювання.

Не менш важливим є й такий аспект. В Україні нині склалася така структура суспільного виробництва, яка визначалася центральними господарськими органами колишнього Союзу, тому значна частина базових галузей не була зорієнтована на місцеві потреби, вона працювала на інші республіки. Докорінно змінюється ситуація в сучасних умовах. Створення національної економіки України вимагає істотних структурних зрушень, з тим щоб підпорядкувати народне господарство передусім задоволенню потреб українського народу.

Все це переконливо доводить, що вже сьогодні треба закласти міцне наукове підґрунтя ведення сучасного господарства, з тим щоб забезпечити кожного споживача необхідною йому якісною продукцією.

Організаційна структура служби маркетингу

Орієнтація підприємства на ринок передбачає подальше вдосконалення його організаційної структури. Важливішим новим моментом стає створення на підприємстві служби маркетингу. Організаційну структуру даної служби можна представити такою схемою:

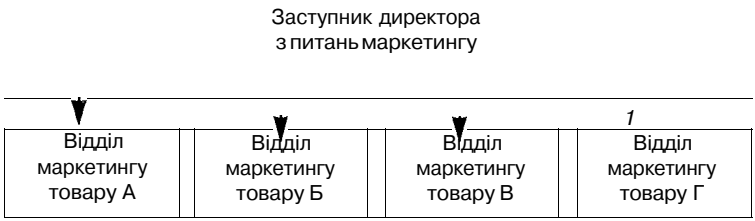


Така структура дає можливість згрупувати співробітників служби маркетингу за функціональною спеціалізацією. Їхня діяльність координується заступником директора з питань маркетингу. На підприємстві це — перша після директора особа. Він несе відповідальність за всю організацію маркетингу: починаючи з наукових досліджень ринку і споживача, визначення асорти-

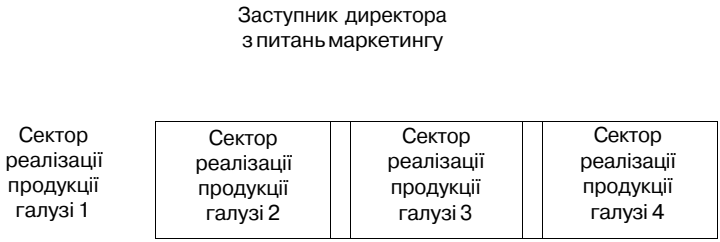
менту виробництва й цін і закінчуючи збутом продукції та післяпродажним сервісом.

Наведена структура служби маркетингу характерна для підприємств з високим рівнем спеціалізації, коли є одна провідна ланка діяльності, стосовно якої й організовується маркетинг. Централізація маркетингу також характерна для малого бізнесу.

Інша структура служби маркетингу може бути застосована на крупних підприємствах з багатопрофільним виробництвом. Якщо на підприємстві виробляються певні товари (А, Б, В, Г), то щодо кожного з них має бути організований маркетинг. Тоді структура цієї служби матиме такий вигляд:



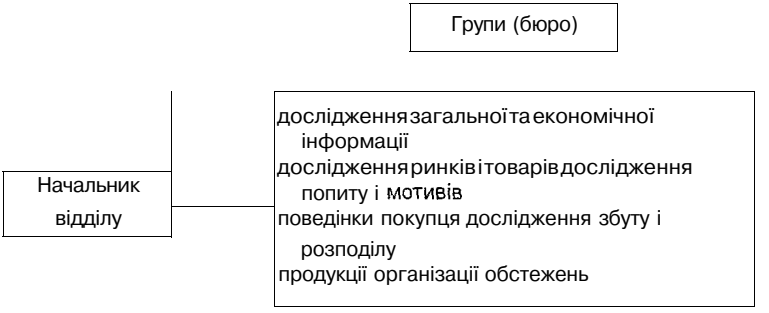
Структура служби маркетингу на підприємстві може бути побудована відповідно до окремих ринків реалізації продукції. Якщо, наприклад, продукція підприємства реалізується в декількох галузях народного господарства, то службу маркетингу можна представити таким чином:



Якщо, приміром, тракторний завод поставляє трактори в сільське господарство, будівництво, галузі машинобудування та гірничодобувні, в оборонну промисловість і т, д., то зрозуміло, що кожна з цих галузей має свої особливості, перспективи розвитку, тому кожна з них ставить певні вимоги до тракторних заводів, їх треба вивчати і відповідно реагувати.

Тепер розглянемо організацію безпосередньо окремих відділів маркетингу. Повернемося до першої схеми відділів і охарактеризуємо діяльність кожного з них.

Структуру відділу дослідження маркетингу можна представити так:



Робота *групи дослідження загальної та економічної інформації* полягає головним чином у збиранні даних переважно (але не виключно) з опублікованих джерел, які становлять інтерес для керівництва маркетингом і підприємством у цілому. Одержану інформацію можуть використовувати всі інші підрозділи підприємства.

Спеціалісти *групи дослідження ринку і товарів* аналізують потенційні можливості ринку, зіставляють одержані дані з виробничими ресурсами підприємства з метою пошуку нових сфер застосування тієї продукції, що випускається, а також розроблення нових або вдосконалених вже існуючих виробів.

Ця група також аналізує діяльність конкурентів." їхні цілі, організаційну структуру підприємства, застосовувану цінову політику тощо. Особливо це важливо при експорті продукції. Що ж стосується внутрішнього ринку, то робота в цьому напрямку фактично зведена до мінімуму, оскільки конкуренція у нас ще тільки зароджується.

Група вивчення збуту і розподілу продукції здійснює статистичний аналіз продажу, прогнозування збуту, вивчення каналів розподілу продукції, аналіз позавиробничих витрат, підготовку пропозицій щодо вдосконалення реклами, стимулювання й організації збуту продукції.

Група дослідження попиту й мотивів поведінки покупців організовує і контролює діяльність спеціалістів, що займаються опиту-

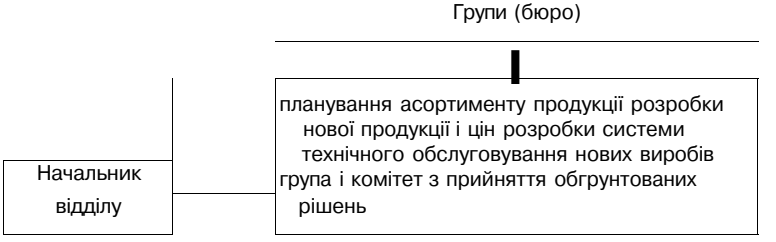
ванням споживачів і є позаштатними співробітниками підприємства. Тут же здійснюється розсипка різних анкет, проводиться опитування споживачів по телефону. Ця група відповідає за своєчасне подання зовнішньої інформації.

Характер роботи начальника відділу досліджень маркетингу залежить від величини і функцій відділу. Загалом же він планує діяльність усіх груп, розробляє програми досліджень і розподіляє роботу між групами. Значну допомогу відділ одержує від інформаційно-обчислювального центру.

Начальник відділу звітує перед заступником директора з маркетингу. Заступник директора, *в* свою чергу, визначає, які звіти мають бути представлені директору підприємства.

Відділ дослідження виконує консультативну функцію і в багатьох випадках постачає керівництву дані, на базі яких будується стратегія щодо виробництва ринкової продукції.

Ще один відділ служби маркетингу на підприємстві — відділ планування асортименту продукції. Його структуру можна представити таким чином:



Планування асортименту продукції є невід'ємною частиною маркетингу. Воно передбачає координацію цілого ряду взаємопов'язаних видів діяльності: науково-технічних робіт і дослідження маркетингу, організації збуту і розподілу продукції, рекламної роботи і стимулювання попиту.

Розглянемо детальніше роботу кожної з груп даного відділу.

Група планування асортименту продукції розробляє річну виробничу програму, використовуючи дані відділів дослідження маркетингу, науково-технічних досліджень і виробничого, інформацію про можливості підприємства. Вона дає рекомендації про необхідні наукові дослідження, консультації з традиційних і нових способів застосування виробу. Ця група на випадок розробки нової продукції виробничого призначення може бути

укомплектована кваліфікованими інженерами. Вона пропонує вдосконалення тих виробів, що випускаються, розробку нових і зняття з виробництва старих виробів. У її компетенцію також входить проведення контролю за спадом і піднесенням попиту та здійснення аналізу змін у товарних пропозиціях конкурентів.

Група розробки нової продукції визначає характеристики нової продукції та її упаковки.

Група цін здійснює розрахунок цін нових виробів і формування цін за їх модифікації. В її компетенцію входить аналіз витрат виробництва і збуту продукції. Для цього підтримується зв'язок з планово-диспетчерськими, проектними, конструкторськими та іншими відділами.

Група технічного обслуговуваний нових виробів — це фактично група, що виробляє рекомендації з формування виробничої інфраструктури з метою найефективнішого використання нового обладнання.

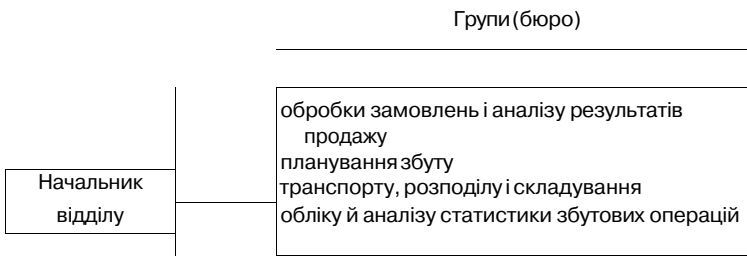
Група і комітет з прийняття обгрунтованих рішень. Не випадково тут подвійна назва. Справа в тому, що для прийняття обгрунтованих рішень на підприємствах доцільно, крім окремих груп, створювати ще й комітети. Останні скликаються один раз на місяць. Комітет не займається питаннями повсякденного планування й управління виробництвом та збутом продукції. Головне його завдання полягає у вивченні асортименту продукції, що випускається, в знятті з виробництва неефективних виробів або їхніх моделей, у визначенні необхідних досліджень для створення нових або модифікації існуючих виробів, у затвердженні планів і програм розробки нової або вдосконалення існуючої продукції, у виділенні асигнувань на затверджені програми й плани. *Як* постійні члени в комітет входять: заступник директора з питань маркетингу, заступник директора з виробництва, начальники відділів збуту й фінансів, заступник директора з питань науково-технічних досліджень.

Одним із важливих відділів маркетингу на підприємстві є відділ збуту. Організаційна структура цього відділу може бути різною. Це передусім залежить від того, як відбувається реалізація продукції: за договорами, через оптові бази, фірмові магазини, роздрібну торгівлю. На підприємстві можна використати одну з чотирьох форм організації відділу збуту:

1) функціональну;
2) регіональну;

3) за товарними групами;
4) за групами покупців.

Перша форма (*функціональна*) організації відділу збуту застосовується переважно на дрібних і середніх підприємствах, які реалізують один або обмежену кількість однойменних товарів через однакові канали. Відділ збуту на цих підприємствах матиме таку структуру:

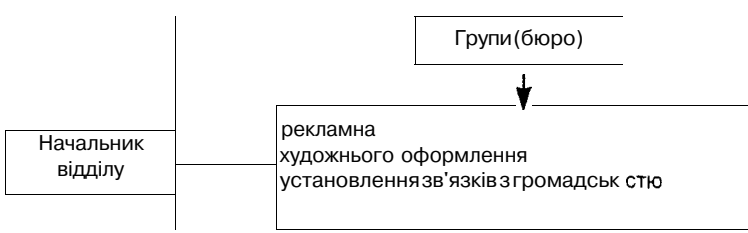


Регіональна форма організації збуту передбачає виділення декількох окремих груп, які займаються всіма функціями збуту, тобто об'єднують у собі всі зазначені групи для реалізації продукції на певній обмеженій території.

Спеціалізації за товарними групами відповідає така організаційна структура відділу збуту, коли кожна група займається обробкою замовлень, вибором форм доставки й розподілу відповідних товарів. Вона дає істотний ефект на підприємствах, що виробляють широкий асортимент споживацьких товарів.

Для підприємств, що випускають товари виробничого призначення, найефективнішою є організація відділу збуту за *різними групами споживачів,* що належать до певної галузі ринку. Робота в кожній такій групі вимагає особливого комплексу спеціальних технічних знань і здійснення всіх функцій щодо збуту продукції.

І, нарешті, **відділ реклами й стимулювання** збуту. Структурну його побудову можна представити такою схемою:



Як бачимо, до даного відділу входять декілька груп: *рекламна,* яка здійснює вибір засобів і методів реклами; *група художнього оформлення,* що проектує товарні знаки, каталоги, рекламні тексти і т. д., оформляє виставки, експозиції та вітрини; *група установлення зв 'язків з громадськістю.*

Така приблизна організація служби маркетингу на підприємстві, яка може бути прийнятна для нашої економіки.

Запитання та завдання для обговорення

1. Тривалий час серед наших економістів панувала думка, що маркетинг — це витончена буржуазна система «видавлювання поту». А яка ваша позиція? Обгрунтуйте її.

2. Чим відрізняється маркетинг від комерційної діяльності щодо збуту?

3. Ви збираєтеся пообідати у студентському кафе «Берізка». Застосуйте до даної ситуації поняття «товар», «обмінна угода», «ринок».

4. У чому суть і особливості сучасної концепції маркетингу?

5. Не так давно планово-адміністративна система у вітчизняній економічній літературі представлялася як набагато прогресивніша порівняно з маркетингом. А як ви думаєте? Поміркуйте, обгрунтуйте свою думку з приводу цього.

6. Чи сумісний маркетинг з централізованим регулюванням економіки? Обгрунтуйте свою думку.

7. У чому полягають принципові відмінності підприємства маркетингового типу від звичайного державного підприємства?

8. Охарактеризуйте службу маркетингу на підприємстві.

Глава 16. ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ

§ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ

Основні етапи дослідження

Центральне місце в маркетинговій діяльності займає дослідження ринку. Адже саме на ринку найбільш чітко виявляються попит на ті чи інші товари, інтереси і потреби споживачів. Вивчення їх є головним завданням для кожного підприємця.

На ринку завжди присутні чотири «господарі»: попит, пропонування, ціна, конкуренція. Однак жоден з них не піддається строгому плануванню. Наприклад, попит як представлену на ринку потребу в товарах не можна планувати хоча б тому, що він включає в себе не лише матеріально-вартісні, а й духовні засади. Попит формується під впливом великої кількості факторів, частина яких не може бути виміряна на стадії розробки плану (мода, психологічні, естетичні, соціальні фактори). Він походить від людини, в поведінці якої на ринку дуже багато суб'єктивного, непередбаченого.

Ціна також непідвладна адміністративному впливу. Вона залежить від вартості та корисності товару, попиту й пропонування.

Так само і пропонування товарів не можна чітко установити, оскільки воно визначається поставками продукції і нормативними запасами.

Якщо поставки продукції можна спланувати (хоча наша практика свідчить, що плани поставок часто не виконуються), то товарні запаси лише нормуються, бо вони прямо залежать від попиту, а саме попит — величина, точно не визначена.

Все це свідчить про те, що на тривалий (плановий) період повною мірою передбачити елементи ринку неможливо. Ринок треба вивчати постійно й оперативно реагувати на його кон'юнктуру.

Отже, маркетингове дослідження ринку означає насамперед визначення об'єктивних економічних тенденцій його розвитку: попиту, пропонування, ціни, стану конкуренції тощо. Це положення має велике значення. Воно застерігає від надмірного волюнтаризму, який спостерігався у нас протягом тривалого періоду і проявлявся в численних спробах відмінити дію законів

економіки, адміністративними командами установлювати ціну, визначати обсяг пропонування товарів тощо.

Дослідження в галузі маркетингу можуть бути постійні й епізодичні. Систематичне проведення досліджень має істотне значення, бо підприємство при цьому одержує можливість оперативно змінювати свою політику у разі відповідних змін в основних факторах, що визначають попит. Водночас багато ситуацій маркетингу своєрідні (наприклад, надходження на ринок нового товару), що вимагає проведення окремих спеціальних досліджень. Можна виділити такі основні етапи дослідження маркетингу:

1. Обгрунтування необхідності проведення дослідження.

2. Аналіз факторів, що обумовили потребу в інформації, і формулювання проблеми.

3. Чітке формулювання цілі дослідження.

4. Визначення необхідних вихідних даних, методів їх збору і видів аналізу, які слід провести.

5. Збір даних: а) складання плану вибіркового обстеження (при використанні вибіркового методу); б) збір даних з другорядних джерел інформації — публікації в пресі і звітність підприємства, а також з первинних джерел — на місцях шляхом особистих інтерв'ю, опитування по телефону і розсилання поштою анкет.

6. Систематизація й аналіз даних.

7. Інтерпретація результатів і формулювання висновків і результатів.

8. Підготовка звіту про результати дослідження.

9. Аналіз прийнятих на основі дослідження заходів. До початку складання плану дослідження необхідно вивчити головні аспекти проблеми на основі аналізу вузького кола джерел даних і архіву підприємства, опитати керівництво підприємства і фінансові підрозділи. Інколи цінну інформацію вдається виявити навіть при поверховому перегляді опублікованих матеріалів. Одержавши необхідні дані, можна розробити детальний план із зазначенням видів інформації та джерел її одержання і скласти програму дослідження.

План повинен включати тимчасовий графік реалізації програми досліджень. Для цього важливо передбачити й оплату за комерційну інформацію, витрати на проведення опитування споживачів, розсилку поштових анкет, відрядження і телефонні розмови, пов'язані зі збором необхідних даних. У плані слід указати способи і методи збору кожного окремого виду інформації.

Збір даних є найбільш трудомістким і дорогим етапом дослідження маркетингу і вимагає особливої пунктуальності. Акцент має бути зроблений на вивчення опублікованих матеріалів, звітів та інших доступних і порівняно дешевих джерел. Якщо цих даних недостатньо, можна скористатися комерційною інформацією територіальних органів постачання і спеціальних кооперативів, проте вартість одержаної таким чином інформації значно вища. Безпосереднє опитування споживачів (особисті інтерв'ю) — найдорожчий метод збору даних. Він може бути замінений дешевшим — розсилкою анкет і опитуванням по телефону. Останні два методи дають, однак, менш точну інформацію. Тому вибір методів збору інформації має бути обгрунтований, з одного боку, з точки зору витрат, з іншого — корисності, достовірності одержаних даних.

Наступний етап дослідження маркетингу полягає в аналізі, оцінці та інтерпретації зібраних даних з метою одержання якомога результативнішої інформації. Тут можна виділити, по-перше, отримання відповідних середніх даних і дисперсії (зміщення); по-друге, складання комбінаційних таблиць для з'ясування найскладніших взаємозв'язків; по-третє, обчислення коефіцієнта кореляції і кореляційних відносин (ступеня тісноти зв'язку між показниками й факторами); по-четверте, проведення багатоваріантного аналізу даних з використанням таких статистичних методів, як регресивний, кореляційний та факторний аналізи і т. д. Аналітична робота дуже трудомістка, і для її виконання необхідно використовувати обчислювальну техніку.

Загальні методи дослідження ринку

На основі одержаних даних робляться висновки щодо основних тенденцій ринкової збалансованості і прогноз подальших перспектив збуту. При цьому доцільно скористатися досвідом західних фірм. Так, американські вчені рекомендують три основні методи аналізу ситуації на ринку.

Відповідно до першого методу остаточну оцінку ситуації на ринку робить призначене правлінням компанії «журі». Воно керується базою даних, яку надає управляючий збутом. Управляючий, в свою чергу, одержує їх від агентів по збуту, зіставляє із статистичними даними по ринку в цілому і на цій основі робить оцінку темпів зміни попиту на продукцію, яку передає «журі». Другий метод пов'язаний з використанням залучених зі сторони

спеціалістів-консультантів для внесення коректив у початкову оцінку збутового відділу компанії. Емпіричний прогноз тут поєднується з науковим, у результаті відпрацьовується остаточна оцінка майбутньої ситуації на ринку.

Третій метод застосовується за умови відносно обмеженого числа замовників. Він полягає в опитуванні безпосередньо замовника з метою виявлення його потреб, претензій і смаків. Наприклад, одна з оптових компаній США по збуту розчинників пластмас щорічно опитує 500 замовників, причому до опитувального листа додається невеликий подарунок (калькулятор тощо) для стимулювання заінтересованості адресата. Через тиждень компанія направляє нагадування з подякою за відповідь, яку ще не надіслали, і просить у випадку зайнятості відповісти на запитання по телефону. Одержавши таким чином 200 письмових відповідей, інші вона забезпечує через телефонні дзвінки й візитки.

Загалом групи і спеціалісти відділу дослідження маркетингу мають проводити роботу за такими напрямами:

1) дослідження ринку;
2) аналіз і прогнозування збуту;
3) дослідження товару;
4) аналіз діяльності конкурентів.

У процесі вивчення ринку мають бути визначені: його розмір і сегментація; розрахована питома вага товарів, що випускають конкуренти; установлена частка держзамовлення у загальному обсязі виробництва; досліджені структура, склад і організація робіт збутової мережі, що обслуговує ринок; проаналізовані загальноекономічні та інші зовнішні тенденції, які впливають на його структуру; запрогнозовано розвиток ринку. Всі питання, що стосуються ринку, мають досліджуватися окремо для товарів широкого споживання і товарів виробничо-технічного призначення. Аналіз ринку в загальному вигляді зводиться до кількісної оцінки наявного товарного пропонування й попиту і порівняння їх між собою за існуючого або прогнозованого рівня цін. Якщо між ними спостерігаються розходження, то робиться висновок про диспропорції ринку, з'ясовуються причини цих диспропорцій і шляхи їх усунення.

Дослідження попиту

Вивчення попиту або, за термінологією маркетологів, «аналіз споживача» — перший етап у дослідженні кон'юнктури ринків

збуту. В практиці маркетингу він ділиться на три складові: а) сегментація ринку; б) вивчення мотивів попиту споживачів; в) виявлення незадоволених потреб.

Сегментація ринку — це класифікація потенційних споживачів пропонованої підприємством продукції відповідно до особливостей якісної структури їх попиту. Вона базується на застосуванні різних критеріїв поділу споживачів на групи, що представляють різний за якістю й обсягом попит на окремі види й моделі товарів.

Сегментація ринку передбачає насамперед визначення меж територіальних ділянок ринку. З цією метою він розбивається на географічні зони (республіка, область, район, місто, населений пункт), характеристика яких дається за такими показниками: кліматичні умови, потреби, галузеві ознаки. Після того, як окреслені географічні зони, за звітними матеріалами міністерств і відомств, виконкомів можна досить точно визначити кількість і величину підприємств кожної зони збуту товару. На основі звітних даних підприємств, а також інформації про покупців оцінюються потреби кожного клієнта в товарах підприємства-виробника.

Далі ринок треба розбити на окремі сектори, виділивши групи основних покупців, які визначають диференціацію продукції і методи її збуту. Це дає змогу на практиці реалізувати принцип орієнтації на споживача. Наприклад, у маркетингу предметів споживання виділяються такі групи критеріїв сегментації:

географічні — географічні особливості попиту на продукти **в** різних регіонах, виходячи з історичних, кліматичних та інших особливостей. Треба виділити окремі райони, за якими вивчається ринок. Це — так звані сфери впливу:

демографічні — вік, стать, склад сім'ї, рівень доходів, професійна належність, освіта і т. д. Наприклад, обсяг ринку дитячих товарів визначається передусім кількістю дітей, ринок шкільних підручників — кількістю школярів у даній місцевості;

соціально-психологічні — різні соціальні та психологічні мотиви поведінки споживача («стиль життя», тип особистості). Приміром, одним треба щоденно сигарети, а іншим — шоколадне морозиво чи кава, у холостяків стиль життя й запити одні, а в багатосімейних — інші;

економічні — відмінності у попиті різних за рівнем доходів верств населення;

ставлення споживача до даного товару.

Масові дослідження різноманітності потреб споживачів дають змогу виділити численні варіанти й способи задоволення їхнього попиту. Кінцева мета таких досліджень полягає у визначенні сегментів ринку, для яких доцільне застосування різних стратегічних планів маркетингу. Наприклад, сегментація ринку споживачів цигарок дає можливість знайти такі види попиту: на сорти з низьким вмістом нікотину, на міцний тютюн, на цигарки без фільтру і т. д.

Не існує єдиного методу сегментації ринку, який забезпечував би незаперечний успіх у пошуках потенційного споживача. Скажімо, виробник хлібобулочної продукції може сегментувати свій ринок за географічною ознакою або за видами споживачів (особисте споживання, школи, ресторани і т. п.).

Сегментація ринку засобів виробництва (включаючи сировину, матеріали, машини та обладнання) має цілий ряд особливостей порівняно з ринком предметів споживання. Основна характерна риса — це відносно обмежене число важливіших критеріїв сегментації. Так, при сегментації ринку засобів виробництва, як правило, рекомендується виділяти такі критерії: а) виробничо-економічні характеристики споживача; б) специфіку організації закупок, особливості запитів споживача; в) особисті характеристики осіб, що представляють підприємство-замовника.

Провіднурольвідіграють*виробничо-економічніхарактеристики* споживача. Вони включають: галузь, до якої належить підприємство-споживач; технологічний процес, що застосовується на підприємстві; розмір підприємства-споживача; економічний регіон, де розташований споживач засобів виробництва.

Слід окремо виділити роль такого критерію, як *технологія,* котрий фактично є вирішальним при виборі споживачем постачальника. Так, господарства, що застосовують передову технологію, орієнтуються переважно на провідних постачальників обладнання і матеріалів, продукція яких позитивно зарекомендувала себе на ринку. Вони виявляють попит на найскладніші види техніки, електронну апаратуру і т. п., надають перевагу дорожчим техніці й сировині, якщо останні мають вищу якість.

Друга група критеріїв пов'язана зі специфікою організацій закупок, особливостями запитів споживачів. Це, по-перше, певні вимоги у замовника щодо закупки засобів виробництва наприклад, швидкість поставок, особливі вимоги до параметрів облад-

нання і матеріалів; по-друге, фактори, що враховуються замовником у закупівельній політиці (умови оплати, методи розрахунків, централізація або децентралізація операцій щодо закупки та ін.); по-третє, форми взаємовідносин з постачальником (контрактна тривала основа, разові закупки тощо).

Третя група — це характеристики суб'єктів, що представляють підприємство-замовника. На ринках промислових матеріалів і обладнання, де укладаються крупні угоди, число замовників у кожного постачальника часто досить обмежене; при цьому один замовник може представляти цілий економічний район або навіть країну. В даних умовах підприємство-виробник розробляє не тільки «індивідуальну» схему сегментації ринку, а й нерідко особливу стратегію маркетингу для кожного індивідуального замовника. В ній враховуються не лише індивідуальні параметри останнього за наведеними вище критеріями, а й особисті якості керівників, у тому числі схильність до прийняття ризикованих технічно нових рішень, ставлення до змін у збутовій політиці, підхід до вибору продавця і т. д.

Поряд з сегментацією ринку величезне значення має вивчення мотивів попиту споживачів. Наприклад, один покупець магнітофона може керуватися мотивами дозвілля, тоді як для іншого він необхідний для виробничих потреб. Основна група мотивів, що визначають попит покупців на засоби виробництва, — це економічні мотиви: підвищення прибутковості на одиницю капіталовкладень, більш висока продуктивність нового обладнання та економія з його допомогою сировини й матеріалів. Економічні фактори визначають і попит того чи іншого сегмента на передову технологію у вигляді досконаліших машин і обладнання.

Одним з мотивів попиту споживачів на засоби виробництва може виступати також ритмічність їх поставок згідно з графіком і стандартами якості. Це має особливе значення для компаній із сучасним високотехнічним виробництвом, для галузей з безперервним технологічним циклом, а також для замовників обладнання, які здійснюють прискорену модернізацію і розширення виробничих потужностей. І навпаки, традиційні виробництва з тривалим виробничим циклом, що вимагають великих запасів сировини й матеріалів, пред'являють відносно менше претензій до ритмічності поставок.

До важливих факторів мотивації попиту у покупців машин і обладнання слід віднести їхню ціну, комплектність поставок та інжинірингових послуг, стабільність взаємовідносин з постачальником відповідно до загальноприйнятих норм.

Названі фактори мотивації попиту покупців засобів виробництва відносяться до найістотніших, але все ж вони не вичерпують усієї різноманітності форм і мотивів ринкової поведінки цього типу товарів. Додаткову роль відіграє цілий ряд критеріїв, починаючи з юридичних і політичних тенденцій і закінчуючи особистими мотивуваннями підприємств-покупців.

Заключним етапом вивчення попиту на ринку є виявлення незадоволених потреб. У практиці маркетингу використовується ряд підходів до визначення «ринкових ніш» незадоволеного попиту:

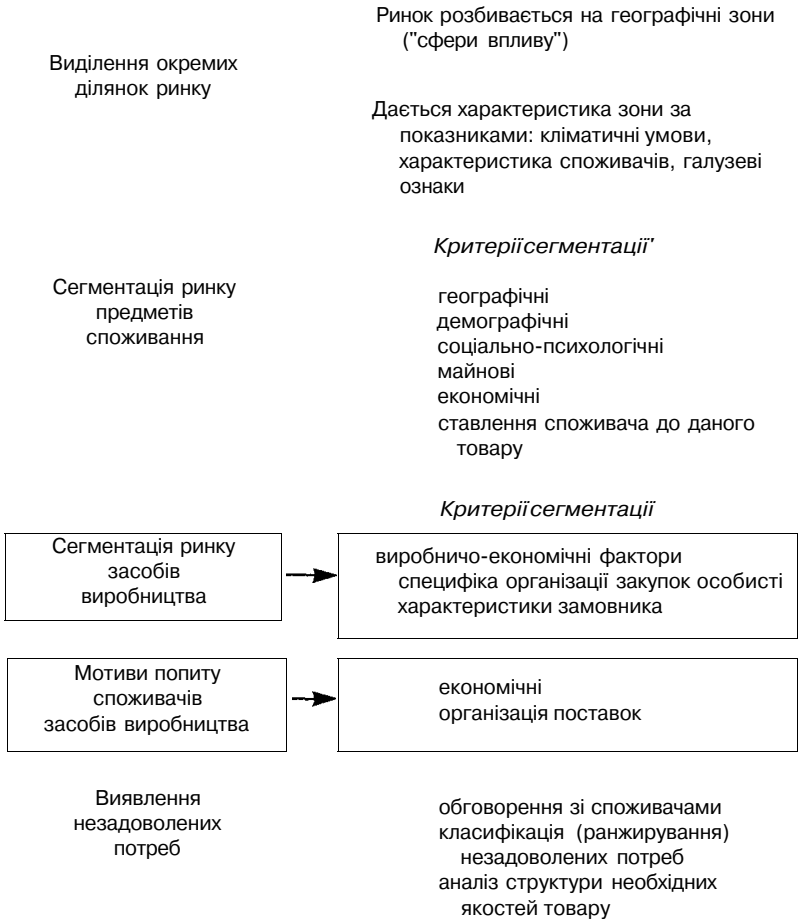
обговорення питань незадоволеного попиту з керівниками підприємств, які представляють найперспективніші сегменти ринку;

визначення проблем, з якими стикається використання даного типу продукції, після чого 100-200 фірм-замовників (або відповідне число індивідуальних споживачів) просять ранжиру вати виявлені проблеми за ступенем їхньої важливості, і відповідно розробляються заходи щодо вдосконалення продукції;

аналіз структури необхідних якостей і ступеня їх наявності У продукції, що поставляється.

Врахування інтересів споживачів не лише сприяє виявленню нових потреб, а й дає змогу одержати готові шляхи їхнього задоволення. Досвід розвинутих країн свідчить, що в деяких галузях більша частка нових моделей продукції розробляється самими споживачами. В США, наприклад, близько 80% нових моделей інструментів, що випускаються компаніями з виробництва наукової апаратури, розробляються самими науково-дослідними інститутами, які споживають дану продукцію.

У цілому дослідження ринкового попиту можна рекомендувати проводити за такою схемою:



Визначення ємності ринку і становища на ньому фірми

Після того, як здійснено поділ ринку на цілий ряд окремих сегментів, визначаються їхня ємність та вимоги до якості, ціни і форм післяпродажного обслуговування. Загальна приблизна характеристика ємності (обсягу) ринку — один з його найважливіших якісних показників.

Маючи загальш відомості про ринок, підприємство визначає своє місце на ньому. З цією метою проводиться аналіз і прогнозування збуту й попиту на товари, що поставляються підпри-

ємством на ринок. Насамперед необхідно з'ясувати свої виробничі потужності і можливості подальшого розвитку виробництва. Центральне місце тут займає аналіз продажу. Причому важливо проаналізувати збут конкретних товарів окремому споживачеві. На основі таких зв'язків виробників і споживачів можна досить чітко прогнозувати збіг попиту й пропонування. При цьому треба використати дані про виробничі програми підприємств, загальні тенденції науково-технічного прогресу, зростаючі вимоги до якості продукції.

Коли ж прямих контактів типу «виробник — споживач» не існує (це стосується предметів споживання), тоді необхідно виявити загальні стійкі тенденції в збуті тих чи інших товарів. Відділ маркетингу повинен визначити позицію підприємства на найважливіших ринках і тенденцію її зміни. Робиться це шляхом зіставлення результатів збуту підприємства з оціночними показниками продажу в галузі. Це допомагає виявити сильні й слабкі сторони в товарах і в організації збуту, розкрити невикористані можливості зростання обсягу реалізації й доходу. Розглянемо умовний приклад.

За рік продано на ринку телевізорів типу «Орізон» на суму 12 млн. грн., одержано прибутку — 2,4 млн. грн. Телезавод продав таких телевізорів на суму 1,2 млн. грн., одержав прибуток — 180 тис. грн.

$$\text{Питома вага підприємства на ринку} = \frac{12}{12} \cdot 100\% = 10\%$$

$$\text{Питома вага в прибутку} = \frac{18}{24} \cdot 100\% = 7\%$$

$$\text{Відношення прибутку до валового продажу (в галузі)} = \frac{2,4}{} \cdot 100\% = 20\%$$

$$\text{Відношення прибутку до валового продажу (на телезаводі)} = \frac{0,18}{1,2} \cdot 100\% = 15\%$$

Як бачимо, економічні показники на телезаводі гірші, ніж у галузі в цілому. Очевидно, треба шукати причини цього, щоб їх усунути.

Аналіз діяльності конкурентів

Завершальним етапом дослідження ринку є аналіз діяльності конкурентів. Звичайно, в сучасних умовах в Україні конкуренція товаровиробників ще тільки зароджується. Проте у міру розвитку ринку, становлення різноманітних форм господарювання, зниження монополізації випуску продукції неминуче зростатиме потреба у вивченні всіх аспектів діяльності конкурентів. Най-

більш вірогідними конкурентами будуть підприємства, що виробляють товари аналогічного типу. Інформацію про їхню частку на ринку можна одержати в планово-економічних управліннях міністерств на основі щомісячних звітів підприємств.

Вивчення конкуренції здійснюється в три етапи:

а) виявлення діючих і потенційних конкурентів;

б) аналіз показників їхньої діяльності, цілей і стратегії;

в) з'ясування сильних і слабких сторін конкурентів.

Існує чимало джерел інформації про діяльність конкуруючих підприємств. До них відносяться: рекламні проспекти, торгові виставки та ярмарки, щорічні звіти й тексти виступів керівництва підприємств, огляди в комерційній періодиці, матеріали конференцій. Крім зазначених відкритих даних, дослідження діяльності конкурентів повинно спиратися на оперативні джерела інформації, в тому числі на відомості, одержані від економістів, з біржі, від ринкових експертів, матеріали від державних правових та економічних установ. Важливий метод одержання даних про діяльність конкурентів — опитування споживачів, їх дилерів щодо збуту продукції на ринку.

Розрізняють два підходи до виявлення діючих і потенційних конкурентів. Перший пов'язаний з оцінкою потреб, що задовольняються на ринку основними конкурентами. Другий орієнтується на класифікацію конкурентів відповідно до типів ринкової стратегії, яка ними застосовується.

Підхід з точки зору споживацького попиту дає змогу згрупувати конкурентів за типами потреб, які задовольняє їхня продукція. При цьому виділяються такі основні групи конкурентів:

перша — підприємства, що пропонують аналогічний вид продукту на тих же ринках, у тому числі:

а) підприємства, які орієнтуються на задоволення всього комплексу запитів, що пред'являє споживач до даного товару;

б) підприємства, які спеціалізуються на задоволенні специфічних потреб окремих сегментів ринку;

в) фірми, що намічають вихід на ринок з аналогічною продукцією;

друга — фірми, що обслуговують інші ринки аналогічною продукцією, вихід яких на даний ринок є вірогідним;

третя — підприємства, які виробляють товари-замінники, здатні витіснити даний продукт з ринку.

Виявлення конкурентів на базі угруповань за типом їхньої стратегії є методом, який широко застосовується підприємствами, що виробляють як предмети особистого споживання, так і засоби виробництва. В основу цього методу покладено групування конкурентів відповідно до ключових аспектів їхньої орієнтації у виробничо-збутовій діяльності. Це — стратегія в галузі експансії на ринку (зростання, підтримання); стратегія в галузі цінової політики і політики якості; стратегія в галузі технології.

Аналіз показників діяльності, цілей і стратегії конкурентів — другий етап дослідження конкуренції на ринку. *Як* свідчить зарубіжний досвід, останнім часом даному методу маркетингових досліджень надається виключна роль: без глибокого аналізу особливостей і характеру стратегії найбільших конкуруючих фірм важко передбачити можливі дії їх на ринку збуту.

Прогноз поведінки конкурентів спирається на врахування таких факторів: розміру, темпів зростання і прибутковості підприємств конкурента; мотивів і цілей виробничо-збутової політики; поточної і попередньої стратегії збуту; структури затрат на виробництво; організації виробництва й збуту, рівня управлінської «культури».

На грунті аналізу зазначених факторів формушоються висновки щодо сильних і слабких сторін стратегії конкурентів. Звичайно, не всі фактори поведінки на ринку можуть бути всебічно проаналізовані. Особливо складними виявляються дослідження структури затрат і витрат конкурента. Проте і в цій галузі, як правило, можуть бути отримані такі приблизні дані: чисельність зайнятих; структура прямих і опосередкованих витрат; порівняльна вартість сировини, матеріалів і комплектуючих частин; капітальні вкладення в основний капітал і запаси; обсяг продажу й число підприємств.

Виявлення сильних і слабких сторін діяльності конкурентів — це кінцевий підсумок маркетингового дослідження ринку, в якому концентрується результат аналізу всіх аспектів виробництва, фінансів, збуту й стратегії фірм конкурентів і формулюються висновки щодо можливих способів протистояння їм. Детальність цього аналізу залежить від наявності відповідної інформації і ступеня небезпечності конкурента.

Схема ж оцінки слабкостей і переваг основних конкурентів, як правило, є досить повною і включає такі аспекти:

Слабкості	Переваги
Технічнінововведення	
Обсяг НДЦКР	Рівень технології
Здатність розробки нових видів продукції	Наявністьзапатентованих винаходів
Виробництво	
Структура витрат	Характеристика обладнання
Доступ до сировини	Ступінь вертикальної інтеграції
Виробничі потужності	Мотиви працівників і їхні взаємовідносини з адміністрацією
Фінанси	
Доходи від операцій	Доходи від короткострокових активів
Здатність використовувати кредит	Здатність використовувати акціонерний капітал
Фінансування основного підприємства	
Управління	
Якість управління на рівні високої управлінської ланки	Якість управління на рівні середньої та оперативної ланок
Гнучкість процесу прийняття стратегічних рішень	
Збут	
Якість продуктів	Широта асортименту продукції
Наявність торгових марок	Система збуту
Якість реклами	Послуги щодо збуту і післяпродажного обслуговування
Знання запитів споживачів	Чисельність зайнятих у збутовій мережі

Всебічний аналіз наведених характеристик діяльності конкурентів є завершальним у дослідженні ринку. Результати його оформляються звітом про проведену роботу. *Як* правило, складаються два (або більше) різних звіти. У *технічному звіті* роз'яснюється схема дослідження і детально обґрунтовуються висновки. Загальнодоступний так званий *популярний звіт* має своїм завданням передати головні висновки й рекомендації. Всі розділи подаються тут у простій зрозумілій формі, без технічних деталей методів збору й аналізу, акцент робиться на рекомендації щодо здійснення конкретних заходів, даються практичні пропозиції стосовно оздоровлення ринку. Вони включають: рекомендації щодо збільшення або стабілізації виробництва, поліпшення товарного асортименту, розробки нових виробів; прогноз потреб і платоспроможного попиту, пропонування щодо закупок товарів на ярмарках, удосконалення організації продажу, нормування товарних запасів, проведення рекламних заходів та інші питання виробництва, збуту, роботи із споживачем.

§2. ПЛАНУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

Концепція і річний план маркетингу

Маркетинг не може бути ефективним, якщо він відбувається хаотично, без плану, бо при цьому можливості підприємства використовуються не повністю. Тому планування маркетингу є діяльністю вищого порядку, яка може поліпшити показники функціонування підприємства.

Починається планування з розробки концепції маркетингу, яка розкриває тенденції маркетингової діяльності в найближчій перспективі. Щоб її розробити, необхідно передбачити: а) розвиток ринкових тенденцій шляхом прогнозування найвірогідніших змін у даній і пов'язаній з нею галузях; б) найвірогідніші напрями розвитку НТП як у галузі, до якої належить підприємство, так і в сфері споживацьких товарів, де виробничо-технічна продукція використовується; в) динаміку загальноекономічних показників підприємства (загальної господарської номенклатури, споживацьких витрат населення, податкової політики тощо), а також кон'юнктурних тенденцій даного товарного ринку.

Всі ці прогнози мають виявити як позитивні, так і негативні тенденції. Фактично в концепції маркетингу фіксується ситуація, що склалася на ринку, і визначаються цілі маркетингової діяльності підприємства в перспективі. Ідеї, закладені в концепції, реалізуються при розробці планів маркетингу. При цьому розрізняють два види планування: стратегічне й тактичне.

Стратегічне планування означає розробку маркетингових завдань підприємства на перспективу (три-п'ять років). Воно включає визначення основних показників діяльності підприємства, які використовувалися в попередні роки (наприклад, зниження витрат, нові продукти, організаційна структура і кадри, технічна політика), а також нові стратегічні завдання (наприклад, виявлення можливостей розширення ринку збуту, проникнення на новий ринок, розробка нового товару, планування експорту продукції).

У межах прийнятих стратегій формується річний план маркетингу *(тактичне планування).* Цей план визначає поточні завдання маркетингу. Він являє собою один з розділів техпромфінплану підприємства, що працює на ринок.

Річний план маркетингу складається з п'яти частин.

Орієнтовна схема річного плану маркетингу

Частина 1. Характеристика сучасної ситуації та аналіз діяльності підприємства за звітний період:

а) товар (товари) або послуга (послуги);

б) ринок (ринки);

в) конкуренція.

Частина 2. Викладення цілей (планових цифр) і стратегій маркетингу.

Частіша 3. План заходів:

а) прогноз кон'юнктури на плановий період;

б) характеристика напрямів роботи з дослідження маркетингу для одержання даних, необхідних при складанні планів маркетингу в майбутньому;

в) характеристика асортиментної політики підприємства;

г) характеристика упаковки;

д) характеристика політики цін;

е) характеристика розподілу;

є) характеристика реклами й стимулювання збуту;

ж) розбивка заходів за строком їх здійснення.

Частина 4. Кошторис маркетингу.

Частина 5. Контроль маркетингу.

Схема аналізу товару на ринку

У першій частині плану, зокрема в розділі «Товар або послуга», мають бути описані кожний товар або послуга, їхні основні риси в попередні роки й тепер, відомості про вдосконалення товару, дані про положення товару на ринку. Назвемо показники щодо кожного товару, які слід відобразити в цьому розділі не менше, ніж за п'ятирічний період:

1) обсяг збуту на ринку, всього одиниць товару;

2) частка товару підприємства на ринку, %;

3) ціна за одиницю, грн.;

4) витрати на одиницю продукції, грн.;

5) валовий прибуток на одиницю товару, грн. (№ 3-4);

6) обсяг збуту товарів підприємства, одиниць товару (№ 1 Х № 2);

7) обсяг збуту товарів підприємства, грн. (№ 3 Х № 6);

8) валовий прибуток, грн. (№ 5 Х № 6);

9) накладні витрати, грн.;

10) чистий прибуток, грн.
(№8-9);
11) витрати на рекламу, *гри.;*
12) втрати обігу, грн.;
13) умовно-чистий прибуток, грн.
'(№10-11-12).

У доповнення до цієї інформації тут мають бути дані про основних конкурентів і їхні ціни на аналогічні товари, їхні витрати, їхню частку на ринку і витрати на маркетинг.

Цілі і стратегії маркетингу

У другій частині річного плану формулюються цілі та стратегії маркетингу. Ось деякі з них:

вдосконалення організаційної структури;

підвищення ділової активності (проникнення на новий ринок, введення нового товару на старий ринок, проникнення з товаром ринкової новинки на нові сегменти ринку);

зниження ділової активності (припинення продажу товарів, що перестали давати передбачений прибуток на даному ринку, згортання виробництва збиткового товару, вихід з деяких ринків і концентрація зусиль на найпрогресивніших і т. д.);

переорієнтація товарів на ринку (модифікація тввару — зміна споживних властивостей, упаковки, реклами); реалізація товару на другому сегменті ринку.

Відповідно до визначених цілей і стратегій на маркетинг необхідно виділити певні грошові кошти. Причому слід враховувати як можливості підприємства, так і ті кошти, які виділяють на маркетинг конкуренти.

Конкурентоспроможність товару

На ринок має виводитися лише висококонкурентоспроможний товар. Тому передусім потрібно виробити сучасне уявлення про конкурентоспроможність товару.

Конкурентоспроможність товару, тобто можливість збути його на будь-якому ринку, можна визначити, лише порівнюючи товари конкурентів між собою. Іншими словами, конкурентоспроможність — поняття відносне, чітко прив'язане до ринку і терміну продажу.

Визначаючи конкурентоспроможність, необхідно, насамперед, враховувати економічні показники експлуатації товару.

Йдеться про те, що затрати покупця складаються з двох частин: витрати на купівлю (ціна товару) і витрати, пов'язані із споживанням (купівля запасних частин, ремонт тощо), що називається «ціною споживання».

Ціна споживання, як правило, істотно перевищує продажну ціну: в загальних експлуатаційних витратах за весь період «життя» вантажного автомобіля, наприклад, продажна ціна займає лише 15%, магістрального літака — 11%. Тому найбільш конкурентоспроможним є не той товар, на який встановлена мінімальна ціна на ринку, а той, що має мінімальну ціну споживання за весь період його служби у покупця.

