
УДК 330+082

ББК 94

Z 40

Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Druk I oprawa: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Adres wydawcy I redakcji: Warszawa, ul. Wyszogrodzka, 16
e-mail: info@conferenc.pl

Cena (zł.): bezpłatnie

Zbiór raportów naukowych.

Z 40 Zbiór raportów naukowych. „Aktualne problemy w współczesnej nauce.
(28.06.2013 - 30.06.2013) - Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»,
2013. - 72 str.

ISBN: 978-83-63620-04-2 (t.6)

Zbiór raportów naukowych. Wykonane na materiałach Międzynarodowej Naukowo-
Praktycznej Konferencji 28.06.2013 - 30.06.2013 roku. Warszawa.
Część 6.

УДК 330+ 082
ББК 94

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Powielanie i kopiowanie materiałów bez zgody autora zakazany.

Wszelkie prawa do materiałów konferencji należą do ich autorów.

Pisownia oryginalna jest zachowana.

Wszelkie prawa do materiałów w formie elektronicznej opublikowanych w zbiorach
należą Sp. z o.o. «Diamond trading tour».

Obowiązkowa odniesienia do zbioru.

ISBN: 978-83-63620-04-2 (t.6)

"Diamond trading tour" ©

**СЕКСЈА 25. ЕКОНОМІКА.
(ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ)**

1. Левченко Е.А.	5
РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОГО ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	
2. Kuznetsov N.	8
THE FAST-GROWING INNOVATIVE COMPANIES IN THE TODAY’S WORLD ECONOMY	
3. Ринейська Л.С.	15
МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ (НА ПРИКЛАДІ ІНДІЇ)	
4. Саенко М.Ю., Морозова Е.С.	18
ФОРМИРОВАНИЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА В РАЗВИТИИ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ ЯМАЛО-НЕНЕЦКОГО АВТНОМНОГО ОКРУГА	
5. Mishchyshyna M., Zelena M.	23
WSPÓŁPRACA GOSPODARCZA MIĘDZY POLSKĄ I UKRAINĄ: STAN ORAZ PERSPEKTYWY	
6. Omelyanenko V.A., Lapshyn V.V., Vernidub N.A.	27
FORESIGHT FOR OPTIMIZATION OF INTERNATIONAL INNOVATION AND TECHNOLOGICAL COOPERATION	
7. Маковійчук О.В.	30
ДИНАМІКА ДЕРЖАВНОГО БОРГУ УКРАЇНИ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ	
8. Дзюбак В. В., Кац А. В., Марич М. Г.	33
ФАКТОРИНГ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ	
9. Більцан А.О.	39
АНАЛІЗ ВИКОНАННЯ БЮДЖЕТУ ФССзТВП ПО СТАТТІ “ОЗДОРОВЧІ ЗАХОДИ” ЗА 2008-2012 РОКИ	
10. Галенкина И.И., Фоменкова О.Н.,	43
АРТ-БАНКИНГ: РАЗВИТИЕ НОВОГО НАПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	
11. Драган О. А.	47
ФАКТОРЫ СБЕРЕГАТЕЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЕ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ В УКРАИНЕ	
12. Бойко І.А.	50
ХАРАКТЕРИСТИКА РІВНЯ СПОЖИВАННЯ НАСЕЛЕННЯМ УКРАЇНИ ОСНОВНИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ	

13. Долженко М.О.	52
ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВИХ ВІДНОСИН ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	
14. Тускаева З.Р., Аликова З.Р.....	56
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВТОРИЧНОГО РЫНКА СТРОИТЕЛЬНОЙ ТЕХНИКИ В РОССИИ	
15. Кипоренко В.В.	64
ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ	
16. Градзион А.О.	68
АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ВЕНЧУРНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В НАЦИОНАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ УНИВЕРСИТЕТАХ	



ПОД- СЕКЦИЯ 2. Демография, экономика труда, социальная политика.

Левченко Екатерина Анатольевна

канд. экон. наук,
доцент кафедры Государственные и муниципальные финансы
ФГБОУ ВПО Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОГО ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В Российской Федерации начиная с 2013г. развитие пенсионной системы осуществляется в рамках Стратегии долгосрочного развития пенсионной системы РФ (далее Стратегия). В частности в документе предусмотрены мероприятия по реформированию пенсионной системы до 2030г. Третий этап Стратегии, реализуемый в период 2021 - 2030 годов, предусматривает развитие системы корпоративного пенсионного обеспечения в России.

Развитие системы корпоративного пенсионного обеспечения должно способствовать решению следующих вопросов [1]:

- формирование уровня пенсий, обеспечивающих приемлемый коэффициент замещения для лиц с уровнем заработной платы выше среднего;
- реформирование института досрочных пенсий;
- развитие инструментов управления персоналом в целях повышения его мотивации к качественному исполнению трудовых обязанностей и закрепления на рабочих местах лучших работников.

На практике предполагается, что данная система обеспечит не менее 15% дополнительно к коэффициенту замещения. Это наименее обсуждаемый в настоящее время вопрос, возможно из-за отдаленной перспективы реализации данного этапа. Тем не менее, концептуальные основы формирования данного института необходимо установить уже сейчас. В этой связи целесообразно рассмотреть существующий опыт организации систем негосударственного (дополнительного) пенсионного обеспечения в рамках отдельных организаций в России, а также зарубежный опыт корпоративного пенсионного обеспечения.

Зарубежные страны, в том числе страны с традиционно высоким уровнем социального обеспечения населения, имеют значительный опыт в формировании и эффективном функционировании систем негосударственного пенсионного обеспечения. В таких странах как Австралия, Финляндия, Швейцария, Франция, помимо государственного пенсионного страхования обязательным является участие в профессиональных (корпоративных) пенсионных программах, которые обеспечивают дополнительные выплаты и увеличение государственной пенсии. В Швеции, Нидерландах, Дании профессиональные пенсионные системы не носят обязательный характер, но имеют большой объем охвата населения, в них участвуют 80-90% работающих.

Основной принцип классификации систем дополнительного пенсионного

Актуальные проблемы в современной науке

страхования - принцип обязательности или добровольности страхования. В отличие от добровольных, профессиональные пенсионные системы, как правило, оформляются либо коллективными соглашениями и действуют в рамках предприятия или отрасли (Франция, Италия), либо действуют в рамках национальных систем пенсионного обеспечения (Швеция, Дания, Великобритания), представляя второй уровень пенсионной системы, дополняющий базовый.