На конкурентоспроможність товару впливають також його якісні характеристики. Під якістю розуміють сукупність тих властивостей виробу, які роблять його здатним виконувати задані функції і задовольняти тим самим певну потребу. Говорячи про якість товару, слід мати на увазі, що конкурентоспроможність визначається лише тими властивостями, які представляють істотний інтерес для покупця. Всі параметри виробу, які виходять за ці межі, при оцінці конкурентоспроможності повинні розглядатися як такі, що не мають до неї відношення в даних конкурентних умовах. Тому перевищення певних норм, стандартів не поліпшує конкурентоспроможність виробу. Навпаки, з точки зору покупця таке перевищення завжди відбивається на ціні в гіршу для нього сторону, споживної вартості не підвищує, а тому й уявляється непотрібним. Наприклад, не так давно товари з грифом «Н» не завжди істотно відрізнялися за своїми якісними характеристиками, хоч ціна на них була значно вища. Отже, ці «вдосконалення» товару споживачами не сприймалися.

Для оцінки конкурентоспроможності важливо мати на увазі і те, що на сучасному ринку фірми намагаються продати не окремі товари, а весь комплекс пов'язаних з ними послуг, важливих для споживача. Наприклад, на міжнародному ринку фірма «Демаг» (ФРН) пропонує не сталеплавильну електропіч, а проект цеху з поставкою всього необхідного комплектуючого обладнання, вузлів і матеріалів, включаючи електроди. Відсутність саме необхідних комплектуючих деталей стримує експорт багатьох наших машин і технологічного обладнання. На внутрішньому ринку подібні явища є масовими. Так, колективним підприємствам поставляються трактори, комбайни, неукомплектовані відповід-

ними навісними знаряддями, що негативно позначається на використанні даної техніки.

Як показує практика, найбільш конкурентоспроможні ті машини, обладнання й особливо складні побутові вироби, які надійно забезпечені запасними деталями.

Таким чином, технічно якісна продукція без відповідного обслуговування втрачає свою цінність для споживачів. Останні дослідження показали, що лише 15% найновішого обладнання можуть бути успішно реалізовані завдяки своїм високим техніко-технологічним характеристикам, збут 32% такого обладнання вже на 1/3 залежить від якості післяпродажного обслуговування, майже 35% — більше, ніж наполовину а 17-18% продаються виключно при високому сервісному забезпеченні

Таким чином, домагатися конкурентоспроможності, просто порівнюючи параметри запроектованої машини з параметрами існуючих на ринку, методологічно помилково. Щоб вивести новий товар на ринок, необхідно детально вивчити як поточні, так і особливо перспективні потреби потенційних покупців. Слід також оцінити, як наявні у конкурентів запроектовані машини задовольняють ці потреби.

Вимоги, які ставить споживач до властивостей товару, для виробника і продавця входять у поняття конкурентоспроможності продукту. Остання залежить також від маркетингу. Ось деякі приклади. На італійських ринках машин і обладнання ціни в середньому вищі, ніж в інших європейських країнах — членах ЄС. Може здатися, що тут новачок спроможний підвищити конкурентоспроможність своєї продукції шляхом зниження цін. Але треба брати до уваги фактор відстрочки платежу, строк якого в Італії може досягати півроку. Якщо новий товар не забезпечується такою відстрочкою (скажімо, через складніше фінансове становище), то навряд чи він зможе конкурувати навіть за нижчої ціни.

Багато фірм борються з конкурентами, вдаючись до підкупу споживачів. Вони знижують ціни. Особливо це характерне для новачків, яким складно боротися зі старожилами, репутація фірми яких бездоганна. У даному випадку в жертву приноситься ціна і прибуток. Так, на початку 60-х років ціни на японські судна були в два рази нижчі, ніж середньосвітові.

На конкурентоспроможність впливають різні фактори. Зокрема енергетична криза в середині 70-х років різко підвищила з точки зо-

ру споживачів цінність показника енергоспоживання. За оцінками виробників і споживачів освітлювальних приладів для промисловості, серед показників якості, що відіграють основну роль у конкурентоспроможності виробів, економія енергії займає перше місце, строк служби — друге, зручність установки та монтажу — третє.

Істотну роль у підвищенні конкурентоспроможності відіграють не лише гарантійні строки як такі, а й ті компенсації, що одержують споживачі. Приміром, італійська асоціація фірм — виробників верстатів і ковальсько-пресового обладнання впровадила такий вид страхування для всієї клієнтури: якщо протягом гарантійного строку обладнання виходить з ладу, то за кожну добу простою клієнт одержує від 400 тис. до 1,5 млн. лір. І ще приклад.

Фірма пропонує такий же товар, як і конкурент але готова поставляти його точно в строк, прийнятий на його заводах. Тут — економія на складах, на запасах оборотних фондів і т. п.

Таким чином, конкурентоспроможність не можна звести до якогось одного показника чи системи показників. Вона не є показником, рівень якого можна вирахувати для себе і для конкурента, а потім перевершити. Це важливо з'ясувати, оскільки командно-адміністративна система виховала у наших господарників саме «показникову психологію»: показники плану, ефективності, рентабельності і т. п.

Конкурентоспроможність — це не показник, а поняття, що втілює в собі цілу систему стратегічних і тактичних прийомів менеджменту і маркетингу, зорієнтованих на потреби й запити споживача. Споживач — «король», і переможе в боротьбі за його вибір той, хто здатний створити йому максимум зручностей і переваг, пов'язаних з придбанням і використанням товару або послуги.

Життєвий цикл товару

Коли виводиться новий товар на ринок, то спочатку здається, що він «житиме» довго (тривалий час вироблятиметься). Проте таке уявлення є примітивним. У кожного товару є свій вік, який називають його життєвим циклом. Життєвий цикл складається з таких стадій: упровадження, зростання, зрілість, спад. Кожній з цих стадій відповідає своя маркетингова тактика і свої рівні продажу, прибутку, діапазони цін.

Наявність окремих стадій у життєвому циклі товарів вимагає використання відповідних стратегій маркетингу.

Стадія впровадження (виведення на ринок) характеризується повільним зростанням обсягу продажу. Свої зусилля підприємство має спрямувати на тих покупців, які найбільшою мірою готові купити товар. Ціни, як правило, на цій стадії високі, тому що: 1) високі витрати, пов'язані з незначним обсягом виробництва; 2) не повністю вирішені технічні проблеми виробництва; 3) високі витрати на рекламу.

При виході на ринок з новим товаром можна маневрувати за допомогою цін і витрат на стимулювання збуту, застосовуючи чотири стратегії маркетингу.

Стратегія інтенсивного маркетингу передбачає становлення високої ціни за високого рівня затрат на стимулювання збуту. В цьому випадку підприємець одержить максимально можливий прибуток на одиницю товару, але водночас вкладає великі кошти в стимулювання збуту для переконання споживача в перевагах нового товару. Ця стратегія забезпечує швидке проникнення товару на ринок і виправдовує себе за таких умов:

а) більша частина потенційних покупців не має інформації про товар;

б) ті, хто інформований про товар, готові заплатити за нього високу ціну;

в) підприємство намагається здобути у покупців визнання за кращий свій товар в умовах конкуренції.

Стратегія вибіркового проникнення передбачає високу ціну за низького рівня витрат на стимулювання збуту. За рахунок одержання максимального прибутку на одиницю проданого товару і зниження маркетингових витрат ця стратегія забезпечує високий доход, її застосування доцільне в тих випадках, коли:

а) ємність ринку обмежена;

б) потенційні покупці порівняно непогано обізнані про товар;

в) ті, хто *бажає* придбати товар, готові заплатити за нього високу ціну;

г) конкуренція майже відсутня.

Стратегія широкого проникнення характеризується установленням на товар низької ціни за високого рівня затрат на стимулювання його збуту. Ця стратегія може привести до найшвидшого проникнення на ринок і до завоювання максимальної частки ринку. Найбільший ефект від її застосування спостерігається, коли:

а) ємність ринку досить велика;

б) потенційні покупці порівняно недостатньо обізнані про товар;

в) більшість покупців не будуть платити високу ціну за товар;

г) на ринку є товари конкурентів;

д) витрати на одиницю товару зменшуються із збільшенням масштабу виробництва і його вдосконаленням.

Стратегія пасивного маркетингу передбачає встановлення низької ціни на товар при незначних затратах на стимулювання збуту. Ця стратегія виправдовує себе, якщо:

а) ринок має велику ємність;

б) покупці добре інформовані про товар;

в) покупці купуватимуть товар лише за умови відносно низьких цін;

г) існує потенційна небезпека конкуренції.

Такі основні форми маркетингової стратегії можуть виникати на стадії виведення товару на ринок.

Друга стадія життєвого циклу товару — стадія зростання (розвитку). Це — період швидкого визнання товару на ринку й помітного збільшення прибутковості його реалізації. На даній стадії на ринок проникають нові товари підприємств, принаджувані можливістю одержання високого прибутку. В цей період ціни можуть бути стабільними або дещо знижуватися, оскільки попит продовжує зростати досить швидко. Підприємство повинне підтримувати затрати на стимулювання збуту на незмінному рівні або дещо збільшувати їх для завоювання міцних позицій на ринку.

Для швидкого зростання обсягу реалізації підприємство на цій стадії життєвого циклу товару може здійснювати такі стратегічні завдання:

а) поліпшити якість товару, створити нові моделі;

б) вийти на нові сегменти ринку;

в) освоїти нові канали збуту для міцнішого завоювання ринку;

г) посилити рекламу, приділивши особливу увагу мотиваціям покупця;

д) знизити ціну на товар.

Це забезпечує розширення ринку і підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Зайняти домінуюче становище на ринку підприємство може також за рахунок додаткових витрат на поліпшення якості товару, стимулювання продажу, вдосконалення системи збуту і т. д.

Третя стадія життєвого циклу товару — стадія зрілості (стабілізації). Це — період поступового зменшення обсягу продажу, оскільки товар одержав визнання більшості покупців. У цей час прибуток досягає максимального рівня і починає знижуватися через необхідність збільшення затрат на маркетинг з метою зміцнення конкурентоспроможності товару. Дана стадія значно триваліша за всі попередні. Тут ставляться особливі вимоги до управління маркетингом.

На цій стадії може бути використана одна з трьох стратегій маркетингу:

а) *стратегія модифікації ринку* (пошук нових ринків або сегментів для даного товару, визначення нових засобів використання товару, зміни становища товару на ринку);

б) *стратегія модифікації товару* може проводитися в різних формах. Так, підвищення якості товару може бути спрямоване на поліпшення таких характеристик, як строк служби, надійність, смак і т. д., тобто надання йому таких властивостей, які розширюють сферу його застосування, підвищують зручність, спрощують процес використання. Проте модифікація товару може бути дуже швидко проведена і конкурентами. Тому якщо підприємство не впевнене в першості, то при модифікації товару воно ризикує не одержати додаткового прибутку;

в) *стратегія модифікації маркетингових засобів.* Одними із найдійовіших засобів є зниження цін, з тим щоб вийти на нові сегменти ринку і привернути до товару нових покупців. Другим засобом може бути нова форма реклами. Ще один шлях приваблення покупців полягає в активному стимулюванні продажу (матеріальному стимулюванні торгових агентів відділу збуту, наданні торгових знижок посередникам і споживачам тощо). Підприємство може збільшити обсяг збуту, наприклад, шляхом використання магазинів, що продають товари зі знижкою, або наданням покупцям різних додаткових послуг.

Четверта стадія життєвого циклу товару — стадія спаду (старіння і вмирання). Для більшості товарів рано чи пізно настає час помітного зменшення обсягу продажу, причому він може впасти до нуля, і товар буде вилучений з обігу. Або збут може стабілізуватися на низькому рівні й перебуватиме на такому рівні протягом багатьох років. Основні стратегії на цій стадії такі:

а) вихід підприємства з ринку, припинення виробництва товару, з тим щоб вкласти кошти в прибутковіші галузі;

б) зменшення пропонування товару — припинення продажу товару на дрібних сегментах, ліквідація каналів обмеженого збуту, скорочення витрат на стимулювання попиту, зниження ціни;

в) модифікація товару;

г) використання попередньої стратегії маркетингу — збереження попередніх сегментів ринку, каналів збуту, ціни, системи стимулювання збуту тощо;

д) різке скорочення витрат на маркетинг.

Залежно від умов життєвого циклу товарів і можливостей підприємства повинен здійснюватися вибір стратегій маркетингу на плановий період. Відповідальними за цю роботу є заступник директора з питань маркетингу і начальники відділів збуту, реклами, планування асортименту продукції і дослідження ринку.

Визначення щодо кожного товару стратегії маркетингу складає другий розділ річного плану маркетингу.

План маркетингових заходів

Важливою є третя частина річного плану, де визначаються маркетингові заходи на рік. Сам перелік основних пунктів цієї частини плану фактично відображає його зміст. Тут відповідно до прийнятої фірмою стратегії детально опрацьовується план роботи щодо її реалізації, визначаються конкретні завдання кожного відділу.

При цьому обов'язково застосовується ситуаційне планування. В ситуаційному плані вказуються заходи, які слід вживати, коли виявляються відхилення від намічених цілей. Наприклад, якщо обсяг продажу нижчий від запланованого, можна застосувати один з таких заходів: скоротити виробництво чи розширити рекламу, змінити ціну для стимулювання збуту, організувати професійну підготовку збутового персоналу, перевірити якість товару і зробити необхідні вдосконалення. Завдяки ситуаційному плануванню підприємство одержує можливість швидко діяти в несприятливій ситуації і бути підготовленим до будь-яких несподіванок.

Основна робота в цьому (третьому) розділі зводиться до розробки асортиментної політики і конкретних програм її реалізації. Саме через асортиментну політику відбувається реалізація важливішого принципу маркетингу — пристосування діяльності фірми до ринку, до потреб і запитів споживачів.

Принципи асортиментної політики можна звести до таких двох головних. Насамперед вона повинна встановлювати оптимальний діалектичний зв'язок між вимогами ринку, з одного боку, і намірами та можливостями фірми — з іншого. Крім того, асортиментна політика має бути досить гнучкою. Якщо вона не буде повністю відкрита для нових ідей і методів, для неочікуваних винаходів і швидкої реакції, то перетвориться в щось закостеніле і гальмуватиме розвиток фірми. Наприклад, у США свого часу досить відчутно проявлялася тенденція завоювання американського ринку значною кількістю товарів іноземних, особливо японських фірм. Щоб запобігти цьому, розроблялися різні заходи. Приміром, у швейній промисловості стала впроваджуватися концепція «швидкого реагування». Вона передбачає таку організацію виробничого процесу, за якої він швидко перебудовується відповідно до змін попиту, що реєструється в магазинах роздрібної торгівлі. Ця система включає організацію роботи всіх її учасників.

Цілі асортиментної політики виводяться з цілей стратегії фірми. Але вони тут уже конкретизуються. Наприклад, якщо фірма ставить завдання добитись підвищення частки на ринку, то асортиментна політика визначає, яким саме шляхом цього можна досягти: чи поширенням реклами, чи вдосконаленням системи збуту, чи модернізацією товару і т. д. Один з цих шляхів і визначає мету асортиментної політики.

Конкретні заходи щодо реалізації асортиментної політики визначаються асортиментною програмою. В ній вказуються: конкретні завдання, комплекс заходів щодо їх вирішення, ресурси і строки здійснення. Приміром, паперова фірма, вивчивши потреби ринку, вирішила переміститися в нові, наукоємні сектори економіки. Тоді система маркетингу виглядатиме так:

стратегічна ціль — переміщення в наукоємні сегменти ринку;

ціль асортиментної політики: добитись до ... року 35% частки спецпаперу в загальному асортименті продукції фірми;

ціль асортиментної програми: здійснити вихід на ринок паперу для конденсаторів ЕОМ в ... році або запропонувати на ринку паперу для принтерів ЕОМ два нових сорти до... року.

Отже, цільова програма — це засіб реалізації асортиментної політики.

Далі необхідно заповнити асортиментну програму конкретними заходами. Тут можна використати ті можливості, які вже

винайдені ринковою практикою (приміром, удосконалення існуючого асортименту шляхом модернізації товару, створення «сімейства» товарів навколо даної «базової моделі», розробка нових товарів та ін.).

Водночас можлива і нетрадиційна ситуація, що вимагає неординарних заходів. Наприклад, з'являється в певному сегменті ринку новачок з досить конкурентним товаром. Це може викликати найрізноманітнішу асортиментну реакцію: купівлю нової фірми, поліпшення якості товарів, прискорення випуску на ринок нового товару, що розробляється, модифікацію (звичайно, в межах закону) товару-новачка і т. д.

Таким чином, розробку асортиментної програми неможливо зводити до якихось канонів, раз назавжди даних показників. Це — справді господарська творчість, що враховує всі тонкощі ринку.

Кошторис маркетингу

У четвертій частині річного плану маркетингу фіксуються суми асигнувань на маркетинг та їх розподіл. Витрати на маркетинг включаються у собівартість продукції, підвищуючи її величину.

Фінансові ресурси на маркетинг відображаються у таких статтях витрат:

зарплата персоналу служби маркетингу	у комплексній статті витрат на управління підприємством і затрат на експлуатацію обладнання
заходи щодо дослідження маркетингу	
придбання, експлуатація обчислювальної техніки	
реклама	позавиробничі витрати
упаковка	
освоєння нової продукції	кошторис витрат фондів розвитку виробництва, науки і техніки
модифікація продукції	
вдосконалення гарантійного обслуговування і ремонту	інші виробничі витрати
установка обладнання	
прискорення перевезення товару	транспортно-заготівельні витрати

У цілому при розробці кошторису витрат маркетингу визначають джерела фінансування наміченого комплексу заходів таким чином, щоб собівартість продукції не була надмірно підви-

щена, це може призвести до зниження прибутку й підвищення цін, що, в свою чергу, зумовить падіння обсягу продажу. Тому має бути прийняте компромісне рішення: які затрати відносити на собівартість, а які здійснювати за рахунок фондів економічного стимулювання.

Не варто забувати й про те, що спостерігається така закономірність: чим більше витрачено на маркетинг, тим більші обсяги продажу й сума прибутку.

Загальна величина коштів, асигнованих на маркетинг при виробленні стратегії маркетингу, визначається: 1) методом фіксованого відсотка; 2) методом аналогії.

У першому випадку керівництво підприємства на основі досвіду визначає обсяг коштів на маркетинг як певний відсоток від планового обсягу продажу або прибутку.

При методі аналогії ця сума виділяється і розподіляється за аналогією з підприємствами, які випускають таку ж продукцію. Наприклад, у США витрати на розробку і виведення на ринок нового товару розподіляються таким чином:

на фундаментальні дослідження — 3–6% кошторисних затрат;

на прикладні розробки — 7-8%;

на підготовку технологічного обладнання — 40-60%;

на налагодження серійного виробництва — 5-16%;

на організацію збуту (реклама, організація збутової мережі) — 10-27%.

Останньою частиною плану маркетингу є перелік контрольних функцій. У процесі контролю проводиться аналіз і перевірка ходу досягнення цілей маркетингу, розподіл і використання асигнувань, ефективність тих чи інших маркетингових заходів та ін.

§ 3. УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Реклама як знаряддя збуту

Однією з важливих ділянок маркетингу є управління рекламною діяльністю. Сама по собі реклама виникла давно, разом з торгівлею, але в умовах розвинутої ринкової економіки вона набуває якісно нового характеру: стає масовою й об'єктивно необхідною. У велетенському океані товарних мас покупець потребує відповідного компаса, орієнтира, яким і виступає реклама.

Вона, з одного боку, допомагає виробнику формувати попит, виховувати й спонукати споживача до покупки, а з іншого — робить споживача таким, що управляється виробником.

Головне завдання реклами полягає в тому, щоб шляхом надання необхідної інформації переконати покупця в доцільності придбання даного товару. Тому її нерідко називають знаряддям збуту.

Реклама споживацьких товарів і продукції виробничо-технічного призначення організовується по-різному. Основа цієї відмінності полягає в стимулах споживання даних товарів. Для перших спонукальним мотивом виступає задоволення особистих потреб, для других — намагання одержати комерційний доход.

Реклама споживацьких товарів має бути короткою і чіткою. Велике значення тут мають ілюстрації та яскраві заголовки, які повинні привернути увагу покупців.

Реклама обладнання виробничо-технічного призначення повинна дати детальну його характеристику, з тим щоб переконати потенційних споживачів у тому, що рекламований товар здатний знизити собівартість, підвищити продуктивність, поліпшити збутові можливості продукції або іншим шляхом сприятиме підвищенню прибутковості підприємця-покупця. Тому для покупки товарів виробничо-технічного призначення перелік необхідної інформації в рекламному оголошенні має бути таким:

характер і відмітні особливості товару;

перевага перед товарами-аналогами;

придатність для конкретних цілей покупця;

досвід інших покупців цього товару щодо його використання;

вимоги для покупця товару;

надійність постачальника щодо:

а) можливих претензій до товару;

б) дотримання строків поставки та інших умов договору;

в) технічного обслуговування, ремонту або заміни непридатного товару.

Таким чином, якщо в рекламі споживацького товару стисліть вважається достоїнством, то це не завжди може бути виправданим стосовно реклами товарів виробничого призначення. До того ж вибір засобів рекламування для першої групи товарів ширший, ніж для другої.

Щоб реклама стала ефективним фактором у програмі маркетингу, необхідно дотримуватися таких умов:

а) рекламна інформація має бути новою і неочікуваною;

б) особливо активно рекламу слід використовувати на стадіях упровадження товару на ринок і зростання обсягу продажу;

в) реклама має підкреслювати ті особливості товару, які відрізняють його від аналогів;

г) реклама найефективніша при зростаючому попиті.

Реклама має бути систематичною, оптимальним є щотижневий контакт з потенційними покупцями, максимально припустимим — щоквартальний.

Наприклад, на пряму рекламу поштою після першого посилання відповідають 4-10% адресатів, після другого — до 35, після третього — до 60, після четвертого — до 95%.

Коли подається реклама в пресі, слід повторювати ті ж самі оголошення з певною періодичністю.

Застосовуються різні способи реклами. Найпоширенішими є:

а) пряма реклама: поштою, особисто вручені рекламні матеріали, інформаційні листи, листівки й т. п.;

б) реклама в пресі: газетах, журналах загального призначення, спеціальних (галузевих) журналах, фірмових бюлетенях, довідниках;

в) друкована реклама: каталоги, буклети, плакати, листівки, календарі тощо;

г) екранна реклама: кіно, телебачення, слайди;

д) зовнішня реклама: плакати, електрифіковане панно, окремі вітрини з товарами;

е) реклама на транспорті: написи на транспортних засобах, друковані оголошення в салонах транспорту, вітрини з товарами на вокзалах, в аеропортах і т. п.;

є) реклама на місці продажу: вітрини магазинів, вивіски, знаки в торговому залі, упаковки;

ж) сувеніри й інші малі форми реклами." авторучки, папки, лінійки і т. п.

Тривалий час у нашій країні значення реклами недооцінювалося. Помилково вважалося, що реклама потрібна лише капіталістам у зв'язку з труднощами реалізації товарів. Якщо вона інколи і здійснювалася, то це мало спорадичний характер, було формальним і некваліфікованим. На рекламу в колишньому СРСР витрачалося в середньому менше 1 крб. на душу населення, тоді як, приміром, у Франції — 1100 фр.

Недооцінка реклами — яскравий показник відсталості економіки, низького рівня її культури й ефективності. Тому не випадково, що в сучасних умовах їй надається значна увага.

Планування рекламних заходів

Центральне місце в рекламній роботі займає планування рекламних заходів. План рекламних заходів складається з чотирьох розділів:

перший — загальна характеристика рекламної практики; другий — цілі й завдання реклами; третій — методи й засоби реклами; четвертий — кошторис реклами.

У першому розділі дається характеристика рекламної практики підприємств, що випускають аналогічну продукцію, та інформація, яка необхідна для правильного планування реклами, а саме:

а) дані про продукт: визначення потреби в ньому й ступеня її задоволення, виявлення спонукальних причин придбання товару, встановлення притягальних якостей продукту, які можна використати при його рекламуванні;

б) інформація про ринок: визначення потреби продукту, обсягу ринку і його місцезнаходження, частоти й разової величини придбання споживачами товару, резерву потенційних споживачів і тих, хто впливає на рішення про покупку;

в) дані про тенденцію попиту (розширюється чи зменшується) з обов'язковим зазначенням відомостей: чи можна використати рекламу для розвитку сприятливих факторів ринку, чи можна з допомогою реклами гальмувати несприятливі ринкові тенденції реалізації товару.

У другому розділі на основі одержаних даних визначаються цілі й завдання, які можуть бути розв'язані, за допомогою реклами. Вони у кожного підприємства індивідуальні й змінюються залежно від конкретних обставин.

Розглянемо деякі типові цілі рекламної діяльності:

Поширення інформації про підприємство, його товари. Рекламне оголошення, наприклад про продукцію виробничо-технічного призначення, має вміщувати в собі значний обсяг фактичних даних.

Притягнення замовлень і одержання запитань. Рекламування дуже рідко закінчується укладанням договору. Значно частіше потенційний споживач звертається з проханням дати додаткову інформацію про товар. Одержання запитань про продукцію як

мета рекламної діяльності набуває особливого значення при виході на ринок з новим товаром.

Внесення покупцями найменування і адреси підприємства-виробника в список можливих партнерів. Кожний відділ матеріально-технічного постачання має у вигляді досьє список можливих постачальників товарів, закупка яких передбачається. Тому одне з перших завдань підприємства-виробника, особливо при виході на новий ринок або з новим виробом, полягає в тому, щоб його внесли в список можливих постачальників, що складається більшістю потенційних споживачів.

Створення позитивної репутації підприємства п забезпечення визнання з боку ринку. Основними елементами цієї реклами можуть бути публікації в галузевих журналах, виступи по телебаченню і перед аудиторією.

Відповідно до цілей розробляються і завдання рекламної діяльності. Вони мають бути конкретними й кількісно точно визначеними, наприклад: досягти певного охоплення цільової аудиторії або деякої частки замовлень від поштової реклами чи конкретного числа запитань. На основі аналізу даних минулих років і прогнозів на майбутнє можна встановити планову частку збуту, яку мають забезпечити рекламні заходи.

У цьому ж розділі вказується точна адреса рекламних посилань.

У третьому розділі визначаються методи й засоби реклами. Критерієм порівняння методів рекламування може бути величина витрат на один рекламний контакт з потенційним споживачем: вибирати той, який вимагає мінімальних витрат.

Крім того, необхідно проаналізувати, який з планів розповсюдження реклами користується найбільшою увагою у потенційних споживачів. Наприклад, засоби реклами товарів виробничого призначення розташовуються в цьому випадку таким чином:

1) галузеві журнали;
2) пряма поштова реклама;
3) радіо і телебачення;
4) спеціалізовані виставки та ярмарки;
5) рекламні фільми.

Важливе значення при виборі засобів реклами має детальне вивчення потенційних споживачів і розподіл їх на відповідні категорії рекламної аудиторії. Для кожної групи повинні бути визначені найефективніші методи реклами.

У четвертому розділі плануються витрати на рекламу. Існує багато методів визначення розмірів рекламних асигнувань: метод фіксованого відсотка, аналогії, оптимальних витрат, цільовий метод.

Метод фіксованого відсотка передбачає, що сума асигнувань на рекламу визначається як певний відсоток від минулорічного або очікуваного обсягу продажу.

На основі *методу аналогії* асигнування на рекламу передбачаються на рівні витрат підприємств, що випускають аналогічну продукцію.

Метод максимальних витрат передбачає, що на рекламу необхідно асигнувати якомога більше коштів. Його застосування виправдане в тих випадках, коли існує тісний причинно-наслідковий зв'язок між затратами на рекламу й обсягом реалізації. Але при цьому слід мати на увазі, що використання цього методу може призвести до фінансових ускладнень, а також до зриву рекламних заходів у критичний момент через відсутність коштів.

Цільовий метод полягає в тому, що спочатку мають бути визначені цілі й завдання реклами, а потім розрахована сума коштів, необхідних для їх досягнення. Цей метод найсприйнятніший, бо він передбачає зрозуміле й чітке формування цілей рекламної діяльності, а також зіставлення різних варіантів завдань з точки зору можливих витрат на їхнє виконання.

Заключним етапом управління рекламною роботою є оцінка ефективності реклами. Суть її полягає у визначенні впливу кожного рекламного повідомлення на тих, хто приймав рішення про купівлю товару. При рекламі товарів виробничого призначення можна зіставити одержання замовлень або запитів до і після публікації реклами, виявити тенденцію змін і підрахувати витрати на приріст обсягу збуту. Фактичну вартість повного або часткового досягнення цілей реклами можна зіставити з контрольними цифрами плану. В кожному випадку можна підібрати метод перевірки й оцінки результатів більшості заходів щодо реклами товарів виробничого призначення шляхом зіставлення витрат на рекламу і доход від приросту збуту.

Що стосується товарів широкого споживання, то тут основним методом оцінки є вибіркове опитування споживачів. На їх базі формуються висновки про ефективність проведених рекламних заходів.

§ 4. ЗБУТ І РОЗПОДІЛ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ МАРКЕТИНГУ

Концепція збуту

Підприємства, що орієнтуються на маркетинг, значну увагу повинні приділяти організації товарного руху від виробника продукції до споживача. Комерційний успіх підприємства багато в чому визначається тим, як вдало вибрані канали реалізації виготовлених товарів, форми і методи збуту або чи достатнім є асортимент і рівень якості наданих підприємством послуг, що супроводжують продаж продукції. Тому в цій галузі маркетинг має виключно велике значення.

Маркетингова організація збуту передбачає найефективніше використання насамперед існуючих форм реалізації товарів. Тому щоб перейти до маркетингу, необхідно спочатку розглянути, які саме в сучасних умовах використовуються форми збуту засобів виробництва і предметів споживання.

Що стосується засобів виробництва, то основною формою їх реалізації стає оптова торгівля. Існують такі форми оптової торгівлі: 1) продаж продукції за прямими зв'язками між виробником і споживачем; 2) торгівля через територіальні бази; 3) торгівля через фірмові магазини та інші торгові організації міністерств, відомств, підприємств; 4) торгівля через товарно-сировинні біржі.

Розвиток і вдосконалення зазначених форм оптової торгівлі необхідно враховувати при організації маркетингової діяльності підприємства. Однак всі ці форми — лише один з елементів маркетингу. У цілому ж у концепції маркетингу в галузі збуту продукції можна виділити такі складові частини:

1. Вибір з перерахованих вище органів постачання такого типу, який найкраще відповідає конкретним умовам реалізації продукції з мінімальними збутовими витратами (затрати на складування, транспортування, комплектування і т. п.).

2. Прийняття рішення про використання в кожному географічному районі збуту: а) одного збутового органу даного типу; б) декількох посередників; в) усіх збутових посередників.

3. Вибір конкретного збутового підприємства. Вирішення першого питання залежить від різноманітних умов, які можна звести до декількох груп факторів.

У першій групі визначаються фактори, які характеризують дане підприємство, його фінансове становище, спрямованість ринкової стратегії і тактики, масштаби виробництва, конкурентоспроможність.

Невеликі промислові підприємства з обмеженими фінансовими ресурсами повинні намагатися звести свій торгово-розподільний апарат до мінімуму і передати всі функції щодо реалізації продукції оптовому підприємству, яке здійснює кінцевий продаж товару. Чим більше підприємство, чим ширший асортимент товарів, які воно виготовляє, тим більша його потреба й водночас можливість організації власної збутової мережі. При визначенні каналу збуту істотне значення має торгова практика аналогічних підприємств.

Друга група факторів зводиться до характеристики товару, що реалізується. В даному випадку має значення вид товару (засоби виробництва, предмети споживання, товари масового попиту, предмети тривалого користування), середня ціна товарної одиниці, сезонність виробництва або попиту, необхідність технічного післяпродажного обслуговування клієнтів, здатність товару до зберігання. Так, при реалізації дорогих товарів, збут яких приносить перепродавцям високий прибуток, підприємства-виробники повинні скоротити число торгових посередників з метою утримання якомога більшої частини прибутку в своїх руках. У зв'язку з цим доцільно створювати власну роздрібну торгову мережу, встановлювати контроль за всією системою руху товарів до споживача.

Водночас реалізація сезонних товарів, наприклад овочів, фруктів, пов'язана з необхідністю створення значних товарних запасів, які забезпечують збут цієї продукції протягом тривалого часу. В цих умовах підприємство-виробник заінтересоване перекласти витрати щодо створення запасів на оптового продавця.

Третя група факторів пов'язана з характеристикою даного товарного ринку. Йдеться про ємність ринку (як фактичну, так і потенційну), компактність розміщення покупців, закономірності поведінки споживачів, середній доход на душу населення в даному районі і т. д.

Четверта група факторів характеризує функціонування торгових каналів. У даному випадку береться до уваги: довжина каналу реалізації, його забезпеченість різними технічними служба-

ми (складами, пунктами технічного обслуговування), торговим персоналом; порівняльна вартість різних каналів збуту.

Залежно від значення перерахованих вище факторів можуть бути вибрані: прямий зв'язок із споживачем, збут з допомогою оптового посередника, через фірмові магазини або оптові бази міністерств.

Що стосується другої проблеми (прийняття рішення про використання в даному географічному районі збуту певного посередника), то тут, як свідчить досвід, найкращий ефект досягається, коли реалізують продукцію декілька посередників. При цьому у підприємства є можливість, по-перше, вибрати посередника, по-друге, встановлювати контакти з невеликим числом посередницьких організацій і, по-третє, навчати збутовий апарат оптової фірми обслуговуванню технічно складного обладнання. При цьому виникає залежність підприємства від однієї-двох збутових фірм на кожному ринку.

При виборі конкретного збутового партнера (третє питання концепції) необхідно враховувати:

а) заінтересованість посередника в торгівлі даним товаром;

б) надійність оптового підприємства.

Про рівень його надійності можна судити за тривалістю роботи в галузі, динамікою різних звітних показників за роками, професійним рівнем керівників тощо;

в) здатність посередника одержувати замовлення, а також максимальний рівень його складських запасів, зону дії (обслуговуючу територію);

г) забезпечення посередника при збуті товарів виробничого споживання відповідним обладнанням, залізничними й автотранспортними під'їзними шляхами, вантажно-розвантажувальними й транспортними механізмами, майстернями для ремонту й догляду за продукцією постачальника.

Планування збуту

Після розробки концепції маркетингу в галузі збуту важливим завданням цього відділу на підприємстві є планування збуту продукції. Саме в процесі планування закладені в концепції ідеї переносяться в сферу практичних дій. Основні стадії розробки плану збуту підприємства, що використовує маркетинг, можна представити так:

1. Підготовка прогнозів загальногосподарської і ринкової кон'юнктури.
2. Підготовка прогнозу збуту підприємства.
3. Розробка фінансового кошторису збуту.
4. Установлення норм збуту.
5. Вибір каналів розподілу товарів.
6. Складання планів збуту.
7. Розробка планів торгової інформації.
8. Статистичний аналіз ходу продажу.

Отже, планування починається з підготовки прогнозів ринкової кон'юнктури й збуту стосовно як галузі в цілому, так і підприємства. Можуть розроблятися прогнози: *короткостроковi* —на 3-12 місяців, *середньострокоеі* — 1-5 років, *довгострокові* — на 5-25 років. Звичайно., такі прогнози можуть базуватися лише на глибоких маркетингових дослідженнях розвитку економіки, зокрема на прогнозах НТП на тривалу перспективу.

На третьому етапі планування збутової діяльності підприємства визначається фінансовий кошторис збуту, в якому основне місце займають витрати обігу. Вони можуть бути розраховані на базі прогнозів обсягу продажу і торгових витрат. У результаті підсумовування окремих кошторисів на кожну товарну групу складається зведений кошторис збуту. Загальні торгові витрати включають: заробітну плату робітників збутового апарату, транспортні й складські витрати, торгові знижки і т. п. Відповідальність за складання кошторису і контроль за його дотриманням покладається на керівництво відділу збуту.

Важливим моментом у плануванні є встановлення завдань щодо збуту на певний проміжок часу, їх визначення не можна зводити до механічного поділу обсягу реалізації на число уповноважених, на яких покладається збут або окремої групи товарів, або в певному географічному районі чи секторі ринку. На обсяг роботи цих уповноважених впливає багато різноманітних факторів: *географічні фактори, товар* (один вид, група, весь асортимент), *характер діяльності* (відвідування нових клієнтів, повторні замовлення, спеціалізовані види робіт), *одиниця виміру збуту, база виміру результатів, період часу, база винагороди.*

Найефективнішою системою стимулювання збуту є система виплат преміальних сум понад заробітну плату. Широко можуть

використовуватися також системи групового заохочування, націлені на стимулювання діяльності товарних груп.

Вибір каналу збуту, що є одним з етапів планування, здійснюється таким чином, щоб протягом тривалого часу продавати максимальну кількість продукції з найменшими витратами. При виборі необхідно керуватися: розміром й доступністю ринку; вартістю транспортування й зберігання запасів; традиційним або переважаючим рівнем знижки для посередників; обсягом спеціальних знань, необхідних для продажу товарів кінцевому споживачеві.

Кожне підприємство намагається скоротити шлях товару від заводу до споживача з метою збільшення продажу і зменшення витрат. З цією метою і вибирається один з каналів збуту, які вище розглядалися.

На основі результатів перерахованих етапів планування і плану маркетингу розробляється план збуту. Він включає в себе такі основні елементи:

а) обсяг продажу, розподіленого за певними проміжками часу і за товарними групами;

б) канали збуту;

в) кошторис витрат обігу.

Розробляються річні й короткострокові плани, які погоджуються з іншими планами маркетингу: програмою рекламної діяльності, асортиментним планом продукції і т. д.

Складовим елементом системи планування є також розробка планів торгової інформації. Збутові підрозділи є водночас і постачальником, і споживачем інформації. Велике значення має торгова інформація, її призначення полягає у виробленні певного впливу на оптові підприємства, фірмові магазини, торгових уповноважених відділів збуту.

Торгова інформація включає: всі види демонстрації товарів групам співробітників всередині фірми, посередникам торгово-розподільчих організацій та іншим заінтересованим особам; інструктажі для торгових уповноважених і торгові конференції; комерційну кореспонденцію і бюлетені; навчальні посібники; рекламу для торгових працівників; каталоги для них та інші види видань для посередників; документи й рекламні матеріали, що використовуються торговими уповноваженими; підбірки зразків, які вони демонструють; поштові рекламні матеріали, що направляються посередникам; матеріали для виставок, які організовуються для працівників торгівлі.

Метою планування торгової інформації є передача послідовних переконливих комерційних відомостей торговому персоналу підприємства і через нього — в торгово-розподільчу мережу. План торгової інформації визначає, що слід повідомити, коли, кому і де. Він має бути орієнтований на посередника і враховувати його проблеми. Будь-яка неточність у передачі відомостей призводить до втрат інформації, за які підприємство-виробник розраховується так само, як за неефективність виробництва або реклами.

Завершальним етапом планування збуту є статистичний аналіз ходу продажу. Завдання його полягає у своєчасному повідомленні про будь-які істотні відхилення від планів і кошторисів продажу. На основі цього мають бути переглянуті плани й кошторис з урахуванням дії нових факторів.

З допомогою сучасних методів і техніки можна за даними торгових звітів скласти необмежене число графіків і таблиць, які використовуються керівництвом підприємства для ефективного прийняття рішення.

§ 5. ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

Суть міжнародного маркетингу

У зв'язку із зростаючою інтернаціоналізацією виробництва і посиленням міжнародної взаємозалежності держав на світовому ринку великого значення набуває **міжнародний маркетинг. Це — форма маркетингу, яка полягає в організації системи управління виробничо-збутовою діяльністю з урахуванням економічної ситуації у світі, тенденцій інтернаціоналізації світового господарства, стосунків між різними країнами та особливостей зовнішньоекономічних відносин.** Маркетинг є важливим каталізатором зовнішньоекономічного співробітництва. Серед організацій, що цим займаються, слід виділити міжнародні і національні маркетингові об'єднання, міжнародний маркетинг товарів і послуг за межами країни.

Багатонаціональний маркетинг — це складна форма міжнародного маркетингу, яка охоплює організації, що здійснюють маркетингові операції у багатьох державах на основі міжнародного поділу праці.

Основні принципи внутрідержавного маркетингу, які розглянуті вище, поширюються і на міжнародний маркетинг. Однак тут

є істотні відмінності, які випливають з неоднакових соціально-економічних, історичних, етнічних та природно-кліматичних умов виробництва і реалізації товарів і послуг у різних країнах. Служби міжнародного маркетингу повинні детально вивчити всі ці особливості, з тим щоб враховувати їх в організації виробничо-збутової діяльності на зарубіжних ринках. Передусім йдеться про вивчення запитів іноземних споживачів, можливостей розширення експорту товарів, кон'юнктури зарубіжних ринків тощо.

В цілому завдання, які вирішують служби міжнародного маркетингу на початку своєї діяльності, такі:

1) вивчення середовища міжнародного маркетингу;

2) обгрунтування доцільності виходу на зовнішні ринки;

3) визначення конкретних ринків, на які планується вихід;

4) розробка методів зовнішньоекономічної діяльності і відповідної її організації;

5) формування структури служби маркетингу.

Вивчення середовища міжнародного маркетингу передбачає врахування глибоких змін, пов'язаних з інтернаціоналізацією світової економіки і зовнішньої торгівлі, зі зміною співвідношення між країнами — основними експортерами, збільшенням числа країн, що забезпечують конвертованість валюти, поступовим відкриттям нових ринків — держав СНД, країн Східної Європи та ін. Важливим завданням є з'ясування економічного стану країни і потенційних можливостей споживання товарів і послуг. Для обгрунтування доцільності виходу на зовнішній ринок необхідно чітко визначити цілі і завдання міжнародного маркетингу. Йдеться про частку загального обсягу свого продажу на зовнішніх ринках однієї чи кількох країн відповідно до характеру їх економіки, культури, політичного клімату тощо. Привабливість країни залежатиме від виду продукції, географічних факторів, рівня доходів, чисельності населення та інших особливостей.

Для вирішення питання про те, на який ринок слід вийти, фірма повинна провести відбір і ранжування країн-кандидатів, виходячи з таких критеріїв, як розмір і динаміка розвитку ринку, витрати на організацію маркетингу, конкретні переваги й міра ризику. Метою проведення ранжування є забезпечення умов для одержання високого стабільного доходу на вкладений капітал. Прикладом може бути вибір американською фірмою «КМК» ринків збуту комп'ютерів. Хоч ринки Англії, Франції і ФРН при-

близно однакові за обсягом, було вирішено зупинитися на Англії, тому що тут мовний фактор, особливості підприємницької діяльності аналогічні американським.

Після вибору країни, в якій вирішено займатися маркетинговою діяльністю, необхідно розробити методи виходу на її ринок. Цей вихід може відбуватися у формі експорту товарів спільного підприємництва і прямих інвестицій за кордоном. Експорт є найбільш простим способом виходу на зовнішній ринок, початком маркетингової діяльності. Може бути прямий експорт, коли його здійснюють власні маркетингові служби, або опосередкований — через міжнародних маркетингових посередників (іноземних торгівців чи агентів). В останньому випадку, як свідчить практика, треба менше капіталовкладень і меншим є ризик, оскільки справу ведуть компетентні професіонали. Тому до опосередкованого експорту звертаються фірми, які тільки започатковують свою маркетингову діяльність або мають обмежені ресурси.

Крім того, фірма повинна завчасно вирішити питання про структуру комплексу маркетингу, тобто визначити, якою мірою вона буде пристосовуватися до місцевих умов. Вона може повсюдно пропонувати стандартизований набір товарів, стандартизовану рекламу та ін., оскільки в ці елементи не вноситься ніяких змін. Так, фірма «Кока-Кола» виходить з того, що смак її напою має бути однаковим в усьому світі. Можливий також інший підхід, коли виготовлювач спеціально пристосовує елементи комплексу маркетингу до специфіки кожного окремого ринку, прагнучи завоювати більший ринок і прибуток.

Розпочинаючи маркетингову діяльність, передусім необхідно з'ясувати, чи взагалі користуються закордонні споживачі товаром, що пропонується. Наприклад, багато іспанців не вживають такий продукт, як вершкове масло і сир.

Для успішної маркетингової діяльності фірма має створити ефективну організаційну структуру. Більшість фірм починають зі створення експортного відділу і завершують організацією міжнародного філіалу. Ряд фірм ідуть ще далі і починають перетворюватися у трансконтинентальні корпорації, маркетингова діяльність яких приймає всесвітні масштаби.

Стратегія і тактика міжнародного маркетингу

Важливою особливістю міжнародного маркетингу є оптимальне поєднання стратегічного й тактичного підходів у розв'я-

занні тих чи інших проблем. Стратегічний підхід полягає в орієнтації на довгострокові оцінки кон'юнктури попиту і пропонування та номенклатури товарів, що згодом стануть базою і для розв'язання поточних завдань. Характерним може бути приклад Ялонії, що дістав назву «лазерного променя». Японські фірми спочатку закріпилися на ринках тих країн, де не було налагодженого виробництва певного товару (наприклад, автомобілів), а потім, використовуючи набутий досвід, почали проникати на ринки інших країн. Спочатку вони кілька років діяли тільки у Фінляндії, Норвегії, Данії та Ірландії, а після завоювання там відповідної репутації почали освоювати складніші ринки — Бельгії, Нідерландів, Швеції, Швейцарії та Австрії. Пізніше японці вийшли на ринки країн з могутнім автопотенціапом — Англії, ФРН, Італії, Франції, а також США. Американський імпорт японських автомобілів становить у сучасних умовах до 30% їх внутрішнього ринку.

Стратегія японського маркетингу використовує й певну послідовність в експорті спочатку масових, недорогих автомобілів, з тим щоб створити імідж «японське — значить найкращої якості», а після цього будуються автоскладальні заводи для випуску дорожчих, спеціальних машин у країнах, куди раніше направляли автомобілі у зібраному вигляді. Це нагадує завоювання спочатку плацдарму, а потім і цілої території, але не воєнним, а комерційним шляхом.

Стратегія маркетингу повинна враховувати і контрзаходи, які проводить країна, котру обрано об'єктом експорту. Це — підвищення частки високих технологій в асортименті наукоємних товарів, розвиток сфери послуг (інжиніринг, продаж ліцензій тощо), захисні мита й тарифи. Отже, основа успіху стратегії міжнародного маркетингу — це орієнтація на переваги в науково-технічному прогресі. За період із середини 70-х до 90-х років частка американської фірми «Ксерокс» на власному ринку зменшилася з 88% до 40%. Це сталося тому, що японські фірми знайшли там свою нішу, зменшивши, спростивши і здешевивши копіювальні апарати, які почали встановлювати в американських магазинах канцтоварів. І лише після модернізації і поліпшення ксероксів США вдалося підвищити їхню частку на своєму ринку до 52%; все це відбулося тоді, коли американські ксерокси вважалися технічно найдосконалішими.