Изучение опыта развитых стран позволяет выявить следующие условия функционирования систем негосударственного пенсионного обеспечения:

- сочетание форм как коллективного, так и индивидуального дополнительного пенсионного обеспечения при значительном охвате населения обеими формами;

- опыт обязательного участия работников и работодателей в системах корпоративного пенсионного страхования и даже возможность выхода из национальной системы при переходе в корпоративную пенсионную систему;

- освобождение от налогов как взносов, формирующих пенсионные (страховые) резервы, так и дохода, полученного от их инвестирования – до момента осуществления выплат;

- ответственность (вплоть до уголовной) учредителей корпоративных пенсионных систем за нецелевой характер использования пенсионных средств;

- высокая степень информированности и, как одно из следствий, интереса населения к возможностям, предоставляемым дополнительным пенсионным обеспечением. Важную роль в этом играют различные информационные службы, помогающие выбрать наиболее верную стратегию каждому пенсионеру.

Институт негосударственного пенсионного обеспечения в России находится в процессе становления и не получил широкого развития, несмотря на существующую законодательную базу. Организация системы дополнительного пенсионного обеспечения осуществляется в основном профессиональными пенсионными фондами в различных отраслях экономики - добыча и транспортировка газа (НПФ «Газфонд»), железнодорожный транспорт (НПФ «Благосостояние»), добыча, транспортировка нефти, машиностроение и оборонные отрасли промышленности, черная и цветная металлургия, электроэнергетика и связь, добыча полезных ископаемых.

Среди сдерживающих факторов развития негосударственного пенсионного обеспечения в России можно отметить:

- абсолютное доминирование крупных корпоративных НПФ на рынке данных услуг;

- невысокую активность государства в стимулировании развития негосударственного пенсионного обеспечения как в направлении создания благоприятных налоговых условий, так и в направлении повышения осведомленности населения о возможностях негосударственного пенсионного обеспечения;

- крайне низкую информированность населения о возможностях формирования дополнительной пенсии при общем низком уровне финансовой грамотности и доверия к финансовым институтам в целом.

Примером наиболее крупномасштабной реализации корпоративного пенсионного страхования может служить пенсионная программа ОАО «Российские железные дороги», реализуемая НПФ «Благосостояние». Основные принципы

корпоративной программы [2]:

- участие работника в корпоративной системе НПО на добровольных началах;
- паритетное (равное) участие ОАО «РЖД» и участника-вкладчика в финансировании его будущей корпоративной пенсии;
- персонафикация начисления и уплаты пенсионных взносов ОАО «РЖД» в пользу работника ОАО «РЖД»;
- отдельный учет пенсионных взносов ОАО «РЖД» и участника-вкладчика;
- тариф пенсионных взносов устанавливается с учетом возраста участника-вкладчика на момент его вступления в корпоративную систему НПО, и выбранного варианта пенсионной схемы.

Принимая во внимание обширный зарубежный опыт реализации корпоративного пенсионного страхования, в ходе внедрения данной системы в Российской Федерации, от регуляторов рынка негосударственного пенсионного страхования – органов государственной власти потребуются административное решение следующих проблемных моментов:

1. Повышение мотивации работодателей и работников к уплате страховых взносов.
2. Государственное регулирование и контроль ответственности всех участников процесса формирования и использования пенсионных программ, прозрачность процессов.
3. Установление схем и процедур пенсионного налогообложения, налоговые льготы.
4. Определение порядка передачи пенсионных накоплений благополучателям.
5. Повышение финансовой грамотности и общего уровня информационной обеспеченности населения.

Таким образом, процесс развития систем эффективного корпоративного пенсионного страхования в России носит долгосрочный и традиционно проблемный характер. Однако при согласованных действиях органов государственной власти и представителей частного бизнеса возможно поэтапное решение обозначенных проблемных моментов.

Список литературы:

1. Стратегия долгосрочного развития пенсионной системы Российской Федерации. [Электронный ресурс: Официальный сайт Министерства труда и социальной защиты РФ <http://www.rosmintrud.ru /ministry/programms/7>].
2. Положение «О негосударственном пенсионном обеспечении работников ОАО «РЖД». [Электронный ресурс http://doc.rzd.ru/doc/public/ru? STRUCTURE_ID=704&layer_id=5104&refererLayerId=5103&id=4056].

Nikolay Kuznetsov

Dr.sc.ing.

ISMA – University of Applied Sciences (Riga, Latvia)

Doctoral study program “Business Administration”

THE FAST-GROWING INNOVATIVE COMPANIES IN THE TODAY’S WORLD ECONOMY

Кузнецов Н. В.

кандидат технических наук

Высшая школа менеджмента информационных систем (Рига, Латвия)

Докторант по специальности «Управление предпринимательством»

БЫСТРОРАСТУЩИЕ ИННОВАЦИОННЫЕ КОМПАНИИ В СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Быстрый рост бизнеса как явление

В конце 70-х годов XX века американский экономист D.L.Birch, проводя исследования по заказу US Department of Commerce, выявил следующий интересный факт – значительная величина прироста ВВП (до 5%) и подавляющее большинство (более 80%) новых рабочих мест в США были созданы совсем небольшим числом (менее 3% общего числа) компаний, ключевой характеристикой которых был стабильный высокий экономический рост в течение длительного периода времени [1]. D.L.Birch назвал такие компании «газелями», выделив их динамизм в развитии, по сравнению с преобладающими в экономике статичными фирмами (малыми – «мышьями» и крупными – «слонами»).

Сделанные им выводы были впоследствии подтверждены многочисленными исследованиями экономистов в различных странах мира (см., например, данные исследовательской группы EC – Europe INNOVA, 2008 [2]) и явление быстрого роста бизнеса было признано всеми как особенность современной экономики. В 1996 году D.L.Birch получил премию NUTEK Award в области исследований в сфере предпринимательства, а название «бизнес-газель» (“business-gazelles”) или иначе «быстрорастущая компания» (“fast-growing company”) прочно закрепилось за выявленным им типом фирм.

При этом исследования D.Bubner (2012) показали, что появление быстрорастущих компаний не связано с технологическим лидерством или наоборот отсталостью стран [3]. В условиях современной глобализации и трансфера технологий быстрый рост является в большей мере экономическим, а не технологическим явлением и связан с перспективами развития конкретного товарного рынка. Чаще всего быстрорастущие компании функционируют в области производства потребительских товаров и услуг. Так в отчете компании McKinsey, освещающим проблемы роста бизнеса, показано, что 78% быстрорастущих компаний США и

Европы работают в сфере «бизнес-потребитель» (B2C), и только 22% – в сфере «бизнес-бизнес» (B2B) [4]. При этом большинство быстрорастущих компаний ориентируется в основном на потребителей среднего и высокого класса.

Инновации как акселератор роста

Результаты исследований целого ряда ученых позволяют нам заключить, что главным рычагом обеспечения быстрого роста бизнеса в условиях современной экономики является инновационное развитие. Так специалисты McKinsey, проведя в 1998 году анализ деятельности ряда компаний, которым в течение предыдущих 4-х лет удалось увеличить свои объемы продаж в 20 и более раз, установили, что более 50% из них добились таких успехов только за счет занятия новых или расширения существующих ниш потребительского рынка посредством внедрения новых инновационных продуктов [4]. Анализ британских компаний, проведенный V.Cable и D.Willets (2011), позволил установить, что компании, которые начали использовать инновации в своей деятельности в 2002-2004 годах, позднее (в 2004-2007 годах) показали в два раза более высокие темпы роста, чем неинновационные компании [5].

Способность компании к созданию инновационной продукции является основным источником устойчивого конкурентного преимущества. Внедрение на рынок нового уникального продукта, дает возможность компании конкурировать не только посредством установления цен, а воздействовать напрямую на спрос и предложение (то есть, по сути, «создавать рынок»), что в свою очередь приводит компанию к доминирующей конкурентной позиции. Напротив, компания, не работающая на опережающее развитие, со временем, под давлением конкурентов, будет все более и более терять рынки сбыта, что рано или поздно может привести к серьезным финансовым потерям вплоть до банкротства и ликвидации компании.

Кроме того инновации являются еще и средством превращения обычных компаний в быстрорастущие. Например, российская компания Rostelecom когда-то изначально занимала небольшую нишу в телекоммуникационной отрасли страны, в которой конкурентные компании не являлись развитыми, и потребителю не хватало новаторства и хорошего качества обслуживания по привлекательным ценам. Своевременно принятый руководством компании курс на развитие современных сетей связи позволил компании за несколько лет стать абсолютным лидером телекоммуникационного рынка России. Так, согласно финансовой отчетности компании, подготовленной в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО) за 6 лет, выручка компании выросла более чем на 600% [6].

По этому, отвечая на вопрос «как вырастить компанию быстро?» аналитики Ehow-Money's выделяют инновации как основное и необходимое условие: «сделать инновации постоянной частью процесса разработки продукта, а не чем-то случайным и периодическим» [7].

Быстрорастущие инновационные компании

Учитывая сказанное выше, представляется целесообразным выделить в особый класс – «быстрорастущие инновационные компании» (“fast-growing innovative company”) – те компании, ускоренный экономический рост которых достигается за

Актуальные проблемы в современной науке

счет создания и продвижения на рынок инновационной продукции или услуг (см. рис. 1).

Быстрорастущая компания (БРК)	+	Инновационная компания (ИК)	=	Быстрорастущая инновационная компания (БРИК)
Компания, придерживающаяся стратегии ускоренного экономического роста (занятие значительной ниши рынка, рост прибыли, рост отдачи от вложений и т.п.)	+	Компания, деятельность которой заключается в создании (приобретении), производстве и продвижении инновационной продукции (услуг)	=	Компания, придерживающаяся стратегии ускоренного экономического роста достигаемого за счет создания и продвижения на рынок инновационной продукции (услуг)

Рисунок 1. Содержание понятия «быстрорастущая инновационная компания»

Очевидно, что не все быстрорастущие компании являются инновационными, как и не все инновационные компании – быстрорастущими. Высокие темпы роста бизнеса, могут быть, например, следствием увеличения спроса с развитием рынка или уходом конкурентов. Так, например, на развивающихся рынках большой рост показывают обыкновенные ритейлерские компании, которым удалось занять этот рынок первыми (например, французская корпорация Groupe Auchan SA, открывшая первый продуктовый гипермаркет в России в 2002 году к 2012 году имела уже сеть из 54 гипермаркетов). С другой стороны большое число инновационных компаний во всех странах так никогда и не получают импульса для быстрого роста постепенно либо превращаясь в статичную компанию («мышь» или «слона») либо прекращая свою деятельность.

Графически это можно выразить (см. рис. 2) как подмножество «быстрорастущие инновационные компании» («БРИК»), формирующееся при пересечении двух соответствующих множеств «быстрорастущие компании» («БРК») и «инновационные компании» («ИК»).

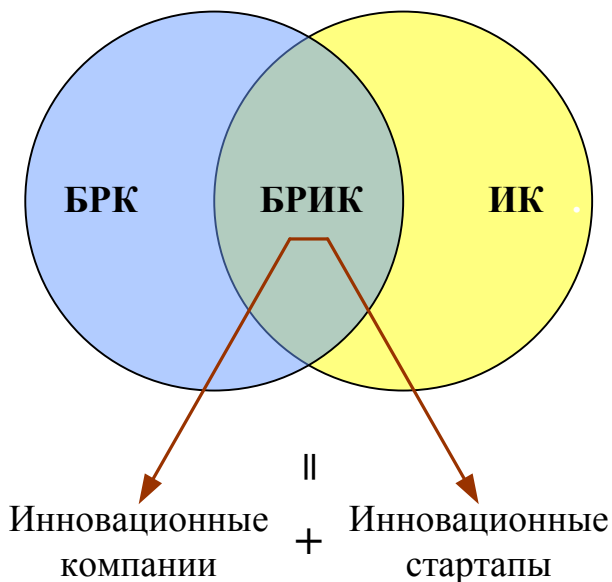


Рисунок 2. Формирование подмножества «БРИК»

Компании входящих в подмножество «БРИК» можно условно разделить на две большие группы:

- Инновационные компании – то есть компании, уже действующие на рынке и внедряющие инновации с целью обеспечения своего дальнейшего роста.
- Инновационные стартапы – то есть компании, впервые выходящие на рынок с инновационным продуктом.

Необходимо особенно отметить следующий факт. Несмотря на то, что понятия «стартап» активно используется сегодня применительно к созданию нового бизнеса, в основу которого положена какая-либо инновационная идея или технология, некоторые стартапы могут основываться и на проектах, не связанных с инновациями. В связи с этим нами используется название «инновационные стартапы», чтобы подчеркнуть ориентацию новой компании на разработку и продвижение на рынок инновационных продуктов.

При этом если инновационная компания, внедряя новый инновационный продукт, потенциально готова к возможной неудаче, то для инновационного стартапа отсутствие быстрого роста часто оказывается губительным – не получив ожидаемого результата инициаторы стартапа склонны к прекращению деятельности (ранняя «смерть стартапа»).