Тактика міжнародного маркетингу на відміну від стратеги спирається не на довгострокові оцінки ринку, а на вивчення кон'юнктури попиту й пропонування товарів у найближчі 1 — 1,5 року, вона передбачає розробку організації пропонування товарів, рекламу, стимулювання продажу, підготовку виходу на ринок (сегмент) нового товару, її мета — знайти країни, на ринках яких при мінімальних маркетингових витратах забезпечується максимальний прибуток.

Важливо підкреслити, що імпорт зарубіжних технологій в Японії (купівля ліцензій і патентів за кордоном у перші післявоєнні роки) став процесом не тільки поглинання цих технологій, а й вивчення зарубіжних ринків. Нерідко імпорт технологій ведеться з єдиною метою: наступного експорту продукції, виготовленої з їх допомогою, часто навіть не продаючи її в самій Японії.

Японському маркетингу властивий акцент на споживача, він слугує покупцеві через товари й сервіс. Його гасло — «нехай за себе говорять товари і послуги», замість американського гасла — «нехай говорять продавці».

Необхідною умовою подальшого розвитку маркетингу є розширення міжнародного співробітництва в цій галузі. У світі створено ряд міжнародних і національних організацій, які координують зусилля різних країн у напрямку розширення й підвищення ефективності маркетингової діяльності.

Американська асоціація маркетингу (АМА), створена у 1937 р., об'єднує понад 50 тис. членів і є однією з найбільших у світі. Вона займається розвитком теорії і практики маркетингу. Широку популярність завоювали Європейське товариство громадської думки і маркетингових досліджень в Амстердамі (1948 р.) та Європейська асоціація промислового маркетингу (1965 р.), яка включає 20 європейських та 10 країн інших континентів.

В Україні функціонує Торгово-промислова палата, яка є неурядовою організацією, що об'єднує підприємців (юридичних осіб) — членів палати і покликана захищати їхні інтереси, сприяти розвитку економіки та міжнародних економічних зв'язків.

Основні напрями її діяльності — сприяння ринковим відносинам і поширення ефективних форм ділового співробітництва з іноземними партнерами та організація системи підготовки і перепідготовки спеціалістів у сфері зовнішньоекономічної діяльності. При Палаті є один з найбільших в Україні довідково-інфор-

маційний фонд і база даних про українські та закордонні ринки, Міжнародний комерційний арбітражний суд, а також мережа структурних підрозділів в усіх областях республіки. При Палаті існує також секція з питань маркетингу, що здійснює керівництво науково-дослідною роботою з проблем маркетингу і впровадження її результатів у практику. Секція проводить таку роботу:

вивчення зарубіжного досвіду в галузі виробництва й збуту товарів на зовнішніх ринках на основі принципів і методів маркетингу;

сприяння підприємствам у вивченні технічного інструментарію міжнародного маркетингу;

надання методичної та практичної допомоги підприємствам у прикладному використанні елементів маркетингової діяльності.

Торгово-промислова палата організовує торгові виставки всередині країни та за кордоном, займається патентними справами, здійснює експертизу експортних і імпортних товарів, надає рекламні й консультаційні послуги, проводить обмін делегаціями та організовує щорічно десятки економічних і технічних семінарів, конференцій тощо.

Функції Торгово-промислової палати України значно розширюються в умовах поглиблення переходу до ринкової економіки. Адже тепер усі виробничі підприємства одержали право виходу на зовнішній ринок, але реалізує це право ще лише невелика їх частина. Перед Торгово-промисловою палатою стоять відповідальні завдання щодо організації допомоги підприємствам у виході на зовнішній ринок, підвищенні якості їх продукції, посиленні експортної орієнтації.

З метою подальшого поліпшення маркетингової діяльності в нашій країні навесні 1993 р. створено Український державний науково-дослідний інститут маркетингу та зовнішньоекономічної інформації на базі державного Науково-дослідного інституту торгівлі і громадського харчування, Інституту проблем ринку, Державного консультаційно-експертного бюро Міністерства зовнішніх економічних зв'язків.

Розвиток зовнішньоекономічних зв'язків — умова міжнародного маркетингу

Практика свідчить, що без широких міжнародних господарських зв'язків, зокрема без розвитку зовнішньої торгівлі та

міжнародного маркетингу, неможливо здійснити перехід до ринкових відносин. Нині частка України у світовій торгівлі становить менше 1%. Тому інтенсифікація і пожвавлення роботи в цьому напрямі є одним із найважливіших завдань сучасного економічного розвитку нашої країни.

Однак вступ України у світове господарство відбувається дуже повільно і непослідовно, що пояснюється рядом об'єктивних і суб'єктивних причин. Передусім це стосується господарських зв'язків з країнами ближнього зарубіжжя. Економічна взаємозалежність республік колишнього СРСР була дуже високою і при його розпаді, коли міжреспубліканські зв'язки почали перетворюватися у міждержавні; порушення цих зв'язків, що набуло швидкого й масового характеру, негативно вплинуло на стан справ у цій сфері. Найбільш яскраво негаразди зовнішньоекономічних відносин виявляються у невеликих і нестабільних обсягах зовнішньої торгівлі, у значній частці бартерних операцій та нерозвинутості міжнародних зв'язків з іншими країнами. Зокрема продовжує залишатися недосконалою структура експорту й імпорту. Вона скоріше нагадує структуру країн третього світу, ніж сучасних індустріально розвинутих держав. Переважаючими експортно-імпортними поставками є сировина, матеріали та паливно-енергетичні ресурси, недостатньо представлена продукція машинобудування, наукоємних та інших провідних галузей економіки.

Україна як член світового співтовариства держав не може обмежуватися зв'язками з країнами СНД, а повинна, виходячи з переваг міжнародного поділу праці, поглиблювати і розширювати економічні зв'язки й з іншими країнами, передусім з індустріально розвинутими.

Винятково важливими для цього співробітництва стануть відповідні кроки України щодо зменшення бар'єрів у торгівлі з західними країнами, створення сприятливих умов для інвестування зарубіжними фірмами нашої економіки. З цією метою створюються спільні комісії для розвитку ділових контактів, закладаються підвалини для розширення співробітництва. Зокрема укладено Торгову угоду із США, яка надає Україні режим найбільшого сприяння, та Угоду, яка забезпечує страхування капіталовкладень американських фірм, котрі здійснюватимуть свої інвестиції в Україні. Розширюватиметься співробітництво в галузі морського судноплавства й цивільної авіації. Значного розвитку набу-

дуть і контакти через програми широких обмінів між людьми, такі як Угода про «Корпус миру», яка прийнята з метою надання допомоги Україні в справі розвитку малого бізнесу та в інших галузях, зокрема освіти.

Таким чином, співробітництво України із зарубіжними країнами, зокрема в сфері міжнародного маркетингу, є необхідною умовою подальшого розвитку маркетингової діяльності в нашій країні на шляхах стабілізації економічного положення та просування в напрямі ринкового господарства.

Запитання та завдання для обговорення

1. Коли, наприклад, київський завод «Маяк» виступить по телебаченню й оголосить: «Ми стаємо маркетинговим підприємством», що, на вашу думку, він хотів би цим сказати і які зміни необхідні для здійснення цього?

2. В умовах командно-адміністративної системи директор, приміром, взуттєвої фабрики на запитання, чим він займається, відповів би: «Виробляю взуття». Що б він відповів, якби орієнтувався у своїй діяльності на ринок?

3. Якщо правління добре організувало роботу підприємства сьогодні, ТО воно може успішно справитися і з упровадженням у життя маркетингових методів господарювання. Прокоментуйте.

4. Які етапи долають продавці при проникненні на ринок?

5. Закінчивши процес сегментації ринку, організація має приступити до розробки складових частин комплексу маркетингу. Прокоментуйте цю заяву.

6. Якщо фірма «Оксана» побажає поповнити свій асортимент жіночими спідницями щоденного користування, то як здійснюватиме вона процес сегментації ринку і цільового маркетингу?

7. Які основні рішення необхідно прийняти для розробки маркетингової стратегії в межах плану маркетингу? Чому так важливо чітко скоординувати ці рішення?

8. Розробіть схему річного плану маркетингу телевізора «Славутич».

9. Запорізький автомобільний завод планує виробляти нову модель легкового автомобіля. Розкажіть, які моменти, на вашу думку, мали знайти відображення в стратегічному плані маркетингу даного автомобіля.

10. Основне завдання реклами полягає в інформуванні. Прокоментуйте це твердження.

11. Засоби стимулювання збуту ефективні лише у сфері стимулювання споживачів. Прокоментуйте це твердження.

12. Які засоби стимулювання збуту найчастіше використовуються стосовно товарів, що продаються в універсамах? Чому?

13. Розкажіть, як ви стали б розробляти пропагандистську кампанію фірми з очищення річкової води від забруднення.

14. Розкажіть, як ви стали б розробляти заходи щодо реалізації телевізора «Славутич».

15. У чому полягає суть міжнародного маркетингу, які його особливості?

16. *Як* домогтися оптимального поєднання стратегії й тактики міжнародного маркетингу? Які особливості міжнародного маркетингу в Японії і США?

17. У чому полягає роль зовнішньоекономічних зв'язків у розвитку міжнародного маркетингу?

Глава 17. ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТОК ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ МЕНЕДЖМЕНТУ

§ 1. СУТЬ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЙОГО РОЗВИТКУ

Суть менеджменту

Менеджмент як галузь людської діяльності виник і розвивається у зв'язку з необхідністю з'ясувати, чому одні організації досягають успіху, а інші занепадають, розорюються. Щоб відповісти на це запитання, тобто розкрити фактори успіху організації, насамперед слід з'ясувати, що вона собою являє. Організація — це група людей, діяльність яких свідомо координується для досягнення спільної мети. Отже, організацію (підприємство) слід розглядати не як технологічну ланку суспільного виробництва, а як соціальну підсистему ринкової економіки.

Поняття організації нерозривно пов'язане з менеджментом. У відомій книзі американських науковців «Основи менеджменту»* дається таке його визначення: «Менеджмент — це вміння досягти поставлених цілей, використовуючи працю, інтелект, мотиви поведінки інших людей. Менеджмент — функція, вид діяльності в самих різноманітних організаціях».

Коли говорять про менеджмент, майже завжди мають на увазі існування «менеджера» — професійного управляючого, який усвідомлює, що він — представник особливої професії, а не просто інженер або економіст, котрий займається управлінням. Як правило, менеджер має спеціальну підготовку.

Менеджери — це прошарок професійних управляючих, головним завданням яких є координація й організація діяльності колективів на основі врахування об'єктивних законів і закономірностей, тобто управління на науковій основі.

Поява соціального інституту менеджерів була історично зумовлена об'єктивним процесом відокремлення «капіталу — функції» від «капіталу — власності». До управлінської праці в організації професійні менеджери залучаються через відповідну плату.

* *Мексон М., Альберт М., Хедоури Ф.* Основи менеджмента / Пер. с англ. М., 1982.

Цим вони відрізняються від управлінців — власників. Однак за допомогою відповідної системи стимулювання досягається збіг інтересів менеджерів з інтересами організації, в якій вони працюють.

Суть діяльності менеджера є сталою, міняються лише її функції і методи. Сучасний менеджер виступає в системі суспільного виробництва як управляючий, дипломат, лідер, вихователь, новатор і т. п.

Менеджер-управляючий. Ця функція —традиційна. Щоб виконувати функцію управляючого, менеджер повинен мати високу професійну підготовку, знати тонкощі ділового спілкування, володіти навичками консультанта, педагога-психолога.

Серед обов'язків менеджера головними є ті, що пов'язані з установленням і розвитком ділових зв'язків. Їх виконання вимагає глибоких знань процедури переговорів та укладання угод, вирішення суперечок, улагодження відносин з владними структурами. Значно зросла також потреба участі менеджера в різноманітних посередницьких діях. Отже, менеджер повинен бути ще й гарним дипломатом.

В умовах третьої хвилі НТП, яку називають інформаційною, однією із найголовніших функцій менеджера є діяльність, пов'язана з впровадженням у виробництво інновацій. Потреба в інноваціях пояснюється тим, що значно легше й швидше підвищувати продуктивність праці і якість продукції на основі принципово нової техніки і технології, ніж на застарілому та зношеному обладнанні.

Для менеджера, як підкреслював відомий класик менеджменту А. Файоль, дуже важливо також володіти передбаченням, організаторськими здібностями, бути компетентним, мати розвинутий інтелект, високий рівень культури та моральності.

Серед функцій менеджера слід виділити і таку, як уміння активізувати «людський фактор».

Лі Яккока в книзі «Кар'єра менеджера» писав, що всі господарські операції можна в кінцевому підсумку позначити трьома словами: люди, продукт, прибуток. На першому місці стоять люди. Якщо у вас немає надійної команди, то із інших факторів мало що вдасться зробити. Для менеджера проблема активізації «людського фактора» — одна з основних.

Зрештою про діяльність менеджера можна судити тільки за економічними показниками діяльності організації (підпри-

ємства). Щоб досягти успіху, необхідно постійно й наполегливо розвивати знання і навички, необхідні керівникові.

Поняття «менеджер» часто ототожнюється з поняттям «бізнесмен». Однак це неправильно. Бізнесмен — це той, хто «робить гроші», власник капіталу, який знаходиться в обороті і приносить доход. Бізнесменом може бути ділова людина, в підпорядкуванні якої нікого немає, або великий власник, який не займає ніякої постійної посади в організації, але є власником її акцій і може бути членом її правління. Менеджер, як уже зазначалося, обов'язково займає постійну посаду, одержуючи відповідну платню.

Основні напрями розвитку менеджменту

Первісно менеджмент розвивався шляхом жорсткого *раціоналізму в управлінні,* його втіленням стали концепції «наукового управління» Ф. Тейлора, «ідеальної бюрократії» М. Вебера, «науки адміністрування» А. Файоля.

Породжені швидким розвитком промислового виробництва технологічні ілюзії в управлінні почали розвіюватися вже в 30-х роках. У ці роки з відмітною від теорії Ф. Тейлора концепцією виступив американський психолог і соціолог Е. Мейо, який дійшов висновку, що головний вплив на продуктивність праці справляють не умови праці самі по собі, а увага до персоналу, чим і започаткував теорію «людських відносин».

Раціоналізм у менеджменті за всіх його переваг, як з'ясувалося, не єдиний, а в багатьох випадках і не кращий шлях підвищення ефективності роботи організації. Як реакція на обмеженість раціоналізму в системі управлінських знань міцно утвердився *напрям поведінки,* в основу якого були покладені досягнення психології, соціології, антропології з метою поглиблення розуміння реальної суті управління. На цьому грунті розроблялися рекомендації щодо вдосконалення «людських відносин», мобілізації «людського фактора», самоврядування тощо.

Ці два напрями — раціоналістичний і поведінки — розвивалися хоч і паралельно, але часто конфліктуючи між собою. У післявоєнні роки розвиток теорії систем, кібернетики, економіко-математичних методів аналізу й обгрунтованості управлінських рішень, комп'ютеризація управління сприяли активному використанню в управлінні системного підходу.

Аналогічно розвивався і напрям поведінки. Поглиблювалося усвідомлення і вивчення організацій (підприємств) як соціальних систем. Відчутний вплив на мислення управляючих у 50-60-х роках справили спочатку концепції «постбюрократичних організацій», «організаційного гуманізму», а потім — ідеї про відкриту систему, яка активно взаємодіє з усім середовищем і врешті-решт пристосовує свій внутрішній устрій до стану зовнішнього середовища організації.

В одних ситуаціях обгрунтованими, ефективно працюючими виявилися жорстко організовані, навіть бюрократизовані системи управління, в інших — організації, побудовані на принципах дебюрократизації, внутрішньої свободи, саморегуляції.

На рубежі 70-х років широку популярність завоювали ідеї *«ситуаційного підходу», в* межах якого доводилася правомірність різних типів систем управління — як жорстко регламентованих, так і основаних на внутрішній свободі — залежно від конкретних характеристик організації. Це певною мірою примирило тих, хто робив ставку на раціональні системи, і тих, хто бачив головне джерело ефективності в мобілізації потенціалу, закладеного в людях.

Значення наукового інструментарію в підвищенні ефективності виробництва зросло, коли на початку 80-х років була усвідомлена величезна роль «організаційної культури», яка інтегрує в собі різні підходи до управління.

Аналіз теорії і практики управління дає можливість стверджувати, що менеджмент являє собою узагальнення практики раціонального управління комерційними організаціями. Із зміною умов підприємницької діяльності розвивалася і зміцнювалася теорія і практика менеджменту як наукової системи управління.

§ 2. ОСНОВИ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ ТРАДИЦІЙНОГО І СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Основні положення традиційного менеджменту

Менеджмент як практика виник у зв'язку з необхідністю делегувати власником повноваження щодо управління підприємницькою діяльністю професійному управляючому-менеджеру з метою досягнення цілей організації. До основних положень, які становили основу традиційного менеджменту, можна віднести такі:

1. Менеджмент — управління бізнесом, а бізнес є виключно справою суспільства.

2. Соціальні обов'язки, тобто справи, які не можуть бути включені в рамки економічних розрахунків, скоріше виступають перепонами в менеджменті, ніж його цілями і завданнями. Вони повинні виконуватися поза підприємством і поза межами нормального робочого дня менеджера.

3. Основна функція менеджменту полягає в мобілізації енергії організації для виконання відомих і визначених завдань. Підприємництво і нововведення (крім систематичного дослідження) знаходяться поза його сферою.

Це положення протягом більш як півстоліття було значною мірою необхідністю. Наголос на управлінську сторону менеджменту — до майже повного нехтування підприємництвом як однією з функцій менеджменту — відображає реальність, притаманна економіці першої половини XIX ст. Це був період високої технологічної і підприємницької активності, період, котрий вимагав швидше адаптації, ніж нововведень, і здатності робити краще, ніж сміливості робити інакше.

4. Основну увагу менеджмент приділяє саме робітникові фізичної праці — кваліфікованому або некваліфікованому, котрий розглядався як один із ресурсів і як один з основних елементів витрат.

Найвище досягнення традиційного менеджменту полягає в тому, що він за умов спільної праці зробив робітника продуктивним. Головною його турботою до другої половини XX ст. залишалися продуктивність й управління працею робітника.

5. Менеджмент є наукою, тобто він розвивається незалежно від суб'єктивних поглядів, як і елементарні дії арифметики, закони фізики або інженерні розрахунки.

6. Менеджмент є результатом економічного розвитку. Він виник тоді, коли бізнес «переріс» господаря, котрий робив все сам. І справді, менеджмент виник на підприємствах, які з самого початку були великими (залізниці, сталеварні заводи, універсальні магазини та ін.).

У ті сфери економіки, де переважали невеликі підприємства, менеджмент прийшов значно пізніше.

Викладені вище положення тією чи іншою мірою і сьогодні лежать в основі теорії і практики менеджменту.

Основні характеристики сучасного менеджменту

Особливістю сучасного менеджменту передусім є те, що однією з головних його функцій стає підприємницька. Підприємництво перетворюється в ядро менеджменту.

Успішна підприємницька діяльність неможлива, якщо в організації (на підприємстві) не впроваджуються нововведення. Сучасний менеджер, як уже зазначалося, має бути новатором, протистояти консерватизму, орієнтувати підприємство на постійні зміни, вдосконалення технологічного та організаційного процесу залежно від кон'юнктури ринку.

Важливе завдання сучасного менеджменту — робити знання продуктивними. Основним капітальним ресурсом, головним об'єктом витрат розвинутої економіки є такий робітник, який володіє знаннями, тобто втілює у свою працю все те, що він набув у процесі систематичної освіти, а не такий, який використовує в роботі ремісничі навички або фізичну силу.

Безперечно, показники, які визначають продуктивність робітника фізичної праці (наприклад, кількість деталей, виготовлених за одиницю часу або на одиницю заробітної плати), не можна застосувати щодо робітника, який володіє знаннями. Продуктивність праці останнього насамперед визначається якістю виробленого ним товару.

Менеджмент сьогодні повинен робити здібності й можливості робітника продуктивними. Однією з передумов успішного розв'язання цього завдання є подолання відчуження робітника від засобів виробництва, виховання у нього почуття господаря.

Акіо Моріта в книжці «Зроблене в Японії» зазначає: «В кращих японських компаніях секретів або таємниць немає. Найважливіше завдання японського менеджменту полягає в тому, щоб установити нормальні відносини з робітниками, добитись ставлення до корпорації як до рідної сім'ї, сформувати розуміння того, що у робітників і менеджерів одна доля».

Компанії, які досягли в країні найбільшого успіху, — це ті, що зуміли створити віру в єдність інтересів усіх робітників і акціонерів. З точки зору японського менеджменту, найважливішим завданням організації виробництва є формування механізму групової логіки й підкорення волі лідера.

Розпочавши своє існування як специфічна риса комерційних інститутів, менеджмент стає загальним і суттєвим органом розви-

нутого суспільства. Сьогодні організації некомерційного характеру дедалі частіше звертаються до досвіду менеджменту, щоб навчитися управляти (лікарні, державна адміністрація, військові установи та ін.). Але це не означає, що принципи бізнес-менеджменту можуть бути перенесені на інші установи, які не мають комерційного характеру. Менеджмент починається з постановки цілей, і тому некомерційні установи (наприклад, університет, лікарня тощо) потребують управління, відмітного від управління комерційними підприємствами. Однак раціональність управлінських рішень, оцінка співвідношення виділених ресурсів і здобутих результатів — ті загальні принципи менеджменту, що цілком стосуються і некомерційних установ.

Крім зазначених особливостей сучасного менеджменту, слід також підкреслити, що нині відбувається його інтернаціоналізація, колективне осмислення нових реальностей, породжених поглибленням міжнародного поділу праці, зростанням конкуренції і взаємозалежності в світовій економіці, створенням міжнародних систем інформації, інших структур з інтеграційними властивостями.

В цілому сучасний менеджмент характеризується:

зміною змісту планування;

всебічним дослідженням факторів успішної діяльності;

орієнтацією управління на досягнення стабільних успішних результатів;

розвинутою теорією і практикою маркетингу;

розробкою ефективних технологій прийняття рішень;

широким застосуванням математичних методів і досягнень інформатики в управлінні на базі персональних ЕОМ;

розвинутою мережею розрахункових систем і засобів комунікацій;

активною участю персоналу в управлінні;

дедалі більшим зверненням до здорового глузду, простих істин, які доступні для розуміння і використання широкими масами.

Безпосередньо технологічні питання тепер не включаються в сферу компетенції спеціалістів з організації та управління. Наприклад, які добрива слід вносити в даний грунт, вирішує агроном. Спеціаліст з питань організації й управління вказує, не що робити, а як робити: організовує процес праці, обліку, контролю, дає оцінку економічній ефективності, рекомендації щодо раціонального використання робочої сили й обладнання тощо.

§ 3. УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ЯК СИСТЕМА

Суть управління та його основні елементи

Управління в широкому розумінні являє собою особливий вид діяльності, який здатний перетворити неорганізований натовп в ефективну цілеспрямовану і продуктивну групу. Здійснити це можна лише через процес планування, організації, мотивації та контролю спільних дій. Система управління як сфера суспільної практики включає чотири головні групи елементів: механізм управління, структуру управління, процес управління, розвиток управління.

Механізм управління будується на таких вихідних, фундаментальних елементах: принципи, цілі, функції і методи управління.

Принципи управління — це ті основоположні засади, які притаманні всім компонентам системи управління в процесі її функціонування на всіх етапах її розвитку.

Цілі управління визначають бажаний стан системи управління в майбутньому.

Функції управління — це ті відносно самостійні, спеціалізовані види діяльності, які відокремлюються в процесі розподілу управлінської праці.

Методи управління — конкретні способи досягнення цілей.

Структура управління включає такі елементи, як організаційна структура, кадри і технічні засоби управління. Структура являє собою статичну характеристику системи управління.

Організаційна структура управління формується в процесі розподілу формальних ролей в організації і встановлення зв'язків між ними, а також між частинами структури. В системі управління працюють люди (кадри управління), які використовують у своїй роботі відповідні технічні засоби.

Процес управління — це динамічна характеристика системи управління. Він включає взаємодію зазначених вище елементів структури з метою прийняття рішень, визначення технології і процедур роботи, організації праці робітників управління тощо.

Рішення — це основний продукт (результат) управлінської діяльності. Рішення обов'язково передбачає стадію реалізації.

Технологія управління — це система правил, методів, процедур, які використовуються в процесі управління.

У різних видах управлінської праці мають місце загальні прийоми, процедури, операції. Пошук їх раціональних форм і поєднань — завдання менеджменту.

Розвиток системи управління — обов'язковий компонент її функціонування. Він реалізується через механізм, який має змістову, організаційну та процедурну сторони.

Управління не тільки організовує економічну діяльність, воно саме по собі є трудовою діяльністю і відповідно мав економічні характеристики: економічний потенціал, витрати управління, джерела їх покриття, продуктивність управлінської праці і т. д. Це — економіка управління. Розвиток управління потребує якісної та кількісної оцінки його ефективності, конкретних підсумків раціоналізації управління.

В управлінні виробництвом особливу роль відіграє суб'єктивний фактор. Його абсолютизація і переоцінка ведуть до волюнтаризму, вольових методів керівництва, створюють загрозу прийняття помилкових рішень. І навпаки, недооцінка ролі суб'єктивного фактора, абсолютизація об'єктивних умов зумовлюють стихійність, сподівання на автоматизм в управлінні економікою і, як наслідок, пасивне очікування результатів.

Наукові основи управління виробництвом

Можливість наукового управління суспільним виробництвом визначається наявністю об'єктивних закономірностей, притаманних об'єкту управління, а також самому управліншо. Важливе значення має характер діючих законів і закономірностей. Їх можна пізнати і діяти у відповідності з ними. Наукове управління передусім залежить від обсягу наукової і практичної інформації, якості її аналізу і загального рівня розвитку наукових основ управління. Останніми можна назвати весь комплекс наукових знань про управління, який представлений відповідною системою наук. Вона включає такі три складові: методологічні й теоретичні основи управління; конкретні науки, які вивчають окремі елементи, функції і процеси управління; науку управління (теорію управління, мистецтво управління).

Наукове забезпечення управління означає не тільки широке використання науки при прийнятті рішень, а й глибоке вивчення практичного досвіду, наявних резервів, тобто передбачає системний підхід до вирішення управлінських завдань.

Методологічні й теоретичні основи управління. Управління виробництвом вивчають багато наук. Так, управлінські аспекти розглядаються в таких розділах основ економічної теорії, як механізм використання економічних законів, сутність і форми прояву планомірності, механізм товарно-грошових відносин та ін. Філософія розкриває співвідношення об'єктивного й суб'єктивного в управлінні, свідомих і стихійних процесів суспільного розвитку та ін. Загальні закономірності управління розглядає кібернетика, яка вивчає закономірності будь-якого управління в живій і неживій природі, організмах, у суспільстві; праксеологія досліджує закономірності будь-якої ефективної трудової діяльності.

Конкретні науки про управління. До конкретних наук про управління виробництвом відносяться насамперед система наук про різноманітні функції управління: планування, аналіз господарської діяльності, управління виробництвом у різноманітних сферах та галузях економіки: в промисловості та її галузях, сільському господарстві, транспорті, регіонах тощо.

Конкретні науки про управління вивчають і окремі елементи або процеси управління: наукову організацію управлінської праці, автоматизовані системи управління, діловодство і т. д. Особливості управління розглядають і такі прикладні науки (або розділи наук), як психологія управління, соціологія управління, юридичні науки та ін. Чим глибший аналіз управління здійснюється окремими науками, тим гострішою стає проблема синтезу даних усіх цих наук, тобто підходу до управління як до цілісної системи знань.

Виявлення загальних характеристик, закономірностей управління означає формування науки управління, яка описує, з'ясовує, вивчає ці закономірності. На їх основі виробляються конкретні принципи, методи, рекомендації стосовно управління економікою в цілому, галуззю, підприємством тощо. Водночас управління як творча діяльність керівника і менеджера не вміщується повністю в межі наукових рекомендацій, інструкцій і формальних моделей. Тут велику роль відіграє досвід, навички, інтуїція, тобто майстерність, або, як її часто називають, мистецтво управління.

Характеристика науки управління

Головна ціль науки управління — виявлення закономірностей в управлінні. В межах цієї науки виділяють дві її самостійні частини: теорію керівництва і мистецтво управління.

Теорія керівництва -- це загальне вчення про організацію і функціонування системи управління в цілому. Друга частина досліджує мистецтво управління як творче явище за допомогою набору «зразків управління» і виробляє рекомендації для прийняття рішень у конкретних ситуаціях.

Мистецтво управління. В основі управлінського мистецтва як частини науки управління лежить «метод зразків». Творчий характер управлінської діяльності, з одного боку, зумовлений об'єктивно самими умовами цієї діяльності (у залежності від обставин і виконавців), з іншого — тим, що навіть в однакових умовах різні керівники ведуть себе по-різному (мають свій стиль).

Зразок управління — це критично проаналізований окремий випадок у практиці управління (позитивний або негативний). Зразок включає опис ситуації, аналіз проблеми, аналіз варіантів її вирішення, характеристику вибраного шляху і аналіз досягнутих результатів з урахуванням фактора часу. Зразок — це не рецепт, а скоріше еталон, з яким порівнюють конкретні дії, це — матеріал для творчого аналізу на основі знання теорії керівництва.

Наука управління спирається на загальні та власні методи пізнання. Методи аналізу і синтезу, історичного й логічного, індукції й дедукції, кількісного і якісного аналізу відносяться до загальних методів.

Власними методами науки управління є: емпіричний метод, метод спостережень, соціального експериментування, моделювання та ін.

Закономірності і принципи управління

Закономірності управління відображають суттєві, причинно-наслідкові зв'язки між окремими елементами системи управління виробництвом. Знання і застосування цих закономірностей у практиці управління посилюють цілісність і упорядкованість системи управління, дають можливість досягти поставлених цілей. Ігнорування їх неодмінно веде до застою, деформації як системи управління, так і, в кінцевому підсумку, об'єкта управління.

Закономірності управління внаслідок великої ролі суб'єктивного фактора і творчої активності в управлінні, а також фактора впливу на управління ситуаційних обставин проявляються порізному. Одні з них виступають досить чітко, однозначно впливають на управлінські рішення, які приймаються, повторюються

в значній кількості практичних завдань. Такі закономірності в управлінні називаються *принципами.* Дотримання або обов'язкове врахування принципів є необхідною умовою управління.

Принцип взагалі визначається як правило, від якого не відступають. У принципах управління узагальнені пізнані закони і закономірності, виправданий досвід управління. Вони визначають спосіб діяльності, взаємодії, виступають як правило і норма управлінської діяльності. Набір принципів, які застосовуються в практиці управління, часто називають ідеологією управління. Їх також вважають основою існуючої в суспільстві управлінської культури.

За своєю суттю принцип не виключає варіантів та вибору, оскільки найчастіше заснований на поєднанні крайніх засад, але він визначає й обмежує той набір варіантів, з яких потрібно зробити вибір. Ігнорування принципів або вихід за зазначені ними межі створюють в управлінні напружену ситуацію, яка веде врешті-решт до невдач в управлінській діяльності. *Знання принципів і врахування їх у практичній діяльності є обов 'язковою умовою ефективного управління.* Прийняття всіма учасниками управлінського процесу принципів до керівництва створює можливість передбачити наслідки рішень, які приймаються.

Усі існуючі в природі принципи управління поділяються на *загальні,* дія яких поширюється на всю систему управління, і *особливі,* тобто ті, які відносяться тільки до окремих частин, елементів системи управління.

Принцип поєднання централізму і децентралізації в управлінні. Централізація в управлінні являє собою концентрацію влади, прийняття рішень на верхніх рівнях керівництва. Децентралізація — це делегування прав, а водночас і відповідальності на нижчий щабель управлінської ієрархії.

Поняття централізації і децентралізації не виключають одне одного: вони лише виражають різний ступінь розподілу влади, прав і відповідальності, контролю по вертикалі управління. Децентралізація не може розглядатися поза зв'язком з централізацією.

Принцип поєднання державного регулювання і господарської самостійності в управлінні. Цей принцип відображає втручання держави в господарську діяльність. Будь-яке сучасне суспільство представлене державою, яка здійснює правову регламентацію управління виробництвом, визначаючи ступінь господарської самостійності суб'єктів.

Основу державного регулювання економіки становлять різноманітні нормативні акти: закони, накази, постанови, інструкції та ін. Кожен учасник управління повинен знати нормативні акти, які стосуються його діяльності, і здійснювати її згідно з цими актами. Дотримання нормативної поведінки, створення правової держави стабілізують управління.

Принцип поєднання політичного і господарського керівництва є відображенням діалектичного взаємозв'язку політики й економіки. Цей принцип передбачає обов'язкове знання, оцінку і врахування суспільно-політичної ситуації при прийнятті господарських рішень та їх можливих наслідків в усіх ланках суспільства.

В управлінській практиці повинні розмежовуватися політична й господарська компетенції. Політичне керівництво при цьому може здійснюватися лише через перемогу на виборах економічних програм тих або інших партій.

Принцип поєднання інтересів індивіда і цілей організації базується на тому, що сумісна діяльність людей дає їм можливість найефективніше реалізувати свої індивідуальні цілі. У свою чергу, суспільство або організація можуть досягти своїх цілей, якщо індивіди, які входять до них, реалізували свої інтереси. Правильно організоване управління допомагає підвищити рівень поєднання цих цілей та інтересів.

Принцип поєднання галузевого і територіального підходів до управління. Будь-яке виробництво здійснюється на відповідній території. Отже, управляти потрібно з урахуванням як одного, так і іншого. Галузевий інтерес виробництва, зумовлений досягненням найвищої продуктивності праці в галузі, часто веде до утиснення інтересів території. Яскравим прикладом цього є проблема охорони навколишнього середовища. Форми поєднання двох підходів можуть бути різними.

Принцип поєднання права господаря і участі робітників в управлінні виходить з того, що управління є функцією власності. Завжди управляє той, хто є власником. Тому дуже важливо подолати відчуження робітника від власності, створити умови для розвитку *в* ньому почуття господаря. Для цього використовуються різні методи: акціонування або корпоратизація державної чи індивідуальної власності, участь у прибутках, самоврядування в робочих групах та ін.

Цілі управління

В цілях управління діалектично поєднуються об'єктивні та суб'єктивні засади в управлінні суспільним виробництвом. З одного боку, цілі повинні відповідати об'єктивним законам, інакше вони не будуть реальними, з іншого — цілі є продуктом свідомості, ставляться людьми і відображають їхні інтереси.

Ціль управління — це бажаний стан об'єкта управління в майбутньому. Вона не тільки визначає поведінку суб'єкта, а й впливає на елементи системи управління, зміст головних видів управлінської діяльності (функцій), вибір способів впливу на об'єкт (методів), на організаційну структуру і процес управління, підбір і розстановку кадрів і т. д.

При визначенні цілей потрібно дотримуватися загального правила, згідно з яким індивідуальні цілі визначають цілі вищого рівня. Виникає проблема ієрархії та деталізації цілей. Так, довгострокові орієнтири розробляються для обмеженої кількості показників і нормативів, середньострокові цілі приймають вигляд конкретніших завдань і показників, а річні цілі ще детальніші, вони конкретизуються, охоплюючи всі основні аспекти господарської діяльності.

Залежно від рівня управління можна виділити цілі: народногосподарські, міжгалузеві, міжрегіональні, галузеві й територіальні, об'єднання і підприємства, цеху, ланки. При цьому зміст цілей залежить від рівня управління. Так, важливість довгострокових планів підвищується на рівні народного господарства, галузей і територій.

У кожній підсистемі виникають свої, притаманні їй цілі, які не зводяться лише до реалізації цілі вищого рівня. Наприклад, у колективі робітників підприємства формуються не тільки цілі, які визначають поведінку колективу в цілому, а й групові, цілі робітників окремих цехів та ланок і цілі окремих робітників. У таких випадках виникає проблема узгодженості цілей, усунення суперечностей.

Вимоги, які висуваються при визначенні цілей. Цілі повинні бути реальними. Недосяжні, нереальні цілі не тільки не спонукають трудові колективи до активної діяльності, а й можуть діяти в протилежному напрямку. Легкодосяжні цілі теж характеризуються слабкою мотивацією.

Цілі мають бути зрозумілими для виконавця і чітко сформульованими. Головне тут, щоб ті, хто їх буде виконувати, знали й ро-

зуміли, що конкретно від них чекають. Абстрактне гасло — підвищити продуктивність виробництва — по суті не діє на виконавця. Коли ж ставиться конкретне завдання — знизити собівартість на 10%, це вже зрозуміліше і примушує шукати необхідні засоби. Зрозуміла ціль допомагає побачити те, що прискорює її досягнення.

Цілі повинні відображати спільність інтересів суспільства, колективу й індивіда, що і сприяє уникненню суперечностей і кризових ситуацій. Цілі, неприйнятні для одного з рівнів, можуть бути або не виконані, або гальмуватися. Тому при їх визначенні необхідно узгоджувати інтереси всіх сторін.

Ефективність цілі підвищується, якщо хід її досягнення може бути перевірений і скоригований у разі зміни зовнішніх факторів і обставин. Вона також повинна бути пов'язана із системою стимулювання, щоб заінтересувати виконавців у її досягненні.

У кінцевому підсумку цілі не повинні мати руйнівний характер (наприклад, насильницька колективізація). Такі цілі відкидають об'єкт і систему управління назад.

Для формування й аналізу цілей застосовуються різноманітні методи: експертних оцінок, математичного моделювання та ін. Один із методів упорядкування і представлення цілей — метод, який одержав назву *дерево цілей.*

Побудова «дерева цілей» полягає в їх структуруванні шляхом виявлення зв'язків між цілями й засобами їх досягнення у відповідності *з* принципами дедуктивної логіки і застосування деяких евристичних процедур.

«Дерево цілей» дає змогу уявити повну картину взаємозв'язків майбутніх подій, включаючи перелік конкретних завдань і одержання інформації про їхню відносну важливість.

Для досягнення головної цілі необхідно реалізувати декілька конкретних цілей нижчого рівня, які виступають як засіб по відношенню до цілі вищого рівня, і т. д.

Слід зазначити й обмеженість цього методу, зокрема відповідну статичність ієрархії цілей. На великому часовому інтервалі склад цілей, їх субординація, конкретні характеристики міняються. Практично це приводить до необхідності побудови динамічного ряду «дерева цілей», що значно збільшує і так складну процедуру.

Програмно-цільове управління. Для вирішення складних комплексних проблем, які «не вміщуються» в рамки традиційного га-

лузевого і територіального управління, найефективнішим часто буває метод цільового управління — програмно-цільовий. Можна виділити три його варіанти.

Перший — програма виступає як загальний орієнтир розвитку, як набір конкретних вузлових рішень (наприклад, орієнтація на перехід до інтенсивних факторів розвитку).

Другий — програма являє собою системне комплексне рішення, в якому визначені, як мінімум, зміст завдань, строки, інколи і ресурси, насамперед капітальні вкладення.

Третій — на відміну від двох попередніх варіантів програма визначає не тільки завдання і ресурси, не тільки учасників виконання завдань, а й механізм втілення програми в життя.

У найрозвинутішому вигляді цей варіант програмно-цільового управління реалізується тоді, коли важлива комплексна проблема (або її частина) взагалі спеціально відособлюється в системі управління і структурно, і процедурно, коли цільовим призначенням виділяються необхідні ресурси, формується особливий механізм управління програмою, створюються спеціальні органи, розробляються особливі процедури їх взаємодії, механізм підпорядкування та ін. Прикладом може бути здійснення військових, космічних програм та ін.

Запитання та завдання для обговорення

1. Які причини виникнення менеджменту?
2. Які основні відмінності менеджера від управлінця?
3. Дайте порівняльну характеристику раціоналістичного напряму та напряму поведінки.
4. Які загальні умови підприємницької діяльності?
5. **Які** особливості традиційного й сучасного менеджменту?
6. Охарактеризуйте головні групи елементів системи управління.
7. Які складові наукових основ управління?
8. **Які** існують принципи управління та їх класифікація?

Глава 18. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА ТА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

§ 1. ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ

Суть організаційної структури управління

Організаційна структура являє собою внутрішньосистемний порядок, форму організаційних відносин і елементів. Вона створюється суб'єктом управління для оптимізації зв'язків і відносин.

Організаційна структура завжди формальна і закріплена правовими нормами. В них відображаються всі її основні характеристики й елементи, а саме:

поділ (спеціалізація) праці за посадами (директор, начальник цеху, майстер);

групування посад за підрозділами (відділ, бюро); склад посад і підрозділів (інженер-конструктор, економіст);

компетенція та ієрархія посад (директор, головний інженер, головний конструктор, конструктор та ін.);

порядок зв'язків між посадами, підрозділами. Створюється організаційна структура завжди свідомо (людиною), виходячи з цілей і функцій системи, умов діяльності виробництва. Вона використовується як засіб приведення системи у відповідність з цілями й умовами діяльності. Організаційна структура управління залежить найперше від виробничої структури, котра, в свою чергу, зумовлена спеціалізацією і масштабами виробництва, рівнем використовуваної техніки і технології, формами організації праці й ступенем розвитку комерційних відносин. Вона визначається також цілями розвитку підприємства, зовнішніми умовами його існування.

Організаційна структура управління по суті є одним з елементів механізму господарювання; вона відображає насамперед процеси виробничо-економічного характеру і повинна відповідати інтересам розвитку виробництва. Загальна структура управління підприємством (об'єднанням) має декілька рівнів управління, які відображають ієрархію суб'єкта управління.

Раніше вважалося, що структура буде ідеальною, якщо чітко розподілити права й обов'язки на всіх рівнях управління, деталь-

но регламентувати завдання структурних підрозділів і завдання конкретних працівників, якщо реалізація управлінської діяльності здійснюється згідно з формальними правилами й інструкціями, а працівники організації — висококваліфіковані спеціалісти, що керуються у своїй роботі інтересами справи.

Життя свідчить про недостатність цих умов, бо не можна нехтувати впливом на підприємство зовнішнього середовища. На практиці виникають різноманітні виробничо-господарські ситуації, які неможливо передбачити, а отже, регламентувати й формалізувати.

В умовах формування розвинутих ринкових відносин організаційна структура управління має бути спрямована на стимулювання робітників, трудового колективу, створення сприятливих умов для досягнення кінцевих цілей підприємства.

Вона повинна також враховувати можливі зміни виробничо-господарської ситуації. До числа ситуаційних факторів належать: зміна технології та обсягу виробництва, орієнтація на нововведення, характер і важливість завдань, які розв'язуються, система організації виробництва і її забезпечення тощо.

Між існуючим типом технологи виробництва і типом організаційної структури управління існує стійка залежність. При переході від одиничного до масового типу технології виробництва істотно змінюються роль і місце окремих функцій управління, статус структурних підрозділів, діапазон управління керівників, його стиль і методи.

Важливим ситуаційним фактором є нововведення. Чим стабільніші умови господарювання і менша потреба в новаторстві, тим більше переваг мають лінійно-функціональні структури. І навпаки, чим частіше здійснюється оновлення продукції, чим різноманітніші й мінливіші умови виробництва, тим глибшими й оперативнішими повинні бути організаційні структури управління та менш регламентованими і формалізованими взаємовідносини між елементами структури управління.

До ситуаційних факторів належать також зовнішні умови господарювання (попит, обслуговування, забезпеченість ресурсами тощо).

Світова практика підтверджує прогресивність та ефективність індивідуального підходу до побудови і вдосконалення організаційних структур управління. Найпоширенішим є системний підхід до

формування організаційних структур, який розглядає підприємство як цілісний організм у взаємодії з навколишнім середовищем.

Відмітною особливістю системного підходу є орієнтація на вивчення зв'язків і взаємовідносин між елементами організаційних структур і функціонування системи в цілому. Системний підхід заперечує чітко формалізовані структури управління і потребує врахування конкретних особливостей господарських ситуацій та реальних можливостей керівників і спеціалістів приймати управлінські рішення.

Застосування того чи іншого варіанта структури управління в кожному окремому випадку визначається конкретними умовами діяльності керованого об'єкта. Найефективніше виконання поставлених завдань забезпечують ті структури, які, не руйнуючи взаємозв'язків, що склалися в організації, дають змогу забезпечити досягнення заданих цілей шляхом налагодження прямої взаємодії підрозділів на будь-якому рівні управління за умови доцільного перерозподілу прав та обов'язків.

Перерозподіл обов'язків між органами лінійно-функціональної структури спрямований на виконання конкретної програми, впорядковує і різко скорочує довжину горизонтальних зв'язків у процесі управління, зводить до мінімуму негативні наслідки багаторівневої лінійної підпорядкованості, прискорює прийняття рішень і сприяє підвищенню відповідальності за їх зміст та результати реалізації.

Оскільки найчастіше формування програмно-цільових структур управління не потребує створення нових управлінських підрозділів, ці структури динамічніші, легко перебудовуються, полегшують роботу з кадрами. Але для того, щоб повністю виявилися позитивні якості програмно-цільової структури, необхідно ретельно відпрацювати весь механізм функціонування структури управління. Це стосується передусім взаємодії органів управління відповідно до завдань, які вони виконують, наданих їм прав і покладених на них обов'язків.

Крім того, загальні властивості спроектованої організаційної структури управління повинні забезпечувати і регламентувати:

повну відповідальність кожного управлінського органу за виконання поставленого перед ним завдання;

збалансування завдань усіх ланок відповідного рівня управління щодо цілей вищого рівня;

комплексність, взаємозв'язаність усіх функцій управління, які стосуються виконання кожного поставленого завдання як по вертикалі, так і по горизонталі;

найефективніший поділ і кооперація праці між ланками і рівнями апарату управління з огляду виконуваних функцій;

концентрацію прав і обов'язків при виконанні кожного конкретного управлінського завдання за рахунок раціонального перерозподілу повноважень на кожному рівні управління по горизонталі і делегування повноважень по вертикалі вниз.

Для того щоб задовольнити всі перелічені вимоги, необхідно сформувати комбіновану структуру, виходячи з умов функціонування конкретного об'єкта. З урахуванням цього можна формувати нові структури управління.

Вимоги до формування організаційної структуриуправління

Ефективність організаційної структури управління, яка в кінцевому підсумку виявляється в успішному (рентабельному) функціонуванні підприємства, може бути досягнута за умови, що при її формуванні дотримуються таких вимог:

1) чітко формулюється мета підприємства;

2) досягається максимальна простота структури. Чим простіше й чіткіше побудована структура, тим легше персоналу зрозуміти своє місце в ній, пристосуватися до даної форми управління і брати активну участь у реалізації цілей підприємства;

3) забезпечується чітка передача інформації і відповідний зворотний зв'язок;

4) встановлюється єдина підлеглість. Одержання наказу або розпорядження тільки від одного начальника — необхідна умова єдності дій, координації сил, поєднання зусиль. Подвійне командування не тільки зайве, а й шкідливе;

5) обмежується кількість підлеглих. Норма управління визначається діапазоном контролю, який залежить від типу виробництва, його складності;

6) обмежується кількість ланок управління: чим їх більше, тим довше йде інформація знизу вверх і розпорядження зверху вниз, тим більше можливостей перекручування їх у процесі передачі;

7) чітко розрізняються і координуються функції лінійного керівництва і функціональних служб;

8) вищим керівництвом координується відповідальність служб.