Наиболее ярко, быстрорастущие инновационные компании, как отдельный класс, представлен в IT-сегменте экономики. Причиной этого является тот факт, что именно в этом сегменте рост бизнеса чаще всего обуславливается новыми (инновационными) продуктами или решениями, дающими компании сильное конкурентное преимущество, позволяющими занять новую нишу на рынке,

Актуальные проблемы в современной науке

увеличить объем продаж, обеспечив тем самым рост прибыли и отдачи от вложений. Компания Deloitte, в своем ежегодном рейтинге компаний стран Европы, Ближнего Востока и Африки, занятых в сфере высоких технологий («Technology Fast 500 EMEA»), приводит за 2011 год следующие данные по компаниям ИТ-индустрии (см. табл. 1):

Таблица 1

Топ-10 растущих компаний ИТ-индустрии за 2011 год
(по версии Deloitte [8])

№	Компания	Сектор	Страна	Рост доходов за 5 лет
1	Logic Bilisim www.logicbilisim.com.tr	Интернет	Турция	28 617%
2	Fixnetix www.fixnetix.com	Компьютеры / Периферия	Великобритания	24 557%
3	LeadPoint UK www.leadpoint.co.uk	Интернет	Великобритания	21 801%
4	GPEG International Ltd www.gpegint.com	Процессоры / Компоненты / Электроника	Великобритания	17 716%
5	PKR www.PKR.com	Интернет	Великобритания	9 314%
6	RatedPeople www.ratedpeople.com	Интернет	Великобритания	8 144%
7	Populis Ireland Limited www.populis.com	Интернет	Ирландия	7 982%
8	Sacoin GmbH www.sacoin.com	Телекоммуни- кации / Сети	Германия	7 850%
9	Elkotek www.elkotek.com.tr	Телекоммуни- кации / Сети	Турция	7 093%
10	Software Asset Management Ireland www.sami.ie	Программное обеспечение	Ирландия	6 899%

Таким образом, средние темпы роста доходов за пять лет по итогам рейтинга Technology Fast 500 EMEA за 2009-2011 года для пяти лидеров рейтинга составили соответственно: 2009 – 24 068%; 2010 – 14 027%; 2011 – 20 401%, что свидетельствует о том, что, даже не смотря на кризисную ситуацию, быстрорастущие инновационные компании не только не сократили, но и наоборот, ускорили темпы своего роста. При этом быстрый экономический рост компаний, делающий их очень сильно привлекательными с точки зрения инвесторов и банков, позволяет им даже в кризисные годы получать достаточное финансирование для своего дальнейшего развития. Это позволяет таким компаниям, как отмечает McKinsey (2009), «не прекращать инновационные разработки даже в экстраординарных условиях»

экономической рецессии» [9].

Быстрорастущие инновационные компании в мировой экономике

Будучи интегрированными в мировую и национальные экономики, быстрорастущие инновационные компании оказывают существенное влияние на социально-экономическое благополучие государств и общества в целом.

Анализ влияния быстрорастущих инновационных компаний на национальную экономику Великобритании, проведенный V.Cable и D.Willets (2011), позволил им сделать следующий основополагающий вывод: «инновационная экономика обладает более продуктивным и быстрым ростом, она обеспечивает более высокую отдачу от инвестиций и повышение уровня жизни, она лучше реагирует на изменяющиеся обстоятельства» [5].

В промышленности развитых странах именно инновационные компании уже сегодня обеспечивают подавляющую долю прироста валового национального продукта и создания новых рабочих мест [10]. При этом в будущем, повсеместный переход к «экономике знаний», еще более усилит их роль и значимость. Анализ показывает, что темпы роста быстрорастущих инновационных компаний могут превышать и темпы роста так называемых «сырьевых гигантов» (крупнейших поставщиков сырьевых ресурсов. Именно за это свойство такие компании были названы «настоящими гигантами европейской экономики» (см. Y.Nugroho и I.Miles (2009) [11]).

При этом быстрорастущие инновационные компании не только растут сами по себе, но и стимулируют создание вокруг себя целого кластера связанных компаний и сервисов, обеспечивая в том числе и их рост и развитие. S.Lilischkis (2011) называл такие образования «экосистемой родственных компаний» [12 стр. 24-25]. При этом некоторые из таких кластеров в итоге превращаются в гигантские корпорации, которые становятся лицом национальной экономики.

Такой непропорционально большой вклад сравнительно небольшого числа быстрорастущих компаний в общеэкономический рост хорошо согласуется с так называемым «принципом Парето» («Pareto principle»), согласно которому, наибольший вклад в достигаемый общий успех вносит относительно небольшое число значимых факторов. То есть можно заключить, что общая энергия экономического роста страны не распределяется равномерно среди многочисленных хозяйствующих субъектов, а большая ее часть концентрируется в относительно небольшом числе быстрорастущих инновационных компаний, которые, в данном случае, играют роль «локомотивов» национальной и мировой экономики.

В виду исключительной важности и значимости таких компаний для мировой экономики, практически во всех промышленно-развитых государствах они находятся под пристальным вниманием государственных структур, и их деятельность получает системную поддержку. В частности Конгресс США и администрации многих штатов приняли целый пакет различных государственных программ, направленные на поддержку и развитие быстрорастущих компаний. Стратегия развития стран ЕС «Europe 2020» в качестве одного из приоритетных направлений определяет «обеспечение превращения инновационных идей в продукты и услуги, которые создают рост рабочих мест» [13].

Литература

1. Birch D. L. The Job Generation Process: a Report, prepared by the Massachusetts Institute of Technology Program on Neighbourhood and Regional change for the Economic Development Administration. US Department of Commerce. Washington – Cambridge. Mass: MIT, Press, 1979.
2. Summary and Conclusions of the Europe INNOVA Gazelles Innovation panel – Addressing Challenges for High-growth Companies // Europe INNOVA paper 2008, №6 – 32 p.
3. Bubner D. Fast-growing “gazelle” firms lead the charge. // Leading Company, 10 May 2012 URL: <http://www.leadingcompany.com.au/strategy/fast-growing-gazelle-firms-lead-the-charge/201205101018>
4. Klintsov V., Lenzaizen E. From zero to one billion USD over four years. // McKinsey Bulletin, №2. URL: http://www.mckinsey.com/russianquarterly/articles/issue02/05_0202.aspx?tid=24
5. Cable V., Willetts D. Innovation and Research Strategy for Growth // Department for Business, Innovation and Skills – London, 2011. – 96 p.
6. JSC “Rostelecom”. Financial statements prepared in accordance with International Financial Reporting Standards (IFRS) – URL: http://www.rostelecom.ru/ir/results_and_presentations/financials/IFRS/2011/
7. How to Grow a Company Fast // Ehow-Money. URL: http://www.ehow.com/how_5023578_grow-company-fast.html
8. Deloitte announces 2011 Technology Fast 500 EMEA rankings. // URL: <http://www.deloitte.co.uk/fast500emea/fast-500-winners/winners-2011/>
9. McKinsey Quarterly, February 2009
10. Yuzbasyants G. The innovative model of business. // The magazine “Man and Work” – 2001, №12. URL: http://chelt.ru/2001/12/uzbashianz_12.html
11. Nugroho Y., Miles I. Linking Microfinance and Innovation // INNO-Grips Newsletter, 2009, January, №06. – 6 p.
12. Lilischkis S. Policies in support of high-growth innovative SMEs. – INNO-Grips Policy Brief No.2, June 2011 (Version 1.6) – 109 p.
13. Quévieux A., Bitard P. Valuing good ideas from anywhere in the world: The GRIPS Innovation communities update – ICUs // INNO-Grips Newsletter, 2010, April, №11. – p. 6–8.



Ринейська Л.С.

к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки
Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ (НА ПРИКЛАДІ ІНДІЇ)

В сучасних умовах бурхливого науково-технічного прогресу тільки інноваційна національна економіка може бути конкурентоспроможною. Це зумовлює актуальність проблеми формування інноваційної економіки у країнах світу. Досвід створення інноваційного фундаменту економіки Індії, яка входить до складу групи нових індустріальних країн, і демонструє останнім часом активний економічний розвиток, становить науковий і практичний інтерес.

Проблему інноваційного розвитку економіки досліджували багато вчених, в тому числі Марценюк З.Р., Образцова Н.О., Зінько Н. та інші. Але зважаючи на важливість проблеми, вона потребує подальшого дослідження.

Сьогодні Індія претендує на роль нового світового лідера інноваційного розвитку. Але світова практика розвитку науково-технічного процесу передбачає створення інновацій у системі – дослідницькі – прикладні – фундаментальні роботи, – реалізація яких через їх значну складність, трудомісткість та високу вартість неможливі без законодавчої, організаційної та фінансової підтримки держави. Тому з метою створення «економіки знань» уряд Індії стимулює генерацію знань та виробництво на їх основі інноваційної продукції, і підвищення частки цієї продукції у ВВП [1, с. 105; 2, с. 15].

Ще у 1992 р. уряд Індії зменшив обмеження щодо функціонування позабіржового ринку, що стимулювало приплив фінансових ресурсів з-за кордону і заснування багатьох венчурних фондів, які фінансували інноваційні підприємства у галузі високих технологій (переважно програмне забезпечення). В Індійській асоціації венчурного капіталу налічується 21 фонд, які оперують ресурсами, що надходять від внутрішніх (державних і приватних), так і зовнішніх інвесторів [3, с. 222].

Актуальні проблеми в сучасній науці

Сучасна стратегія інноваційного розвитку Індії заснована на програмі «Наукова, технологічна та інноваційна політика», прийнята урядом у 2010 р. У цьому документі задекларовано намір перетворити Індію у глобальну інформаційну супердержаву – лідера інформаційної революції в усьому світі, а також визначені економічні критерії його досягнення. В Індії, яка історично витратила менше ніж 1% ВВП на розвиток інновацій, уряд країни заявив про свої плани збільшити до 2012 р. витрати на НДДКР до 1,2% ВВП [2, с. 16].

Характерним для Індії є те, що протягом останніх десятиліть основна частка високотехнологічної продукції створювалась ТНК, які розміщувались на території цієї країни. Щорічно майже 13 млрд. дол. витрачається на НДДКР в Індії зарубіжними компаніями, і це становить приблизно 40% сукупних витрат на НДДКР індійської промисловості. Тому уряд Індії почав проводити політику стимулювання створення інновацій національними підприємствами і запровадив пільги для компаній із 100% національним володінням, серед яких: скасування сплати мита на 3 роки; 10-річні податкові канікули для приватних науково-дослідних установ; 40% норми амортизації на інвестиції в обладнання або будівництво виробничих потужностей на основі технологій, які розвинуто у країні, та ін. [2, с. 16; 3, с. 221].

Кожний штат Індії використовує додаткові стимули для розвитку інноваційного бізнесу. Наприклад, штат Карнатака називають індійською Силіконовою долиною. Бангалор (столиця штату) притягнула до себе сотні інноваційних підприємств, від малих фірм до міжнародних концернів, таких як IBM, Intel, Motorola і Hitachi. Влада Карнатака розвиває політику стимулювання інновацій у своєму регіоні, які стосуються як фіскальних, так і освітніх заходів. Також у Бангалорі діє найстаріший в Індії технопарк із бюджетом у 470 млн. дол. США. Найвищою перевагою технопарків є надання відповідної інфраструктури підприємствам, які займаються експортом програмного забезпечення і розвитком комп'ютерної техніки [3, с. 222].

Інновації в Індії фінансуються здебільшого із державних джерел (75%) і лише 20% – із приватних. Ефективну підтримку з боку уряду одержують такі провідні сектори науки та технології, як біотехнології, нанотехнологія, інформаційні технології та фармацевтика. Урядові асигнування на НДДКР передусім спрямовують у сфери оборони (25,6%) і космосу (18%). На НДДКР у промисловості спрямовується 6,3%, на транспорт – 1,5% відповідно бюджетних асигнувань. У цих сферах створені технопарки з особливими умовами, заохочується передача технологій та наукових знань із розвинутих країн. Лише урядове агентство за створення науково-технологічних парків та підтримки науки та технологій створило понад 30 парків [2, с. 16].

Крім того, 60% наукомісткого виробництва Індії припадає на фармацевтику. Індія володіє потужною фармацевтичною промисловістю, яка щорічно приносить більш ніж 20 млрд. дол. доходу, і займає третє місце на світовому ринку фармацевтики після США та Японії [2, с. 17]. Отже, завдяки своєму інноваційному характеру економіка сучасної Індії набула конкурентоспроможності і ефективного розвитку.

Список використаної літератури

1. Образцова Н.О. Інвестиційна привабливість інноваційних підприємств як фактор забезпечення конкурентоспроможності національної економіки //

Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 2. – С. 105 – 107.

2. Марценюк З.Р. Механізм побудови конкурентоспроможних національних інноваційних систем Китаю та Індії // Економічний часопис – XXI. – 2012. – № 1/2. – С. 15 – 18.
3. Зінько Н. Інструменти стимулювання інноваційної діяльності (на прикладі Індії, Ірландії, Сінгапуру, Фінляндії, Японії) // Регіональна економіка. – 2006. – № 4. – С. 220 – 226.