Для забезпечення координації відповідальності на підприємстві потрібно регулярно аналізувати такі фактори:

взаємозв'язки основних елементів діючих систем управління, планування, комерційний розрахунок і стимулювання;

поділ праці за досягнутого рівня концентрації, спеціалізації і комбінування виробництва в об'єднанні (підприємстві);

зміну кооперацийних зв'язків, включення і виділення виробничих ланок;

умови збуту та ресурсне забезпечення;

функції управління об'єднанням (підприємством);

структуру виробів і виробництва (наприклад, повне використання сировини і матеріалів, зміна кон'юнктури ринку збуту), враховуючи допоміжне виробництво;

технологію виробництва;

управління процесом оновлення виробництва;

суб'єктивні умови управління (відносини з нижчими керівниками);

використання засобів раціоналізації процесу управління (оргтехніка, комп'ютери, засоби зв'язку, телеапаратура тощо).

На основі результатів аналізу цих факторів переглядаються структура, функції управління і створюються передумови для безпосередньої перебудови організаційної структури управління.

У процесі вдосконалення організаційної структури управління важливого значення набуває своєчасне реагування на якісні зміни процесу виробництва. Це потребує проведення систематичного аналізу і прийняття на основі його результатів відповідних рішень. Всі організаційні рішення призначені забезпечити гнучкість форм управління і, природно, виробництва. Стратегія розвитку народного господарства вимагає реалізації найближчим часом структурних перетворень у повній залежності від форм власності на всіх рівнях управління.

Сьогодні простежується тенденція до формування на великих і середніх підприємствах чотириступінчатої, а на малих — триступінчатої організаційної структури управління.

Перша включає такі рівні управління: 1) директор, 2) функціональний керівник (заступник директора), 3) начальник цеху, 4) начальник зміни (керівник групи, майстер); друга: 1) директор, 2) начальник цеху, 3) начальник зміни (керівник групи, майстер).

§ 2. ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Передумови прийняття управлінських рішень

Організаційна структура управління має бути побудована таким чином, щоб забезпечувати на кожному рівні управління можливість своєчасного прийняття необхідних рішень. Передумовами їх вироблення можна назвати такі:

а) контроль за виконанням завдань (тут погляд у майбутнє відсутній);

б) екстраполяція минулого в майбутнє;

в) передбачення змін (зміни можуть виникати раптово, але не так, щоб не можна було передбачити тенденції змін і реакцію на них). Проте в сучасних умовах переважає прийняття гнучких термінових рішень, коли зміни неможливо передбачити.

Крім того, при підготовці та прийнятті рішень необхідно враховувати новизну, складність, динаміку і передбаченість багатьох явищ, які характеризують політичну, економічну, соціальну, ринкову та інші сфери діяльності.

Головною передумовою результативного управління є всебічний аналіз діяльності підприємства. Рішення, які приймаються, можуть класифікуватися за різними ознаками: за змістом, ступенем складності, формою, ступенем автоматизації та ін. Слід підкреслити, що управлінські рішення можуть виступати як вольовий акт вибору мети, дій і засобів її досягнення окремою людиною, а також як результат колективної думки.

Велику роль у розвитку теорії і практики прийняття рішень відіграє системний аналіз. Успіхи математичних методів оптимального програмування з використанням обчислювальної техніки дали можливість істотно підвищити ефективність вирішення завдань управління.

Соціальний характер управління, неможливість точного опису поведінки людини як ланки системи управління (а тим більше колективної поведінки), величезні обсяги вихідної інформації обмежили практичне використання формалізованої, або нормативної, теорії прийняття рішень. Людський фактор змусив у межах теорії рішень виділити *теорію поведінки* прийняття рішень. Остання включає розробку управлінських концепцій, добір, облік

і ранжування факторів, які сприяють (або заважають) розвитку організації, враховуючи також особисті якості окремих людей. У ній використовуються математичні методи статистики, економетрика, моделі розвитку, інформаційний та обчислювальний сервіс.

Необхідність урахування умов навколишнього середовища або змін у самій керованій організації, які неможливо передбачити, підвищення невизначеності при прийнятті рішень менеджерами змушують прагнути до гнучкості, адаптивності управлінської системи. Теорія поведінки основну увагу приділяє самому процесу прийняття рішень, розчленуванню його на взаємозв'язані етапи, фази, процедури, які реалізують логічну послідовність дій і забезпечують аналіз і розв'язання проблем та ситуацій, що виникають.

Одним із різновидів ситуаційного управління є *«випереджаюче управління»,* яке передбачає опис ряду аналітичних прийомів усунення невизначеностей, з якими стикаються управлінці.

Для подолання кожної форми невизначеності у випереджаючому управлінні використовують певні прийоми. Вони передбачають відповідний процес прийняття рішень, який характеризується упорядкованою системою дій. Така система дій протиставляється типу управління, що тільки реагує на ситуацію, але не дивиться вперед.

Пошуки ефективного управління — головне завдання менеджменту. Адже ефективне управління забезпечує збереження конкурентоспроможності на ринку, сталу діяльність.

Практичне призначення сучасного менеджменту — забезпечити конкурентоспроможність підприємств і прибутковість. І тут найважливішу роль відіграє фактор оновлення, тобто здатність управління до швидкого реагування на зміни, пристосування своєї стратегії до зовнішнього середовища.

Весь цей комплекс передумов успішної діяльності повинен забезпечити менеджер. Сьогодні надається величезного значення людському фактору, підтримці солідарності й активності прошарку управляючих, учених, інженерів, робітників. Жорстко регламентована, не захищена соціальними правами і стимулами праця виявляється менш ефективною. Тому до основних порад, які дають науковці менеджерам, можна віднести такі:

1. Знайти справу, в якій можна досягти успіху. Однією з характерних ознак сучасного бізнесу є його складність, отже, є багато шляхів і напрямів, де можна стати найкращим.

2. Сформулювати високі вимоги щодо досягнення поставлених цілей і дати членам свого колективу зрозуміти, що вони можуть їх досягти. Необхідно, щоб люди повірили в свої можливості.

3. Бути оптимістом, упевненим у своїх діях, і водночас реалістом, бачити майбутні можливості, не заходити у своїй: впевненості занадто далеко.

4. Не губитися у разі невдачі, сприймати її як помилку, яку можна виправити. На помилках треба вчитися.

5. Залучати персонал до вироблення реалістичних критеріїв оцінки роботи. Правильно вибрані показники і розроблені системи їх виміру допомагають людям краще працювати. Нереалістичні показники заважають роботі, підривають моральний стан колективу, довір'я.

6. Слід пам'ятати, що завжди є можливості для вдосконалення, навіть якщо колектив досяг значних успіхів.

Зміна умов і політика оновлення потребують постійної роботи щодо розвитку організації, і це — важливе завдання менеджменту. Зв'язок заходів щодо розвитку і вдосконалення роботи персоналу з оцінкою результатів знаходить своє відображення в методичних і практичних порадах управління.

В цілому основні фактори, які сприяють або перешкоджають розвитку організації, можна сформулювати так:

Позитивні	*Негативні*
Цілеспрямованість	Рутинність праці
Повна «готовність» організації до змін	Високий результат комерційної діяльності, досягнутий останнім часом
Задовільні економічні передумови	Невпевненість
Усвідомлення необхідності розвитку	Авторитарний стиль директора-виконавця
Тиск конкуренції	Загальне небачення змін
Гнучкість структури організації	Нездорова внутрішня конкуренція
Творчий підхід	Заспокоєність досягнутим
Груповий тиск	Висока плинність персоналу
Передбачення можливого розвитку	Недостатня кваліфікація кадрів
Необхідність (кризова ситуація)	Обмеженість ресурсів
Націленість директора-виконавця на реформи	Слабкий прояв результатів розвитку
	Лінощі
Позитивний приклад	Нечіткість організаційної структури
Честолюбство	Нераціональне використання часу

Аналіз цих факторів проводять періодично: на початку реалізації програми розвитку і в ході Ті виконання. Досвід переконує, що систематизація, методичне впорядкування факторів і даних, які впливають на діяльність колективу, та їх відповідне врахування в роботі істотно підвищують ефективність управлінської діяльності.

Методи прийняття управлінських рішень

Головним обов'язком керівника є вироблення управлінських рішень і організація їх виконання. Існує відповідна технологія підготовки, прийняття і реалізації рішень, тобто сукупність прийомів, способів і методів досягнення цілей діяльності.

Наявність відповідного алгоритму прийняття рішень і їх реалізації дає можливість поєднувати формальні та евристичні методи, добиватися вищих результатів. Для керівника важливо володіти різноманітними методами прийняття рішень (метод причин і результатів, методи номінальної групи, Дельфи та ін.).

Метод причин і результатів. Автором його є К. Ісікава. Він одержав широке застосування спочатку в Японії, а потім у всьому світі. Сьогодні цей метод аналізу використовується не тільки для аналізу якості, а й для розв'язання різноманітних виробничих завдань.

Застосування методу пов'язане з діяльністю гуртків якості. Схема методу являє собою графічно впорядковане подання факторів, які впливають на об'єкт аналізу. Перевагою методу є те, що він дає наочне уявлення про фактори, які впливають на об'єкт аналізу про причишто-наслідкові зв'язки цих факторів. Розглянемо зразок побудови схеми методу причин і результатів:

1. Визначити показник якості (результату), написати в середині першого аркуша паперу, обвести прямокутником.

2. Провести пряму лінію — осьову до цього прямокутника.

3. Виділити головні фактори, які впливають на об'єкт аналізу: сформулювати показник якнайточніше, з'єднати з осьовою вектора 1-го порядку. 4. Вектор 1-го порядку з'єднати з вектором 2-го, потім нанести вектор 3-го порядку і т. д.

На схему нанести всі фактори, які впливають на об'єкт аналізу. При цьому немає визначених правил послідовності нанесення факторів, головне — забезпечити правильну підпорядкованість і взаємозалежність факторів, чіткість оформлення схеми. Незважаючи на зовнішню простоту, побудова схеми методу при-

чин і результатів вимагає глибокого знання об'єкта аналізу і розуміння взаємозалежності і взаємовпливу факторів.

Як приклад наведемо схему методу причин і результатів для такого показника, як помилки в машинописі. Цей вибір зразка пояснюється тим, що незалежно від професійної підготовки маємо загальне уявлення про дану діяльність.

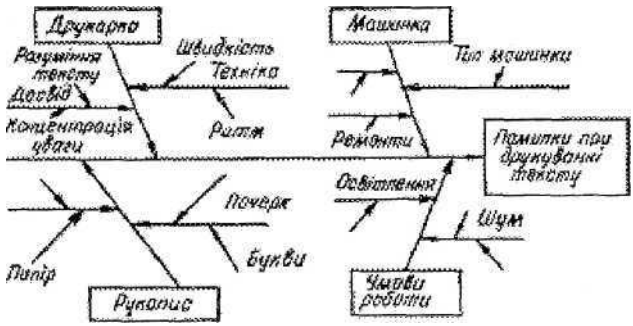


Рис. 1. Схема методу причин і результатів

Схему можна використати як вправу, доповнити її і таким чином набути практичних навичок.

Після того, як засвоєні принципи побудови схеми Ісікави, можна виконати завдання, пов'язане з професійними інтересами: проаналізувати якість продукції (послуг), яка виготовляється.

Групові методи, прийняття рішень. У світовій практиці управління багато уваги приділяється організації групової діяльності, зокрема груповому прийняттю рішень. Досвід переконує, чим більше працівників залучається до процесу управління, тим вищі результати діяльності людей і легше запроваджувати зміни у виробництві.

Суть групового методу прийняття рішень полягає в переході від індивідуального рішення керівника до колективного, яке виражає точку зору колективу в цілому. Групи, в яких добре розвинуті взаємодія і взаєморозуміння, успішніше уникають помилок і невдач у роботі. Спільна діяльність щодо вироблення рішень створює морально-психологічний клімат у колективі, що сприяє розвитку самоуправління. Якщо ухвалене групою рішення проводиться у життя, то, як правило, члени групи виконують його не тільки охочіше, а й ефективніше.

У процесі групового обговорення члени групи вчаться розуміти один одного, погоджувати свої інтереси, дії.

Процес управління неможливий без механізму погодженості окремих дій та інтересів для знаходження оптимального режиму функціонування колективу. Найбільш відомими методами групового прийняття рішень є метод номінальної групи і метод Дельфи.

Метод номінальної групи. Розроблений у 1968 р. Л. Дельбеном і Г. Ванде Веном, цей метод дає змогу виявити й зіставити індивідуальні думки (судження), виробити групове рішення. Група поділяється на підгрупи з 5–10 чоловік. Зачитується завдання. Наприклад: визначити заходи, яких необхідно вжити в колективі цеху (дільниці) у зв'язку з переходом на оренду. Дається 10–15 хв. на обговорення умов завдання, уточнення цілей. Цей період роботи можна назвати самоінструктажем. Далі починаються етапи роботи.

Перший етап. Індивідуальна робота (10-15 хв.). Кожний член підгрупи письмово формулює свою відповідь. Відбувається мовчазний пошук своїх ідей та їх обмірковування, розмови не допускаються. Після того, як закінчується процес запису ідеї (заходів), починається другий етап.

Другий етап. Керівник просить кожного учасника дати свою відповідь. Так триває доти, поки всі пропонування будуть зафіксовані. Розмови допускаються тільки між керівником і членами трупи. На цьому етапі важливі гласність і відсутність оцінок.

Третій етап. Уточнення ідей. Як тільки всі відповіді записані, вони зачитуються, щоб упевнитися, що всі учасники їх зрозуміли в тому вигляді, в якому вони записані. Кожний учасник може запропонувати уточнення, зміну формулювання, уникаючи при цьому будь-яких оцінок. У процесі такого обговорення може виникнути дискусія, і група дійде висновку, що деякі показники доцільно виключити або об'єднати. На цьому етапі важливий високий темп роботи і реалізації мети (відділити ідеї від авторів, увагу членів групи зосередити на уточненні ідей, а не на їх оцінці). Якщо є значне дублювання і відсутнє однозначне розуміння змісту ідеї з боку членів групи, наступний етап може виявитися непродуктивним.

Четвертий етап. Ранжування і голосування. Учасники вибирають найважливіші ідеї і ранжирують їх. Для цього кожному учаснику видають n–кількість незаповнених карток, їм пропонують відібрати сім-вісім найважливіших пунктів з наявного списку. На картку записують зміст ідеї і ставлять порядковий номер

із списку. Далі всім учасникам пропонують покласти картки перед собою і проранжирувати у такий спосіб:

а) вибрати найважливіший пункт, написати букву «п» і відкласти;

б) з решти карток вибрати найменш важливий пункт і помітити цифрою 1;

в) з решти карток вибрати найважливіший пункт і помітити n – *1* і т. д.

Таблиця 1.

Прийняття рішень за методом номінальної групи (число учасників — шість, число карток — вісім)

Заходи	Номер рангу (число голосів)	Підсумкове число і сума рангів
Провести переатестацію кадрів Змінити структуру управління Змінити службові інструкції для ІТП	7—3—3	3/13 5/30 4/20

Ранжирування триває доти, доки не будуть пронумеровані всі картки. Після цього підраховують голоси, результати заносять у таблицю (див. табл. 1).

Картки сортують відповідно до даних таблиці. Робота на четвертому етапі дає змогу учасникам висловити своє ставлення до кожного заходу; при цьому тиску з боку групи немає. Метод номінальної групи є конструктивним для усунення конфліктів; він відображає ступінь погодженості щодо тієї чи Іншої ідеї. Хоч учасник може і не погодитися з кінцевим груповим результатом, він, як правило, підтримує його.

Метод Дельфи. Цей метод допомагає вибрати із запропонованої серії альтернатив найкращу. Члени групи оцінюють кожну з альтернатив у відповідній послідовності. Наприклад, при прийнятті рішень мають місце такі помилки:

1. Непродумані рішення — прийняття рішення, не підготувавшись до нього.

2. Сліпі рішення — «заплющити очі» на можливі негативні наслідки рішення або зовсім не думати про них.

3. Егоцентричні рішення — орієнтуватися тільки на самого себе й особисту вигоду, не дбаючи про інших.

4. Емоційні рішення — виходити із особистого настрою, не думаючи про доцільність рішень.

5. Геніальні рішення — приймати рішення, сподіваючись лише на свою інтуїцію.

6. Самовільні рішення — не вчитися на раніше прийнятих негативних неправильних рішеннях, робити ті ж самі помилки.

Виберіть п'ять найбільш поширених помилок.

Перший етап. Ранжирують альтернативи за ступенем важливості (поширеності) з точки зору учасника обговорення. Кожній альтернативі надають порядковий номер.

Таблиця. 2.

Оцінка альтернатив за методом Дельфи

Прізвище учасника обговорення	Альтернативи									
	1			2			3			п
	Р	Б	С	Р	Б	С	Р	Б	С	
А	3	4	12	1	1	1	2	3	6	
Б	3	6	18	2	7	14	1	10	10	
В	1	1	1	4	3	12	4	3	12	
Г	4	5	20	4	3	12	2	3	6	
Сума множини Е			51			39			34	

На перше місце ставлять ту альтернативу, яку вважають головною (більш поширеною), на друге місце — менш важливу і т. д. (Позначення Р1, Р2, Р3, ... Рп ранг.)

Другий етап. Кожну альтернативу оцінюють за десятибальною системою залежно від втрат, пов'язаних з певною помилкою. За найвищий бал беруть 1, а за найнижчий — 10 (позначення бала — Б).

Третій етап. Результати, здобуті на першому та другому етапах, множать (С = Р • Б). Знаходять суму множини Е = = С + С + С... Визначають найменшу суму Е; вона є показником того, що ця помилка більш поширена. Найменша сума балів вказує на альтернативу, яка за ступенем важливості посіла перше місце, друга — найменша сума балів — на альтернативу за номером 2 і т. д. Ранжування дає змогу визначити важливість кожної альтернативи (див. табл. 2).

Після ознайомлення з груповими методами прийняття рішень рекомендується обговорити такі питання: *Які* переваги групово-

го методу прийняття рішень? Які недоліки групового методу прийняття рішень? У яких випадках слід застосовувати групові методи прийняття рішень? Для розв'язання яких проблем краще індивідуальне прийняття рішень?

Поки приймаються рішення, матимуть місце і помилки в них. Що робити керівнику в ситуації, коли він прийняв помилкове рішення?

Тут є дві можливості:

а) швидко переглянути рішення, відмінити його і знайти нове (краще), а якщо така можливість відсутня, то виконати прийняте рішення;

б) відтягти якомога далі небажані наслідки, зустріти їх, підготувавши відповідні заходи.

Перша можливість виникає передусім тоді, коли між усвідомленням необхідності прийняття рішення і діями, які реалізуються, залишається досить часу, щоб «натиснути на аварійні гальма».

Запитання та завдання для обговорення

1. Визначіть фактори організаційної структури підприємства.

2. Охарактеризуйте основні організаційні принципи формування нових структур.

3. Зробіть аналіз різних типів організаційних структур управління.

4. Дайте характеристику принципів управління.

5. Які основні поради менеджерам?

6. В чому суть позитивних та негативних факторів розвитку організації?

7. Поясніть суть діаграми причин і результатів.

8. Розкрийте метод номінальної групи.

9. В чому суть методу Дельфи?

Глава 19. ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО СКЛАДУ МЕНЕДЖМЕНТУ

§ 1. ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ВИСОКОКВАЛІФІКОВАНОГОКЕРІВНИКА

Якісні характеристики сучасного управління

Визначаючи тип висококваліфікованого керівника, іноді перелічують риси порядної людини. Безперечно, кожна людина, в тому числі й керівник, має бути чесним, порядним і т. д. Але це ще не означає, що для здійснення ефективної управлінської праці цього досить. В.І. Терещенко виділяє дев'ять якостей людини ефективної управлінської праці.

Перша якість: здатність керівника бути завжди управляючим, а не «погоничем». У чому полягає різниця між ними? Погонич «підганяє» підпорядкований йому колектив, а управляючий веде за собою. Перший завжди «все знає» і всім своїм підлеглим підкреслює це, щоб створити собі авторитет; другий ніколи цього не робить: коли треба, він людей учить, підказує, роз'яснює, але не підкреслює свої знання. Підлеглий сам інтуїтивно відчуває: знаюча людина його начальник, чи тільки робить вигляд, що все знає. Коли трапляються якісь неполадки, «погонич» відразу починає шукати крайніх, справжній начальник цього ніколи не робить, а виправляє допущені помилки. Коли наказ віддає «погонич», він завжди підкреслює своє «я» («Явам наказую зробити так-то і так-то»), управляючий замість того каже: «Давайте зробимо». Життєвий досвід, наука свідчать, що друга формула набагато результативніша, оскільки не створює психологічного бар'єра між начальником і підлеглим.

Ще одна вада «погонича»: він ніколи ні про що не інформує підлеглих; через це у підпорядкованому йому колективі поступово створюється «болотна» атмосфера всіляких слухів і пересудів. Розумний керівник ніколи не вдається до подібної секретності та якнайповніше інформує свій колектив про все, що стосується його діяльності, за винятком державної таємниці.

І остання різниця: «погонич» навіть з найцікавішої роботи умудряється зробити нудну, монотонну працю, коли підлеглі тільки те й роблять, що поглядають на годинник, чекаючи кінця робочого

дня. А справжній начальник уміє людей заінтересувати в праці, він організовує роботу так, що вона стає для людей джерелом не тільки матеріального добробуту, а й морального задоволення. Слід пам'ятати, що моральне стимулювання є прямим доповненням та продовженням відповідного рівня матеріального заохочення.

Друга якість — упевненість у собі. Це не зазнайство, а віра керівника в свої сили, у те, що він здатний виконати покладені на нього обов'язки. Життя доводить, що підлеглі неохоче йдуть за керівниками, які самі не вірять в себе і не знають, що робити.

Третя якість — строгість і вимогливість. Керівник завжди повинен вміти поєднати доброту з певною суворістю. Це тісно пов'язане з Проблемою дисципліни праці. На жаль, у нашому народному господарстві часто відсутня належна дисципліна, багато розхлябаності, нехлюйства. Досить часто в цьому винні самі керівники. Робити ставку на почуття самодисципліни треба реалістично, оскільки у багатьох людей воно ще відсутнє. Керівник повинен бути досить суворим і вимогливим, щоб підтримувати в колективі належну робочу обстановку.

Четверта якість — позитивна критика своїх підлеглих. Що це означає? Неправий той начальник, який, викликавши підлеглого, що провинився, тільки те й робить, що перелічує його помилки. Це нічого не дає, а іноді лиш озлоблює підлеглого. Починати можна, звичайно, з критики, але закінчувати слід обов'язково позитивною вказівкою: як саме потрібно це робити. Така критика досягає мети.

П'ята якість — уміння заохочувати й карати, що на перший погляд звучить дивно. Справа в тому, що в житті важко знайти двох людей, які однаково реагували б на будь-яку критику або зауваження. Зробить, наприклад, зауваження начальник молодому працівнику, а «з нього, як з гуся вода», сказав ті ж самі слова старшому за віком — він образився, рознервувався. Або, наприклад, чоловіки й жінки по-різному реагують на покарання і заохочення: жінки більш «тонкошкірі», ніж чоловіки. І тому начальник у кожному з подібних випадків повинен рахуватися з конкретною людиною, її статтю, віком, освітою, соціальним становищем тощо. І тоді заохочення і покарання досягають мети.

Є тут і правило загальне: привселюдна критика — найвища міра покарання. Крім того, у подібних випадках, буває, і керівник втрачає контроль над ситуацією, і підлеглим не завжди адек-

ватно сприймає критику на свою адресу, що нерідко призводить і до негативних наслідків. Значно ефективнішою є критика наодинці. А от коли вона не допомагає — тоді критикувати слід у присутності колективу.

Шоста якість — уміння начальника цінувати час своїх підлеглих. Практика доводить, що коли керівник не вміє цінувати час підлеглих, тим самим він учить їх не цінувати свого часу. Тут починаються «розгулювання» в коридорах, перекури по півгодини, вічні відкладання роботи, чекання.

Керівник завжди має вести прийом відвідувачів за розкладом. Жоден начальник не повинен викликати підлеглого йому керівника, якщо знає, що у нього години прийому. У нас деякі начальники закликають підлеглих цінувати час, раціонально організовувати свій робочий день тощо, але водночас не дають можливості це зробити. Скажімо, працівник розпланував свій робочий день. І раптом несподіваний виклик «зверху»: негайно з'явитися. В результаті запланований розклад ламається, що негативно впливає на роботу.

Сьома якість — ввічливе, доброзичливе ставлення керівника до своїх підлеглих. Практика свідчить, що коли на чолі колективу стоїть невихована людина, грубіян, то спрацьовує «ланцюгова реакція», і ця атмосфера взаємної грубості й некультурності поступово запановує в усьому колективі. Хамству немає виправдання.

Якщо керівник людина культурна, ввічлива, доброзичливо ставиться до своїх підлеглих і навіть для зауважень знаходить відповідну культурну форму, то і в колективі встановлюється атмосфера високої культури, взаємної доброзичливості, сприятливий морально-психологічний клімат.

Восьма якість — уміння говорити й мовчати. Соціологічні дослідження доводять, що у наш час приблизно 70% свого робочого часу керівники говорять. І лише 30% — пишуть, читають, виконують іншу роботу. Тому при підготовці людей до управлінської праці необхідно вчити їх по-діловому, дохідливо і швидко віддавати розпорядження, чітко висловлювати свої думки. Йдеться не про ораторське мистецтво; начальнику зовсім не треба бути оратором.

Вміння мовчати означає, що жодний керівник не повинен користуватися правом своєї посади, слід дати можливість людині висловити свої думки, що допоможе уникнути непотрібних нервувань і скандалів.

Дев 'ята якість — почуття гумору, вміння посміятися, оцінити дотепний жарт, іноді навіть над самим собою. Наприклад, Ф. Рузвельт — один із найпопулярніших президентів США — дуже любив всілякі дотепи і все життя збирав веселі, добродушні карикатури на самого себе.

Звичайно, у кожній країні свої традиції. І це не означає, що ми повинні так робити. Та неправильно вважати, що веселий, доброзичливий жарт або карикатура на начальника може підірвати його авторитет в очах підлеглих. Усе залежить від того, на чому авторитет тримається. Якщо керівник — це «маленький царьок», якого посадили у високе начальницьке крісло з однією метою, щоб він «правив», то, звичайно, від жартів, карикатур його авторитет може розсипатися. Та якщо авторитет керівника базується на тому, що підлеглі вірять у його розум, високу кваліфікацію, чесність, працьовитість, то від дружнього, доброзичливого дотепу авторитет він не втратить. У наш час, коли нервово-психологічні напруження досягають своєї межі, дотепний сміх, жарт можуть зняти напруження і позитивно позначитися на роботі всього колективу.

Звичайно, перелічені вище якості не вичерпують всієї проблеми, але вони є основними, що забезпечують високий рівень культури й ефективності управління, дають величезну віддачу.

Проблема підготовки нових управлінських кадрів

Головне в організації управління — управлінські кадри. Умови попереднього періоду нашої історії були такими, що управлінський апарат становили чиновники. А головна риса будь-якого чиновника — підкорятися, незаперечно виконувати всі вказівки, що спускаються «зверху». Сьогодні потрібні працівники передусім ініціативні, які вміють самостійно приймати правильні рішення і повністю брати на себе відповідальність за їх виконання.

У сучасних умовах загострюється проблема підготовки та підбору управлінських кадрів, тому що під впливом НТП постійно ускладнюється характер управлінської праці, а в зв'язку з цим змінюються і вимоги до управлінських кадрів. Виникають нові професії, нові галузі виробництва. За сучасних темпів розвитку науки і техніки набуті знання швидко старіють. Вважається, що кожні чотири-п'ять років спеціалісти втрачають свою кваліфікацію, якщо вони не пройдуть повторної підготовки.

§ 2. СВІТОВИЙ ДОСВІД ПІДГОТОВКИ УПРАВЛІНСЬКИХ КАДРІВ

Підготовка управлінських кадрі в у США

Підготовка управлінських кадрів як самостійна галузь освіти виникла ще в 1881 р., коли при Паризькій торговельній палаті було відкрито першу у Франції Вищу комерційну школу. Тоді ж у США при Пенсільванському університеті була створена спеціальна школа підготовки управлінських кадрів, нині кількість шкіл ділової адміністрації, або так званих шкіл бізнесу, приблизно 1100.

Підготовка управлінських кадрів відбувається за трьома напрямами: у межах загальної системи освіти (школи бізнесу), у приватній мережі, так званій Американській асоціації управління (АМА) та у промислових фірмах.

Школи ділової адміністрації бувають двох типів — дворічні й чотирирічні. Для вступу до чотирирічної школи потрібна загальна середня освіта. У перші два роки навчання приблизно 60% часу відводиться на загальноосвітні предмети, а наступні два — на навчання з курсу ділового адміністрування.

Серед усіх шкіл бізнесу особливо високу репутацію у всьому світі мають дві. Це насамперед Школа ділової активності Гарвардського університету. Екзамени тут не влаштовуються, але проводяться попередні співбесіди, що тривають іноді три-чотири години, під час яких з'ясовуються питання про освіту кандидата, його розумові здібності, загальний розвиток тощо. Після співбесіди вступник проходить випробування в одному із спеціальних бюро психологічних тестів. Наголос знову-таки робиться на розумових здібностях кандидата. За результатами співбесіди і тестування остаточно відбирають на навчання. Отже, відбір досить серйозний. При школі функціонує цілий ряд окремих курсів (одно-, двотижневих і триваліших). Контингент, який навчається на них, здебільшого люди з 15–20-річним стажем практичної роботи. Тут увага акцентується на вивченні ділових ситуацій.

Другою відомою в США школою є Слоунська школа ділової адміністрації, котра виникла при Массачусетському технологічному інституті (з 1952 р. — самостійна). Методи викладання тут дещо відрізняються від методів Гарвардської школи бізнесу. Як-

що остання основну увагу приділяє діловим навичкам, готуючи власне спеціалістів-практиків, то Слоунська школа більше уваги приділяє теорії. Цікаво й те, що тут на 500 студентів припадає 500 викладачів. Таке співвідношення пояснюється тим, що, за правилами школи, всі викладачі повинні половину свого робочого часу витрачати на науково-дослідну роботу. Навчальні програми щороку переглядаються. Причому здійснює це викладацький склад за участю спеціальної факультативної ради, до якої входять видатні бізнесмени. На різні курси цієї школи приймають, як правило, людей віком 30–40 років з діловою практикою не менше 15 років. Вік студентів дворічної школи та різноманітних тижневих курсів становить звичайно 40-50 років.

Другим каналом підготовки управлінських кадрів в Америці є АМА — величезна приватна організація, створена в 1923 р., яка спеціалізується на перепідготовці кадрів та проведенні спеціальних семінарів головним чином для менеджерів середньої ланки. Протягом року АМА організовує до 2000 різних семінарів. Курси, як правило, тижневі й двотижневі, але не більше місяця. Свої відділення АМА має по всій країні. Вступити в це товариство може будь-хто, членський внесок — понад 300 дол. Плата за курси додаткова. Персонал АМА налічує приблизно 400 висококваліфікованих спеціалістів. Крім індивідуальних членів, до АМА входить і цілий ряд організацій — наприклад Асоціація президентів фірм, Асоціація управлінців нижчої ланки, Вища школа міжнародного бізнесу.

Третім каналом підготовки управлінських кадрів є самі промислові підприємства. Звичайно, для того, щоб організувати подібну підготовку, підприємство має бути досить великим. Вважається, що на ньому повинно працювати не менше 250 чоловік. Переважна більшість фірм (близько 90%) які самостійно готують управлінські кадри налічує понад тисячу співробітників. Наприклад, «Дженерал моторз» має власний вищий навчальний заклад у місті Флінті (з п'ятирічним курсом навчання і майже тисячею викладачів). Система викладання тут досить оригінальна, вона організована таким чином, що два тижні людина слухає лекції, а наступні два тижні працює у фірмі. Лише на останній семестр студенти звільняються від роботи для написання дипломної роботи. Це — ідеальне поєднання теорії і практики.

Слід зазначити, що вартість навчання в школах бізнесу досить висока. Наприклад, навчання на тримісячних курсах при

Гарвардському університеті коштує 22,5 тис. дол.

Досконалими на Заході є система і методи розстановки управлінських кадрів. Особисті знання тієї чи іншої людини вважаються недостатніми. Потрібна система. Наприклад, у США для цього існують спеціальні фірми, які проводять обстеження людей, котрі шукають нову роботу, або виконують це на замовлення підприємств, які просять порекомендувати спеціаліста на ту чи іншу посаду. Ніяким письмовим характеристикам не довіряють: вважається, що іноді добру характеристику людині дають тільки для того, щоб її позбутися.

Обстеження ведеться таємно: опитують співробітників даного кандидата, його знайомих, намагаються одержати найповніші дані про особисті й ділові якості кандидата, зокрема, чи не схильний до вживання алкоголю, які має моральні принципи, як влаштоване сімейне життя тощо. Якщо у нього є друковані праці, вивчають їх. Обстеження триває до двох місяців.

Подібні фірми мають банки даних на десятки тисяч людей — потенційних кандидатів на роботу. Отримавши запит від фірми, з тисяч кандидатів на ті чи інші посади відбирають 60 чоловік, з яких експертна комісія відбирає чотири-п'ять, а з них — два-три кандидати. І вже з останніх фірма відбирає собі кандидатуру, яка найбільше її задовольняє.

За подібний відбір кандидата платиться звичайно третина його річної зарплати, тому що це дуже важка й складна робота. Але, як доводить практика, така система добору відповідного персоналу цілком себе виправдовує.

Японська система оцінки менеджерів

З метою визначення здібностей і особистих якостей менеджера або кандидата в менеджери в японських фірмах активно використовуються, наприклад, спеціальні форми-анкети на конкретного управлінця, які заповшоють вищі керівники і які кожен заповнює сам на себе. У свою чергу, з допомогою такої ж анкети оцінюють підлеглі керівника. Заповнені анкети здаються в управління кадрами. Таким чином, в японських фірмах дістала поширення так звана тристороння оцінка кадрів. Інколи для оцінки робітників запрошуються ще й спеціалісти зі сторони. Тоді оцінка стає чотиристоронньою. Вона проводиться щороку. У результаті служба кадрів має досить повне уявлення про всіх менеджерів або кандидатів

у менеджери. Кожна фірма, як правило, готує анкети, виходячи зі своїх потреб, тому не можна говорити про повну уніфікованість. Але дещо є загальним. Як правило, така форма-анкета складається з трьох блоків: а) здібності; б) досвід роботи: в) розвиток. Форма-анкета для самооцінки включає ще блок «бажання».

Блок «здібності» у своїй основі побудований на визначенні професійних особливостей, необхідних для здійснення головних функцій управління.

На відміну від американців, які в своїх інструкціях розписують ці функції до найменших подробиць, японці подають їх у досить загальних формулюваннях. Г. Семеяк у книзі «Наука про людину для управляючих» наводить такий приклад-випадок. Японська група туристів у США замовила у менеджера готелю, де вона зупинилася, автобус для поїздки по місту, і вранці, як зазначалося в заявці, при вході в готель стояв автобус, але без водія. Менеджер готелю пояснив розгубленим японцям, що вони замовляли лише автобус, але не включили в замовлення водія.

В Японії не прийнято робити тільки те, на що конкретно вказано. Якщо в США панує принцип — «не втручайся не в свою справу», то в Японії — «вникай у всі пори життя». На думку японців, це — важливий фактор у справі вдосконалення виробництва. Так розуміють головне завдання менеджменту в Японії. Це завдання диктує і той конкретний набір здібностей, якими повинен володіти менеджер.

Як правило, при визначенні рівня здібностей менеджера, оцінці підлягає його здатність: а) приймати рішення; б) планувати; в) вести переговори, бесіду; г) організовувати людей; д) здійснювати контроль за діяльністю підлеглих. Для виявлення цих та інших здібностей застосовують різноманітні методи — від оцінки біографії до спеціально підготовлених завдань або тестів.

Блок «досвід роботи» включає підблоки: а) відповідає — не відповідає своїй посаді; б) якість професійної діяльності; в) устремління в майбутнє; г) план посадового просування. Підблоки наповнюються інформацією, одержаною на основі спостережень за поведінкою оцінюваного.

Висновки тісно пов'язують з даними *блоку «розвиток»,* призначення якого — оцінка рис характеру та їх удосконалення у необхідному для розвитку менеджерських здібностей напрямі. В анкеті наводяться такі риси характеру: настирливий, оптимістичний,

який посміхається, грубіян, гнучкий, скритий, відчужений, балакун, швидкий у роботі, ретельний, логічний, мовчазний, впевнений у собі, егоїст, безпечний, товариський, мислячий, упертий, схильний залишатися в затінку, буркотун та ін. З перелічених рис вибирають вісім найхарактерніших для оцінюваної особи, зазначивши, в якому напрямі вони еволюціонують, і на цій основі роблять висновок про ступінь його відповідності менеджерським функціям.

Призначення *блоку «бажання»,* який включається в анкети самооцінки, — вивчення справжніх прагнень оцінюваного. Вважається, що людина не завжди говорить віч-на-віч про свої мрії та наміри. Частіше вона схильна викладати їх у письмовій формі. Крім того, оцінка спонукає оцінюваного до вільної форми опису свого досвіду, труднощів та успіхів у роботі за минулий рік. Він заохочується також до викладу своїх роздумів про шляхи використання його фірмою найближчим часом, а також у майбутньому.

При вивченні заповненої анкети кадровики намагаються виділити з неї інформацію про наявність творчих здібностей в оцінюваної посадової особи, її кмітливість, творчий елемент при прийнятті рішень, широку ерудицію. Все це, на думку японців, допомагає визначити ступінь придатності оцінюваних до менеджерської діяльності.

Серед різних методів, які застосовуються японськими фірмами при визначенні здібностей і особистих рис менеджерів, є такі, які можна назвати універсальними. Це — вивчення біографії, оцінка даних особистої справи, виконання письмових завдань та усні іспити.

Вивчення біографії. При оцінці менеджера багато уваги приділяється його життєвому досвіду, тісно пов'язаному із стажем практичної роботи на фірмі. Саме під таким кутом зору вивчається біографія. Головним аспектом аналізу є: а) сімейний стан; б) характер освіти; в) фізичний розвиток; г) головні потреби, інтереси; д) особливості інтелекту; е) схильність до спілкування. Одержана інформація дає можливість кадровій службі скласти відповідні уявлення про оцінюваного.

Розгляд даних особової справи. На кожного робітника в японській фірмі заводиться досьє, в яке вносяться анкетні дані та відомості, одержані на основі щорічних оцінок. Особова справа дає змогу скласти портрет оцінюваного, передусім з'ясувати риси йо-

го характеру та здібності. За даними особової справи також роблять висновки про його перспективи.

Аналіз виконання письмових завдань. Методика письмових завдань детально розроблена. Часто пропонуються, наприклад, розробка проекту, підготовка ділового листа, складання доповіді. На виконання завдань дається одна година. Особа, яка екзаменується, здає роботу комісії експертів для перевірки або відразу після написання доповідає екзаменаторам.

Оцінка за усні іспити. Такі екзамени часто мають форму співбесіди, інтерв'ю, групових дискусій. Співбесіда ведеться як діалог; запитання — відповідь. Тема — здебільшого виробничі проблеми, пов'язані з посадою, яку обіймає або на яку претендує екзаменований.

Поряд з названими методами оцінки менеджерів застосовують і спеціальні тести. Тест — це стандартизоване, обмежене в часі випробування. Відомі тести інтелекту, досягнень, особистості, здібностей, оцінки групових явищ (колективізму, спеціальності та ін.). За результатами тестів головним чином створюється загальне уявлення про кандидата на посаду менеджера. Кількість тестів може бути різною.

Ось приклад тестів-завдань для тренувань. До кожного тесту-завдання додається відповідний коментар.

Управління організацією. Зміни, які постійно відбуваються у виробництві й суспільстві, вимагають вмілого та своєчасного їх урахування вищим ешелоном управлінців і вжиття відповідних заходів. Які з названих нижче заходів доцільно, навашу думку, здійснити, щоб оптимально відреагувати на несподівані зміни ситуації?

А. Передусім слід оцінити характер змін, потім привести у відповідність з ними цілі та діяльність самої організації, а також методи управління нею.

Б. У зв'язку зі змінами часто-густо поспішно приймаються недоречні рішення, витрачаються марні зусилля, і організація працює нерівномірно. Тому потрібно терміново виявити всі негативні сторони ситуації, усунути їх І намагатися підтримувати в діяльності організації необхідну стабільність.

В. Зміни в навколишньому середовищі негативно впливають на працівників організації. Тому необхідно докласти зусиль до того, щоб люди могли своєчасно пристосуватися до будь-яких змін Відповідь: правильне рішення — варіант А.

Навички управлінця. Навички, які необхідно мати управлінцю, можна поділити на три види, технологічні — пов'язані з конкретною

технологічною професією; комунікативні — що стосуються вміння управляти людьми; концептуальні — пов'язані з умінням приймати відповідні рішення, здійснювати комплексний підхід до проблеми.

Яке з наведених нижче міркувань щодо видів навичок управлінців ви вважаєте правильним?

А. Значення технологічних навичок знижується у міру того, як підвищується ранг управлінця і відповідно зростає значення концептуальних навичок.

Б. Чим вищий ранг управлінця, тим вищий вимагається рівень набутих комунікативних навичок. Важливість технологічних навичок залишається незмінною для управлінця будь-якого рангу.

В. У міру погіршення навколишніх обставин підвищується значення комунікативних навичок.

Відповідь: правильне міркування — варіант А.

Вітчизняний досвід в цьому напрямі робить лише перші кроки. Сьогодні у нас відбувається процес поступового, складного реформування державної системи підготовки й перепідготовки управлінських кадрів (менеджерів для народного господарства). Поряд з тим стихійно, але активно формується система приватної підготовки менеджерів через створення та функціонування різноманітних шкіл і курсів бізнесу. В цьому напрямі робота ще тільки розпочинається.

Запитання та завдання для обговорення

1. Дайте характеристику якісних рис сучасного управлінця.

2. Які існують загальні проблеми підготовки управлінських кадрів у сучасних умовах?

3. Які основні риси американської системи підготовки та перепідготовки управлінських кадрів?

4. В чому суть японської системи підготовки та тестування менеджерів?

Глава 20. УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ РИНКОВОГО ТИПУ

§ 1. ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Необхідність планування

Планування являє собою управлінський процес визначення цілей підприємства і засобів їх досягнення, забезпечення і підтримки відповідності між ними.

Дехто вважає, що планувати діяльність підприємства в умовах мінливої ринкової ситуації — це марно витрачати сили та час. Проте, як свідчить досвід ефективно працюючих підприємств, існує прямий зв'язок між успіхом підприємств і плануванням їхньої діяльності.

Вказуючи на цю закономірність, фахівці ринкової економіки виділяють такі позитивні результати формального планування: воно примушує керівників перспективно мислити; сприяє чіткішій координації зусиль; змушує чітко визначити свої завдання та пріоритети; робить підприємство більш підготовленим до ринкових змін; дає можливість застосовувати контроль; наочно демонструє взаємозв'язок обов'язків посадових осіб.

Система планування на підприємстві складається з розробки й застосування як перспективних, так і оперативних (поточних) планів.

Перспективне планування

Перспективні плани є носіями й виразниками стратегії підприємства. Тому в них формулюються основна мета підприємства, провідні ідеї, визначаються пріоритети, напрями та сфери його діяльності, існуючі можливості й ресурси.

Обрії перспективного планування залежать від можливостей передбачення майбутнього. Якщо зовнішнє середовище більш стабільне і менш конкурентне, то плановий період може становити п'ять і більше років, якщо ж ринкові умови характеризуються невизначеністю, то цей період охоплює два-три роки.

Перспективне планування, як правило, доповнюється **оперативним, яке передбачає розробку конкретних завдань на найближчий період у різних сферах діяльності підприємства** (виробничій, комерційній, фінансовій тощо).

***Система** безперервного планування*

Результативність планування значною мірою обумовлюється його безперервністю. Деякі підприємства успішно застосовують таку систему. Розробляються два плани — перспективний і річний. Спочатку готується п'ятирічний план. Кожен рік він переглядається і коригується, з тим щоб підприємство завжди мало діючий план на наступні п'ять років.

Потім складається річний план — розгорнутий варіант наміток перспективного плану на перший рік його здійснювання. В ньому дається оцінка ринкової ситуації перераховуються існуючі загрози й можливості, цілі й проблеми, викладається програма дій на рік, вказується сума асигнувань, визначається порядок контролю. Цей план виступає основою для взаємодії усіх підрозділів підприємства, координації виробничої, маркетингової та фінансової діяльності.

Розглянута вище система планування, як правило, застосовується великими підприємствами*. Відносно невеликі фірми, особливо ті, що тільки розпочинають свою діяльність, будують її **на** основі так званих бізнес-планів.

Бізнес-план

Бізнес-план являє собою аналітичний документ прогнозного типу, змістом якого є всебічне обгрунтування цілей, шляхів, засобів та результатів підприємницької діяльності. Тобто він повинен характеризувати існуючий потенціал фірми та перспективи її розвитку. Форма й обсяги цього документа залежать від мети його розробки та використання. Але обов'язково він містить розділи, присвячені товару фірми, її ринку, конкурентам, маркетингу, виробництву, управлінню та фінансам.

Розпочинається бізнес-план звичайно з розділу, в якому дається характеристика продукції або послуг, заради яких створюється підприємство. Він містить відповіді на такі запитання: Які потреби буде задовольняти продукція підприємства? Які пе-

* В Японії, наприклад, ті чи інші системи перспективного плану застосовують близько 80% великих корпорацій.

реваги має ця продукція відносно товарів конкурентів? Якими патентами та авторськими свідоцтвами захищені особливості продукції? У цьому ж розділі дається приблизна оцінка вартості товару і тих затрат, що потребує його виробництво. Описується й організація сервісу — якщо це технічний виріб.

Другий розділ бізнес-плану присвячений аналізу майбутнього ринку підприємства, визначенню його ємності. Тут мають бути відповіді на питання: хто, чому, скільки і коли буде готовий купити продукцію підприємства.