Саенко М.Ю.

кандидат экономических наук, доцент филиала ТюмГНГУ в г. Новом Уренгое

Морозова Е.С.

студентка 4 курса филиала ТюмГНГУ в г. Новом Уренгое

ФОРМИРОВАНИЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА В РАЗВИТИИ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ ЯМАЛО-НЕНЕЦКОГО АВТНОМНОГО ОКРУГА

В современной экономике, особенно в условиях глобализации на первое место выходят кластеры – системы взаимосвязей фирм и организаций, значимость которых как целого превышает простую сумму составных частей.

Кластерный подход – это эффективный инструмент повышения конкурентоспособности предприятий, отрасли и региона в целом.

Сегодня кластерный подход рассматривается на федеральном уровне в качестве одного из инструментов интенсификации социально-экономического развития региональной экономики.

Кластеры — это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщики, производители и др.) и связанных с ними организаций (образовательные заведения, органы государственного управления, инфраструктурные компании), действующих в определенных сферах и взаимодополняющих друг друга.

В качестве одного из многочисленных примеров реализации кластерного подхода можно привести крупнейшие региональные кластеры Японии (табл. 1).

Крупнейшие инновационно-технологические кластеры Японии

КЛАСТЕРЫ	СФЕРА	УЧАСТНИКИ
Кластер Хоккайдо	Биотехнологии, ИТ	280 компаний и 15 университетов
Кинки (район агломерации Осако-Киото-Кобе)	Биотехнология Окружающая среда	220 компаний и 34 университета
Регион Тюгоку	Машиностроение	80 компаний и 5 университетов
Сикоку	Здоровье и благополучие (медицина)	100 компаний и 9 университетов
Регион Токио	Региональный промышленный восстановительный проект	260 компаний и 6 университетов
Кюсю (Силиконовый остров)	Переработка и окружающая среда Силиконовый кластер (полупроводники)	970 компаний и 46 университетов
		170 компаний и 18 университетов
		100 компаний и 18 университетов

На сегодняшний день концепция развития кластеров используется как ключевой элемент стратегий экономического развития многих стран мира. Так, в частности, полностью кластеризированы датская, финская, норвежская и шведская промышленность. Успешно функционируют отдельные кластеры в Германии (химия и машиностроение) и во Франции (производство продуктов питания, косметики), в Сингапуре (нефтехимия), в Японии (автомобилестроение) и в целом ряд других стран мира. В процессе развития находятся многоотраслевые территориальные кластеры в США и КНР. Например, ведущие предприятия в «Шанхайской зоне» КНР работают по специальной модели производства, когда предприятия кластера находятся в одном регионе, но при этом максимально используют природный, кадровый и интеграционный потенциалы соседних регионов.

Курс на формирование кластеров в российской экономике взят в 2005 г. В Стратегии развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 года¹, в качестве одной из задач модернизации экономики названы стимулирование спроса на инновации и результаты научных исследований, создание условий и предпосылок для формирования устойчивых научно-производственных кооперационных связей, инновационных сетей и кластеров [1].

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г.² отмечено, что успех реализации инновационного сценария развития страны будет зависеть от способности государственных органов власти обеспечить условия для дальнейшего совершенствования институциональной среды и формирования институциональных структур, присущих постиндустриальному обществу (табл. 2).

Актуальные проблемы в современной науке

Потенциальные региональные промышленные кластеры России

РЕГИОН	ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОМЫШЛЕННЫЕ КЛАСТЕР
г. Москва и Московская обл.	Авиационно-космический, информационно-коммуникационный, микроэлектроники, пищевой, стройиндустрии, кожевенно-обувной, текстильный, транспортно-логистический
г. С.-Петербург и Ленинградская обл.	Пищевой, судостроительный, автомобилестроения, фармацевтики, полимерных материалов, приборостроения, производства электробытовой техники
Белгородская обл.	Пищевой, агропромышленный
Вологодская обл.	Агропромышленный, металлургии и металлообработки, машиностроения
Ивановская обл.	Текстильный, агропромышленный
Калининградская обл.	Агропромышленный, стройиндустрии и строительства
Красноярский край	Металлургический, агропромышленный, горно-добывающий
Краснодарский край	Нефтепереработки, деревоперерабатывающий, транспортно-логистический
Липецкая обл.	Производство электробытовой техники
Новосибирская обл.	Информационно-коммуникационный, микроэлектроники
Оренбургская обл.	Агропромышленный

Пермский край	Сельскохозяйственного машиностроения, химический, нефтехимический, деревоперерабатывающий
Пензенская обл.	Агропромышленный
Алтай	Машиностроительный, агропромышленный, фармацевтический
Башкирия	Машиностроительный, химический, нефтехимический
Бурятия	Стройиндустрии и строительства
Татарстан	Нефтехимический, транспортно-логистический, производства и переработки полипропилена, автомобильный
Мордовия	Производство железнодорожного подвижного состава
Самарская обл.	Автомобилестроения, авиационно-космический, нефтехимический, транспортно-логистический, стройиндустрии
Свердловская обл.	Автомобилестроения, металлургический («Титановая Долина»), машиностроение
Саратовская обл.	Агропромышленный, стройиндустрии
Тверская обл.	Агропромышленный (кластер «Лен»)
Тамбовская обл.	Химический, агропромышленный
Томская обл.	Медико-биологический, информационно-коммуникационный
Тюменская обл.	Нефтегазовый
Ульяновская обл.	Агропромышленный, автомобилестроение, авиастроения, стройиндустрии, лесопромышленный

Отметим, что значение кластеров и кластерной политики для районов Севера состоит в следующем:

- придать наукоемкий характер традиционному ресурсному освоению этих территорий,
- способствовать диверсификации монопрофильной экономики Севера;
- содействовать развитию транспортной, энергетической, коммуникационной инфраструктуры, фирм малого и среднего бизнеса.

Уже в нескольких стратегиях долгосрочного развития северных регионов России использование кластерного подхода стало ключевым элементом.

На основе разработанных Методических рекомендаций по реализации кластерной политики в северных субъектах Российской Федерации и в связи с принятой Стратегией социально-экономического развития Ямало-Ненецкого автономного округа до 2020 года чётко сформированы несколько ведущих секторов, которые в ближайшей перспективе получат наиболее интенсивное развитие: топливно-энергетический сектор; лесопромышленный комплекс; логистика; экология и туризм; биотехнологии; АПК.

Особенно нуждаются в реализации кластерной политики производители и потребители северной агропродукции. Так же нужно не забывать, что автономный округ позиционируется как территория, благоприятная для развития различных видов туризма. Основой для этого служит туристский потенциал автономного округа: природные ландшафты северной тундры, лесотундры, горных образований Полярного Урала, богатая флора и фауна, северная экзотика, историко-этнографическое наследие коренных народов Ямала. Все это может положить начало развития многим видом туризма, среди которых могут быть: спортивный, экстремальный, водный, событийный, пешеходный, охотничьи и рыболовные туры. А если учесть и научно-познавательную сторону вопроса то можно добавить такие виды туризма как: этнографический, экологический, культурно-познавательный.

На основе выше изложенного основными направлениями кластерной политики на уровне муниципальных образований могут быть:

1. Создание кластеров муниципальных предприятий;
2. Разработка проектов создания кластеров предприятий различных отраслей, продукция которых будет конкурентоспособна на местном, региональном, национальном и глобальном рынках. Информирование инвесторов и оказание содействия в развитии кластера - административными и иными имеющимися ресурсами;
3. Создание привлекательных условий для саморазвития кластеров (развитие инфраструктуры, высшего и профессионального образования, ассоциаций предпринимателей и др.);
4. Создание социальных кластеров (для повышения занятости в группах риска, решения социальных проблем, сохранения традиционной культуры и промыслов);
5. Создание экологических кластеров (групп экологических предприятий).

Кластеры в их организационно-экономическом взаимодействии играют большую роль в устойчивом развитии региона [2]. Применение кластерного подхода предоставляет необходимые инструменты и методологию, позволяющие достигнуть

расширенного развития малого и среднего предпринимательства.

Литература

1. Романова О.А., Оглоблин А.А., Лаврикова Ю.Г. Концепция создания высокотехнологичного кластера «Титановая долина». Екатеринбург: Институт экономики УрО;
2. Государственная программа «Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий» // распоряжение Правительства РФ № 328-р от 10 марта 2006 г.

Mishchyshyna M.

studentka, Cmielnicki Uniwersytet Narodowy

Zelena M.

wykładowca, Cmielnicki Uniwersytet Narodowy

WSPÓŁPRACA GOSPODARCZA MIĘDZY POLSKĄ I UKRAINĄ: STAN ORAZ PERSPEKTYWY

Polska jest głównym partnerem strategicznym dla Ukrainy zaczynając od 90-tych lat XX stulecia. Z punktu widzenia ekonomicznego Polska zawsze była interesującą dla Ukrainy. Tworzenie i rozwój współpracy handlowej i gospodarczej między tymi krajami mają pozytywny wpływ na gospodarki obu krajów i będzie ułatwiać integrację Ukrainy z Unią Europejską.

Pytanie ukraińsko-polskiego partnerstwa było zbadane przez takich autorów jak N. Pavliha, Y. Marchuk, L. Levashova, N. Savina, W. Kalita, K. Puchalska, A. Barwińska-Małajowicz, L. Strilchuk, O. Harchynska oraz in. Ale problem nadal nie jest oświetlony dostatecznie i wymaga dalszych badań.

Stosunki między Polską a Ukrainą w gospodarce są regulowane przez szereg umów międzynarodowych, które obejmują główne zagadnienia związane z współpracą wyżej wspomnianych państw w tej dziedzinie.

Do przykładu, 18 maja 1992 roku w Warszawie ówczesny Prezydent Rzeczypospolitej Polskiej Lech Wałęsa i ówczesny prezydent Ukrainy Leonid Kravchuk podpisali traktat o dobrym sąsiedztwie, przyjaznych stosunkach i współpracy [1]. Zgodnie z danym traktatem, Ukraina i Polska będą sprzyjać wzajemnie korzystnej współpracy gospodarczej, w tym handlowej, opartej na zasadach rynkowych, i zapewnią dogodne warunki takiej współpracy, z uwzględnieniem ochrony inwestycji, technologii, praw autorskich i patentowych, oraz będą dokonywać odpowiednich regulacji prawnomiędzynarodowych w zakresie obiegu kapitałów, przepływu siły roboczej, towarów i usług, jak również będą zawierać odpowiednie umowy w zakresie współpracy gospodarczej. Państwa będą ułatwiać rozwój współpracy przedsiębiorstw państwowych i prywatnych oraz innych podmiotów gospodarczych. Ukraina i Polska będą dokonywać wymiany doświadczeń oraz udzielać sobie pomocy w procesie tworzenia i rozwoju gospodarki rynkowej.

Kierując się danym traktatem 4 marca 2005 roku między Gabinetem Ministrów Ukrainy i Rządem Rzeczypospolitej Polskiej była podpisana umowa o współpracy gospodarczej [2]. Zgodnie z umową, Ukraina i Polska będą sprzyjać rozwojowi wzajemnie korzystnej współpracy gospodarczej we wszystkich dziedzinach i sektorach gospodarki na zasadach równości i wzajemnych korzyści, zgodnie z prawem obowiązującym w danych państwach.

Także było sprojektowano Program Współpracy Transgranicznej Polska-Białoruś-Ukraina 2007-2013 [3]. Według danego programu, nadaje się wsparcie wspólnym inicjatywom, skierowanym na regionalny marketing, promocję handlu i inwestycji, wspólnym inicjatywom, skierowanym na poszukiwanie praktycznych decyzji z stosowaniem zdobyczy światowej nauki w konkretnym środowisku biznesowym i in.

Aktualne problemy w współczesnej nauki

Polska jest jedną z największych partnerów handlowych Ukrainy wśród krajów Centralnej i Wschodniej Europy. Zgodnie z Ambasadą Rzeczypospolitej Polskiej na Ukrainie [4] w 2011 r. kontynuowany był wzrost dwustronnych obrotów towarowych po załamaniu 2009 r., przy czym jego główną „siłą napędową” były dostawy towarów z Ukrainy do Polski. Polsko-ukraińskie obroty towarowe zbliżyły się do poziomu 7,48 mld USD i były o 30,3% wyższe niż w 2010 r., ale nadal o blisko 15% niższe niż w 2008 r.