У третьому розділі йдеться про конкуренцію. Даються відповіді на такі запитання: Хто є найбільшим виробником аналогічного товару? Що являє собою їхня продукція (характеристика, рівень якості, дизайн, реакція покупців)? Який обсяг продажу, доходів, які нові моделі, сервіс? Який рівень цін і яка цінова політика?

Четвертий розділ містить у собі план маркетингу. Його головними елементами є: схема розповсюдження товарів, ціноутворення, реклама, методи стимулювання збуту, організація післяпродажного обслуговування (для технічних товарів), формування суспільної думки про підприємство і його продукцію («паблік рілейшнз»)*.

Тут на трьох-чотирьох сторінках розміщується інформація про те, як продаватиметься товар (через фірмові магазини або оптові торговельні організації), як відзначатимуться ціни, як організовуватиметься реклама, як зростатимуть обсяги продажу тощо.

П'ятий розділ являє собою план виробництва. Він готується тими підприємствами, котрі ним займаються. Тут даються відповіді на такі запитання: Де вироблятимуться товари — на діючих чи на нових виробництвах? Які для цього потрібні виробничі потужності, як вони зростатимуть? Де купуватиметься сировина і необхідні матеріали? Чи передбачається виробнича кооперація і з ким? Яке обладнання потрібне і де його брати?

В цьому розділі бажано представити схему виробничих потоків: Звідки і як надходитиме сировина і комплектуючі? В яких цехах вона буде перероблятися? Куди і як надходитиме продукція підприємства? Завершує розділ оцінка можливих витрат виробництва та її динаміка на перспективу.

* «Паблік рілейшнз» — одна з функцій управління, яка сприяє встановленню й підтримці іміджу фірми, взаєморозумінню і співробітництву між фірмою та громадськістю.

В шостому розділі (організаційний план) йдеться про управління, кадровий склад підприємства й організацію його праці. Зокрема вказується: Які фахівці (профіль, освіта, досвід, заробітна плата) потрібні? Де їх брати і на яких умовах (постійна робота чи за сумісництвом)?

Тут також представлена організаційна схема, яка показує, хто і чим буде займатися, взаємодію відділів, координуючі й контролюючі органи. Містяться також дані про оплату праці керівників та їх стимулювання.

Сьомий розділ являє собою фінансовий план, який у вартісному виразі узагальнює матеріали попередніх розділів. Він складається з таких документів: прогноз обсягів реалізації (продажу); баланс грошових витрат і надходжень; таблиця доходів і витрат; зведений баланс активів та пасивів підприємства; графік досягнення беззбитковості.

Прогноз обсягів збуту (продаж) повинен дати інформацію про ту частку ринку, яку підприємство хоче завоювати. Складається цей прогноз звичайно на три роки. При його розробці можуть застосовуватися різні методи: опитування керівників різних служб та відділів, екстраполяція результатів попереднього обігу, пробний маркетинг, кореляційний аналіз (визначення головних факторів впливу на збут) та ін. Вважається, що прогноз розроблено правильно, якщо різниця між передбаченим і фактичним збутом не перевищує 5%.

Баланс, грошових надходжень і витрат дає оцінку кількості грошей, які потребує проект, ліквідність останнього. Головне його завдання — перевірити синхронність надходження грошей та їх витрат.

Таблиця доходів і витрат містить такі показники:

1) доходи від продажу товару;
2) витрати на виробництво товарів;
3) сума прибутку від продажу (1-2);
4) загальновиробничі витрати (за видами);
5) чистий прибуток (3-4).

Завдання цього документа — показати, як формуватиметься та змінюватиметься прибуток.

Зведений баланс активів та пасивів рекомендується складати на початок і кінець першого року реалізації проекту.

Фінансовий план повинен також відповісти на такі страте-

гічні запитання: Скільки грошей взагалі потрібно для реалізації проекту? Де взяти ці гроші і в якій формі? Коли можна чекати повного повернення вкладених грошей і одержання доходу на них?

Заключний восьмий розділ бізнес-плану присвячується оцінці ризику і засобам страхування. Тут міститься інформація про те, які ризики (пожежі, землетруси, страйки, зміни в податках, коливання валютних курсів) найвірогідніші і до яких збитків можуть призвести. Вказуються засоби профілактики ризиків і наводиться програма страхування від них.

§ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ, ОРІЄНТОВАНИМ НА РИНОК

Види організаційних структур управління

Організаційна структура управління представляє собою сукупність певним чином пов'язаних між собою управлінських ланок. Вона характеризується кількістю органів управління, порядком їх взаємодії та функціями, які вони виконують.

Головне призначення організаційної структури — забезпечити ефективну діяльність управлінського персоналу. До його складу на підприємстві входять: керівник підприємства, керівники підрозділів, фахівці, обслуговуючий персонал (технічний). На промисловому підприємстві питома вага кадрів управління дорівнює 20–25% усієї кількості працюючих.

На більшості підприємств традиційно застосовується лінійно-функціональна структура управління. В її основу покладена ієрархічна організація процесу управління за функціями (виробництво, постачання і збут, бухгалтерський облік, фінансування тощо). За кожною з цих функцій формується лінійна система служб, що пронизує все підприємство зверху донизу: від директора через відділи і цехи з їхніми начальниками до майстрів та бригадирів.

Лінійно-функціональна структура управління має певні переваги: простота керівництва, відсутність дублювання функцій та ін., які особливо помітні за умов серійного виробництва.

Однак забезпечити необхідну пристосованість підприємства до мінливого ринкового середовища цей вид організаційної структури управління неспроможний. У ньому надто складна передача інформації між функціональними підрозділами, як і про-

цес прийняття рішень загалом. Це обумовлено тим, що проблеми обговорюються по всьому ієрархічному ланцюжку знизу вверх і *в* кожному підрозділі. При цьому багато інформації перекручується або втрачається при переході від одного рівня управління до іншого, від одного функціонального підрозділу до іншого. Середнє підприємство, як правило, має п'ять і більше рівнів управління. На кожному з них втрачається або перекручується від 8 до 15% управлінської інформації.

Окрім того, ця структура є сильним джерелом виробничого бюрократизму. Будь-яка новація, яка з певних причин не влаштовує ту чи іншу службу, може бути знищена численними узгодженнями.

Частково подолати ці вади можна шляхом розукрупнення підприємств, створення так званих «дивізіональних» структур управління*. Вони виникають у результаті виділення з підприємств самостійних спеціалізованих підрозділів, орієнтованих на виготовлення готового товару і його просування на ринок.

Як правило, такі продуктові відділи, які інколи називають центрами прибутку, або господарськими центрами, мають лінійно-функціональну структуру управління. З цієї причини в умовах гострої конкуренції їх гнучкість також є недостатньою.

Командна структура управління

Існує також командна структура управління. Забезпечити її можна шляхом радикальної реорганізації існуючої системи управління, формування замість лінійно-функціональних — командних структур. Останні з'являються, коли підприємство розділяють на невеликі господарські одиниці, які являють собою «команди» робітників і інженерів або службовців, що самостійно вирішують питання, пов'язані з виробництвом та реалізацією певного продукту.

Таку організаційну перебудову можна здійснити на будь-якому підприємстві будь-якої галузі. Вона дає змогу одержати необхідний ефект. Наприклад, на заводі американської компанії «Гуд'їр», яка виробляє автомобільні шини, створено 164 команди чисельністю від 5 до 27 чоловік кожна. До складу цих команд, які тут називаються робочими центрами, увійшли як робітники, так і фахівці. Координують їхню діяльність чотири команди служ-

* За даними зарубіжних досліджень, продуктивність праці робітників на підприємствах з чисельністю зайнятих до 500 чоловік на 50% вища, ніж там, де їхня чисельність перевищує 4,5 тис.

бовців. Центри відповідають за все: витрати на виробництво, виготовлення продукту, його якість, просування до споживача. Керівник заводу стверджує, що за рівнем цін на шини його підприємство здатне подолати будь-якого конкурента, навіть корейців, які поставляють найдешевші шини на американський ринок і вважають японців занадто ледачими.

Досвід передових компаній свідчить, що командні структури значно підвищують здатність підприємства створювати нові вироби й швидко просувати їх на ринок. При цьому істотно зменшується управлінський персонал середньої ланки. І це зрозуміло. Фахівцям, об'єднаним у команди, знаючим свої завдання й можливості їх вирішення, зайві керівники тільки заважають.

Створенню командної системи управління повинна передувати робота по раціоналізації розміщення технологічного обладнання. Традиційне розміщення устаткування за принципом його однотипності (механічна дільниця, штампувальна, лакофарбова тощо) необхідно замінити на компонування машин та верстатів під випуск готового виробу.

У цьому випадку в одному місці групується обладнання, яке необхідне для виготовлення технологічно завершеного вузла. При такому розміщенні значно підвищується швидкість та якість виконуваних операцій. Досягається це за рахунок скорочення часу транспортування, внутрізмінних простоїв, запасів матеріальних ресурсів. Таке компонування обладнання об'єднує робітників, які його обслуговують. При цьому забезпечується такий ступінь технологічної завершеності виробництва, котрий дає змогу реально виміряти і результати праці, оцінити внесок кожного.

Закономірності розвитку організаційних структур управління

В умовах гострої конкуренції підприємства, які мають ієрархічні (бюрократичні) структури, виступають першими претендентами у банкроти. З цієї причини на зміну їм сьогодні приходять більш гнучкі організації, в яких кількість управлінських ланок зменшується*. Це приводить до децентралізації управління, скорочення вертикальних зв'язків на користь горизонтальних. Останнє

* За період з 1981 до 1983 рр. 500 найбільших компаній США ліквідували не менше ніж один рівень управління. Зокрема, «Дженерал моторз» та «Крайслер» — три рівні, а «Форд» — п'ять.

означає, що дедалі більше робітників поряд зі своєю спеціалізованою діяльністю починають виконувати управлінські функції. Управління стає демократичнішим і переміщується на низовий рівень.

Можна виділити такі закономірності розвитку організаційних структур управління підприємством:

1. Надання більшої автономії підрозділам шляхом формування структур, орієнтованих на готовий продукт (створення «центрів прибутку», «робочих центрів»).

2. Розвиток дублюючих підрозділів всередині підприємства з метою появи елементів ринкової конкуренції.

3. Руйнування традиційних бар'єрів між підрозділами за рахунок створення командних структур управління.

4. Створення різного виду неформальних об'єднань фахівців для здійснення новацій («групи якості», тимчасові творчі колективи тощо).

5. Запровадження структур, які забезпечують соціальне партнерство на рівні підприємства (системи участі робітників у групах з прийняття рішень, радах правління компанією тощо).

Зміни в організаційній структурі обумовлюють нові вимоги до форм та методів управління персоналом підприємства.

Важливим мотивуючим фактором виступають зміст та умови праці. Одноманітна, рутинна й легка робота не спонукає до активної діяльності. Нормальна людина в міру свого розвитку бажає виконувати більш творчі завдання. Тому треба дбати про те, щоб зміст праці оновлювався достатньо швидко, а її умови відповідали фізіологічним, соціальним і духовним потребам персоналу. Для цього підприємства проводять реорганізацію виробництва у формі ліквідації або модифікації конвеєрної системи, впроваджують новий режим праці. Ці заходи спрямовані на примноження трудових функцій робітників, збільшення міри їх відповідальності, створення можливостей для прояву ініціативи та самостійності тощо.

Фактором мотивації є також своєчасне просування за службою, професійне зростання персоналу. Фірми ФРН, наприклад, на підвищення кваліфікації своїх робітників щорічно витрачають близько 27 млрд. марок, що перевищує відповідні витрати держави. На підготовку персоналу підприємств щорічно виділяється чотири тижні та витрачається в розрахунку на одну особу 25 тис. марок. На японських підприємствах, окрім навчання на робочому місці, самопідготовки й навчання в навчальних установах, діє

ще система ротації робітників між підрозділами. Американські корпорації заохочують навчання своїх робітників поза підприємством, а деякі навіть фінансують його.

Важливим мотиватором, який у сучасних умовах набуває особливого значення, є демократизація процесу управління підприємством.

§ 3. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РИНКОВОГО ТИПУ

***Принципи** управління персоналом*

Під управлінням персоналом розуміють усі ті практичні заходи, за допомогою яких менеджер спонукає робітників до дій, що забезпечують досягнення кінцевих цілей підприємства.

Ефективне управління персоналом, як правило, будується на основі певних принципів. Ось деякі з них:

1. Взаємна довіра керівника і колективу, добрі стосунки між співробітниками.
2. Правильне співвідношення поставлених завдань і здібностей людини.
3. Матеріальне й моральне заохочення персоналу («позитивне підкріплення»).
4. Самостійність підлеглих, делегування їм відповідальності за досягнення результатів.
5. Турбота за психічний та фізичний стан підлеглих, їх професійне зростання.
6. Поступове досягнення кінцевих цілей через виділення проміжкових результатів.
7. Контроль за досягненням результатів.

Успішна діяльність підприємства за умов жорсткої ринкової конкуренції залежить від творчої активності робітників. Тому головним завданням менеджера є мотивація персоналу.

Мотивація — процес заохочення людей до діяльності, спрямованої на досягнення цілей організації шляхом формування мотивів. Мотив — внутрішнє бажання людини діяти певним чином. Мотиви виникають тоді, коли люди мають конкретні потреби, усвідомлюють свої інтереси і бачать можливість їх задовольнити.

Відомий американський учений Абрахам Маслоу довів, що потреби людей мають певну ієрархію. За ступенем значимості во-

ни розміщуються в такому порядку: 1) фізіологічні (спрага, голод, сон, секс); 2) потреба в безпеці; 3) соціальні потреби (любов, належність до певної соціальної групи); 4) потреба в повазі (самоповага, успіх); 5) потреба в самовираженні. Маслоу стверджує, що найсильніша потреба визначає поведінку до тих пір, поки вона не задоволена. Задоволена потреба вже не діє як фактор мотивації.

Таким чином, поведінкою людини керують незадоволені потреби. У міру реалізації матеріальних інтересів підвищується значення соціальних і духовних потреб. Які потреби є домінуючими, залежить від реальної ситуації, а також особливості індивідуума.

Отже, система мотивації персоналу повинна будуватися на всебічному вивченні та врахуванні потреб робітників. Метою мотивації є забезпечення певної активності та спрямованості дії персоналу.

Експериментальним шляхом встановлено, що для досягнення певного результату необхідна не будь-яка, а певна активність діяльності.

Треба також брати до уваги те, що людина може бути активною, але свою діяльність спрямувати не в тому напрямі, який потрібен організації. Така ситуація має місце, коли існує суперечність між інтересами особи та цілями організації або коли останні невідомі персоналу.

Отже, здійснення ефективної мотивації передбачає вивчення потреб персоналу, створення умов для їх задоволення, встановлення конкретних завдань, забезпечення контролю за рівнем активності персоналу.

Це — загальна схема. Треба розуміти, що побудова ефективного механізму мотивації — надзвичайно складна справа. Адже існує величезна кількість людських потреб та засобів їх задоволення. Ті мотиватори, що дають ефект у даних умовах стосовно одних людей, можуть зовсім не підходити для інших. Саме тому не існує якоїсь універсальної системи мотивації. Водночас узагальнення практики управління персоналом успішно діючих фірм дає змогу виділити найефективніші фактори мотивації.

Загальні фактори мотивації

Одним із найдієвіших мотиваторів виступає винагорода за досягнуті результати. Це може бути правильно організована оплата праці, грошові премії за ініціативу, подарунки, пам'ятні зна-

ки тощо. Застосовуючи цей фактор мотивації, треба пам'ятати: 1) більший стимулюючий вплив справляють спосіб і форма заохочення. ніж його розмір; 2) людина повинна знати, за що конкретно її винагородили.

Суть розвитку демократії на виробництві полягає у переході від авторитарних форм управління до більш гнучких, у розширенні прав рядових робітників висловлювати свої думки, давати оцінки, впливати на стан справ. На практиці це забезпечується шляхом створення автономних бригад, представництва робітників у колективних органах управління підприємством, продажу їм акцій компанії, через участь у прибутках, гуртках якості різного типу та раціоналізаторських групах.

Залучення робітників до процесу управління підприємством сприяє:

зростанню прибутків. Менш ніж за три роки компанія «Бертон стіл», співвласниками якої є робітники, стала однією з самих прибуткових компаній США;

підвищенню якості. У компанії «Моторолла» дефекти в комп'ютерних чіпах зменшилися в 10 разів;

зростанню продуктивності. Обстежування фірм, які запровадили систему нового робочого місця (економічної демократії), виявило, що протягом року продуктивність праці виросла в середньому на 20%;

зниженню собівартості. За оцінками компанії «Полароїд» економія дорівнює 10 тис. дол. на кожного співробітника, який бере участь у групах з вирішення проблем;

збільшенню віддачі капіталовкладень. У компанії «Форд» вона становить 8 дол. на 1 дол. капіталу вкладеного у справу залучення персоналу до процесу управління;

зменшенню кількості скарг і прогулів. На 90% скоротилося число невдоволених серед персоналу, на 25% зменшилася кількість прогулів на заводах компанії «Дженерал моторз», де робітники беруть участь в управлінні

Нещодавнє опитування показало, що 60% американців бажали б працювати у фірмах, де робітники є їх співвласниками. 80% опитуваних хотіли б брати активнішу участь у прийнятті рішень.

Однією з форм демократизації виробництва є встановлення особистих контактів та подолання офіційності у відносинах між персоналом і адміністрацією. Для цього використовуються на-

Сьогодні, коли здійснюється перехід до ринкових відносин, дехто вважає, що планування непотрібне. Так, воно непотрібне у тому вигляді, в якому існувало в умовах адміністративно-командної економіки. Старіш порядок планування в показниках конкретної продукції без урахування реальних потреб часто-густо створював дефіцит багатьох видів продукції. Попит населення фактично не враховувався при складанні плану. Багато показників залежало від суб'єктивної думки керівників міністерств, відомств. Особливо негативним було планування «від досягнутого», тобто у плані намічалося зростання виробництва, виходячії з його обсягу, досягнутого наприкінці року. За таких умов керівники підприємств були заінтересовані в приховуванні резервів виробництва, прийнятті занижених планів.

Ринкова економіка не заперечує планового господарства. Про це переконливо свідчить досвід західних країн, де стратегічне планування є невід'ємною складовою менеджменту. Воно створює для підприємств основу для всіх управлінських рішень щодо організації виробництва, розподілу ресурсів, адаптації до зовнішнього середовища, внутрішньої координації тощо.

Процес відтворення включає розширене відтворення: а) сукупного суспільного продукту; б) робочої сили; в) виробничих відносин; г) природних ресурсів. У процесі відтворення сукупного суспільного продукту і робочої сили відбувається відтворення продуктивних сил.

Відтворення сукупного суспільного продукту

Матеріальною основою безперервного відновлення і розвитку виробництва виступає відтворення сукупного суспільного продукту, яке включає чотири стадії його руху (власне виробництво, розподіл, обмін і кінцеве споживання). Типовим для ринкової економіки є розширене відтворення сукупного суспільного продукту, що означає його зростання за обсягом, поліпшення структури та якості.

Суть відтворення сукупного суспільного продукту полягає в заміщенні всіх його частин за вартістю і за натуральною формою.

При використанні сукупного суспільного продукту ринок регулює пропорції його складових частин, забезпечує оптимальне поєднання нагромадження і споживання. Держава бере участь у реалізації народногосподарських пріоритетів, принципів соціальної справедливості.

Суспільне виробництво складається з двох підрозділів виробництва засобів виробництва (I) і виробництва предметів спожи-

вання (II). За вартістю сукупний суспільний продукт включає перенесену вартість (Пв), необхідний продукт (Нп) і додатковий продукт (Дп).

У процесі реалізації сукупного суспільного продукту частина продукції I підрозділу використовується на відновлення спожитих засобів виробництва і на збільшення основних і оборотних фондів у I підрозділі (Вф), а також на утворення резервного фонду (Рф). Це здійснюється за рахунок додаткового продукту I підрозділу.

У II підрозділі частина його продукції використовується на забезпечення необхідного продукту (життєвих засобів для працівників цього підрозділу) і на необхідний продукт для щойно залучених працівників.

Далі відбувається обмін продукцією між I і II підрозділами.

I підрозділ реалізує II підрозділу засоби виробництва для відновлення спожитих (Пв) і для розширення виробництва, а також для створення резервного фонду (Рф). II підрозділ реалізує I підрозділу предмети споживання для працівників, які брали участь у виробництві (Нп), і для додатково залучених працівників (Рф).

Частина продукції I і II підрозділів використовується на утримання сфери нематеріального виробництва. Умовою розширеного відтворення є таке співвідношення:

$$I(Нп + Дп) > II\,Пв$$

Ця формула показує, що **в** I підрозділі створені додаткові засоби виробництва, які необхідні для розширеного відтворення.

Практика довела, що в реалізації суспільного продукту в умовах адміністративно-командної системи відбувалися значні порушення. Продукція I підрозділу, що повинна була використовуватися на відновлення спожитих засобів виробництва, часто-густо спрямовувалася на створення нового виробництва. Це призвело до того, що наприкінці 90-х років на багатьох підприємствах засоби праці досягли майже повного зношення

Відтворення робочої сили

Суть відтворення робочої сили полягає у безперервному відновленні й підтриманні фізичних сил і розумових здібностей людини.

При цьому відбувається постійне відновлення і підвищення трудової кваліфікації людей, зростання їх загальноосвітнього і професійного рівня.

У процесі відтворення головної продуктивної сили суспільства виникає ряд проблем, які вимагають постійної уваги. Це — природний рух населення як основи відтворення робочої сили; залучення працівників до виробництва; розподіл і перерозподіл трудових ресурсів між галузями, підприємствами, регіонами; досягнення високої зайнятості населення.

Природний рух населення відображає передусім його приріст на основі обліку народжуваності й смертності. Це — по суті демографічна проблема, але економічна теорія повинна враховувати її при вивченні відтворення робочої сили.

У кожній країні свої особливості природного руху населення. На нього впливають такі фактори, як рівень індустріального розвитку й урбанізації, соціальні умови, традиції культури й побуту, конкретно-історичні фактори, тривалість життя та ін.

В Україні спостерігається тенденція зниження природного приросту населення. Основною причиною цього є скорочення народжуваності. До того ж, збільшилася дитяча смертність.

Демографічні процеси за своєю природою не є об'єктами прямого регулювання. Але існують непрямі методи їх регулювання. В країнах, де має місце тенденція зниження природного приросту населення, повинна здійснюватися активна демографічна політика як складова частина загальної соціально-економічної політики суспільства. Вона включає сукупність соціально-економічних, правових, морально-психологічних і медико-демографічних заходів, які впливають на демографічний процес.

Відтворення виробничих відносин

Відтворення виробничих відносин охоплює відносини власності на засоби виробництва, становище класів, соціальних груп, трудових колективів і окремих працівників; організаційно-економічні зв'язки. Відтворення виробничих відносин не слід розглядати як просте, звичайне їх відновлення. На сучасному етапі воно має забезпечити перехід до ринкових відносин. Це передбачає вдосконалення виробничих відносин, що виявляється у таких напрямах:

поглиблення розвитку товарно-грошових відносин за умов існування різноманітних форм власності, їх рівноправності й змагальності; зміцнення первинної економічної ланки народного господарства, формування управлінських структур на міжгалузевому, регіональному й локальному рівнях;

розгортання товарно-грошових відносин, перехід підприємств (об'єднань) на самоуправління й повне самофінансування, розвиток оренди, акціонерних та інших товариств;

упровадження економічних методів управління, основаних на пізнанні та використанні економічних законів;

розвиток кооперації не тільки в аграрному секторі, а й в інших сферах господарської діяльності;

створення умов для розвитку трудових селянських господарств, особистого підсобного господарства, індивідуальної трудової діяльності;

подолання відчуження працівників і трудових колективів від засобів виробництва.

У процесі відтворення виробничих відносин зберігаються важливі, елементи державного регулювання (розробка й реалізація державних цільових комплексних програм, регулювання формування коштів, які призначені на соціальний захист громадян, а також податків, грошової маси, використання державних товарних резервів для стабілізації ринку тощо).

Поряд з державою на виробничі відносини впливатимуть недержавні економічні структури й демократичні суспільні інститути: асоціації виробників, товариства споживачів, економічні, науково-технічні та інші суспільні організації.

Відтворення природних ресурсів

У процесі розвитку економіки здійснюється відтворення природних ресурсів, тобто відновлення їх у попередньому або кращому стані. Відтворення природних ресурсів передбачає відтворення природних умов економічного зростання (родючості землі, лісових ресурсів, рибних запасів та ін.), збереження й облагороджування середовища проживання людини. Це і становить еколого-економічний процес відтворення

Актуальність даної проблеми обумовлена тим, що обсяги споживання сировинних і природних ресурсів народним господарством досягли сьогодні величезних масштабів і істотно впливають на навколишнє середовище. Охорона, раціональне використання природних ресурсів, їхнє відтворення є обов'язковою умовою розвитку ринкової економіки.

Процес відтворення природних ресурсів потребує централізованого регулювання. Держава щорічно виділяє для цього значні

кошти. Особлива увага звертається на відтворення земельних, водних і лісових ресурсів. Здійснюється велика робота щодо збереження сільськогосподарських угідь, боротьби з ерозією грунту, підвищення темпів робіт з рекультивації земель.

Збільшуються потужності систем зворотного і повторного використання вод, розробляються і впроваджуються на підприємствах безстічні системи водокористування.

У лісовому господарстві забезпечується поступовий перехід до безперервного і раціонального лісокористування, поліпшення якісного складу лісів.

В Україні важливу роль у процесі відтворення відіграє Довгострокова державна програма охорони навколишнього середовища і раціонального використання природних ресурсів. Вона охоплює широке коло заходів технологічного, економічного й соціального характеру.

В основу природоохоронної діяльності покладено якісно новий господарський механізм захисту навколишнього середовища і раціонального використання природних ресурсів, котрий передбачає систему спеціальних пільг і санкцій, спрямованих на поліпшення становища у цій галузі.

Впроваджуються багатоканальні форми фінансування природоохоронної діяльності, включаючи ресурси державного бюджету, місцевих бюджетів, регіональних екологічних фондів і коштів підприємств.

Продовжується здійснення заходів щодо ліквідації наслідків Чорнобильської трагедії з виділенням для цього відповідних фінансових і матеріальних ресурсів.

Використовується принципово новий підхід до поліпшення екологічної обстановки в країні як до проблеми, що має величезне міжнародне значення і тому вимагає тісного співробітництва із зарубіжними країнами і повного використання світового досвіду у цій галузі.

§ 2. ІНТЕНСИВНИЙ ТИП ВІДТВОРЕННЯ

Суть інтенсивного типу відтворення

Існують два типи розширеного відтворення: екстенсивний та інтенсивний. Перший передбачає зростання виробництва на незмінній технічній основі, за рахунок залучення додаткових ресурсів — трудових, матеріальних і фінансових, другий — зростання виробництва шляхом підвищення його ефективності.

Тривалий час у нашій країні переважав екстенсивний тип відтворення. Сьогодні його можливості вичерпані. Для оздоровлення економіки потрібно перейти до інтенсивного типу відтворення. А це означає необхідність підвищення ефективності суспільного виробництва, поліпшення якості продукції і послуг в усіх галузях народного господарства на основі його всебічної інтенсифікації.

Підвищення ефективності виробництва знаходить свій вираз у збільшенні економічних результатів на кожну одиницю затрат, що досягається передусім через прискорення науково-технічного прогресу, глибоку технічну реконструкцію народного господарства.

Форми інтенсивного відтворення

Існують чотири форми інтенсивного відтворення, які характеризуються різними поєднаннями ресурсів, пріоритетами їх використання: фондоємна, фондозберігаюча, нейтральна та всебічна. В усіх формах забезпечується підвищення продуктивності суспільної праці, але різними способами.

За фондоємної форми підвищення продуктивності праці досягається за рахунок додаткових затрат виробничих фондів на одиницю продукції. Підвищенню органічної будови фондів не протидіє економія основних і оборотних фондів, і фонди зростають швидше за суспільний продукт і національний доход (йдеться про темпи зростання).

За фондозберігаючої форми підвищення продуктивності праці супроводжується економією виробничих фондів на одиницю продукції. Масштаби і темпи економії живої праці в окремі періоди неоднакові. Тому можна визначити дві стадії цього процесу. На першій — економія живої праці переважає над економією праці, яка уречевлена у виробничих фондах і матеріальних затра-

тах, на другии стадії — розміри и темпи економії уречевленої праці перевищують економію живої праці.

Нейтральна форма інтенсивного типу відтворення характеризується тим, що підвищення продуктивності праці досягається за рахунок додаткових затрат уречевленої праці. Але водночас здійснюється економія засобів виробництва, яка компенсує додаткові затрати уречевленої праці. Тому виробничі фонди зростають тими ж темпами, що й суспільний продукт і національний доход.

Всебічна форма інтенсивного типу відтворення означає, що продуктивність праці досягається шляхом підвищення ефективності всіх ресурсних факторів: засобів і предметів праці, робочої сили. Це — по суті форма всебічного ресурсозбереження у виробництві кожної одиниці продукції.

Наведені форми інтенсивного типу розширеного відтворення є відображенням реальних змін у співвідношенні затрат живої та уречевленої праці в процесі інтенсифікації виробництва.

Для ринкової економіки характерним є переважно інтенсивна форма розширеного відтворення, перехід від часткової до всебічної інтенсифікації виробництва, що базується на економії всіх елементів виробництва.

Нова якість економічного зростання

Сьогодні в інтенсифікації виробництва головне — забезпечити нову якість економічного зростання, яка характеризується насамперед посиленням його соціальної спрямованості. А це вимагає пріоритетного використання результатів розвитку господарства для задоволення соціальних потреб суспільства: забезпечення населення повноцінними продуктами харчування і промисловими товарами, реалізація програми житлового будівництва, перебудова охорони здоров'я і народної освіти тощо.

Нова якість економічного зростання характеризується переходом, як уже зазначалося, від часткової до всебічної інтенсифікації виробництва.

Раніше інтенсифікація відбувалася за рахунок підвищення продуктивності праці. Але вона «з'їдалася» зниженням фондовіддач. Дуже повільно зменшувалася матеріалоємність. Сьогодні стоїть завдання забезпечити поліпшення використання всіх факторів зростання: здійснювати економію живої праці, підвищувати фондовіддачу, знижувати матеріалоємність.

Нова якість економічного зростання передбачає постійне оновлення виробничого апарату і продукції, що випускається. На основі досягнень науково-технічного прогресу відбувається оновлення основних виробничих фондів. Здійснюється нова інвестиційна політика, націлена на докорінну технічну реконструкцію.

Важливим також є значне підвищення якості продукції виробничого і невиробничого призначення, причому вирішується завдання забезпечення адекватності продукції кращим світовим досягненням.

§ 3. НАГРОМАДЖЕННЯ, ЙОГО ЕФЕКТИВНІСТЬ І НАПРЯМИ РОЗВИТКУ

Суть нагромадження і закон нагромадження

Для розширеного відтворення необхідне нагромадження — використання частини національного доходу на збільшення основних і оборотних фондів, а також страхових запасів.

Розширене та якісне вдосконалення основних фондів сфери матеріального виробництва являє собою виробниче нагромадження.

Розширення, реконструкція, оновлення житлового фонду, лікарень, навчальних закладів, об'єктів культури, спорту, науки — це невиробниче нагромадження.

В умовах ринкової економіки об'єктивна потреба нагромадження випливає з необхідності зростання життєвого рівня населення. Але досягнення цього наштовхується на кожному етапі розвитку суспільства на недостатній обсяг і якість національного багатства. Існування цієї суперечності пов'язане з постійним зростанням потреб населення, необхідністю забезпечення раціональних норм споживання, новими вимогами підвищення рівня життя, що випливають із науково-технічного прогресу.

Засобом розв'язання цієї суперечності виступає нагромадження, яке забезпечує зростання і необхідний обсяг національного багатства у вигляді виробничих і невиробничих фондів, життєвих засобів. Отже, підвищення життєвого рівня населення об'єктивно обумовлює зростання обсягу та якості національного багатства на основі нагромадження. Цей причинно-наслідковий

зв'язок має постійний характер і являє собою економічний закон нагромадження. Формами його прояву є взаємозв'язок величини виробничого нагромадження і розмірів споживання населенням, безперервне зростання й удосконалення функціонуючих виробничих фондів, збільшення кількості зайнятих працівників і вдосконалення структури сукупного робітника, примноження національного багатства, підвищення життєвого рівня населення.

Методами використання закону нагромадження є регулювання капітальних вкладень; забезпечення їх ефективності; використання всіх факторів, що визначають розміри нагромадження.

Фонд нагромадження і його структура

Фонд нагромадження — це частина національного доходу, що використовується для приросту виробничих основних і невиробничих основних фондів, а також оборотних засобів і резервів.

Нагромадження здійснюється шляхом капітальних вкладень. Але це не означає, що нагромадження і капітальні вкладення — тотожні поняття й кількісно збігаються.

Збіг стосується тільки коштів, що йдуть на збільшення основних фондів. А відмінність між капітальними вкладеннями і нагромадженням полягає в тому, що капітальні вкладення включають фонд амортизації, а нагромадження — приріст оборотних фондів і фонду оплати праці для нових працівників.

Структура фонду нагромадження визначається співвідношенням між фондом виробничого нагромадження і фондом невиробничого нагромадження. Барометром нормального розвитку економіки є активна інвестиційна політика, що спрямовується на постійне оновлення й нарощування виробничого потенціалу і розв'язання соціальних завдань.

В умовах адміністративно-командної системи недооцінювалося невиробниче нагромадження. Щодо виділення ресурсів на соціальні об'єкти діяв «залишковий принцип». Частка так званої невиробничої сфери у капітальних вкладеннях постійно зменшувалася. Сформувалася «теорія», згідно з якою головним є виробниче споживання, а невиробниче має другорядне значення. Тимчасом, як доводить світовий досвід, вкладення є соціальну інфраструктуру досить ефективні. Це — умова розвитку самого виробництва. І занедбаність соціальної інфраструктури у нашій країні була однією з істотних причин зменшення темпів розвитку економіки.

На сучасному етапі обсяг будівництва у соціальній сфері збільшиться. Деяке скорочення виробничого споживання не стосується агропромислового комплексу і виробництва товарів народного споживання, а лише виробничих об'єктів, що мають низьку будівельну готовність і споруджуються за застарілими проектами.

Ефективність нагромадження

Соціально-економічна ефективність нагромадження *(ЕФН)* визначається співвідношенням між зростанням фонду нагромадження *(ФН)* і зростанням реальних доходів населення *(РД)* і може бути представлена такою формулою:

$$ЕФН = \frac{РД}{ФН}$$

По суті ця формула показує кількісний вираз закону нагромадження.

Крім цього, ефективність нагромадження можна вимірювати за допомогою формули ефективності капітальних вкладень:

$$ЕКВ = - \frac{Ж}{КВ} .$$

де *ЕКВ* — ефективність капітальних вкладень;

НД — приріст національного доходу;

КВ — капітальні вкладення.

Підвищення ефективності капітальних вкладень означає збільшення випуску потрібної для суспільства і прогресивної продукції при найменшій сумі вкладень або зменшенні питомих капітальних вкладень на одиницю продукції.

Існують різноманітні шляхи підвищення ефективності нагромадження. Серед них першочергове значення мають такі:

поліпшення технологічної структури капітальних вкладень (технологічна структура капітальних вкладень відображає склад капітальних вкладень залежно від виду робіт і затрат для створення й удосконалення основних фондів. У ньому виділяються капітальні вкладення на будівельно-монтажні роботи, на придбання устаткування, інструменту, інвентаря та ін.);

удосконалення відтворювальної структури капітальних вкладень (підвищення питомої ваги капітальних вкладень на

технічне переозброєння і реконструкцію діючих підприємств при зниженні частки нового будівництва);

значне скорочення тривалості будівництва за рахунок концентрації всіх ресурсів, виключення випадків перевищення нормативних строків спорудження об'єктів і зменшення обсягу незавершеного будівництва;

здійснення необхідної реконструкції виробничої бази будівельного комплексу для нарощування обсягів будівництва житла й інших об'єктів соціальної сфери.

Вирішальним засобом підвищення ефективності капітальних вкладень виступає науково-технічний прогрес.

Перехід до ринкових відносин вимагає впровадження спеціальних заходів щодо підвищення ефективності нагромадження. Насамперед передбачено послідовний перехід до ринку будівельної продукції.

§ 4. ВІДТВОРЮВАЛЬНА СТРУКТУРА СУСПІЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА

Проміжне споживання

У процесі відтворення сукупного суспільного продукту відбувається відшкодування всіх затрат і водночас формуються три фонди: *відшкодування* (кошти, що направляються на заміщення спожитих засобів виробництва), *споживання* (предмети особистого споживання), *нагромадження* (засоби, що направляються на розширення виробництва). Співвідношення між цими фондами в **загальному** вигляді відбиває структуру суспільного продукту в **матеріальному** виробництві. Необхідність такого його розчленування **стає** очевидною, якщо розглядати виробництво не як одиничний, відокремлений акт, а як безперервно відновлюваний процес, тобто як відтворення.

Регулярне поновлення виробництва вимагає постійного відтворення і його факторів: засобів виробництва і робочої сили. Їх функціонування у відтворювальному процесі неминуче передбачає наявність відповідних матеріальних благ, які забезпечують підтримання, розвиток і вдосконалення даних факторів. Створення названих вище фондів відтворення, у свою чергу, виступає об'єктивною основою виникнення різних і водночас нерозривно пов'язаних між собою частин виробництва — виробництва засобів виробництва і виробництва предметів споживання.

Відшкодування виробничих витрат відбувається на ринку, де кожне підприємство купує необхідні ресурси. Зрозуміло, що при цьому структура суспільного виробництва має бути такою, щоб вона відповідала структурі попиту на засоби виробництва. Зв'язок між різними галузями досить чітко простежується в Міжгалузевому балансі виробництва та розподілу товарів і послуг. Так, в Україні за даними цього балансу в 1994 р. випуск товарів і послуг становив 3 088 865 млрд. крб. При цьому проміжне споживання (витрати на товари, матеріальні та нематеріальні послуги, які використані господарствами для виробничих потреб) дорівнювало 1 885 096 млрд. крб. (61,0%).

Проміжне споживання складає основну частину фонду відшкодування. Воно не враховує лише тих засобів, що використані на поновлення основного капіталу. Тому рух ресурсів проміжного споживання фактично відбиває реалізацію або відтворення фонду відшкодування. Розглядаючи цей процес, необхідно мати на увазі, що кожна галузь значною мірою задовольняє свої господарські потреби в матеріалах за рахунок власного виробництва, а частину закуповує в інших галузях. Виробничі зв'язки, які при цьому складаються між галузями, простежимо на прикладі промисловості України. В 1994 р. тут було створено ресурсів на суму 1 228 382 млрд. крб., а затрати становили 1 132 268 млрд. крб. Закупівля і продаж промисловими підприємствами ресурсів проміжного споживання мали такий вигляд (млрд. крб.).

	Закуплено ресурсів у галузях	Продано ресурсів у галузях
Промисловість	776 029	776 029
Будівництво	1 512	88 240
Сільське, лісове та рибне господарства	104 198	86 846
Транспорт та зв'язок	92 181	91 783
Торгівля, заготівлі, матеріально -технічне постачання та збут	123 528	36 836
Інші галузі сфери матеріального виробництва	3 989	7 880
Галузі сфери нематеріальних послуг	30 831	140 768

Як бачимо, промисловість значною мірою працює на себе, а саме: тут реалізується 63,2% створених у цій галузі ресурсів проміжного споживання і лише 36,8% — продаються в інші сфери економіки. В цілому частка проміжного споживання в усьому випуску товарів та послуг у промисловості в 1994 р. дорівнювала 75,8%, що свідчить про надто високу матеріаломісткість промислового виробництва.

Фонди споживання і нагромадження

Фонди споживання і нагромадження, на відміну від проміжного споживання, представляють собою готову продукцію (предмети особистого споживання і засоби праці). За своїм змістом — це додана в усіх галузях вартість, тобто створений валовий внутрішній продукт. Останній в 1994 р. становив 1 203 769 млрд. крб. Крім того, імпорт перевищував експорт на суму 38 113 млрд. крб. Отже, всього використано було товарів і послуг на суму 1 241 882 млрд. крб., з яких 65,8% становив фонд споживання і 34,2% — валове нагромадження.

Тепер розглянемо відтворювальну структуру всього випуску товарів і послуг у 1994 р. Вона характеризувалась такими даними:

	млрд. крб.	%
Усього використано товарів та послуг у тому числі:	3 126978	100
проміжне споживання	1 885 096	61
кінцеве споживання (фонд споживання)	816 573	26
валове нагромадження	425 309	13

Відтворювальна структура валового продукту товарів і послуг переконливо відбиває ефективність господарської діяльності. Як відомо, логічною метою будь-якого матеріального виробництва є створення предметів споживання. Тому в певному розумінні можна сказати, що засоби виробництва — це затрати, а предмети особистого народного споживання — отриманий результат. Це — так звана фондоємна форма відтворення. Майже на 2/3 народне господарство України працює фактично на відтворення затрат. Подібна ситуація, якщо вона утримується тривалий час, неминуче заводить економіку в глухий кут, бо

врешті-решт національне господарство стикається із суцільним товарно-сировинним дефіцитом.

Звідси випливає, що найважливішим напрямом переорієнтації економіки України є пріоритетний розвиток виробництва предметів споживання.

Диспропорція між виробництвом засобів виробництва і предметів споживання в економіці України, як і в цілому в господарстві колишнього СРСР, значною мірою була обумовлена існуванням у курсі марксистсько-ленінської політекономії ряду догм, які слугували теоретичним обгрунтуванням господарської практики. Так, необхідність випереджаючого зростання галузей I підрозділу пояснювалася дією закону переважного зростання виробництва засобів виробництва. Підвищення питомої ваги засобів виробництва ототожнювалося з підвищенням рівня розвитку продуктивних сил. Ще В.І. Ленін у своїх схемах розширеного відтворення показав, що процес нагромадження капіталу, який здійснюється на основі технічного прогресу, приводить до того, що відносно більша частина капіталізованої додаткової вартості перетворюється у постійний капітал, тому попит на засоби виробництва зростає швидше, ніж на предмети споживання. Таким чином, він прийшов до обгрунтування переважаючого розвитку I підрозділу суспільного відтворення.

Проте подібні зв'язки, як свідчить досвід розвинутих країн, характерні лише для початкового етапу індустріалізації економіки, коли відбувається інтенсивне насичення виробництва технічними засобами та масова заміна ручної праці машинною. На наступних же етапах у результаті впровадження нової, ефективнішої техніки і технології дія цього закону докорінно змінюється і переноситься переважно у галузь найновіших досягнень науково-технічного прогресу Що ж стосується глобального співвідношення між двома підрозділами суспільного виробництва, то воно, як свідчить практика розвинутих країн, стабілізується, причому таким чином, що II підрозділ стає переважаючим.

Вплив науково-технічного прогресу на відтворювальний процес проявляється двояко. З одного боку, він обумовлює підвищення продуктивності праці, сприяючи збільшенню ресурсів як для нагромадження, так і для споживання, створюючи тим самим основу для піднесення добробуту людей. З іншого боку, для того щоб істотно підвищити продуктивність праці, треба впровадити

нову техніку і нові технологічні процеси, розширити обсяги виробничих фондів. Тривалий час вважалося, що відтворювальний процес має відбуватися за другою концепцією, тобто фактори, які обумовлюють зростання органічної будови виробництва, повинні переважати.

Однак такий характер відтворювального процесу властивий екстенсивному типові розвитку економіки, коли зростання виробництва здійснюється за рахунок кількісного збільшення його факторів. Але інтенсифікація вносить свої корективи. Нова техніка, що використовується на відшкодування і нагромадження, є відносно дешевшою і продуктивнішою порівняно із старим обладнанням. Це дає змогу підтримувати стабільні темпи відтворення за меншої кількості засобів виробництва. З'являється можливість зекономити засоби виробництва і тим самим забезпечити випереджаючий розвиток предметів споживання.

Структура народного господарства, що склалася сьогодні в Україні, характеризується надто високою часткою галузей, які створюють засоби виробництва. Це обумовило принаймні два надзвичайно тяжких наслідки: 1) суцільний дефіцит сировинних і продовольчих ресурсів, 2) занепад соціальної сфери і погіршення становища трудящих. Це свідчить про те, що у найближчі роки в національному господарстві необхідно різко підвищити частку предметів споживання.

Орієнтиром тут може бути світовий досвід. У США, наприклад, група «Б» становить 49% обсягу промислового виробництва. На нашу думку, для України цей показник цілком посильний, бо тут є сприятливі природні ресурси для розвитку сільськогосподарського виробництва, а також багатьох галузей харчової і легкої промисловості, причому прискорення розвитку останніх не слід здійснювати шляхом гальмування базових галузей. Вирішальну роль тут має відіграти науково-технічний прогрес. Завдання щодо його активізації на сучасному етапі полягає в раціональному поєднанні зусиль, спрямованих на стабілізацію економіки, з одного боку, і заходів організаційно-економічного характеру, направлених на підвищення ефективності виробництва і досягнення прогресивних структурних зрушень, — з іншого.

Дані завдання можуть бути розв'язані лише за умови, що науково-технічний прогрес охоплюватиме всі без винятку сфери економіки. При цьому з метою попередження диспропорцій у на-

родному господарстві посилення процесів інтенсифікації на основі науково-технічного прогресу має здійснюватися рівномірно як у галузях важкої промисловості, так і в тих, що виробляють предмети споживання.

§ 5. СТРУКТУРНІ ЗРУШЕННЯ В ПРОПОРЦІЯХ СУСПІЛЬНОГО ВІДТВОРЕННЯ

Пріоритетні напрями розвитку економіки

Структурна перебудова економіки України потрібна для реалізації цільової функції виробництва — зростання добробуту населення. Це обумовлює, в свою чергу, необхідність вищих темпів приросту обробної промисловості порівняно з добувною, прискорення виробництва товарів народного споживання, послуг. У кінцевому підсумку треба досягти збалансованості економічного і соціального розвитку країни, ліквідувати диспропорцію між платоспроможним попитом населення і матеріально-речовим забезпеченням ринку.

Розв'язання названих проблем вимагає не тільки впровадження прогресивної науки й техніки в усі галузі народного господарства, а й ефективного механізму ресурсозбереження. При цьому мають бути чітко визначені пріоритетні напрями розвитку економіки. Сьогодні набувають особливого пріоритету галузі виробництва, які створюють предмети для особистого споживання людини. Виробництво товарів народного споживання повинно мати питому вагу в межах 70 відсотків.

На сучасному етапі пріоритетним напрямом розвитку нашої країни стає також агропромисловий комплекс, який повинен забезпечити населення продуктами харчування, а легку і харчову промисловість — сировиною. Пріоритетність тут визначається тим, що у структурі споживання населення харчування, одяг, взуття займають провідне місце. Розвиток сільського господарства значною мірою залежить від рівня виробництва сільськогосподарських машин, мінеральних добрив, від організації зберігання продукції і потужностей обробної промисловості.

Але виробництво предметів споживання, зокрема галузей агропромислового комплексу, легкої промисловості зможуть успішно розвиватися лише на базі новітньої техніки, проведення їх технічної

реконструкції. Тому зберігаються випереджаючі темпи розвитку виробництва прогресивної продукції у машинобудівному комплексі: наукоємної техніки, засобів виробництва для випуску товарів народного споживання. Прогресивним структурним зрушенням процесу відтворення будуть сприяти заходи по підтримці власного виробника, проведенню розумного протекціонізму щодо вітчизняного виробництва, здійсненню державної допомоги підприємствам, які нарощують експортний потенціал, реформуванню базових галузей з метою підвищення їх рентабельності.

Звертається особлива увага на перехід до високої ефективності використання всіх видів ресурсів.

Підрахунки показують, що крупномасштабна економія палива, енергії, сировини, конструкційних матеріалів та інших ресурсів дасть можливість знизити матеріалоємність суспільного виробництва, енергоємність національного доходу і металоємність. Таке посилення ресурсозбереження повинне в основному забезпечити покриття приросту потреб народного господарства в ресурсах, насамперед у паливно-сировинних.

Зростання ролі соціальної сфери

Соціальна сфера — одна із найважливіших сфер життя суспільства, яка забезпечує необхідні умови праці й побуту, здоров'я і дозвілля. В ній реалізуються результати трудової діяльності кожної працездатної людини.

Вихід країни на якісно новий рівень розвитку передбачає рішучий поворот до потреб соціальної сфери, її пріоритетний розвиток — невід'ємна складова частина вдосконалення всіх сфер життя суспільства.

Важливою умовою реалізації активної соціальної політики *є* розвиток і зміцнення матеріально-технічної бази соціально-культурної сфери. Вона включає галузі, на базі яких здійснюється житлове будівництво, реалізуються потреби людини в зміцненні здоров'я, у підвищенні її освітнього і культурного рівня. На розвиток цієї галузі передбачено пріоритетне виділення ресурсів і коштів. При збереженні провідної ролі державних коштів у ресурсному забезпеченні розвитку соціальної сфери підвищується частка коштів підприємств і кооперативів, а також заощаджень населення. Перехід до ринкових відносин значно розширює можливості підприємств для розвитку соціальної сфери.

Запитання та завдання для обговорення

1. У чому суть відтворення на рівні макроекономіки?

2. У чому полягають особливості розширеного відтворення в умовах ринкової економіки?

3. Що означає відтворення сукупного суспільного продукту?

4. У чому суть інтенсивного типу відтворення?

5. Які існують форми інтенсивного відтворення?

6. У чому полягає суть нагромадження?

7. Дайте характеристику економічного закону нагромадження (причинно-наслідковий зв'язок, суперечність закону, форми його прояву, кількісне визначення).

8. Дайте визначення фонду нагромадження і розкрийте його структуру.

9. Чим відрізняються капітальні вкладення від нагромадження?

10. Як визначити ефективність капітальних вкладень?

11. Як визначити ефективність нагромадження?

12. Які існують шляхи підвищення ефективності нагромадження?

13. В чому полягає необхідність структурних зрушень у пропорціях суспільного відтворення?

14. Продукція I підрозділу дорівнює 2000 од. На відшкодування засобів виробництва I підрозділу необхідно 1000 од., II підрозділу — 500 од. Визначити суму засобів виробництва, які можуть бути використані для нагромадження.

15. Припустимо, що в I підрозділі органічна будова виробництва 4:1, норма виробничого нагромадження 50%. Новостворена вартість I підрозділу більша ніж вартість фонду відшкодування II підрозділу на 500 од. Яка буде величина додаткового продукту I підрозділу, якщо на розширення засобів виробництва II підрозділу необхідно 100 од.?

16. Нагромаджено засобів виробництва на суму 500 од. Величина витрачених виробничих фондів II підрозділу — 1000 од. У I підрозділі норма додаткового продукту 100%, органічна будова фондів 4:1 Яка величина всього продукту I підрозділу?

17. Вартість продукту I підрозділу становить 6000 од. На приріст основних і оборотних виробничих фондів I підрозділу витрачено 400 од., II підрозділу — 100, на створення резервів — 100, на відшкодування витрачених засобів праці і предметів праці в I під-

розділі — 1400 од., органічна будова виробництва I підрозділу 4:1 Визначте величину нагромадження і норму нагромадження в I підрозділі.

18. Фонд нагромадження у базовому році становив 10 млрд. крб. У наступному році він уже дорівнював 13 млрд. крб. Відповідно реальні доходи населення зросли з 20 млрд. крб. до 22 млрд. крб. Визначіть соціально-економічну ефективність нагромадження.

Глава 22. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА

§ 1. СУТЬ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА Й ОСНОВНІ ЕТАПИ ЙОГО РОЗВИТКУ

Поняттясвітовогогосподарства

Світове, або всесвітнє, господарство являє собою сукупність національних економік і особливої сфери суспільно-виробничих зв'язків, що виходять за територіальні межі окремих країн — міжнародних економічних відносин.

У сучасних умовах економічна замкнутість національних господарств не лише нераціональна, бо позбавляє економіку відособленої країни переваг, що випливають з міжнародного поділу праці, спеціалізації та кооперації, а й практично неможлива. Тенденція дедалі більшої взаємозалежності національних економік, підвищення ролі зовнішніх факторів у процесі відтворення в тій чи іншій країні стала загальною.

Таким чином, поняття світового господарства не можна зводити до простої суми національних економік. Не меншою мірою його суть визначається тим універсальним зв'язком між національними господарствами, який забезпечує їхню реальну єдність на основі міжнародного поділу праці, науково-технічної і виробничої кооперації, міжнародної торгівлі, валютних і кредитних відносин, тобто міжнародними економічними відносинами.

Міжнародні економічні відносини являють собою систему господарських відносин між різними країнами світу. Важливими елементами цієї системи є міжнародне науково-технічне і виробниче співробітництво, вивіз капіталу і міжнародний кредит, світова торгівля, міграція робочої сили, міжнародні валютні відносини. В цій системі всі її елементи тісно пов'язані, взаємно переплетені і впливають один на одного. Отже, міжнародні економічні відносини обслуговують взаємодію національних економік, що входять у світове господарство, і тим самим забезпечують його цілісність.

Міжнародні економічні відносини, що визначають суть світового господарства, похідні і залежать від економічних відносин, що складаються на національних рівнях.

Вони не тільки визначаються рівнем зрілості продуктивних сил і виробничих відносин у різних національних господарствах, а й обумовлюються особливостями економічної політики. Наприклад, зміни конкурентності на світовому ринку товарів якої-небудь країни, пов'язані з підвищенням або пониженням курсу її валюти, переведенням капіталу в держави з більш пільговим податковим законодавством, відхиленням товаропотоків, викликаних митними бар'єрами, багато в чому визначаються кредитно-грошовою, фінансовою і податковою політикою на національному рівні.

Основні етапи розвитку світового господарства

Світове господарство склалося на початку XX ст. у результаті тривалого історичного процесу, багатовікової еволюції продуктивних сил, поглиблення міжнародного поділу праці, поступового і неухильного включення економік у загальну систему світових господарських зв'язків, що стало наслідком розвитку суспільного виробництва.

Історично первинною формою міжнародних економічних відносин була світова торгівля. Ця форма переважала в епоху капіталізму вільної конкуренції. Процес формування світового ринку одержав новий імпульс після створення в середині XIX ст. у провідних країнах великої фабрично-заводської індустрії, яка вже не могла існувати без світового збуту. У міру розвитку масового виробництва світовий ринок став переростати у світове господарство, що означало висування на перший план, замість переважно торгових відносин, виробничих зв'язків, в основі яких лежав вивіз капіталу. Наприкінці XIX ст. в епоху формування крупних монополістичних об'єднань цей процес в основному завершився.

Утворення світового ринку, а потім і світового господарства, встановлення довготривалих торгових, виробничих і фінансових зв'язків між різними країнами означали кінець національної відособленості хоча б у галузі економіки.

У XX ст. й особливо після Другої світової війни процес включення національних економік у світове господарство став розвиватися в таких, зокрема, напрямах, як повсюдне послаблення митних і адміністративних бар'єрів на шляху вільного переміщення товарів, капіталів і робочої сили; посилення тенденції до інтеграції національних господарств в окремих регіонах; розширення масштабів і видів діяльності транснаціональних корпо-

рацій та перетворення їх у провідну ланку міжнародного обміну; підвищення ролі міжнародних валютно-кредитних, фінансових і торгових організацій; збільшення взаємозалежності провідних промислових центрів і ресурсодобувних країн в умовах виникнення і нарощування енергетичної кризи.

Ще однією особливістю післявоєнного етапу розвитку світового господарства стало посилення ролі держави в сфері міжнародних економічних відносин. Особливого значення набув вивіз капіталу державою, в тому числі у вигляді державних кредитів, регулювання державою зовнішньої торгівлі, фінансових і кредитних операцій на міжнародному рівні. За безпосередньої участі урядових органів відбувається поглиблення інтеграційних процесів, особливо в Західній Європі. Розробляються і здійснюються на практиці різні проекти погодження політики між країнами в фінансовій, кредитній, валютній, податковій, сільськогосподарській, митній та інших галузях.

§ 2. ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ГОСПОДАРСЬКОГО ЖИТТЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Міжнародний поділ праці, науково-технічне і виробниче співробітництво

Система міжнародних економічних відносин формується на основі інтернаціоналізації продуктивних сил, яка у свою чергу виростає із міжнародного поділу праці (МПП). Суть міжнародного (як і будь-якого) поділу праці полягає у єдності двох процесів — розчленування й об'єднання виробництва, відособлення і спеціалізації різних видів трудової діяльності, в їх взаємодії, взаємодоповненні. Міжнародний поділ праці здійснюється з метою підвищення ефективності виробництва, економії затрат суспільної праці, раціонального розміщення продуктивних сил.

Спочатку визначальними факторами міжнародного поділу праці були природні фактори: відмінності між країнами в наявності природних багатств, грунтово-кліматичні умови, географічне положення, розміри трудових ресурсів. Але у другій половині XX ст. в умовах НІР головним фактором формування МПП стає науково-технічний прогрес, рівень розвитку продуктивних сил у різних країнах, стан їх науки й техніки. Зменшення

значення природних і географічних факторів для МПП особливо очевидне на прикладі Японії і нових індустріальних країн Південної Кореї, Тайваню, Сінгапуру, Гонконгу. Міжнародна спеціалізація цих країн практично не пов'язана ні з наявністю у них природних ресурсів, ні навіть з їх географічним положенням.

Другим напрямом впливу НТР на МПП стало обмеження можливості окремих країн створити надміру багатогалузеві національні промислові комплекси. Сьогодні номенклатура продукції, особливо промислових галузей, настільки велика, що жодна країна не зможе забезпечити економічно вигідне виробництво всієї цієї номенклатури. Тому досвід багатьох країн показує, що найефективнішою є концентрація зусиль на створенні спеціалізованих галузей виробництва, органічно вписаних у систему міжнародного поділу праці.

Зворотною стороною МПП є міжнародне науково-технічне і виробниче співробітництво, кооперація. Так, сьогодні дедалі важливішим напрямом внутрігалузевого поділу праці стає спеціалізація не за кінцевою продукцією, а за деталями, вузлами і комплектуючими виробами. В сучасному машинобудуванні тільки 15-20% усіх деталей машин є оригінальними, а решта 75-85% — це взаємозамінні деталі або навіть деталі з однаковими технічними характеристиками для багатьох типів машин і обладнання. Відособлення цих видів деталей машин в окремі виробництва — основа розвитку як внутрішньо-національної, так і міжнародної промислової кооперації.

НТР доповнила промислову кооперацію науково-технічним і виробничим співробітництвом, тобто різноманітними формами діяльності в галузі виробництва, прикладної науки, техніки, торгівлі, технічного обслуговування та в інших сферах. Особливого розмаху таке співробітництво набуло в галузях, які стали породженням НТР. Так, корпорації, що лідирують у галузі виробництва інформаційної техніки, укладають велику кількість угод про співробітництво з іншими фірмами, у тому числі й зарубіжними.

Саме міжнародна спеціалізація і кооперація виробництва, всесвітній поділ праці в кінцевому підсумку породжують інші форми міжнародних економічних відносин: вивіз товарів і капіталів, міграцію робочої сили, а також інтеграційні процеси в різних регіонах.

ТНК і розвиток міжнародних виробничих зв'язків

У сучасних умовах відбувається безперервне зростання ролі транснаціональних корпорацій (ТНК) у світовому виробництві, міжнародному поділі праці й міжнародному економічному обміні. ТНК — це найбільші компанії, національні за капіталом і контролем, але міжнародні за сферою своєї діяльності, їхня відмінна особливість — наявність активів за рубежем, які виникають на базі прямих інвестицій. Виникнення ТНК відноситься до періоду після Другої світової війни, коли вони стали панівною формою міжнародних монополій, прийшовши на зміну міжнародним картелям.

ТНК якісно відрізняються від міжнародних картелів на початку віку. Останні створювали підприємства переважно у сировинних і добуваючих галузях, продукція яких призначалася для реалізації в країні, де базувалася дана монополія. Але головна відмінність полягала в тому, що зарубіжні підприємства залишилися технологічно відособленими одиницями, мали повний виробничий цикл, виступати самостійно навіть у збутовій діяльності.

Зростання суспільного характеру виробництва, його інтернаціоналізація в умовах НТР привели до трансформації міжнародних компаній, виникнення ТНК. У межах сучасних ТНК склалися міжнародні виробничі комплекси, єдність яких забезпечується численними виробничими, фінансовими й управлінськими зв'язками. Ці виробничі комплекси базуються на внутріфірмовому поділі праці, коли філіали однієї корпорації в різних країнах спеціалізуються на випуску окремих вузлів і деталей, здійсненні окремих операцій, спільно беручи участь у виробництві готової продукції. Так, ТНК, які діють у галузі радіоелектронної промисловості, перенесли за межі країн базування (в основному в Південну Корею, Сінгапур і на Тайвань) найбільш трудомістку частину виробничого циклу, використовуючи при цьому значний розрив у рівні заробітної плати в розвинутих державах і країнах, які розвиваються.

Ще однією особливістю сучасних ТНК є збільшення в їх числі питомої ваги корпорацій Японії і Західної Європи. Однак корпорації США продовжують зберігати лідируючі позиції в деяких галузях, тісно пов'язаних з реалізацією досягнень НТР. Так, найкрупнішою компанією в галузі виробництва засобів телекомунікації є американська корпорація АТТ, а в десятку найкрупніших ТНК світу за показником обсягу продажу (як і в 80-ті ро-

ки) входять такі американські корпорації, як «Ексон», «Дженерал моторз», «Мобіл», «Форд моторз» та ін.

Діяльність ТНК всебічно сприяє зміцненню міжнародних господарських зв'язків, інтернаціоналізації господарського життя. Наприклад, корпорація «Ексон» має 44 нафтопереробні заводи в 23 країнах, її дочірні й асоційовані з нею компанії діють більше ніж у 80 країнах. Величезний обсяг товарів і послуг, які виробляють ТНК у різних регіонах світу, сприяє поглибленню міжнародного поділу праці: поділ праці між країнами доповнюється міжнародним поділом праці всередині фірм.

Інтернаціоналізація господарського життя й економічна інтеграція

Економічна інтеграція — якісно новий етап інтернаціоналізації господарського життя. Вона передбачає зближення і взаємопереплетіння національних економік, проведення узгодженої державної економічної політики. Інтеграційні тенденції є природним процесом, який випливає із об'єктивних потреб міжнародного поділу праці й науково-технічного прогресу.

Суть економічної інтеграції проявляється в її найважливіших характеристиках.

Це, — по-перше, міждержавне регулювання економічних процесів;

по-друге, поступове формування, замість більш або менш незалежних один від одного національних народногосподарських комплексів, регіонального господарського комплексу із загальною структурою відтворення;

по-третє, усунення адміністративних і економічних бар'єрів, перешкоджаючих вільному рухові товарів, робочої сили і фінансових ресурсів у межах регіону;

по-четверте, зближення внутрішніх економічних умов у державах, які беруть участь в інтеграційних об'єднаннях.

Існують такі основні види інтеграційних об'єднань:

зона вільної торгівлі, коли країни-учасниці обмежуються відміною митних бар'єрів у взаємній торгівлі;

митний союз, коли вільне переміщення товарів і послуг всередині угруповання доповнює єдиний митний тариф стосовно до третіх країн;

загальний ринок, коли ліквідуються бар'єри між країнами не тільки у взаємній торгівлі, а й для переміщення робочої сили й капіталу;

економічний союз, коли на доповнення до всіх перелічених вище інтеграційних заходів гармонізуються різні аспекти економічної політики.

Повна інтеграція передбачає узгодження та проведення спільної валютної, фіскальної, кредитної політики і т. ін., утворення органів наднаціональної влади.

Найбільший розмах інтеграційні процеси одержали в Західній Європі. Ще з перших післявоєнних років функціонував митний, а потім і економічний союз Бельгії, Нідерландів і Люксембургу (Бенілюкс). У 1951 р. було створено Європейське об'єднання вугілля і сталі (ЕОВС). Нарешті, 25 березня 1957 р. у Римі шість західноєвропейських країн — Бельгія, Люксембург, Італія, Нідерланди, Франція і ФРН — уклали договір про створення Європейського співтовариства (ЄЕС), яке нерідко називали «Спільним ринком». Відповідно до Маастрихтського договору (лютий 1992 р.) ЄЕС трансформувалося з 1 січня 1994 р. у Європейський Союз (ЄС), а число країн-членів зросло до 15. До держав-засновників приєдналися Великобританія, Греція, Данія, Ірландія, Іспанія, Португалія, Австрія, Фінляндія та Швеція.

Реальні досягнення ЄЕС за 30-річну історію його існування великі. Вже в 1962 р. були відмінені кількісні обмеження у взаємній торгівлі країн ЄЕС, а в 1968 р. — мито у взаємній торгівлі промисловими товарами. Був введений єдиний митний тариф щодо третіх країн і до 1969 р. в основному завершився процес створення митного союзу. Неухильно зростав обсяг торгового обороту між країнами ЄЕС і питома вага цього обороту в загальному обсязі їх зовнішньоторгових операцій.

Зросло світове господарське значення ЄЕС. У 1994 р. експорт країн, які входять у це угруповання, становив 40% від обсягу світового експорту (у 1980 р. цей показник дорівнював 34,1%). У межах ЄЕС проводиться єдина аграрна політика, здійснюються великі спільні науково-технічні програми, створений загальний бюджет, кошти якого направляються передусім у фонд підтримки й розвитку сільського господарства і в фонд розвитку економічно відсталих районів, функціонують наднаціональні адміністративні органи — Рада Міністрів, Комісія Європейського товариства, Європейський парламент та ін.

У відповідності з положеннями Єдиного Європейського Акту з 1 січня 1993 р. було введено вільне пересування факторів вироб-

ництва в межах Співтовариства — капіталів, робочої сили, товарів та послуг. Маастрихтський договір передбачає створення єдиного валютного союзу держав-членів ЄС з заснуванням єдиного Європейського банку з правами емісії єдиної валюти ЄВРО з 1999 р.

Європейський Союз не єдиний приклад регіональної інтеграції. Сьогодні у світі нараховується понад три десятки зон вільної торгівлі, митних та економічних союзів. Але найбільш примітним, динамічним інтеграційним процесом став процес організації і функціонування північноамериканської зони вільної торгівлі — НАФТА. З 1 січня 1994 р. діє договір між США, Канадою та Мексикою, який передбачає зняття митних бар'єрів на товари в торгівлі між цими країнами, лібералізацію режиму іноземного інвестування і міграції робочої сили.

Перспективи розвитку економічної інтеграції в Східній Азії пов'язують зі створенням Азіатсько-Тихоокеанського економічного співробітництва (АТЕС). У нього входять 18 держав Азії, Північної та Південної Америки. У відповідності з планами АТЕС передбачається до 2020 р. створити найбільшу в світі зону вільної торгівлі.

Інтеграційні процеси активізуються і в інших регіонах. Найвідомішими інтеграційними об'єднаннями є торговий пакт «МЕРКОСУР», що діє між Аргентиною, Бразилією, Уругваєм та Парагваєм з 1 січня 1995 р.; Асоціація держав Південно-Східної Азії (АСЕАН), в яку входять Індонезія, Малайзія, Сінгапур, Таїланд, Філіппіни, Бруней, а з 1995 р. — В'єтнам, Латиноамериканська асоціація Інтеграції (ЛАІ) у складі Аргентини, Бразилії, Венесуели, Колумбії, Мексики, Парагваю, Перу, Уругваю, Чилі і Еквадору.

§ 3. ВИВІЗ КАПІТАЛУ І МІЖНАРОДНИЙ КРЕДИТ

Суть і причини вивозу капіталу

Найважливішою формою міжнародних економічних відносин у XX ст. став **вивіз капіталу, тобто його експорт в інші країни як приватними корпораціями, так і державою.** Можливість вивозу капіталу обумовлена тим, що більшість країн уже ввійшли у світове господарство, пов'язані одна з одною розвинутою мережею транспортних, інформаційних та інших комунікацій.

Необхідність і найважливіша причина вивозу капіталу полягає в його відносному надлишку на національному ринку й Обумовленій цим можливості досить прибуткового застосування. У пошуках більшого прибутку і спрямовується капітал за кордон.

Ще одна причина вивозу капіталу полягає у прагненні ТНК використовувати відмінності між країнами у рівні витрат виробництва, передусім — заробітної плати. Одержало широке розповсюдження переміщення трудомістких виробництв, переважно збирання кінцевої продукції, із розвинутих держав у країни, що розвиваються, де заробітна плата в багато разів нижча. В умовах загострення сировинної проблеми причиною зарубіжного інвестування стає прагнення одержати вільний доступ до джерел сировини, забезпечити гарантоване постачання своїх підприємств. Сьогодні капітал вивозиться і з метою одержання переваг, пов'язаних із використанням висококваліфікованої робочої сили, розвинутої виробничої та соціальної інфраструктур.

Форми вивозу капіталу

Існують дві основні форми вивозу капіталу — вивіз *позичкового капіталу* і вивіз *підприємницького* (функціонуючого) *капіталу*. Вивіз *позичкового капіталу* у вигляді міжнародних позик, які надають як окремі держави, так і великі міжнародні банки, буде розглянуто нижче.

Вивіз *підприємницького капіталу* здійснюється декількома шляхами:

по-перше, за рахунок будівництва за кордоном власних (або на паях) підприємств;

по-друге, через придбання або контрольного пакету, або просто частини акцій діючих підприємств;

по-третє, шляхом відкриття за кордоном власних філіалів або дочірніх компаній.

Капіталовкладення у зарубіжні підприємства залежно від контролю за останніми поділяються на прямі й портфельні. Прямі *інвестиції* дають право контролю за зарубіжними підприємствами. Це право — результат володіння контрольним пакетом акцій цих компаній. У міжнародній статистиці до прямих інвестицій відносяться такі, коли у іноземного інвестора виявляється не менше 25% акціонерного капіталу якої-небудь компанії.

Розміри прямих інвестицій за кордоном великі. В 90-х роках щорічний обсяг прямих іноземних інвестицій складав понад

200 млрд. дол. У 1995 р. він зріс до 235 млрд. дол., а накопичені прямі іноземні інвестиції досягли 2,6 трлн дол. Проте у багатьох країнах, що розвиваються, діє законодавство, яке встановлює для іноземних корпорацій граничні ліміти володіння акціями місцевих підприємств у цілому в країні або в окремих галузях. Тому в багатьох випадках іноземні інвестори, замість власних філіалів, можуть створювати тільки змішані компанії за участю місцевого приватного або державного капіталу.

Звідси часто іноземна корпорація не володіє контрольним пакетом акцій місцевого підприємства. Такі вкладення капіталу в акції зарубіжних компаній та інші цінні папери з метою одержання доходу, а не встановлення прямого контролю називаються портфельними інвестиціями. До них вдаються також тоді, коли не вистачає коштів для придбання контрольного пакету акцій або коли спеціально прагнуть до сприяння сильнішого чи досвідченішого інвестора. Поштовх до розвитку портфельних інвестицій дала й інтернаціоналізація операцій фондових бірж, на яких нині проводяться операції з акціями не тільки національних компаній, а й крупних зарубіжних.

Масштаби і напрями вивозу капіталу

У сучасних умовах вивіз капіталу має такі характерні тенденції. По-перше, швидкими темпами збільшуються розміри капіталів, які функціонують на міжнародних ринках і які шукають найприбутковішого застосування.

По-друге, відбувається активізація діяльності ТНК, які відкривають за рубежем нові філіали й дочірні підприємства.

По-третє, на перші позиції у світовому списку експортерів капіталу, відтісняючи США, в першій половині 90-х років виходять Японія (53%), Швейцарія та Тайвань. А найкрупнішими позичальниками стають США (27%), Великобританія, Мексика та Саудівська Аравія.

У 90-ті роки рекордні обсяги прямих інвестицій були вкладені в країни, що розвиваються, головним чином, промислово розвинутими державами. В 1993 р. їхній обсяг досягав 65 млрд. дол., а в 1994 р. — 74 млрд. дол. Це в два рази більше, ніж рівень 1991 р. Практично весь потік інвестицій концентрувався в 10-15 країнах, що розвиваються. Помітних успіхів в залученні іноземних інвестицій отримав Китай, який по цьому показнику займав друге

місце в світі після США — 26 млрд. дол. у 1993 р. (що в шість разів більше, ніж у 1991 р.)

Міжнародний кредит

Вивіз позичкового капіталу здійснюється у вигляді приватних і державних позик через систему міжнародного кредиту.

У світовому господарстві існує декілька форм міжнародного кредиту, які можна класифікувати за такими основними принципами. За строками надання ці кредити поділяються на *короткострокові* (до одного року), *середньострокові* (до трьох-п'яти років) і *довгострокові* (понад п'ять років). Короткострокові й середньострокові кредити звичайно використовуються для фінансування зовнішньої торгівлі, а довгострокові — виробничих інвестицій.

За формою надання розрізняють *товарні* й *валютні* кредити. І, нарешті, за цільовим призначенням бувають пов'язані й фінансові кредити. *Пов 'язані кредити* призначені для фінансування певних цільових програм, що спеціально обумовлюється при укладанні кредитної угоди. Ними можуть бути *інвестиційні кредити,* призначені для капіталовкладень у певний об'єкт, і *комерційні кредити,* за рахунок яких закуповуються обумовлені товари. Останні часто виступають у товарній формі. *Фінансові кредити,* як правило, можуть використовуватися позичальником на будь-які цілі. Тому їхня переважна форма — валютна.

За видами позичальників міжнародні кредити можуть поділятися на надані іноземним державам та окремим корпораціям, приватним підприємствам і т. д. У 1995 р. на міжнародних ринках капіталу був встановлений рекорд у сфері обсягів кредитування. За даними організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР), угоди всіх типів позичок з 1994 р. зросли з 258 до 388 млрд. дол.

Другою важливою тенденцією розвитку міжнародного кредиту в сучасних умовах виступає підвищення ролі банківського капіталу, посилення його активності в проведенні міжнародних операцій. Передусім це стосується найбільших транснаціональних банків (ТНБ). їхні капітали стрімко зростають, випереджаючи при цьому збільшення всього суспільного банківського капіталу.

У складі ТНБ зростає число японських банків. Одночасно відбувається відносне погіршення позицій ТНБ США. Хоч 14 американських банків, як і раніше, входять до числа 100 найкрупні-

ших банків світу, але частка їхніх активів знизилася. Найкрупніші ТНБ відіграють значну роль при розміщенні Іноземних позик, проведенні інших операцій у сфері міжнародного кредиту.

§ 4. СВІТОВА ТОРГІВЛЯ

Всесвітній ринок товарів і послуг

Міжнародна торгівля існувала ще в глибоку давнину, але всесвітній ринок як складова частина світового господарства склався на грунті міжнародного поділу праці у період зародження і розвитку капіталістичних відносин. Всесвітній (світовий) ринок — це система обміну товарами й послугами на міждержавному рівні.

У сучасних умовах дедалі більшого значення набуває на світовому ринку торгівля послугами і науково-технічними досягненнями. Остання виступає у формі торгівлі патентами й ліцензіями. Патент дає виключне право на користування винаходом, що закріплюється у відповідному патентному законодавстві. У випадку продажу патенту монопольне право на користування винаходом переходить до покупця. Але власник патенту передає іншим фірмам право на користування винаходом не повністю, а в певних межах, тобто право продати ліцензію. Ліцензія — дозвіл на право використання іншою особою (фірмою) винаходу, захищеного патентом, а також технічних знань, досвіду, торгової марки. Придбання ліцензій дає змогу економити час і кошти на здійснення власних науково-технічних розробок, що особливо важливо для конкурентної боротьби в умовах сучасної НТР.

На всесвітньому ринку складається особлива система цін — світові ціни. В основі формування світової ціни лежить інтернаціональна вартість. У кожній країні існує свій власний рівень суспільно необхідних затрат праці, а отже, й своя національна вартість. Національні вартості не збігаються, що обумовлено відмінностями в технічному рівні виробництва, кваліфікації робочої сили, природно-кліматичних умовах, а тому і в продуктивності й інтенсивності праці за одиницю робочого часу.

У міру розвитку міжнародного поділу праці і втягнений різних країн у світове господарство вартість стає інтернаціональною категорією. Інтернаціональна вартість визначається середньосвітовим суспільно необхідним робочим часом. Але на відміну від про-

цесу формування вартості на національному рівні суспільно необхідні затрати праці в міжнародному масштабі значною мірою залежать від умов виробництва якого-небудь товару в країні, яка є його головним експортером на світовому ринку, а не просто виробником. Усередині ж країни основні виробники й постачальники продукції на ринок — це, як правило, ті ж самі фірми

Сучасні тенденції розвитку світової торгівлі

На початковому етапі розвитку світової торгівлі в ній переважали вивіз із аграрних країн сировини і продовольства й зворотні поставки в ці країни із розвинутих держав готової Продукції. У міру розвитку вивозу капіталу дедалі більшого значення набував експорт обладнання із промислово розвинутих держав у країни, що розвиваються.

НТР, яка змінила характер вивозу капіталу, надала новий імпульс зрушенням у структурі світового експорту. В цій структурі зростає частка продукції обробної промисловості і знижується — добувних галузей.

Найшвидшими темпами (що пов'язано з імпортом капіталу і діяльністю ТНК) і в товарному експорті країн, що розвиваються, зростає частка промислової продукції. Слід підкреслити, що одним із факторів збільшення у світовій торгівлі продукції промисловості, в тому числі й обробної, стало зниження в середині 80-х років цін на нафту.

На динаміці цін на нафту позначився вплив таких факторів (що діють в умовах НТР), як створення нових енергозберігаючих технологій, економічніших двигунів внутрішнього згоряння та інших машин і механізмів, заміщення нафти іншими енергоносіями.

Відносно низька питома вага на світовому ринку сільськогосподарської продукції значною мірою пояснюється тим, що науково-технічний прогрес у цій галузі в розвинутих країнах сприяв зростанню власного виробництва, а отже, і зниженню попиту на зовнішньому ринку. У тих же країнах світу, де проблема самозабезпечення продовольством не вирішена, звичайно відсутні достатні фінансові можливості для імпорту продукції сільського господарства.

Ще однією характерною тенденцією сучасного розвитку світової торгівлі є постійні зміни у співвідношенні сил між різними країнами і групами країн на світовому ринку Починаючи з 60-х

років неухильно знижується частка американського експорту в світовому експорті. В 1960 р. вона становила 20,3%, а в 1992 р. — тільки 12,2%.

Послаблення позицій США на світовому ринку пов'язано із зниженням конкурентоспроможності американського виробництва, що пояснюється багатьма факторами. По-перше, в 60–80-ті роки продуктивність праці в Японії і Західній Європі росла вищими темпами, ніж у США, внаслідок чого з'явилося відносне здешевлення японських і європейських товарів порівняно з американськими. По-друге, в цьому ж напрямі діяв фактор різниці в рівні заробітної плати — в США він був найвищим. Тому ціни на багато японських товарів, особливо на побутову радіоелектроніку, нижчі, ніж на аналогічну американську продукцію. По-третє, в багатьох, передусім, новітніх галузях японські і західноєвропейські компанії виробляють якіснішу продукцію. Нарешті, по-четверте, позначаються і серйозні перепони, які ставили країни ЄЕС на шляху проникнення на їхній ринок американських товарів у вигляді єдиного митного тарифу, компенсацій на сільськогосподарську продукцію і т.п.

Але в середині 90-х років США знову виходять на перші позиції в світі по конкурентоспроможності. За ними йдуть Сінгапур, Гонконг, а також Японія, яка раніше протягом шести років посідала перше місце.

Що стосується країн, які розвиваються, то розширення масштабів їхнього експорту, хоч і відбувається (з 1970 по 1992 р. частка країн, що розвиваються, в світовому експорті збільшилася з 18,4 до 26,2%), причому головним чином за рахунок нових індустріальних країн Південно-Східної Азії, але наштовхується на чималі труднощі. Пояснюється це тим, що більшість країн, що розвиваються, залишаються постачальниками сировини і продовольства, тоді як НТР викликала відносне зниження попиту на дані види продукції на світовому ринку. Сьогодні розвинуті країни самі прагнуть експортувати продовольчі товари і, встановлюючи високе мито, зводять бар'єри на шляху їх імпорту з країн, що розвиваються.

Величезна зовнішня заборгованість і зменшення експортних можливостей викликають зниження темпів зростання імпорту в країнах, що розвиваються.

Зміни у співвідношенні сил на світовому ринку приводять до різного стану торгових балансів головних промислово розвину-

тих країн світу. Що стосується США, то для зовнішньої торгівлі цієї країни у 80-ті роки було характерним дедалі більше перевищення імпорту над експортом, тобто торговий баланс був від'ємний. У 1979–1981 рр. таке перевищення становило 38 671 млн. дол., а в 1988-1990 рр. — 130 177 млн. дол. Водночас торгові баланси основних конкурентів США на світовому ринку — Японії і ФРН — залишалися позитивними, причому перевищення експорту над імпортом зростало. В 1979-1981 рр. в Японії експорт перевищив імпорт на 3203 млн. дол., в ФРН — на 9740 млн. дол. У 1988-1990 рр. аналогічний показник становив для Японії — 64 683 млн. дол., а для ФРН — 67 047 млн. дол. Іноземні корпорації витісняють американські компанії вже не тільки на світовому ринку, а й всередині США.

Характерною тенденцією розвитку світової торгівлі є підвищення значення міждержавного регулювання зовнішньоторгових операцій. Таке регулювання розпочиналося ще до Другої світової війни. Наприклад, у 1929-1933 рр. під час кризи надвиробництва багато країн намагалися продати свою продукцію на зовнішніх ринках за навмисно заниженими, демпінговими цінами, що загрожувало війною цін у міжнародному масштабі і руйнуванням усієї світової торгівлі. Зважаючи на цю загрозу, уряди багатьох держав змушені були укласти угоди, які регулювали умови торгівлі на світовому ринку багатьма товарами, — пшеницею, цукровою продукцією, м'ясом, оловом, каучуком.

У післявоєнний період міждержавне регулювання світової торгівлі одержало подальший розвиток. З 1 січня 1948 р. діяла Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ) — міжнародна організація, що функціонувала на основі міжурядового багатостороннього договору, в якому містилися принципи й правила міжнародної торгівлі, обов'язкові для країн-учасниць. У 1997 р. число її повноправних членів становило 130 країн. Основною формою роботи ГАТТ є проведення учасниками угоди багатосторонніх торгових переговорів, у ході яких досягаються домовленості про тарифне регулювання міжнародної торгівлі, умови торгівлі окремими видами товарів, про антидемпінгові заходи й ліцензування імпорту тощо.

З січня 1996 р. ГАТТ припинила своє існування і перетворилася в Світову організацію торгівлі (СОТ), її членами-засновниками стала 81 країна. Угода про створення СОТ — результат пе-

реговорів у рамках «уругвайського раунду». СОТ крім принципів ГАТТ включає в себе Угоду про торгівлю послугами, Угоду з торговельних аспектів інтелектуальної власності. Нова організація буде також регулювати міжнародний обмін послугами і інтелектуальною власністю і контролювати захист інвестицій.

Багато уваги проблемам зовнішньої торгівлі приділяється і на щорічних нарадах керівників семи провідних промислово розвинутих країн світу — Великобританії, Німеччини, Італії, Канади, США, Франції та Японії. За останній час для таких нарад стає характерним натиск на Японію з боку її партнерів з метою досягти від неї торгових поступок, які обмежували б японський експорт і збільшували б імпорт Японією продукції компаній США і країн ЄС.

Міждержавне регулювання світової торгівлі розвивається і шляхом створення спеціальних організацій, які включають країни, що є основними постачальниками на світовий ринок необхідної продукції. Найбільшою популярністю серед них користується організація країн — експортерів нафти (ОПЕК). Метою подібних організацій є узгодження цін на продукцію, встановлення експортних квот для кожної країни-учасниці, обмеження виробництва.

§ 5. МІГРАЦІЯ РОБОЧОЇ СИЛИ

***Суть і** причини міграції робочої сили*

Міграція робочої сили — це переміщення працездатного населення, що викликається причинами економічного характеру. Якщо таке переміщення переходить національні межі, то міграція робочої сили є міжнародною. Міграція робочої сили відбиває процес перерозподілу трудових ресурсів між національними економіками.

Причини, які породжують міграцію робочої сили, різноманітні. В цілому їх можна розділити на дві групи: загальні, які визначають тенденції розвитку всіх форм міжнародних економічних відносин, і специфічні, що пов'язані тільки з міграцією. До першої групи причин відносяться: інтернаціоналізація господарського життя; нерівномірність соціально-економічного розвитку окремих країн; структурні зрушення в економіці, спричи-

нені НТР, які обумовлюють витіснення робочої сили із одних галузей і додаткову потребу в ній інших; економічна політика ТНК, які концентрують трудоємні виробництва в одних країнах і наукоємні в інших; політична й економічна нестабільність в окремих державах.

Друга група причин включає в себе: відмінності між країнами в рівні заробітної плати і соціального забезпечення (в розвинутих країнах заробітна плата в декілька разів вища, ніж в інших, у них кращі житлові умови, вищий рівень охорони здоров'я; освіти, пенсійного і соціального забезпечення), що, безперечно, притягує робочу силу з інших країн; нестача робочої сили певних спеціальностей і кваліфікацій (наприклад, у країнах Західної Європи важку й некваліфіковану працю виконують переважно робітники-іммігранти, причому спеціально робиться застереження, що іноземець може зайняти робоче місце, якщо на нього немає претендентів серед місцевого населення); відносний надлишок робочої сили в багатьох державах, особливо в країнах, що розвиваються; відмінності між країнами в можливостях і умовах професійного зростання.

Форми і тенденції розвитку міграції робочої сили

Існують різні критерії класифікації форм міжнародної міграції робочої сили. За напрямами її руху розрізняють *еміграцію* (виїзд робочої сили за межі країни) й *імміграцію* (її в'їзд у країну). Залежно від рівня кваліфікації можлива міграція як малокваліфікованої робочої сили, так і висококваліфікованих спеціалістів. Перший із цих потоків спрямований переважно з країн, що розвиваються, в розвинуті.

Для другого потоку характерне переміщення спеціалістів між розвинутими країнами, наприклад, всередині ЄС, а також їхня імміграція в розвинуті країни з країн, що розвиваються. Цей процес дістав назву «відплив умів». Він може відбуватися як у явній формі, коли спеціаліст переїжджає в іншу країну, або ж залишається в ній після завершення освіти, так і в прихованій, коли він нікуди не виїжджає, але влаштовується на роботу на підприємство, яке належить іноземному капіталу.

Міграція висококваліфікованих спеціалістів набуває дедалі більшого розмаху. Виїжджаючих спеціалістів приваблює передусім вищий рівень заробітної плати і побутових умов у розвину-

тих країнах, а також більші можливості для професійного зростання. Сьогодні проблема відпливу умів постає і перед колишніми «соціалістичними країнами».

З точки зору соціальної структури виділяють міграцію робітників і міграцію інтелігенції, переважно науково-технічної, яка стала особливо помітною після Другої світової війни.

Крім того, можлива регулярна міграція, коли міграційний потік стійкий протягом більшого, ніж рік, періоду, і нерегулярна міграція, коли він існує менше року. Існує також міграція легальна, тобто законна, на основі міжнародних угод, які визначають чисельність мігруючих, порядок їхнього працевлаштування тощо, і нелегальна, з порушенням законності. Прикладом останньої може бути велика кількість нелегальних емігрантів із Мексики до США.

За характером регулювання міграційних процесів розрізняють вільне переміщення робочої сили та її в'їзд у країну на певний строк. Вільне, нічим не обмежене переміщення робочої сили введено в ЄС з І січня 1993 р. Водночас у багатьох країнах діють жорсткі правила щодо обмеження кількості іммігрантів. Наприклад, у Швейцари дозвіл на в'їзд у країну дається строком на один рік, потім вимагається його щорічно продовжувати.

Однією з характерних тенденцій розвитку міжнародної міграції робочої сили є дедалі більше втягнення в міграційні потоки громадян із країн Східної Європи. Це пояснюється передусім посиленням нестабільності при переході до ринкових відносин. Необхідність підвищення ефективності використання робочої сили (що неможливе без приведення у відповідність чисельності робітників і реальних потреб виробництва), закриття багатьох підприємств, які виявилися неконкурентоспроможними в нових економічних умовах, повна дезорганізація виробництва, пов'язана з порушенням традиційних господарських зв'язків, поряд зі спадом виробництва призвели до різкого збільшення чисельності безробітних.

§ 6. МІЖНАРОДНІ ВАЛЮТНІ ВІДНОСИНИ

Еволюція світової валютної системи

Світова валютна система включає в себе сукупність національних валютних систем і міжнародних валютних відносин, у тому числі й обслуговуючих ці відносини наднаціональних ва-

лютних інститутів і організацій. Міжнародні валютні відносини є складовою частиною міжнародних економічних відносин, що виникають у процесі функціонування грошей у сфері економічного обороту між країнами.

Світова валютна система пройшла довгий шлях свого розвитку. Вперше вона виникла в XIX ст. як результат промислової революції і розширення міжнародної торгівлі. В основі світової валютної системи тоді був золотомонетний стандарт, коли більшість держав випускали свої національні грошові одиниці у вигляді золотих монет. Золотомонетний обіг — це найстійкіша грошова система. У ній дійсні гроші — золоті монети, зливки, коштовності — виконують усі функції грошей усередині країни й одночасно є світовими грошима. Крім того, в золотомонетному обігу валютний курс — співвідношення між валютами різних держав — не може істотно відхилятися від золотого паритету, тобто від співвідношення вагових кількостей золота, які є в різних національних монетах. Нарешті в золотомонетному обігу паперові банкноти вільно розмінювалися на золото за номіналом, що надавало грошовій системі додаткову гнучкість і стійкість.

Однак, незважаючи на всі свої переваги, на початку XX ст., у період завершення епохи вільної конкуренції і виникнення великих монополістичних об'єднань, золотомонетний стандарт перестав відповідати масштабам господарських зв'язків. Бурхливий розвиток економіки, швидке зростання товарообігу наштовхувалися на обмежену кількість золота як грошового матеріалу. Тому після Першої світової війни золотомонетний стандарт був замінений золотозливковим і золотодевізним стандартом, що було підтверджено міждержавною угодою, укладеною в 1922 р. на Генуезькій конференції. В умовах золотозливкового стандарту, який існував у цей період у Великобританії і Франції, золоті монети в обіг не випускалися, але центральні банки обмінювали за фіксованою державною ціною паперові банкноти тільки на золоті зливки стандартної ваги (близько 12,5 кг). Обіг золотих монет у той час незначною мірою зберігався лише в США.

У золотодевізному стандарті паперові гроші багатьох країн взагалі не розмінювалися на золото, але центральні банки цих країн обмінювали свої національні банкноти на іноземну валюту (девіз), яка залишалася розмінною на золото. Для забезпечення такої системи центральні банки створювали значні резерви іно-

земної валюти, яка розмінювалася на золото. Основними резервними валютами тоді були англійський фунт стерлінгів і американський долар.

Світова економічна криза 1929-1933 рр. нанесла нищівний удар існуючій системі обмеженого золотого стандарту.

Він припинив своє існування. В усіх країнах був здійснений перехід до нерозмінних на золото паперових грошових одиниць. Лише після Другої світової війни золотий стандарт був частково відновлений, але в ще більш обмеженій формі, навіть порівняно з 20-30-ми роками.

Влітку 1944 р. в американському місті Бреттон-Вудсі відбулася Міжнародна фінансова конференція, яка прийняла важливі рішення з питань міжнародних валютних відносин у післявоєнний період. Тому світова валютна система, яка проіснувала до початку 70-х років, одержала назву бреттон-вудської.

Основними елементами цієї системи були такі.

По-перше, функція світових грошей була збережена за золотом, але сфера його застосування скоротилася. Золото використовувалося в основному для рівноваги платіжних балансів (тобто співвідношення між платежами країн за кордон і валютними надходженнями з-за кордону за певний період часу) різних держав, коли всі інші валютні й кредитні ресурси виявилися вичерпаними.

По-друге, поряд із золотом функцію міжнародного платіжного засобу став виконувати американський долар. У доларах проводилася основна маса міжнародних розрахунків, визначалися ціни на світовому ринку. Оскільки долар виконував роль резерву міжнародних розрахунків, він одержав назву резервної (ключової) валюти. Привілейоване становище американського долара пояснюється кількома факторами. В той час, коли національні економіки багатьох країн були зруйновані війною, економіка США не тільки не постраждала, а й одержала додатковий імпульс для свого розвитку в результаті припливу великої кількості військових замовлень. Крім того, в роки війни американські поставки продукції оборонного й цивільного призначення, які здійснювалися їхнім союзникам, значною мірою сплачувалися золотом. Все це привело до того, що в кінці 1949 р. золотий запас США досяг рекордної позначки — близько 22 тис. т, або 70% резервів капіталістичного світу. Звичайно, це зміцнило становище долара і довіру до нього.

По-третє, США взяли на себе зобов'язання обмінювати долари на золото за твердою офіційною ціною — 35 дол. за тройську унцію — 31,1 г чистого золота. Але цей розмін здійснювався тільки за вимогою іноземних центральних банків і урядових установ, а не приватних осіб чи підприємств. Ринкова ціна золота не повинна була значно відхилятися від офіційної.

По-четверте, був введений режим фіксованих валютних паритетів, тобто законодавчо встановленого співвідношення між валютами. Всі країни — члени Міжнародного валютного фонду зобов'язувалися встановлювати паритети своїх валют у доларах, а через долар — у золоті; не змінювати паритет без згоди Фонду більше, ніж на 10%. Ринкові курси валют, тобто ціни грошових одиниць національних валют, виражені в грошових одиницях валют інших країн, не могли відхилятися від фіксованих паритетів більше, ніж на 1%. Допустимі межі коливання курсів підтримувалися центральними банками за допомогою використання своїх золотовалютних резервів.

І нарешті, для забезпечення сталості світової валютної системи був створений Міжнародний валютний фонд (МВФ), який почав свою діяльність у березні 1947 р. Капітал фонду створювався із внесків країн-членів відповідно до квоти, яка установлювалася для кожної країни і визначалася її економічним потенціалом і роллю у світовій економіці. В 1992 р. у МВФ входило 167 країн і капітал фонду (тобто сума квот) становив 120 млрд. дол.

Основні напрями діяльності МВФ полягали в регулюванні валютних курсів, підтриманні сталості валютних паритетів, усуненні валютних обмежень, а також у наданні своїм членам кредитів, насамперед для врівноваження платіжних балансів.

Бреттон-вудська система була заснована на гегемонії американського долара, тому її можна назвати не стільки системою обмеженого золотого стандарту, скільки системою золотодоларового стандарту. Така система організації міжнародних валютних відносин була доречна наприкінці 40-х — початку 50-х років, але до кінця 60-х років вона перестала відповідати реальності господарського життя.

У цей період відбулися зміни у співвідношенні сил у світовій економіці. США почали втрачати домінуюче положення. Їх платіжний баланс, починаючи з 1950 р., практично щорічно був дефіцитним. Це призвело до великих доларових нагромаджень у

центральних банках, насамперед країн Західної Європи. Наприкінці 60-х років за ініціативою Франції ці банки стали пред'являти долари в дерлсавну скарбницю США для розміну на золото. Золотий запас США почав стрімко зменшуватися. Наприкінці 1971 р. він становив лише 8,6 тис. т (21% усіх золотих резервів капіталістичних країн), тобто зменшився за 22 роки на 13,4 тис. т. Тому в серпні 1971 р. американський уряд був змушений прийняти рішення про припинення розміну доларів на золото, а наприкінці цього ж року — про девальвацію Долара. Тим самим були підірвані основні принципи бреттон-вудської системи, і вона припинила своє існування.

Сучасний стан світової валютної системи і тенденції її розвитку

У 1971–1973 рр. режим фіксованих валютних курсів змінився на плаваючі курси, які існували тоді, коли уряди більше не намагалися встановлювати тверді паритети своїм національним валютам. В умовах плаваючого курсу можливі інші методи його стабілізації: 1) проведення валютної інтервенції, тобто скупки чи продажу центральним банком своєї валюти з метою зміни співвідношення між попитом на неї і пропонуванням і тим самим підвищення чи зниження її ринкового курсу; 2) прикріплення національної валюти до валюти-лідера (насамперед до долара США) і спільне з ним плавання, тобто синхронне, пропорційне змінювання курсів; 3) спільне плавання валют групи країн шляхом установлення твердих співвідношень між своїми валютами, як це здійснювалося країнами ЄС.

Усі ці зміни у світовій валютній системі були закріплені рішенням наради країн — членів МВФ, яка відбулася в січні 1976 р. у столиці Ямайки — Кінгстоні. Досягнута там угода визначила основні принципи функціонування сучасної світової (ямайської) валютної системи

Була підтверджена відміна офіційної ціни золота і золотих паритетів. Членам МВФ було надане право самим вибирати режим своїх валютних курсів (плаваючий або фіксований). Розрахунковою базою валютних паритетів і курсів були проголошені спеціальні права позики (СДР).

СДР — це міжнародні платіжні і резервні засоби, що випускаються МВФ і використовуються для безготівкових міжнародних

розрахунків шляхом запису на спеціальних рахунках і як розрахункова одиниця МВФ. СДР надаються країнам — учасницям МВФ пропорційно їх квотам у цьому фонді і необхідні їм для регулювання платіжних балансів, нагромадження резервів, порівняння курсів національних валют. СДР існують тільки в сфері безгрошових розрахунків у вигляді запису на рахунках. Їх курс установлюється по відношенню до п'яти основних валют (американського долара, англійського фунта стерлінгів, німецької марки, французького франка та японської єни).

Використання СДР має безперечні переваги перед колишньою системою міжнародних розрахунків. Як особлива міжнародна валюта СДР не залежать від економічного становища окремих країн, не являють собою чиїхось боргових зобов'язань, як це було за часів панування долара. Погашаючи СДР дефіцит свого платіжного балансу, країна здійснює тим самим повний розрахунок; їй непотрібно потім повертати борги, що було б у випадку врівноваження платіжного балансу за допомогою кредитів.

Таким чином, у розвитку світової валютної системи в сучасних умовах спостерігаються такі основні тенденції Відбувається поступовий процес перетворення колективних валют типу СДР у головний резервний засіб. Ця тенденція проявляється і на регіональному рівні. З 1979 р. функціонує Європейська валютна система країн ЄС, у межах якої діє так звана європейська валютна одиниця (екю), за своїм змістом і функціями схожа з СДР.

Але цю тенденцію не слід абсолютизувати. І в 80-х — на початку 90–х років, як і раніше, більшість міжнародних розрахункових операцій здійснюється в національних валютах провідних промислово розвинутих країн, передусім в американському доларі. Що стосується золота, то його остаточного витіснення зі сфери міжнародних валютних відносин все ж не відбувається. Золото, наприклад, функціонує в Європейській валютній системі як офіційний резерв для часткового забезпечення емісії (випуску) екю.

І, нарешті, закономірною є тенденція до відмови від фіксованих курсів національних валют і переходу до режиму плаваючих курсів, що найбільшою мірою відповідає характеру сучасної динамічної світової економіки, яка швидко розвивається і змінюється.

Запитання та завдання для обговорення

1. Що стало основною причиною завершення процесу формування світового господарства саме на межі XIX–XX ст.?

2. У чому проявляється інтернаціоналізація господарського життя в сучасних умовах?

3. Які причини вивозу капіталу і його основні форми?

4. Назвіть основні тенденції розвитку вивозу капіталу і міжнародного кредиту й обгрунтуйте їх.

5. Чим обумовлена зміна співвідношення сил у світовому господарстві між США, Західною Європою і Японією, зокрема на всесвітньому ринку товарів і послуг?

6. Які основні причини міжнародної міграції робочої сили і в яких формах вона здійснюється?

7. У чому полягають переваги й недоліки різних способів організації світової валютної системи?

8. *Які* головні тенденції в розвитку міжнародних валютних відносин?

Глава 23. ПРОБЛЕМИ ІНТЕГРАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ У СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

§ 1. СУЧАСНА ТРАНСФОРМАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО ПОДІЛУ ПРАЦІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ УЧАСТІ УКРАЇНИ У СВІТОГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСАХ

Якісні зміни у міжнародному поділі праці

Світогосподарські зв'язки стають сьогодні одним із важливих факторів економічного зростання, структурних зрушень та підвищення ефективності національного виробництва, будучи при цьому і каталізатором диференціації країн, нерівномірності їхнього розвитку.

Революційний стрибок у наукових знаннях, що супроводжувався якісними зрушеннями в техніці, технології, виробництві, а також радикальні соціально-політичні зміни в другій половині XX ст. суттєво модифікували міжнародний поділ праці й продовжують і сьогодні активно впливати на характер і тенденції його розвитку.

Найсуттєвішою зміною у всесвітньому поділі праці є перехід від раніше існуючої глобальної моделі поділу праці між промислово розвинутими країнами і країнами, що розвиваються, до нової моделі. Для попередньої системи характерним було переважання загального поділу праці, тобто поділ праці між сільським господарством та промисловістю, добувною та обробною галузями індустрії.

Загальний поділ праці пізніше був доповнений частковим поділом праці між різними галузями обробної промисловості, а також підприємствами всередині галузі, тобто потоварним поділом праці, що базується на предметній спеціалізації.

Даний тип поділу праці також зазнав певних еволюційних змін. Спочатку він був пов'язаний з організацією праці всередині виробничої одиниці, але пізніше вийшов за межі окремого підприємства й обумовив розвиток промислової кооперації між підприємствами не тільки однієї країни, а й різних держав. Міжнародна виробнича кооперація, що базується на одиничному поділі

праці, відбиває сучасну стадію всесвітнього усуспільнення виробництва, його якісно новий рівень, за якого безпосередньо виробничі зв'язки між підприємствами-кооперантами стають постійними і набувають повної самостійності по відношенню до товарообмінних операцій на світовому ринку.

Це призвело до утворення світових промислових комплексів, які включають різнонаціональні господарські одиниці, й обумовило прискорене зростання зовнішньоекономічних зв'язків між розвинутими країнами з ринковою економікою і подібними промисловими структурами. Не випадково 3/4 зовнішньоторговельного обороту цих країн припадає на взаємний товарообмін, значну частку якого становлять внутрішньо-корпораційні поставки. Провідні експортні галузі економіки промислово розвинутих держав одночасно є також галузями імпорту, що свідчить про ще більшу втрату універсальності народним господарством окремих країн. Їх інтеграція у світову економіку відбувається в умовах зростання суспільного поділу праці як всередині країни, так і на міжнародному рівні.

Тому, з одного боку, характер і рівень розвитку внутрішньодержавної спеціалізації безпосередньо впливають на визначення міжнародного профілю економіки країни, обумовлюють ступінь її участі у спеціалізації виробництва у світовому масштабі. Це стосується країн, що виробляють не тільки сировинні матеріали, а й сучасну складну у технічному відношенні продукцію.

З іншого боку, входження у систему тісних світогосподарських зв'язків суттєво модифікує в країні процес відтворення, збільшує загальний обсяг виробництва і його ресурсний потенціал, надає можливості прилучитися до останніх надбань світової науки й техніки.

Характерною особливістю нинішнього етапу розвитку загальноцивілізаційних процесів є перехід у 80-ті роки розвинутих країн Заходу до формування якісно нової моделі світового розвитку. На думку вчених, вона характеризується подоланням формаційно-утворюючих ознак суспільства і підпорядкуванням його функцій реалізації загальнолюдських цінностей.

Що стосується економічних рис (ознак) такої системи, то вони проявляються передусім у становленні принципово нового технологічного способу виробництва, якісному перетворенні його матеріально-речових факторів. Це здійснюється на основі

впровадження в усі галузі суспільного виробництва високої інформаційно-інтелектуальної технології, що базується на електронній автоматиці, інформації та біотехнології, інших видів матеріально-, ресурсо- і працезберігаючих видів виробництва.

Поряд з цим суттєво змінюються властивості та характеристики товарів, що надходять на міжнародний ринок. Міжнародна конкуренція зумовлює постійний пошук методів та шляхів подальшого якісного вдосконалення продукції, зростає наукоємність дедалі більшого числа товарів.

Водночас НТР пред'являє нові вимоги й до робочої сили з точки зору її кваліфікації, загальноосвітнього рівня, оскільки «людський фактор» є центральним елементом нової моделі «постіндустріального» розвитку.

Характеризуючи модель світового розвитку, що формується, необхідно визначити можливості «вписатися» в неї держав — колишніх членів «соціалістичної співдружності».

Як відомо, в кінці 80-х — на початку 90-х років світ соціалізму охопила глибока криза, що призвела до розпаду старих політичних та економічних структур і початку переходу до ринкових систем господарювання. Значною мірою це було зумовлено відгородженістю та замкнутістю соціалістичних країн від світу, «непроникливістю» в їхні межі прогресивних тенденцій світового економічного та науково-технічного прогресу.

На жаль, демонтаж адміністративно-командної системи господарювання у більшості колишніх соціалістичних країнах здійснюється нерідко насильницькими, нецивілізованими методами, що відкидає їх з раніше зайнятих позицій у міжнародному поділі праці.

У даний час об'єктивна необхідність динамічної інтеграції країн Східної Європи в нову модель розвитку світового господарства передбачає пошуки ними своєї ніші в системі всесвітнього поділу праці, передусім загальноєвропейського. Вони можуть претендувати на участь у глобальному та континентальному поділі праці завдяки наявності таких факторів: геополітичного становища моста між Західною Європою та азіатським континентом, наявності дешевої і відносно освіченої робочої сили, сільськогосподарських ресурсів та рекреаційно-туристичних можливостей, величезного і всепоглинаючого ринку товарів та послуг, спільного географічного й економічного простору та ін.

Для того щоб налагодити цивілізовані стабільні та взаємовигідні зв'язки між штучно роздвоєною в минулому європейською спільністю, необхідно подолати асиметрію в поділі праці між Західною та Східною Європою, що підвело б однорідний матеріальний фундамент під загальноєвропейську інтеграцію.

Україна, як і інші держави, що утворилися після розпаду СРСР, у розвитку своєї суверенної економіки великі надії покладає на інтеграцію в систему світогосподарських зв'язків, активну й зростаючу участь не тільки в регіональному, а й у міжнародному поділі праці, ефективному використанні його переваг. У всіх урядових та альтернативних програмах антикризових заходів і ринкової трансформації української економіки підкреслюється необхідність якнайшвидшого перетворення колишніх міжреспубліканських зв'язків у категорію зовнішньоекономічних, розширення поля господарської взаємодії з основними центрами світового господарства та міжнародними фінансово-економічними інститутами, розгортання широкомасштабного ділового співробітництва на взаємовигідних засадах з усіма державами світу.

Слабка включеність України в міжнародний поділ праці не тільки не відповідає, а й суперечить її національним інтересам, бо залишає економіку країни поза розвитком світових продуктивних сил, провідних напрямів сучасної науково-технічної революції, що призводить до виштовхування її на узбіччя світового економічного прогресу. Про це свідчить, зокрема, той факт, що частка експорту у загальному обсязі виробництва України ще до проголошення її незалежності не перевищувала 4-5%, у той час як середньосвітовий показник дорівнював 17%. У 90-ті роки відбулося подальше зменшення експорту як у фізичному, так і відсотковому відношенні, а в його товарній структурі левова частка припадає на сировину, матеріали, товари народного споживання.

Україна поки що не готова зі своїм невідпрацьованим господарським механізмом на паритетних принципах взаємодіяти з лідерами світової економіки. Перед нею нині не тільки відкриваються широкі можливості, а й виникають нові проблеми й труднощі.

На шляху формування інтернаціонального виробництва на грунті міжнародної спеціалізації та кооперування зроблені лише перші кроки, які виявилися передусім у створенні на території України кількох сотень спільних з іноземним капіталом підприємств, а також у підписанні поки що незначної кількості контрак-

тів із зарубіжними фірмами на поставку українським підприємствам комплектуючих деталей тощо.

Для прискорення процесу входження України у світові господарські структури необхідно брати до уваги такі обставини:

по-перше, основними орієнтирами українських виробників мають бути: технологічний фактор, світові норми та ємність ринку. Виходячи із ємності ринку, його вимог, визначаються розміри, структура та продуктивність промислового підприємства. Економічний потенціал країни в таких випадках практично не відіграє ніякої ролі, оскільки за визначальну величину береться суто технологічний фактор. Якість продукції, її асортимент, відповідність моді, а також рівень затрат — все це уніфікується незалежно від розмірів країни, її специфічних можливостей. Підприємство «вбудовано» в нішу світової господарської структури і виконує відведену йому роль;

по-друге, характерною рисою сучасного ефективного виробництва є його вибірковість. Визначальною умовою економічної раціональності промислового підприємства, тобто його здатності «йти в ногу» з науково-технічним прогресом, стало наближення його потужностей, технічного оснащення та серійності до світових критеріїв оптимальності. Звичайно, цього досягти може далеко не кожне підприємство. Керуватися світовими критеріями у своїй діяльності має насамперед експортно-орієнтований сектор економіки, покликаний стати мостом, що з'єднає національне господарство із світовим;

по-третє, важливою закономірністю інтернаціоналізації сучасних світових продуктивних сил є те, що економічна доцільність створення в окремих країнах багатогалузевої економіки, включаючи підприємства з повним технологічним циклом, поступово відпадає, бо прагнення кожної країни до самозабезпечення всіма товарами вимагає великих затрат. Значно перспективнішим шляхом є розвиток міжнародної спеціалізації та активна участь у ній дедалі більшого числа країн, що мають чіткий профіль у міжнародному економічному співробітництві та обміні. Це — загальна умова економічного і науково-технічного прогресу. Для України основними сферами міжнародної спеціалізації, виходячи з нагромадженого досвіду та її експортного потенціалу, могли б бути гірничо-металургійна промисловість, окремі підгапузі машинобудування, сільськогосподарське виробництво

й туризм. Практичне здійснення цієї мети — нелегке й капіталоємне завдання, яке потребує глибокої структурної і технологічної перебудови національної економіки;

по-четверте, пошук власного місця у світовій господарській структурі вимагає знання специфіки сучасного світового ринку, який також зазнає суттєвих змін: не тільки розширюються його межі, а й зростають потреби, змінюється їхня структура, а також склад тих виробників, які задовольняють основну частку світового попиту на продукцію. Оновлення номенклатури продукції, представленої на світовий ринок, відбувається сьогодні значно швидше, ніж раніше, а враховуючи, що цей процес практично нескінченний, то в нього можуть включатися й нові держави, котрі або створили новий товар, або мають переваги в затратах виробництва. Крім того, жодна країна в сучасних умовах не може довго залишатися монополістом у виробництві передової технології, рано чи пізно досягнення НТП, у тому числі й найпрогресивніші відкриття, стають здобутком багатьох;

по-п'яте, НТР додала до традиційних факторів всесвітнього поділу праці нові об'єктивні стимули, що набувають поступово визначального характеру. Роль природних ресурсів, географічного положення, виробничого досвіду починає різко знижуватися, а натомість висуваються передова технологія, наукові розробки, висококваліфікована робоча сила, банки, розвинута виробнича інфраструктура, які передусім впливають на визначення профілю економіки тієї чи іншої країни, її позиції на світовому ринку. Цю тенденцію необхідно враховувати, розробляючи стратегію виходу України на міжнародний ринок, і з самого початку робити ставку на сучасні фактори міжнародного поділу праці.

Способи включення національних господарств у всесвітню систему поділу праці можуть бути різні: зумовлені об'єктивними потребами внутрішнього розвитку країни, інтересами транснаціонального капіталу, коли превалює економічний, а інколи й позаекономічний примус. Але найбільший економічний ефект досягається у тому випадку, коли країни добровільно прилучаються до міжнародного співробітництва і між ними налагоджуються рівноправні партнерські відносини на взаємовигідних принципах з урахуванням їхньої спеціалізації та напрямів діяльності. Нинішній рівень розвитку продуктивних сил у світі владно вимагає усунення будь-яких перешкод на шляху поглиблення

всесвітнього поділу праці та використання переваг міжнародного економічного спілкування.

Стан ресурсного самозабезпечення України і розвиток її експортного потенціалу

Подальша інтеграція економіки України у світове господарство, її ефективність великою мірою залежать від наявних ресурсів країни, які є основним елементом економічного потенціалу. Перш ніж дати характеристику останнього, нагадаємо, що площа України становить 603,7 тис. км^2. Це приблизно дорівнює території таких європейських країн, як Франція та Швейцарія разом узяті.

Чисельність населення країни на початок 1996 р. становила 51,3 млн. чоловік, що не набагато менше ніж у Великобританії та Франції. Трудові ресурси України в 1995 р. становили 29,3 млн. чоловік. У народному господарстві зайнято 21,6 млн. чоловік (68% усього населення держави), сільське — 16,8 млн. чоловік. Трудові ресурси України становлять 29,7 млн. чол. Понад 25 млн. чоловік зайнято в народному господарстві, зокрема в галузях матеріального виробництва — 18,4 млн. чоловік. Спеціалістів з вищою та середньою спеціальною освітою налічується 6,8 млн. чоловік, що становить майже 30% усіх трудових ресурсів країни.

Україна має великі запаси корисних копалин і надзвичайно вигідне територіальне поєднання сировинних родовищ. Країна володіє значними покладами вугілля, залізної та марганцевої руд, сірки, ртуті, титану, урану, мінеральних солей.

Загальна характеристика задоволення потреб України власними ресурсами палива й сировини така, у %:

графіт	700
каолін первинний	400
ртуть	250
бром	250
сірка самородна	200
марганцеві руди	175
скляна сировина	167
сіль кухонна	150
мінеральні фарби	150
залізні руди	140
титанові руди	140
камінь будівельний	116

формовочні матеріали	112
каолін вторинний	112
флюсова сировина	110
динасова сировина	108-110
гіпс	106
вогнетривкі глини	105
цементна сировина	100
вугілля	95
доломіт	70
бентонітові глини	45-50
газ природний	22
лольовошпатова сировина	16
солі калійні	11–12
нафта	8
магнезит	0
глиноземна сировина	0
апатит, фосфорит	0
плавиковий шпат	0

Функціонування народногосподарського комплексу України, як бачимо, значною мірою залежить від поставок з інших країн різних видів мінеральних, паливно-енергетичних, лісових та інших видів сировини. Передусім, це стосується нафти й газу. Україна забезпечена власними ресурсами газу на 22%, нафти — на 8%. *Як* зазначалося на колегії Державного комітету з нафти і газу, видобуток нафти в Україні в 2010 р., за прогнозами, становитиме 7-7,5 млн. т, газу — 30-31 млрд. $м^3$. Тим часом тільки при нинішніх витратах палива країні потрібно кожного року мати 57-60 млн. т нафти та 115-120 млрд. $м^3$ газу, що змушує нас імпортувати велику кількість вуглеводів, котрі постійно дорожчають на ринках збуту. За таких умов енергетична програма країни має бути зорієнтована передусім на підвищення ефективності власного енергетичного комплексу, розвиток енергозберігаючих технологій, на структурну перебудову економіки. Іншого шляху немає. Тут можна послатися на досвід Японії: значно зменшивши і постійно витримуючи за останні 15 років річне нафтоспоживання на рівні близько 50 млн. т, країна збільшила при цьому промислове виробництво майже вдвічі.

Є й інші резерви економного використання енергетичної сировини. Зокрема, у переробці вуглеводів Україна відстає від передових країн світу: в США з кожної тонни нафти одержують

майже 700 кг бензину, газу й дизельного палива, а на наших заводах — лише 57% цієї величини. В США після так званої енергетичної кризи на початку 70-х років різко скоротили витрати нафти й газу на електростанціях, замінивши їх альтернативним джерелом — вугіллям. У результаті в паливному балансі електростанцій США витрати вугілля досягли 80%, витрати нафти були знижені до 6, газу — до 14%.

Як показали відкриття геологів, вугільна промисловість України цілком може сприяти такій енергетичній переорієнтації. Ще донедавна вважали, що вугільні запаси Донбасу якщо Не виснажені, то надзвичайно підірвані сторіччям їхньої експлуатації. Проте геологи довели, що це не так. Тільки в Добропільському ареалі Донецької області за останні роки вдалося відкрити досить продуктивні пласти потужністю від одного до двох метрів, що дасть можливість добути 4 млрд. т «чорного золота».

Донбас може забезпечити Україну не тільки вугіллям, а й газом, істотно послабивши залежність країни від зовнішніх джерел надходження. Так, за підрахунками вчених, українська частина вугільного басейну зосереджує понад 1,3 трлн $м^3$ метану, який нині є серйозним ворогом гірників та екології. Тим часом світова практика, і насамперед вугільна промисловість США, свідчить, що можна не тільки успішно боротися з метаном, а й використовувати його в промислових цілях. У США розроблені й успішно функціонують технології, що дають змогу добувати його з родовищ як до розкриття вугільних пластів, так і в процесі експлуатації. При цьому не тільки розв'язується проблема безпеки праці гірників, а й добувається надійний екологічно чистий енергоносій; тисяча кубів метану за теплотворною спроможністю дорівнює тонні найбільш калорійного вугілля.

Вугільний метан у багатьох зарубіжних країнах використовується на теплових електростанціях, металургійних і хімічних заводах як пальне для автотранспорту й побутового палива. Сьогодні з кожних десяти шахт України лише одна частково утилізує метан, а в Донбасі є підприємства, де на кожну тонну вугілля можна добувати понад 100 $м^3$ метану.

За даними Інституту газу США, видобуток вугільного метану в світі до 2010 р. повинен зрости до 470–610 млрд. $м^3$ на рік (15–20% загального видобутку природного газу), в тому числі в США — 60-80 млрд. $м^3$. Очевидно, й Україні слід орієнтуватися на ці цифри.

Таким чином, важливим завданням, що стоїть перед економікою України, яка переживає глибоку енергетичну кризу, є створення й розвиток метанодобувної галузі, яка на промисловому рівні займалася б проектуванням вуглегазових промислів, створенням техніки й технології видобутку і транспортування вугільного метану.

З енергетичною програмою України безпосередньо пов'язана й структурна перебудова економіки. Економіка України має деформовану структуру народного господарства, яка залишилася їй від колишнього Союзу. Її докорінна перебудова в напрямі зниження частки важкої індустрії, військово-промислового комплексу й підвищення виробництва наукоємних продуктів і товарів народного споживання дасть можливість значною мірою ослабити залежність наших підприємств-гігантів від поставок палива й енергії з-за меж України. Адже тільки на потреби індустрії використовується 78% річного обсягу газу.

І, нарешті, треба підкреслити, що елементарні заходи щодо економії світла та пального, утеплення приміщень і житла можуть забезпечити країні не менше, ніж 10% економії енергії.

Таким чином, проблеми енергетичного майбутнього України слід розв'язувати комплексно, виходячи з жорсткого режиму економії, враховуючи власні теплові, ядерні, гідрологічні ресурси, відновлювальні джерела енергії, розвиваючи економічне співробітництво з близьким і дальнім зарубіжжям.

В Україні відчувається гостра нестача лісових ресурсів. У зв'язку з цим потреба в лісоматеріалах як деревообробних підприємств, так і населення своїми ресурсами не задовольняється.

Лісистість території країни становить лише 14,3%. Виснаження-лісосировинних запасів призвело до зменшення обсягів лісокористування. За рахунок місцевих ресурсів потреба в деревині задовольняється лише на 38-40%, а решта сировини ввозиться з багатолісних районів Росії (до 60%).

Оскільки постачання деревини з Росії дуже ускладнилося й обсяг його обмежений, необхідно ввести суворий режим економії деревини у сфері споживання і на деревообробних підприємствах, де рівень її використання в два — два з половиною рази нижчий, ніж у розвинутих країнах. Дослідження науковців показують, що лише за рахунок упровадження на підприємствах деревообробної галузі прогресивних технологій можна заощадити й

додатково залучити в господарський обіг 10–12 млн. $м^3$ деревини щорічно.

Не останню роль в економії відіграє байдуже ставлення до лісосировинних ресурсів, які відносно дешево діставалися споживачам у минулому. Збільшення обсягу лісокористування можна також досягти за рахунок раціонального проведення рубок лісу, що не суперечить природоохоронним заходам. Нині інтенсивність рубок лісу в країні відносно невисока. В розрахунку на 1га вкритої лісом площі в середньому вирубується 1,56 $м^3$ деревини, а її щорічний приріст дорівнює 4 $м^3$. Це означає, що в лісах державного лісового фонду відбувається інтенсивний процес нагромадження деревинної маси, приблизно 15,5 млн. $м^3$ (без урахування рубок лісу) щорічно, яку, враховуючи гостру потребу в деревині, можна використати також у господарських цілях.

Дуже гостро стоїть проблема забезпечення країни картоном і папером. Свої потреби в цій продукції країна забезпечує за рахунок своїх ресурсів тільки на 20–40%. Сировиною для целюлозно-паперового комбінату, який буде розміщено у північно-західному регіоні, може слугувати деревина від рубок, догляду та перерозподілу лісоматеріалів у сфері споживання. Водночас треба збільшити обсяги плантаційного лісовирощування безпосередньо при целюлозно-паперових комбінатах.

Продовольчі ресурси України достатні не тільки для повного задоволення потреб населення, а й для поставки за її межі.

Економіка України забезпечується продукцією власного виробництва на 82%. Практично повністю за цей рахунок покриваються потреби у вугіллі, електроенергії, продуктах коксохімії, продукції м'ясо-молочної, комбікормової промисловості, у хлібобулочних і макаронних виробах. За межі України вивозиться понад 16% суспільного продукту, в тому числі понад 40% чорних металів і металевих виробів, окремих видів енергетичного, підйомно-транспортного, нафтового, хімічного й ковальського пресового устаткування, автомобілів, тракторів, трансформаторів, екскаваторів, тепловозів, шин, автобусів, сільськогосподарської техніки й цукру.

Існують усі передумови для становлення України як процвітаючої незалежної держави. До них можна передусім віднести:

1. Наявність промислових, сировинних і водних ресурсів, чорноземів, що дає змогу повністю забезпечити населення продуктами харчування.

2. Потенційну здатність кадрів до висококваліфікованої і наукоємної праці, яка може бути реалізована у короткий час за рахунок активізації сильніших ринкових стимулів до праці.

3. Вигідне географічне положення, вихід до моря, сприятливий клімат, різноманітна й мальовнича природа.

Таким чином, проведений аналіз дає можливість зробити висновок, що Україна має достатні трудові й природні ресурси, сировинну базу та виробничі потужності, необхідні для її розвитку як незалежної, суверенної держави, інтеграції у світову співдружність.

§ 2. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УКРАЇНИ: СУТЬ ТА ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ

Суть механізму зовнішньоекономічних зв 'язків

Серед комплексу невідкладних завдань щодо забезпечення ефективного включення України у світове господарство і міжнародне співробітництво першочергове значення має формування механізму зовнішньоекономічних зв'язків, тобто його теоретична розробка та практичне втілення в життя. При цьому йдеться про створення фактично нового механізму, який має регулювати взаємовідносини України з навколишнім світом на принципово нових ніж раніше засадах, тепер уже як самостійного суб'єкта міжнародних економічних відносин.

Під механізмом зовнішньоекономічних зв'язків слід розуміти сукупність конкретних форм зв'язків, а також систему правових, організаційно-управлінських та фінансово-економічних важелів, які забезпечують ефективну взаємодію національних народногосподарських структур із світовими як на макро-, так і мікрорівнях, з метою прискорення розвитку продуктивних сил країни та підвищення соціально-економічних показників життя її громадян.

Виходячи з принципів міжнародного поділу праці, геополітичного становища України, характеру розвитку її продуктивних сил, існуючих науково-технічного та ресурсного потенціалів, механізм зовнішньоекономічної діяльності, що формується в країні, повинен забезпечити реалізацію головної стратегічної мети в сфері зовнішньоекономічної політики — інтеграцію народногосподарського комплексу України у світову господарську систему, що передбачає досягнення таких цілей:

формування повноцінної ринкової системи господарства, яка базувалася б на загальноприйнятих у світовій практиці принципах, нормах та економічних механізмах;

використання можливостей світового ринку для структурної перебудови національного господарства;

перетворення зовнішньоекономічної сфери в активний фактор динамічного та високоефективного економічного зростання.

Старий механізм зовнішньоекономічної діяльності базувався на приматі політико-ідеологічних пріоритетів, інтересів класової солідарності без глибокого врахування національних інтересів. Міжнародне співробітництво будувалося головним чином на балансовому підході і було підпорядковане задоволенню поточних народногосподарських потреб.

На відміну від раніше діючої системи державного адміністрування у зовнішньоекономічній сфері сьогодні повинен забезпечуватися абсолютний пріоритет товарно-грошових, тобто економічних важелів у регулюванні даної сфери діяльності. Саме вони в країнах з ринковою економікою в основними елементами механізму управління господарською діяльністю як на національному, так і на міжнародному рівнях. Тому при розробці нового механізму необхідно відмовитися від старої методологічної основи й виходити з таких теоретичних посилок:

включення України в систему міжнародних економічних відносин на постійній основі;

поетапний перехід від державно-адміністративної монополії на зовнішньоекономічну діяльність до державного патерналізму, а від нього — до саморегулюючої системи;

забезпечення економічної безпеки держави;

використання в ролі основних критеріїв ефективності міжнародного співробітництва, доцільності, прагматизму й вигоди з точки зору України;

подолання економічної залежності України від держав СНД та Східної Європи й перехід до рівномірної і безпечної взаємодії з країнами всього світу.

В основу функціонування механізму зовнішньоекономічної діяльності повинні бути покладені принципи демократизації, демонополізації та деідеологізації зовнішньоекономічних зв'язків, які передбачають максимальне скорочення адміністративних обмежень на експорт та імпорт, підвищення ролі митного та валют-

ного регулювання міжнародних господарських зв язків, надання суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності широкої самостійності згідно з міжнародною практикою.

Одночасно зовнішньоекономічна політика має відповідати національним інтересам держави, забезпечувати взаємну вигоду з іноземними партнерами, стимулювати конкуренцію між учасниками зовнішньоекономічної діяльності з метою підвищення якості продукції та послуг на українському ринку.

Формування механізму зовнішньоекономічних зв 'язків

Практичні заходи щодо створення нового механізму зовнішньоекономічних зв'язків передбачають вирішення трьох основних блоків проблем:

формування необхідної законодавчої бази;

створення відповідного економічного середовища;

розвиток інституційних структур, що регулюють зовнішньоекономічні зв'язки.

Важливою передумовою й одночасно необхідною основою налагодження та поглиблення економічного співробітництва із зарубіжними партнерами є розвиток правової бази для такого співробітництва. Світова практика свідчить про те, що у міру інтенсифікації міжнародних господарських зв'язків, якісного та кількісного їх зростання надзвичайно ускладнюється характер взаємовідносин між учасниками, що потребує чіткого правового регулювання як на національному, так і наднаціональному рівні. Так, у Європейському Союзі щорічно приймається до 500 законодавчих актів, спрямованих на вдосконалення правового режиму, що обслуговує його господарський механізм.

Верховній Раді України довелося практично з нуля розробляти й приймати пакет законів про зовнішньоекономічну діяльність. Парламент прийняв, зокрема, закони «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про іноземні інвестиції», «Про єдиний митний тариф», «Про загальні принципи створення та функціонування спеціальних (вільних) економічних зон» та інші. Завдяки прийняттю цих законів у країні формуються сприятливі юридичні та фінансово-економічні умови для залучення і використання іноземного капіталу, окреслення митного кордону та ефективної діяльності митної служби, розвитку прямих зв'язків між національними виробниками та їхніми іноземними партнерами,

створення різноманітних за своїм характером і напрямом економічних зон.

Однак формування законодавчої бази цього виду економічної діяльності ще далеко не завершено. Як свідчить практика, дія прийнятих законів нерідко стримується тим, що будучи за своєю суттю правовими документами загального характеру, вони вимагають доповнень і конкретизації багатьох своїх положень у вигляді нової серії законів, постанов і угод, що стосуються зовнішньоекономічної сфери та міжнародної діяльності української держави.

Крім того, слід укласти низку міждержавних двох- або багатосторонніх угод із зарубіжними країнами, міжнародними організаціями й центрами, які, з одного боку, розблокували б суперечності, що накопичилися у взаємовідносинах України з цими державами, а з іншого — стимулювали б і полегшували різноманітні ділові контакти українських підприємств із зарубіжними. Йдеться про такі угоди, як митна, валютна, платіжна й тарифна, про уникнення подвійного оподаткування, про взаємне акціонування тощо. Вони мають скласти правові підвалини передусім економічного союзу країн СНД. Назріла гостра необхідність вкрай розладнані економічні зв'язки між цими державами ввести в річище міжнародноправового режиму і негайно підписати економічний пакт, у межах якого діяли б такі принципи: свобода міждержавної міграції капіталів; регулювання питань інтелектуальної та промислової власності; свобода пересування робітників і спеціалістів; свобода ринкових послуг; свобода транспорту; державні замовлення; гармонізація податків.

Важливими елементами зовнішньоекономічного механізму в умовах розвинутої ринкової системи є валютна, податкова, кредитна, депозитна, цінова й митно-тарифна політика. В Україні ці процеси мають поки що недосконалий характер і потребують загального поліпшення.

Ключовим елементом зовнішньоекономічного механізму є валютна політика, яка являє собою сукупність заходів держави та центрального банку у сфері валютних відносин (валютні обмеження, регулювання валютних курсів, імпортні депозити) з метою впливу на платіжний баланс, валютний курс та конкурентоздатність національного виробництва.

Крім зазначених загальних завдань, українська держава має вирішувати в галузі валютних відносин і ряд специфічних про-

блем, що випливають із конкретно-історичної ситуації, яка склалася сьогодні:

забезпечення стабільності гривні відносно провідних валют світу;

залучення іноземної валюти в країну і використання її як засобу стабілізації національної економіки;

створення державного валютного фонду й ринку валюти.

На жаль, валютні проблеми вирішуються в Україні вкрай повільно і наштовхуються на великі труднощі. Слабкий експортний потенціал не забезпечує достатніх валютних надходжень у країну, а відсутність нормальної економічної ситуації примушує експортерів приховувати валюту за кордоном, оскільки у них немає гарантій вільного розпорядження своїми валютними коштами й необхідних стимулів до їх інвестування в національну економіку. Зроблені лише перші кроки до організації системи купівлі валюти Національним і комерційними банками, торгівлі валютою за участю держави та її структур, функціонування української валютної біржі. Розбалансованість механізму валютних операцій не дає змоги звести валютний та платіжний баланси України. Таким чином, нинішня неефективна валютна політика є фактором, що дестабілізує економіку, й одним із могутніх джерел інфляції.

Найскладнішим і неоднозначним за своїми економічними наслідками елементом проведеної грошової реформи в Україні є введення валютної конвертованості. Конвертованість — це один з дійових заходів стабілізації національної грошової системи, посилення її впливу на розвиток ринкових відносин, забезпечення ефективної структурної перебудови економіки, її конкурентоздатності та прискорення інтеграції у світове господарство.

Нині для валютних операцій використовуються обмінні курси іноземних валют, виражені у валюті України. Вони встановлюються Національним банком на основі результатів торгів на міжбанківському валютному ринку України.

Включення валютних стабілізаторів у зовнішньоекономічний механізм забезпечило б значною мірою створення умов для зниження курсу вільно конвертованої валюти відносно української гривні, формування передумов для її повної конвертованості, реемігрaції валютних коштів в Україну, залучення іноземної валюти в країну тощо.

Важливим фактором підвищення ділової активності як серед національних товаровиробників і експортерів, так і серед зарубіжних інвесторів є формування сучасної податкової системи на експортно-імпортні операції, прибуток спільних підприємств. Законом про зовнішньоекономічну діяльність передбачається встановлення постійної величини податків на п'ятирічний строк з метою забезпечення стабільності податкового режиму, причому для одного і того ж виду товару застосовується єдина ставка податку незалежно від суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності. Забороняються також різні види додаткових, у тому числі місцевих чи відомчих податків.

Значну роль у стимулюванні експорту відіграють податкові та інші пільги, які надаються виробникам за певних умов. Це можуть бути відстрочки, знижки, часткове чи повне звільнення від податків тощо. В нашій країні підставою для пільгового оподаткування є перевищення доходів від експорту продукції над сумою затрат на імпорт, а також експорт наукоємної продукції. Надаються пільги за строками амортизації для стимулювання експорту готової продукції, у вивозі якої заінтересована Україна.

Враховуючи жорстку конкурентну боротьбу на світових ринках, важливо також стимулювати малий бізнес у його прагненні включитися в міжнародну господарську діяльність шляхом надання малим і середнім підприємствам податкових пільг. Доцільно було б на певний термін, наприклад п'ять років, звільнити від податків імпортне технологічне устаткування, яке закуповується у цільовому порядку.

Ще одним важливим інструментом державного впливу на зовнішньоекономічні зв'язки є кредити та субсидії. Кредитування експортно-імпортних операцій, великих будівельних проектів є невід'ємною частиною міжнародної ділової практики, що прискорює процес кругообігу капіталу.

Нині стає дедалі очевиднішим той факт, що невирішеність ряду внутрішніх проблем стримує подальший рух до відкритої економіки. Одна з найскладніших проблем — проблема цін. Наша внутрішня структура цін суттєво відрізняється від структури цін на світовому ринку. Внутрішні оптові ціни на палива й сировину в два-три рази нижчі ніж зовнішньоторговельні, а на багато видів машин і устаткування в два-три рази вищі ніж зовнішньоторговельні. Уряд України адміністративно-вольовими методами на-

магається наблизити рівень внутрішніх цін до світових, що, до речі, дуже болісно відбивається на соціальному становищі населення, оскільки передумов для цього ще не створено. Продуктивність праці в Україні значно відстає від рівня розвинутих держав, і це є основним гальмом на шляху приведення цін національного ринку у відповідність з цінами світового ринку.

Світовий досвід свідчить про активний вплив держави на політику зовнішньоторговельних цін. Уряди розвинутих країн допомагають національним виробникам у розширенні експорту. З цією метою надаються експортні субсидії, податкові пільги, компенсації при продажу товарів за демпінговими цінами тощо.

Складовою частиною механізму зовнішньоекономічної діяльності є митна політика держави, покликана передусім виконувати функцію захисту внутрішнього ринку. Проблема рівня митних тарифів є непростою; при її вирішенні необхідно враховувати не тільки конкретну ситуацію, а й деякі загальні закономірності міжнародного товарного обміну. Високі митні тарифи стримують імпорт, підвищують ціни на внутрішньому ринку, знижуючи, за словами відомого американського економіста П. Самуельсона, плідний міжнародний поділ праці, і захищають відносно неефективного місцевого виробника.

Але є дві обставини, врахування яких вимагає проводити більш жорстку митну політику. Це — формування молодої національної економіки та забезпечення національної безпеки. Тому в Україні, поряд з подальшим розширенням митно-тарифного регулювання експорту й імпорту згідно з правилами та вимогами систем ГАТТ-СОТ, слід активно використовувати й методи більш жорсткого державного регулювання через ліцензування і квотування експорту (в тому числі бартеру) та імпорту продукції, а також виділити групу товарів стратегічного значення, продаж яких за кордон є виключною прерогативою держави, застосовувати специфічне оподаткування нетоварних операцій тощо.

Процес формування сучасної митної системи України зі своїми сусідами набирає сили. У 1992 р. парламентом України був прийнятий Закон «Про єдиний митний тариф»; у червні того ж року Президент України видав розпорядження про розробку Державної програми розвитку мережі пропускних пунктів через державний кордон України і створення відповідної сервісної інфраструктури.

Митна політика української держави повинна передбачати укладання митних союзів (на дво- чи багатосторонній основі) із заінтересованими країнами. Підписання таких союзів посилить взаємну довіру між ними, усуне суперечність з приводу рівня мит, приведе їхню митну політику до стану узгодженості.

Вставши на шлях лібералізації зовнішньоекономічних зв'язків і побудови відкритої економічної системи, Україна постійно відчуватиме на собі зростаючий вплив тенденцій світового розвитку на її внутрішні процеси, в тому числі й негативний. Досі міжнародне співтовариство не створило ефективної системи захисту інтересів слаборозвинутих країн, які потребують певних преференційних умов для зовнішньоекономічних контактів. Україна перебуває сьогодні в числі таких аутсайдерів. Тому в системі управління та організації зовнішньоекономічних зв'язків нашої країни необхідно передбачити такі принципи й механізми, котрі давали б їй змогу брати активну участь не тільки у регіональному, а й у світовому поділі праці, шукати нові ринки товарів (у тому числі нетрадиційні), диверсифікувати джерела отримання сировини, енергії, палива, продовольчих товарів, гідно відстоюючи свої національні інтереси.

§ 3. ОСНОВНІ ФОРМИ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ

Україна в міжнародній науково-технічній та виробничій кооперації

Необхідність докорінної технічної та технологічної модернізації промислового й сільськогосподарського виробництва України, його переорієнтації на вищі світові стандарти з метою забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної продукції вимагає максимально ефективного використання наявних науково-технічного та економічного потенціалів країни, широкого розвитку міжнародної кооперації в галузі науки, освіти та виробництва.

Продуктивні сили України характеризуються досить великими потенційними можливостями, хоча їх сучасний стан значно підірваний тією суспільно-політичною та економічною кризою, що її нині переживає Україна. Так, із 21,6 млн. чоловік, що зайняті в народному господарстві країни, близько 3 млн. — спеціалісти

з вищою освітою, причому більше половини з них працюють безпосередньо в галузях виробничої сфери. До цього слід додати ще 2 млн. спеціалістів із середньою технічною освітою. В країні налічується 700 тис. тих, хто займається науково-технічною творчістю. В розрахунку на душу населення за цим показником Україна переважає всі європейські країни.

Але якщо за кількісними показниками наша країна знаходиться в перших рядах цивілізованих країн, то за іншими складовими науково-технічного потенціалу — передові позиції у світовій науці, рівень фінансування наукових досліджень і їхня матеріально-технічна база, організація системи впровадження результатів науки у виробництво і, нарешті, професійний рівень кадрів, їхня кваліфікація — вона помітно відстає. Неадекватність показників економічного та науково-технічного розвитку України та розвинутих країн не може бути нездоланною перешкодою на шляху налагодження коопераційних зв'язків, хоча певною мірою є і стримуючим цей процес фактором.

Розвиток міжнародної науково-технічної кооперації України можливий у таких формах:

запозичення досвіду та знань шляхом запрошення іноземних спеціалістів, а також підготовка й підвищення кваліфікації національних кадрів за кордоном;

взаємодія у створенні, розширенні та забезпеченні нормальної діяльності навчальних закладів, науково-дослідних та консультативних центрів, у тому числі спільних;

співробітництво у галузі науки й техніки при будівництві, модернізації та експлуатації підприємства й інших об'єктів виробничого призначення і соціальної інфраструктури;

обмін технологіями, ліцензіями, конструкторськими і проектними матеріалами, сприяння їх використанню;

співробітництво у збиранні, обробці та використанні науково-технічної й економічної інформації.

Найтісніші зв'язки в галузі науки й освіти Україна мала з Росією, а також деякими колишніми соціалістичними країнами Східної Європи. На жаль, в умовах розриву раніше існуючих державних, політичних та господарських зв'язків між ними, ослабло і співробітництво українських вузів і наукових закладів з відповідними науковими центрами вказаних країн, що, безумовно, підриває науково-технічний потенціал кожної з них.

З метою запобігання науково-технічного регресу як в окремих державах СНД, так і в Співдружності в цілому, необхідно терміново розробити і прийняти перспективну програму співробітництва в галузі науки, освіти й нових технологій та оформити її відповідною системою угод. На основі поділу праці, що склався в галузі наукових досліджень, можуть розвиватися коопераційні зв'язки, що дадуть можливість концентрувати засоби та інтелектуальні сили на тих напрямах науково-технічного прогресу, з яких Україна займає провідне місце у Співдружності, має висококваліфіковані наукові колективи й могутню виробничо-експериментальну базу.

У межах Програми співробітництва слід визначити в кожному великому напрямі науки головну науково-дослідну організацію, яка координувала б і спрямовувала дослідження в даній галузі. До числа таких авторитетних центрів, що є лідерами вітчизняної науки, в Україні можна віднести Інститут електрозварювання ім. Є.О. Патона, Інститут надтвердих матеріалів, Інститут кібернетики ім. В. Глушкова, Миронівський НДІ пшениці ім. П. Ремесла та ін.

Науково-технічні колективи як в Україні, так і в інших країнах — членах СНД в умовах економічної кризи зазнають фінансових і кадрових труднощів, подолання яких можливе за рахунок крупних гарантійних замовлень на розробку новітніх технологій, високоефективних матеріалів, машин і устаткування, приладів, предметів народного споживання з відповідним фінансуванням. Багато з них могли б розробляти науково-технічні проекти не тільки для своєї країни, а й інших держав СНД, Східної Європи, Близького Сходу. Спільні науково-виробничі проекти можливі у машинобудівній, електротехнічній, нафтогазовій, лісопереробній, космічній, сільськогосподарській та інших галузях.

Доцільно було б створити міжнародний фонд підтримки вчених і сприяння науковим дослідженням у країнах СНД, який формувався б не тільки за рахунок окремих західних меценатів типу Сороса, а й великих пайових внесків кожної країни та різних спонсорів — представників ділових і фінансових кіл, міжнародних організацій. Сьогодні в цьому є велика потреба, оскільки нерівноцінні умови життя й праці в країнах СНД і Заходу призводять до масового «відпливу умів», що тягне за собою інтелектуальне виснаження нації.

Новим і перспективним напрямом міжнародного академічного співробітництва України стає зростаюча кооперація з індустріально розвинутими країнами, безсумнівними лідерами у сфері не тільки теоретичних досліджень, а й практичного використання наукових досягнень. Протягом останніх двох-трьох років здійснився справжній прорив у гуманітарній сфері відносин між Україною та державами далекого зарубіжжя як на Заході, так і на Сході. Десятки вузів, навчальних центрів, бізнес-шкіл, коледжів, училищ установили контакти і налагодили плідне співробітництво в навчальній, організаційно-методичній, науковій, фінансовій галузях з університетами і коледжами США, Канади, Німеччини, Франції, Швейцарії, Англії, Австралії, Японії, Китаю та ін. Із-за кордону в Україну по лінії міжвузівських зв'язків приїжджають уже сотні вчених різних спеціальностей для проведення лекцій, консультацій, відбувається обмін стажистами, аспірантами, студентами для «включеного навчання». Практикуються й інші форми наукового співробітництва — проведення міжнародних конференцій, симпозіумів, круглих столів; підготовка інтернаціональними колективами авторів підручників, монографій, проектів тощо.

Ще важливішу роль у забезпеченні життєво необхідних потреб України відіграє виробнича кооперація з іншими державами, яка в останні роки набула у світі стрімкої динаміки. Міжнародна практика свідчить, що кооперaційні угоди доцільні й економічно обгрунтовані у трьох випадках:

якщо в країні відсутня сировина чи інші матеріали, необхідні для виробництва даної продукції;

якщо у структурі готової продукції частка зарубіжних поставок перевищує 50%;

якщо за технічними та експлуатаційними якостями вироби, що ввозяться за кооперaційними поставками, кращі ніж національні аналоги.

Основу економічної співдружності колишніх республік Союзу та їхню економічну інтеграцію становив поділ праці, тобто спеціалізація та кооперація республік на виробництві певних видів продукції, якими вони обмінювалися. При цьому каналами міжреспубліканського обороту реалізувалося понад 20% валового національного продукту. Ця цифра навіть дещо вища, ніж у країнах Європейського Союзу, де аналогічний показник дорівнює 18%. Залишається фактом, якого не можна недооцінювати,

що й нині країни колишнього Союзу мають певною мірою єдиний економічний простір й інтегровану економіку.

Виходячи із реального стану речей, слід зберегти і в майбутньому розвивати міжфірмові кооперaційні зв'язки в тих галузях, в яких рівень інтеграції з Росією та іншими державами СНД найвищий. Це — машинобудування (енергетичне, хімічне, важке, електронне), авіа-, авто- та суднобудування, радіотехнічна і мікроелектронна промисловість. Більшість галузей машинобудування республіки на 50 і більше відсотків залежала від кооперaційних поставок з інших республік.

Облік технологічних зв'язків і витрат на виробництво продукції на вивіз і відповідно економія проміжних виробів при ввозі продукції найвищого ступеня переробки є підставою для розрахунку показників народногосподарської ефективності продуктообмінної діяльності. За оцінками спеціалістів, економічні параметри вивезеної з України продукції гірші, ніж ввезеної, що потребує внесення певних корективів у систему кооперaційних зв'язків.

Таким чином, для забезпечення реального суверенітету України необхідна розробка нової схеми промислового та інвестиційного кооперування з республіками колишнього Союзу.

Виробничо-технічна кооперація може здійснюватися у трьох формах.

Перша — на грунті вже існуючої спеціалізації (потоварної, подетальної, технологічної), зв'язки між підприємствами України та інших держав СНД перетворюються у міжфірмові, зберігши за наявності заінтересованості сторін взаємні зобов'язання, оформивши їх контрактами на відповідний період.

Друга — в тих випадках, коли виробництво має взаємодоповнюючий характер і підприємства різних країн являють собою нерозривні ланки технологічного ланцюжка, необхідно трансформувати їх у трансдержавні організаційно-господарські структури за типом ТНК, де одне підприємство є головним, а решта його філіалами і зв'язки між ними здійснюються у вигляді внутрікорпораційних поставок.

Третя — спільні розробка, фінансування та реалізація наукових і виробничих програм, а також створення спільних підприємств у різних сферах економіки. В числі першочергових акцій у цьому напрямі слід здійснити заходи щодо розробки разом з Росією проектів у лісотехнічній та деревообробній галузях,

розвідці та видобуванні нафти й газу, рибній промисловості, енергетиці, наукових дослідженнях, зокрема космічних. Частка України в цих проектах може бути представлена фінансовими ресурсами, кадрами, технологічним устаткуванням.

Що стосується участі України в кооперaційному співробітництві із західними країнами, то його масштаби незначні. Таке становище зумовлено рядом причин: недооцінкою в минулому цієї форми ділового спілкування, невідпрацьованістю правових, організаційно-економічних і валютно-фінансових аспектів співробітництва, а також відсутністю глибокої заінтересованості західних підприємств щодо України.

Розвиток кооперaційних зв'язків мусить спиратися на набутий у минулому досвід й апробовані форми. Однією з них є компенсаційні угоди, котрі були поширені у 70–80-ті роки між колишнім СРСР і країнами Західної Європи й охоплювали різні галузі економіки. Доцільно відновити цю форму співробітництва і поширити її на відносини не тільки з розвинутими країнами, а й з тими, що розвиваються.

Важлива роль у системі сучасних міжнародних економічних відносин належить технологічному обміну. Він охоплює продаж ліцензій на різні види промислової власності, ноу-хау, надання інженерно-консультаційних послуг та ін. Запозичення прогресивних зарубіжних технологій — це ефективний спосіб у короткі строки здійснити поповнення виробничих фондів, піднести їх технічний рівень. Функцію експертизи іноземних технологій, їх розміщення на підприємствах республіки виконує створений урядовий орган — Національний центр з використання іноземної допомоги.

Нормальним середовищем для залучення й ефективного використання іноземних інвестицій є ринкова економіка з притаманними їй розвинутими нормативно-правовими та економічними регуляторами й відповідною інфраструктурою. Таке середовище в Україні тільки формується. Тому, виходячи зі своїх стратегічних інтересів й адекватно оцінюючи зовнішні та внутрішні фактори, Україна повинна створювати штучний інвестиційний клімат, сприятливий для іноземних інвесторів.

Створення такого клімату відбувається в умовах поглиблення негативних тенденцій у розвитку національної економіки: скорочення фізичних обсягів виробництва; збільшення дефіциту товарів та послуг на споживчому ринку; згортання інвестиційної ді-

яльності, різкого спаду темпів будівництва як промислових об'єктів, так і об'єктів соціально-культурного призначення; стійкого падіння продуктивності праці; величезного дефіциту бюджету.

Несприятливими є і фактори зовнішнього середовища:

жорстка регульованість основних ринків капіталу переважно на міжнародному та наднаціональному рівнях в умовах дефіциту вільного капіталу;

превалювання закритих ринків капіталів внаслідок поглиблення процесів транснаціоналізації;

значний зовнішній борг України, можливість його використання як інструменту тиску;

дискримінаційна політика деяких держав стосовно України;

конкурентність інтересів України, країн СНД та східноєвропейських країн стосовно залучення іноземних інвестицій.

Необхідними умовами залучення іноземних інвестицій є:

політична стабільність;

позитивне відношення до іноземних інвестицій; розробленість нормативно-правових регуляторів, їхня надійність і доступність, а також передбаченість можливих змін.

Важливим каналом іноземних інвестицій в економіку України є створення на її території спільних підприємств (СП). їх кількість на кінець 1995 р. складає 3,8 тис. Найбільше спільних підприємств створено з фірмами Німеччини, США, Польщі, Австрії, Болгарії, Угорщини. Розвиток широкої мережі СП із партнерами з різних країн має на меті вирішення як стратегічних завдань, так і короткострокових.

До *завдань перспективного характеру* відносяться:

залучення іноземних інвестицій у ті сфери матеріального виробництва та інфраструктури, які їх гостро потребують;

запозичення зарубіжного досвіду в галузі організації виробництва й управління ним;

отримання передових технологій, ноу-хау, ліцензій;

підвищення якості продукції і створення конкурентного середовища;

підвищення кваліфікації персоналу, що працює на СП;

розвиток експортноорієнтованого сектора економіки і збільшення експорту продукції.

До числа *поточних завдань,* що їх намічалося вирішити з допомогою СП, відносяться:

часткова ліквідація дефіциту на споживчому ринку товарів та послуг;

залучення іноземної валюти в країну, а також її одержання завдяки нарощування експорту;

збільшення високооплачуваних робочих місць.

Аналіз хоча і не досить тривалого досвіду підприємницької та комерційної діяльності створених в Україні СП дає підстави сформулювати деякі загальні тенденції розвитку цього процесу, виявити окремі прорахунки й негативні моменти, окреслити існуючі проблеми.

Передусім слід визнати, що значного соціально-економічного ефекту від діяльності спільних підприємств у країні не одержано. Так, шляхом їх створення передбачалося досягти доступу до новітньої зарубіжної техніки, технології і менеджменту. Однак обсяги імпортованих знань досить скромні й не можуть істотно впливати на рівень технологічного розвитку країни. І не випадково, що в Україні за цей період не з'явилося скільки-небудь помітних новинок продукції, виготовленої за допомогою застосування сучасних технологічних процесів. Не може себе достатньою мірою проявити і зарубіжна система управління економічними структурами, оскільки СП функціонують у нестандартних кризових умовах.

Не відіграють СП істотної ролі і в наповненні внутрішнього ринку нашої країни промисловою продукцією, сировинними та продовольчими товарами. Численні СП, реалізуючи свою продукцію за кордоном, не прагнуть одержаний прибуток інвестувати в подальше розширення своїх підприємств в Україні чи диверсифікувати свій капітал в інші галузі господарства республіки, а значну частину валюти залишають на своїх рахунках у зарубіжних банках.

В Україні відсутня концептуальна програма взаємозв'язку спільних підприємств з її народногосподарським комплексом, а також співвідношення цього виду діяльності з іншими формами спільного підприємництва і міжнародного співробітництва загалом. Незважаючи на те, що прийняті раніше державні акти та урядові рішення тою чи іншою мірою визначили багато юридичних і технічних аспектів цієї проблеми, конкретної системи заходів для адаптації СП до економіки України до цих пір немає. Але це і зрозуміло, оскільки до недавнього часу інші форми ви-

робничої кооперації практично не розвивалися і жодна з них, будучи вирваною із загального контексту інтернаціоналізації виробництва і процесів світового усуспільнення капіталу, не може бути достатньо стійкою й ефективною.

Запитання та завдання для обговорення

1. Чим викликана необхідність інтеграції економіки України в світове господарство?

2. Які, на ваш погляд, існують передумови для становлення України як процвітаючої незалежної держави?

3. Які шляхи подолання енергетичної кризи в країні?

4. Назвіть складові частини зовнішньоекономічного механізму нашої держави.

5. З яких теоретичних положень та практичних заходів слід виходити, розробляючи новий механізм зовнішньоекономічної діяльності?

6. Назвіть основні форми міжнародного співробітництва України.

КОРОТКИЙ СЛОВНИК ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ

АГРАРНІ ВІДНОСИНИ — економічні відносини, які виникають у процесі виробництва з приводу використання землі як головного засобу виробництва.

АКЦІОНЕРНІ ТОВАРИСТВА — організації, створені за угодою юридичними особами і громадянами шляхом об'єднання їхніх вкладів з метою здійснення господарської діяльності.

АКЦІЯ — цінний папір без встановленого строку, що засвідчує вкладення певного паю в статутний фонд акціонерного товариства. Дає право його власникові на одержання частини прибутку у вигляді дивіденду, а також на участь в управлінні акціонерним товариством, в розподілі майна при його ліквідації.

АМОРТИЗАЦІЯ — процес поступового перенесення вартості засобів праці у міру їх зносу на вироблений продукт і використання цієї вартості для наступного відтворення (заміщення, відновлення) засобів праці.

БАНКНОТИ — кредитні знаки грошей, які випускаються емісійними банками для заміни грошей як засобу обігу та платежу.

БІЗНЕС-ПЛАН — аналітичний документ прогнозуючого характеру, змістом якого є всебічне обгрунтування діяльності підприємства.

БІРЖА — простий, але найефективніший інструмент оперативного реагування на зміни попиту споживачів, особливий ринок, на якому через посередників здійснюється оптова торгівля товарами, цінними паперами, валютою. Біржа — загальноекономічна категорія, надбання цивілізації в процесі розвитку товарно-грошових відносин.

БІРЖА ВАЛЮТНА — особливий ринок, на якому здійснюються операції купівлі-продажу іноземних валют, зливків та виробів з благородних металів, відбувається котирування валют.

БІРЖА ПРАЦІ — установа ринкової економіки, яка здійснює посередницьку місію між найманими працівниками та роботодавцями в процесі купівлі-продажу робочої сили.

БІРЖА ТОВАРНА — особливий ринок, на якому купуються і продаються великі партії якісно однорідних взаємозамінних товарів, без їх фактичного пред'явлення, але з наступною поставкою.

БІРЖА ФОНДОВА — установа, яка зосереджує попит та пропонування цінних паперів, сприяє формуванню їх біржового курсу та

здійснює свою діяльність відповідно до законодавства України, статуту і правил.

БІРЖОВИЙ ТОВАР — товар, на посередницькій діяльності в реалізації якого спеціалізується товарна біржа.

БІРЖОВІ ОПЕРАЦІЇ: *за готівку* — обидва контрагенти домовляються при укладенні угоди про негайне виконання взятих зобов'язань; *строкові угоди* — термін виконання угод відкладається на визначений строк або з поставкою за повідомленням, операції на різницю угоди, розраховані на отримання додаткового доходу при зміні курсів чи цін; угоди *з преміями* — строкові угоди, в яких одному контрагенту за відповідну плату, що називається премією, надається право відмовитися від договору або його частини.

ВАЛОВИЙ ДОХОД — 1) реалізований чистий продукт: різниця між виручкою від реалізації продукції і поточними матеріальними затратами та амортизаційними відрахуваннями; 2) фонд оплати праці і чистий доход підприємства.

ВАЛОВИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПРОДУКТ — важливий економічний показник, який виражає сукупну вартість виготовлених кінцевих матеріальних, нематеріальних благ та наданих послуг. Включає вартість

ВАЛОВИЙ ПРОДУКТ ПІДПРИЄМСТВА — маса вироблених матеріальних благ і послуг у грошовому виразі за певний період (місяць, квартал, рік і т. д.).

ВАЛОВИЙ СУСПІЛЬНИЙ ПРОДУКТ — сума валової продукції всіх галузей матеріального виробництва.

ВЛАСНІСТЬ СУСПІЛЬНА — система економічних відносин, що характеризується спільним привласненням засобів виробництва і створеного продукту: а) спожитих населенням предметів споживання й послуг; б) державних закупок; в) капітальних вкладень; г) сальдо платіжного балансу.

ВАЛЮТА — в економічному розумінні вживається для визначення типу грошової системи, яка діє в даній країні (золотий, паперовий), а також грошової одиниці даної країни (карбованець, долар, гривня).

ВАЛЮТА ТВЕРДА — має стабільний або навіть зростаючий курс по відношенню до інших валют. У минулому твердість валют, тобто здатність не піддаватися інфляційним процесам, забезпечувалася золотим запасом та іншими коштовностями. В даний час основою стабільності валют є високоефективне виробництво, здатне за-

безпечити широкий асортимент високоякісних товарів, конвертованих на світовому ринку.

ВАРТІСТЬ — уречевлена в товарах праця; виражає відносини між товаровиробниками з приводу затрат їхньої праці на виробництво продуктів, котрими вони обмінюються як товарами.

ВАРТІСТЬ ДОДАТКОВА — вартість, створена працівником понад вартість його робочої сили і безкоштовно привласнена власником засобів виробництва.

ВАРТІСТЬ ТОВАРУ РОБОЧА СИЛА — сума вартості матеріальних і духовних благ, які необхідні для нормального відтворення робочої сили і робітника як особистості, а також утримання його сім'ї.

ВЕКСЕЛЬ — письмове боргове зобов'язання встановленої форми, яке дає його власнику (векселедержателю) беззастережне право після збігу визначеного часу вимагати з боржника сплати суми грошей.

ВЕЛИЧИНА ВАРТОСТІ ТОВАРУ — суспільно необхідні затрати праці на виробництво товару.

ВИВІЗ КАПІТАЛУ — експорт капіталу в інші країни як приватними корпораціями, так і державою у вигляді надання міжнародних кредитів (вивіз позичкового капіталу) або шляхом будівництва за кордоном власних підприємств, а також придбання акцій уже діючих підприємств (вивіз підприємницького капіталу).

ВИРОБНИЧА ІНФРАСТРУКТУРА — комплекс галузей, які обслуговують основне виробництво.

ВІДТВОРЕННЯ. — постійне відновлення, безперервне повторення процесу виробництва. Розрізняють просте відтворення, якщо обсяг виробництва не змінюється, й розширене відтворення, коли масштаби виробництва збільшуються. Відтворення включає відтворення: а) сукупного суспільного продукту; б) робочої сили; в) виробничих відносин; г) природних ресурсів.

ВІДТВОРЕННЯ. ВИРОБНИЧИХ ВІДНОСИН — охоплює відносини власності на засоби виробництва, становище соціальних груп, трудових колективів, окремих працівників, організаційно-економічні зв'язки. На сучасному етапі відтворення виробничих відносин веде до розвитку товарно-грошових відносин на основі плюралізму форм власності, їх рівноправності й змагальності.

ВІДТВОРЕННЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ — відновлення природних умов економічного зростання (родючості землі, лісових ресз'рсів, рибних запасів та ін.), збереження й облагородження середовища проживання людини.

ВІДТВОРЕННЯ РОБОЧОЇ СИЛИ — безперервне відновлення та збереження працездатності працівників, зайнятих у народному господарстві, збільшення їх чисельності. У цьому процесі відбувається постійне відновлення і підвищення трудової кваліфікації людей, зростання їх загальноосвітнього і професійного рівня.

ВІДТВОРЕННЯ СУКУПНОГО СУСПІЛЬНОГО ПРОДУКТУ — відновлення всіх його частин за вартістю (фонду спожитих засобів виробництва, необхідного продукту, додаткового продукту) і за натуральною формою (засобів виробництва і предметів споживання). Типовим для ринкової економіки є розширене відтворення суспільного сукупного продукту, що означає його зростання за обсягом, поліпшення структури та якості.

ВІДРЯДНА ОПЛАТА — передбачає залежність заробітку від кваліфікації працівника та кількості виготовленої продукції.

ВІДСОТОК — частина чистого продукту, створеного у виробництві і вираженого в грошах, яка сплачується власнику облігації за тимчасове користування коштами.

ВЛАСНІСТЬ — відносини, що виникають між людьми з приводу привласнення матеріальних і духовних благ. Включає такі групи відносин:

1) відносини з приводу привласнення умов виробництва і його результатів;

2) відносини господарського використання майна; 3) економічні форми реалізації відносин власності.

ВЛАСНІСТЬ ДЕРЖАВНА — форма власності, за якої володарем засобів виробництва і його результатів виступає держава.

ВЛАСНІСТЬ КООПЕРАТИВНА — колективна власність кооперативів, їхніх об'єднань, що виникає на основі добровільного усуспільнення їх членами всіх або частини належних їм засобів виробництва, а також грошових внесків (паїв) з наступним її розвитком за рахунок внутрішніх нагромаджень.

ВЛАСНІСТЬ ПРИВАТНА — економічні відносини, за яких окремі особи відносяться до умов і результатів виробництва як до своїх.

ГІПЕРІНФЛЯЦІЯ — надвисока і вкрай небезпечна інфляція, що сягає трицифрового й більше числа, а її наслідки трагічно непередбачені.

ГРОШІ — загальний еквівалент, який виділився з ряду товарів у процесі розвитку мінової форми вартості і закріпився за золотом.

ГРОШІ КРЕДИТНІ — грошові знаки, що виникають на основі кредиту і виконують функції засобу обігу та засобу платежу.

ГРОШІ ПАПЕРОВІ — грошові знаки, замінники повноцінних грошей, які є знаками вартості.

ГРОШОВА РЕФОРМА — повна або часткова зміна грошової системи, що виражається в заміні одних грошових знаків іншими. Скорочення грошової маси в обігу може мати тимчасовий характер, якщо не здійснити радикальні економічні реформи, не припинити гонку озброєнь, не усунути дефіцит державного бюджету, не зруйнувати затратний механізм господарювання та не ліквідувати безгосподарність.

ГРОШОВИЙ ОБІГ — безперервний рух грошей у сфері обігу та їх функціонування як засобу обігу й платежу.

ДИВІДЕНД — частина прибутку акціонерного товариства, яка розподіляється серед акціонерів пропорційно їх вкладеному капіталу. Доход, що виплачується за акцією.

ДЕВАЛЬВАЦІЯ — така реформа грошового обігу, яка проводиться шляхом законодавчого зменшення металевого вмісту грошової одиниці або пониженням курсу валюти даної країни по відношенню до ціни на золото, коштовності чи до конвертованих валют.

ДЕРЖАВНЕ СТРАХУВАННЯ — економічні відносини, які виникають між державою, підприємствами, організаціями й громадянами в процесі формування й розподілу страхового фонду для відшкодування втрат і надання матеріальної допомоги.

ДЕРЖАВНИЙ БЮДЖЕТ — система грошових відносин, яка виникає між державою, з одного боку, і підприємствами, організаціями та населенням — з іншого, з метою формування та використання централізованого фонду державних грошових ресурсів для задоволенім потреб.

ДЕПОРТ — біржова угода на строк, що укладається спекулянтами, які грають на пониження з метою отримання курсової різниці.

ДЕФЛЯЦІЯ — протилежний інфляції процес зменшення кількості паперових грошей в обігу шляхом здійснення комплексу заходів для оздоровлення економіки й фінансів, що виражаються в реформі податкової системи, скороченні обсягів кредитів тощо.

ДОСКОНАЛА (ЧИСТА) КОНКУРЕНЦІЯ — умови ринку, на якому існує безліч покупців і продавців, однорідність продукції, що продається, ґрунтовне знання агентами господарської діяльності, її характеристик, вільним доступ фірм на ринок.

ЕКОНОМІЧНА ІНТЕГРАЦІЯ,— сучасний етап інтернаціоналізації господарського життя, який передбачав міждержавне регулю-

вання економічних процесів, поступове формування єдиного регіонального народногосподарського комплексу, усунення адміністративних та економічних бар'єрів на шляху вільного пересування товарів, робочої сили і фінансових ресурсів у межах регіону, зближення внутрішніх економічних умов у державах, які беруть участь в інтеграційних об'єднаннях.

ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ.— узагальнююче поняття, яке виражає істотні сторони економічних явищ і процесів, відбиває глибинні процеси економічного розвитку.

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗАКОН — стійкий, істотний, причинно-наслідковий зв'язок і взаємозалежність у явищах і процесах економічного життя.

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗАКОН НАГРОМАДЖЕННЯ. — закон, згідно з яким необхідність зростання життєвого рівня населення об'єктивно обумовлює зростання обсягу та якості національного багатства на основі нагромадження. Формами прояву цього закону є взаємозв'язок величини виробничого нагромадження і розмірів споживання населення, безперервне зростання й удосконалення функціонуючих виробничих фондів, збільшення кількості зайнятих працівників та вдосконалення структури сукупного працівника, примноження національного багатства, підвищення життєвого рівня населення.

Методами використання закону нагромадження є регулювання капітальних вкладень, забезпечення їхньої ефективності, використання всіх факторів, що визначають розміри нагромадження.

ЕЛАСТИЧНІСТЬ ПОПИТУ — ступінь зміни попиту на певну продукцію під впливом зміни ціни на неї.

ЕЛАСТИЧНІСТЬ ПРОПОНУВАННЯ.— ступінь зміни пропонування на певну продукцію під впливом зміни ціни на неї.

ЕМІТЕНТ — юридична або фізична особа, яка випускає цінні папери й зобов'язується суворо виконувати обов'язки, що випливають з умов їх випуску (дивіденд, відсоток).

ЕФЕКТИВНІСТЬ КАПІТАЛЬНИХ ВКЛАДЕНЬ — відношення між приростом національного доходу і капітальними вкладеннями.

ЗАГАЛЬНІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ — сукупність форм і методів господарювання, що характерні для всіх галузей народного господарства, тобто для економіки в цілому.

ЗАРОБІТНА ПЛАТА — об'єктивно необхідний для відтворення робочої сили та ефективного функціонування виробництва обсяг

вираженої в грошовій формі основної частини життєвих засобів, що відповідає досягнутому рівневі розвитку продуктивних сил і зростає пропорційно підвищенню ефективності праці трудящих. Це — не доход, а витрата підприємства на відтворення трудових ресурсів на суспільно необхідному рівні.

ЗАРОБІТНА ПЛАТА ПОГОДИННА — зарплата, що залежить від кваліфікації робітника і фактично відпрацьованого часу.

ЗАРОБІТНА ПЛАТА РЕАЛЬНА — показує, яку сукупність матеріальних та духовних благ і послуг можна придбати за номінальну заробітну плату.

ЗАСОБИ ВИРОБНИЦТВА — предмети й засоби праці.

ІНВЕСТОРИ — юридичні й фізичні особи, що купують акції.

ІНТЕНСИВНИЙ ТИП ВІДТВОРЕННЯ. — зростання виробництва за рахунок підвищення його ефективності на базі використання досягнень НТП.

ІНТЕНСИВНІСТЬ ПРАЦІ — наповненість, насиченість одиниці робочого часу працею.

ІНФЛЯЦІЯ — процес переповнення каналів грошового обігу масою надлишкових грошей, що веде до їх знецінення та додаткового перерозподілу національного доходу й національного багатства на шкоду переважної більшості населення.

ІНФЛЯЦІЯ. ГАЛОПУЮЧА — загрозливо стрімке і некероване зростання цін, знецінення грошей, розлад економічних зв'язків, стагнація виробництва, масове зубожіння населення.

ІНФЛЯЦІЯ. ПОВЗУЧА — інфляція, що проявляється в плавному зростанні цін, але не більше як 5% щорічно.

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ — система державних, приватних і громадських інститутів (організацій і установ), технічних засобів, що обслуговують інтереси суб'єктів ринкових відносин, забезпечують їх ефективну взаємодію.

ІНФРАСТРУКТУРА СОЦІАЛЬНА — нематеріальне виробництво, де створюються нематеріальні форми багатства.

КАЗНАЧЕЙСЬКІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ. — цінні папери, які засвідчують внесення їх власниками грошових коштів до бюджету та право на отримання фіксованого доходу.

КАПІТАЛ ЗМІННИЙ — частина капіталу, що витрачається на купівлю робочої сили.

КАПІТАЛ ПОСТІЙНИЙ — суспільна форма засобів виробництва.

КАПІТАЛЬНІ ВКЛАДЕННЯ.— затрати на створення нових, а також на розширення, реконструкцію і технічне переозброєння діючих основних фондів народного господарства. Джерелами фінансування капітальних вкладень в кошти державного бюджету, прибуток і амортизаційний фонд підприємства, кредити банків.

КЛІРИНГОВА СИСТЕМА — система внутрішніх та міжнародних безготівкових розрахунків за поставлені товари й надані послуги та інші операції, які базуються на заліку взаємних вимог і зобов'язань.

КЛІРИНГ БАНКІВСЬКИЙ —зумовлює розрахунки між банками лише в обсязі різниці між сумами платежів та надходжень грошей.

КЛІРИНГ ВАЛЮТНИЙ — визначає порядок безготівкових міжнародних розрахунків за зовнішньоторговельні та інші економічні зв'язки між державами клірингової системи. Реалізується шляхом відкриття емісійними банками країн — учасниць спеціальних рахунків. Якщо в кліринговій системі беруть участь країни з неконвертованими валютами, то сальдо заборгованості оформляється як кредит і погашається наступними товарними поставками. У разі клірингу з конвертованим сальдо заборгованість погашається за домовленістю вільноконвертованою валютою або товарами.

КІНЦЕВИЙ СУСПІЛЬНИЙ ПРОДУКТ —вартість готової до споживання продукції (предметів споживання і засобів праці).

КОНВЕРТОВАНІСТЬ — гарантована здатність національної грошової одиниці обертатися. Конвертованість, з економічної точки зору, означає свободу будь-якої юридичної або фізичної особи брати участь у зовнішньоекономічній діяльності, право вільно купувати, продавати або обмінювати національну валюту на іноземну за існуючим курсом без будь-яких обмежень чи прямого втручання держави.

КОНВЕРТОВАНІСТЬ ВНУТРІШНЯ — відсутність обмежень у використанні зароблені валюти, привнесення в народне господарство елементів іноземної конкуренції, переборення замкненості національної економіки, збалансування товарно-грошової маси на внутрішньому ринку і наближення структури внутрішніх цін до світових показників.

КОНВЕРТОВАНІСТЬ ЗОВНІШНЯ. — здатність національної валюти вільно обертатися в будь-яку іноземну валюту і в широкий асортимент товарів та майна.

КОНВЕРТОВАНІСТЬ ПОВНА — означає відсутність будь-яких обмежень у поточних і фінансових операціях. Часткова конвертованість свідчить про збереження тих чи інших обмежень.

КОНКУРЕНЦІЯ.— процес суперництва між товаровиробниками, постачальниками і покупцями товарів за найвигідніших умов їх виробництва та реалізації.

КОНТРОЛЬНИЙ ПАКЕТ АКЦІЙ —певна кількість акцій, яка забезпечує більшість голосів на зборах акціонерів.

КОНЦЕПЦІЯ. МАРКЕТИНГУ — фіксація існуючої ситуації, що склалася на ринку, і визначення цілей маркетингової діяльності підприємства в перспективі.

КООПЕРАТИВ — добровільне об'єднання громадян для спільного ведення господарської й іншої діяльності.

КООПЕРАТИВНІ ЦІНИ — ціни, які: а) встановлюються кооперативом самостійно; б) визначаються за домовленістю зі споживачем; в) установлюються централізовано державними органами; г) роздрібні ціни.

КРЕДИТ — система економічних відносин, спрямована на мобілізацію тимчасово вільних коштів і передачу їх на потреби розширеного відтворення.

КУРС АКЦІЇ — ціна, за якою акція продається.

ЛІЗИНГ — форма економічних відносин, яка реалізується через придбання у виробника орендодавцем за проханням орендаря майна на умовах купівлі-продажу й одержання цього майна орендарем від орендодавця у виключне користування на певний строк.

МАРКЕТИНГ — комплекс взаємопов'язаних форм і методів господарювання в умовах цивілізованої ринкової економіки, що охоплює всі стадії руху товару, починаючи з вивчення потреб, попиту, виробництва виробів і надання різних послуг, доведення їх до кінцевого споживача і закінчуючи організацією післяпродажного обслуговування (аж до утилізації).

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ — визначення об'єктивних економічних тенденцій його розвитку: попиту, пропонування, ціни, стану конкуренції тощо.

МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ.— довгострокове (перспективне) планування і прогнозування, що спирається на дослідження ринку, товару і покупців; використання комплексних методів формування попиту і стимулювання збуту; орієнтація на товари «ринкових новинок», які задовольняють вимоги потенційних покупців.

МАСШТАБ ЦІН — маса золота, яка міститься в грошовій одиниці та її складових частинах.

МЕНЕДЖЕР — професійний управляючий, головне завдання якого — координація й організація діяльності колективів на основі врахування вимог об'єктивних законів і закономірностей, тобто управління на науковій основі.

МЕНЕДЖМЕНТ — сукупність принципів, методів, засобів і форм управління виробництвом, спрямованих на досягнення цілей підприємства.

МЕТОД НУЛІФІКАЦІЇ ВАЛЮТ — проголошення знецінених паперових грошей недійсними, супроводжуване їх вилученням з обігу й поверненням до повноцінних металевих грошей. Нині нуліфікація означає заміну в обігу знеціненої грошової одиниці на більш стабільну за відповідним курсом.

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ — конкретні способи досягнення цілей.

МІЖНАРОДНА МІГРАЦІЯ. РОБОЧОЇ СИЛИ — переміщення працездатного населення за межі країн його походження, яке викликається причинами економічного характеру.

МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ — форма організації управління, орієнтованого на споживача в умовах ринкової економіки з урахуванням економічного середовища в світі, інтернаціоналізації світового господарства, зміни співвідношення між різними країнами та особливостей зовнішньоекономічних відносин.

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ — система господарських відносин між різними країнами світу, яка включає міжнародне науково-технічне і виробниче співробітництво, вивіз капіталу і міжнародний кредит, світову торгівлю, міжнародну міграцію робочої сили і міжнародні валютні відносини.

МІНІМАЛЬНИЙ СПОЖИВЧИЙ БЮДЖЕТ — це комплексний показник, який виражає рівень споживання, нормативно достатній для відтворення життєдіяльності людини.

МІНОВА ВАРТІСТЬ — кількісна пропорція, в якій споживні вартості одного роду обмінюються на споживні вартості іншого роду; форма вартості товару.

МОНОПОЛІСТИЧНА КОНКУРЕНЦІЯ. — умови ринку, які передбачають диференціацію продукту, пов'язану або з особливостями самого продукту (якість, марка, упаковка), або з місцезнаходженням продавців чи з особливими послугами, що супроводжують продаж товару.

МОРАЛЬНИЙ ЗНОС — втрата засобами праці частини вартості через конструктивне старіння, винайдення нових засобів праці незалежно від фізичного зносу.

МОТИВ — свідоме бажання людини діяти у певному напрямі, яке виникає під впливом зовнішніх обставин (стимулів), пов'язаних з потребами.

НАГРОМАДЖЕННЯ — використання частини національного доходу на збільшення основних і оборотних фондів, а також страхових запасів. Розширення та якісне вдосконалення основних фондів сфери матеріального виробництва становить *виробниче нагромадження;* розширення, реконструкція, оновлення житлового фонду, лікарень, навчальних закладів, об'єктів культури, спорту, науки — *невиробниче нагромадження.*

НАТУРАЛЬНЕ ВИРОБНИЦТВО — господарство, в якому продукти праці призначаються для задоволення власних потреб безпосередніх виробників життєвих благ, для внутрішньогосподарського споживання.

НАЦІОНАЛЬНЕ БАГАТСТВО — вся сума матеріальних і духовних благ, які є в розпорядженні суспільства.

НЕВИРОБНИЧА СФЕРА — армія, міліція, держапарат, партапарат, апарат громадських рухів.

НОРМА ДОДАТКОВОЇ ВАРТОСТІ — ступінь експлуатації, відношення маси додаткової вартості до величини змінного капіталу.

НОРМА АМОРТИЗАЦІЇ — відношення річного обсягу амортизаційних відрахувань до середньорічної вартості основних фондів, виражене у відсотках.

НОРМА НАГРОМАДЖЕННЯ — відношення коштів, що спрямовуються на нагромадження, до всього додаткового продукту.

ОБЛІГАЦІЯ — цінний папір, що засвідчує внесення її власником грошових коштів і підтверджує зобов'язання відшкодувати йому номінальну вартість цього цінного паперу в передбачений у ньому строк з виплатою фіксованого відсотка.

ОЛІГОПОЛІСТИЧНА КОНКУРЕНЦІЯ — умови ринку, на якому однорідну продукцію (або близькі субститути) продають декілька (два-три) продавців.

ОПЦІОН (лат. optionis — вибір) — привілей, який купують, сплативши певну суму грошей, на отримання товару по заздалегідь встановленій ціні протягом певного строку.

ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА УПРАВЛІННЯ — сукупність певним чином пов'язаних між собою відносинами підлеглості управлінських ланок.

ОРГАНІЗАЦІЯ.— група людей, діяльність яких свідомо координується для досягнення певної мети або цілей.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ — господарський механізм, за допомогою якого здійснюється організація й управління народним господарством.

ОРЕНДА — форма відносин між власником, який безпосередньо не веде господарство на даному державному підприємстві (організації), і юридично вільним та економічно самостійним суб'єктом — підприємцем, якому власник (орендодавець) передає за орендну плату майно на основі договору в строкове платне володіння і користування.

ОРЕНДНА ПЛАТА — економічна форма доходу орендодавця-власника за передане майно у строкове платне володіння і користування.

ОСНОВНЕ ВИРОБНИЦТВО — галузі матеріального виробництва, де безпосередньо виготовляються предмети споживання і засоби виробництва.

ОЩАДНИЙ СЕРТИФІКАТ — цінний папір, письмове свідоцтво банку про депонування грошових коштів, яке засвідчує право вкладника на отримання після закінчення встановленого строку депозиту і відсотків по ньому.

ПАДАЮЧА ВАЛЮТА — знецінена валюта у порівнянні з номіналом, з одного боку, й у відношенні до інших стабільних валют — з іншого.

ПАРИТЕТ ВАЛЮТНИЙ — ринкове співвідношення між валютами різних країн, яке відповідає металевому вмісту їх грошових одиниць.

ПАРИТЕТ МОНЕТНИЙ — співвідношення вагової кількості чистого золота чи срібла порівнюваних між собою монетно-грошових одиниць.

ПІДПРИЄМЕЦЬ — суб'єкт пошуку і реалізації нових можливостей у генеруванні та освоєнні новаторських ідей, розробці якісних продуктів і технологій, здійсненні нововведень і опануванні перспективними факторами розвитку, знаходженні нових способів обслуговування споживачів, пошуку нових сфер прикладання капіталу.

ПІДПРИЄМНИЦТВО — самостійна ініціатива, систематична, на власний ризик діяльність щодо виробництва продукції, виконання послуг та заняття торгівлею з метою одержання прибутку.

ПІДПРИЄМСТВО ІНДИВІДУАЛЬНЕ — підприємство, засноване на власності окремої особи та виключно її праці.

ПІДПРИЄМСТВО СІМЕЙНЕ — підприємство, що засноване на власності та праці членів однієї сім'ї, які проживають разом.

ПЛАНУВАННЯ — управлінський процес визначення цілей підприємства і засобів їх досягнення, створення і підтримки відповідності між ними.

ПЛАТІЖНИЙ БАЛАНС — співвідношення між платежами держави за кордоном і валютними надходженнями з-за кордону за певний проміжок часу; він має активне сальдо, якщо валютні надходження перевищують платежі за кордоном, і зводяться з дефіцитом, якщо платежі за кордон перевищують валютні надходження з-за кордону.

ПОПИТ — потреба, забезпечена грошима.

ПРАЦЯ — цілеспрямована, свідома діяльність людини, направлена на створення матеріальних і духовних благ, а також інша діяльність, зумовлена суспільними потребами.

ПРАЦЯ АБСТРАКТНА — затрати робочої сили взагалі безвідносно до її конкретної форми, прирівняна суспільна праця, що створює вартість товару.

ПРАЦЯ. КОНКРЕТНА — праця конкретного виробника, результатом якої є конкретна споживна вартість.

ПРАЦЯ. ПРИВАТНА — праця відособленого і незалежного товаровиробника, внаслідок чого його конкретна праця виступає як безпосередньо приватна.

ПРАЦЯ СУСПІЛЬНА — прихована відособлена праця товаровиробників у сфері виробництва, яка виявляється лише на ринку, де товари обмінюються, тобто коли конкретні види праці зводяться до абстрактної.

ПРИБУТОК — конкретна форма тієї частини чистого доходу, яка реалізується і з самого початку надходить на державне підприємство у вигляді різниці між суспільно необхідними затратами, які фіксуються в оптовій ціні, та індивідуальними фактичними витратами виробництва (точніше собівартістю).

ПРИВАТИЗАЦІЙНІ ЦІННІ ПАПЕРИ — приватизаційні майнові сертифікати, житлові чеки та земельні бони. Це — види державних цінних паперів, що засвідчують право їхнього власника на безоплатне одержання у процесі приватизації частини майна державних підприємств, державного житлового фонду та земельного фонду.

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ — основні засади, які притаманні всім компонентам системи управління в процесі її функціонування на всіх етапах її розвитку.

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ — на кожному етапі розвитку суспільства — ті галузі господарства, яким надається перевага в капітальних вкладеннях. На сучасному етапі особливо пріоритетними є галузі виробництва, що створюють предмети для особистого споживання.

ПРОДУКТ ДОДАТКОВИЙ — надлишок над необхідним продуктом.

ПРОДУКТ НЕОБХІДНИЙ — частина чистого продукту, що необхідна для належного відтворення робочої сили трудящих, зайнятих продуктивною працею. На його основі формується фонд особистого споживання, або так званий фонд життєвих засобів.

ПОФАЗНА СТРУКТУРА СУСПІЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА — це власне виробництво, розподіл, обмін і споживання.

ПРИВАТИЗАЦІЯ. — процес придбання у власність громадян усіх або частини акцій (паїв) акціонерних товариств, інших господарських товариств, а також підприємств, заснованих на державній або колективній власності.

ПРИВЛАСНЕННЯ.— система економічних зв'язків між людьми, які встановлюють їх відношення до певних речей як до своїх.

ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ — затрати конкретної праці на одиницю виготовленого продукту; результативність, ефективність праці.

ПРОДУКТИВНІ СИЛИ — засоби виробництва і трудові ресурси, що їх використовують у виробництві.

ПРОПОНУВАННЯ. — сукупність товарів, які представлені на ринку.

РЕВАЛОРИЗАЦІЯ. ВАЛЮТИ — процес відновлення доінфляційної вартості паперових грошей. Ревалоризація внаслідок здійснення комплексу фінансових та економічних заходів завершується реставрацією валюти.

РЕНТА — економічна форма реалізації земельної власності; частина прибутку, яка виступає в формі плати за право користуватися землею.

РЕПОРТ — продаж цінних паперів на певний строк банку з правом викупу їх після певного строку за більш високим курсом.

РЕСТАВРАЦІЯ. ВАЛЮТИ — відношення обміну паперових грошей на золото за номінальною їхньою вартістю; нині — відновлення доінфляційної сили та курсу валюти по відношенню до інших вільноконвертованих валют.

РЕСУРСИ — основні елементи економічного потенціалу, якими розпоряджається країна. Поділяються на матеріальні, фінансові, трудові, природні.

РІШЕННЯ — вольовий акт вибору мети дій і засобів її досягнення окремою людиною, колективом, основний результат управлінської діяльності.

РИНКОВИЙ МЕХАНІЗМ — механізм взаємозв'язку та взаємодії основних елементів ринку: попиту, пропонування й ціни.

РИНОК — спосіб організації економічного життя, сфера товарного обігу, місце, де здійснюється купівля-продаж; сукупність економічних відносин у сфері обміну між усіма виробниками і споживачами, покупцями і продавцями даного товару.

РИНОК ВІЛЬНИЙ — ринок з великою кількістю виробників однорідної продукції, необмеженою інформацією стосовно продуцентів, споживачів, посередників, якості продукції. Ціни тут встановлюються під впливом попиту й пропонування.

РИНОК МОНОПОЛІЗОВАНИЙ — ринок, на якому діє незначна кількість виробників певного товару, застосовується його диференціація, існує дефіцит необхідної інформації, ускладнений доступ до ресурсів.

РИНОК РЕГУЛЬОВАНИЙ — ринок, який контролюється і регулюється державою за допомогою спеціальних заходів.

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО — сукупність національних економік і особливої сфери суспільно-виробничих зв'язків, які виходять за територіальні межі окремих країн — міжнародних економічних відносин. Процес формування світового господарства закінчився наприкінці XIX ст., коли переважаючими у системі міжнародних економічних відносин замість торгових стали виробничі зв'язки, які базуються на вивозі капіталу.

СВІТОВИЙ РИНОК — сфера торгових відносин між різними державами, зв'язаних між собою міжнародним поділом праці. На ньому діє особлива система світових цін, що формуються на основі інтернаціональної вартості.

СЕГМЕНТАЦІЯ. РИНКУ — процес розбивки споживачів на групи на основі відмінностей в потребах, характеристиках і поведінці.

СЕГМЕНТ РИНКУ — сукупність споживачів, що однаково реагують на певний набір збуджуючих стимулів маркетингу.

СОБІВАРТІСТЬ — виражені у грошовій формі поточні затрати підприємства на виробництво і реалізацію продукції.

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ — розробка маркетингових завдань підприємства на тривалу перспективу (3-5 років).

СТРАТЕГІЯ — узагальнена модель дій, які необхідно здійснити, щоб досягти поставлених цілей шляхом координації та розподілу ресурсів.

СТРАТЕГІЯ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ — орієнтація його організації на довгострокові оцінки кон'юнктури попиту і пропонування та номенклатури товарів.

СТРУКТУРА ПІДПРИЄМСТВА — внутрішня його будова, певне співвідношення і форми взаємозв'язку складових елементів, що визначають життєдіяльність підприємства.

ТАКТИКА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ — орієнтація його організації (в найближчі 1–5 років) шляхом розробки принципів товаропропонування, реклами, стимулювання, продажу відповідно до життєвого циклу товару, вихід на ринок (сегмент) нового товару.

ЧИСТИЙ ДОХОД — різниця між вартістю продукції за цінами її реалізації і повною собівартістю.

ЧИСТИЙ ПРОДУКТ —

1) різниця між вартістю валового продукту підприємства і вартістю засобів виробництва, яка перенесена на вироблений продукт;

2) вартість предметів споживання, що призначені для задоволення особистих потреб працюючих на підприємстві, а також частково засобів виробництва, які використовуються для нагромадження;

3) продукт живої праці, втіленої у даному році: необхідний та додатковий продукт.