Tablica 1 - Dynamika wskaźników ukraińsko-polskiego handlu zagranicznego towarami w ciągu 2008-2012 lat

	2008	2009	2010	2011	2012
Import, mln USD	2351,7	1153,1	1818,6	2791,8	2550,9
Eksport, mln USD	6436,7	3433,2	3917,3	4688	5279,6

Według danych Głównego Urzędu Statystycznego Rzeczypospolitej Polskiej [5], poziom polskiego importu w 2008 roku i składał 2351,7 mln USD. Przez światowy finansowo-ekonomiczny kryzys import z Ukrainy do Polski w 2009 roku zmalał na 50,97%, i składał 1153,1 mln USD. Zaczynając z 2010 roku zaczął się wzrost danego wskaźnika. Polski import zrosł na 57,71% i składał 1818,6 mln USD. W 2011 roku on składał 2791,8 mln USD, że na 53,51% więcej od 2010 i nawet wyższy aniżeli q 2008 roku - do finansowo-ekonomicznego kryzysu. W 2012 roku polski import złożył 2550,9 mln USD, że już na 8,63% mniej, aniżeli w 2011 roku.

Zgodnie z Ambasadą Rzeczypospolitej Polskiej na Ukrainie, podstawową przyczyną tak dynamicznego wzrostu importu z Ukrainy w 2011 r. był wzrost o 77% dostaw wyrobów metalurgicznych, które ponownie stały się najważniejszą pozycją importu z Ukrainy, z udziałem 28,7%. Dostawy produktów mineralnych, przede wszystkim rud i koncentratów żelaza, które rok wcześniej wyraźnie dominowały w imporcie z Ukrainy (35,1%), teraz okazały się minimalnie niższe od dostaw wyrobów hutniczych, uzyskując identyczny udział - 28,7%. Znacząco wzrósł także udział artykułów rolno-spożywczych - z 15,1% do 18,2% oraz wyrobów przemysłu chemicznego, w tym tworzyw sztucznych i wyrobów z gumy - z 6,5% do 9,1%. Znaczenie dwóch pozostałych istotnych wartościowo pozycji w imporcie z Ukrainy - wyrobów przemysłu elektromaszynowego i wyrobów przemysłu drzewnego - spadło, odpowiednio z 8,2% do 7,1% oraz z 6,9% do 5,7%, choć w obydwu tych przypadkach w wartościach bezwzględnych nastąpił wzrost dostaw.

Według danych Głównego Urzędu Statystycznego Rzeczypospolitej Polskiej [5], poziom polskiego eksportu był najwyższy w 2008 roku i składał 6436,7 mln USD. W 2009 roku przez światowy finansowo-ekonomiczny kryzys odbył się spadek danego wskaźnika na 46,66%, i eksport z Polski do Ukrainy składał 3433,2 mln USD. W 2010 roku sytuacja polepsza się, w dalszym ciągu odbywa się stabilny wzrost. Polski eksport w 2010 roku składa 3917,3 mln USD, i na 14,10% więcej, aniżeli w poprzednim 2009 roku. W 2011 roku eksport z Polski do Ukrainy złożył 4688 mln USD, i na 19,67% więcej od poprzedniego roku, i w 2012 roku dany wskaźnik zrosł na 12,62%, i składał 5279,6 mln USD.

Zgodnie z Ambasadą Rzeczypospolitej Polskiej na Ukrainie [4] w strukturze

towarowej polskiego eksportu, w 2011 r. porównaniu do 2010 r. wzrósł udział wyrobów przemysłu elektro-maszynowego z 25,1% do 29%, dzięki zwiększeniu znaczenia dostaw pojazdów (z 5,6% do 8,9%) i niewielkiego wzrostu udziału eksportu maszyn i urządzeń (z 18,8% do 19,1%). Udział produktów chemicznych (w tym tworzyw sztucznych) zmniejszył się z 22,7% do 21,5%. Zmniejszył się także udział artykułów rolno-spożywczych (z 11,9% do 10,4%, głównie na skutek spadku eksportu produktów pochodzenia zwierzęcego o 13%), wyrobów hutniczych (z 11,8% do 10,9%) oraz wyrobów drzewno-papierniczych (z 10,2% do 9,2%). Nie zmieniła się pozycja w eksporcie na Ukrainę wyroby przemysłu lekkiego (6,9%), natomiast znaczenie dostaw produktów mineralnych nieznacznie zwiększyło się (z 5,1% do 5,3%).

Według danych Państwowego Instytutu statystyki Ukrainy [6] za 9 miesięcy 2012 r. polskie przedsiębiorstwa zainwestowały w gospodarkę Ukrainy 878,7 mln USD, co stanowi 1,7 % wszystkich zagranicznych inwestycji na Ukrainie. Według danych Państwowego Instytutu statystyki Ukrainy [6] na dzień 1 października 2012 r. ukraińskie przedsiębiorstwa zainwestowały w gospodarkę Polski 53,3 mln USD. Tradycyjnie polskie inwestycje były kierowane do przemysłu przetwórczego (około 60%), do sektora finansowego (około 20%), do handlu detalicznego i hurtowego (12%).

Najważniejszymi polskimi inwestycjami na Ukrainie są fabryka parkietu „Barlinek”, fabryka mebli „Nowy styl”, fabryka ceramiki budowlanej „Cersanit”, fabryka opakowań „Ken-pak”, fabryka samochodowych części zamiennych “Inter-groclin”, bank „Kredo” oraz „Plus-bank”.

Najważniejszymi ukraińskimi inwestycyjnymi projektami w Polsce są:

- Warszawska fabryka samochodowa (inwestor Auto - ZAZ)
- Huta Częstochowa (inwestor grupa holdingowa „Industrialny Sojusz Donbasu”)
- Stocznie Gdańskie (inwestor „Industrialny Sojusz Donbasu”)
- Huta „Pokuj” (inwestor – „Prywat”) oraz inne [7].

Na Ukrainie działają trzy banki z kapitałem polskim: Kredobank – inwestycja banku PKO BP, bank UniCredit, czyli Pekao, oraz Idea Bank, czyli Getin Bank. Swoje spółki zależne ma również towarzystwo ubezpieczeniowe PZU (PZU Ukraina oraz PZU Ukraina Strachuwanія Жытя). Od paru lat aktywnie działa na Ukrainie Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie. GPW w maju 2011 r. Uruchomiła indeks WIG-Ukraine, w którym notowanych jest 11 spółek: holdingi rolne: Astarta, Kernel, Agroton, KSG Agro i Milkiland, producent wyrobów mlecznych Industrial Milk Company, producent jaj Ovostar Union, przedsiębiorstwa węglowe Sadovaya Group i Coal Energy, producent akumulatorów Westa ISIC. Na NewConnect obecna jest rolna Agroliga. Spółki te pozyskały dotychczas, w ramach pierwotnych i wtórnych emisji akcji, ponad 700 mln USD, z czego przeważającą część stanowi polski kapitał.

Sanitec, Fakro, Śnieżka, Black Red White, Hexeline, Inglot, Dr Irena Eris, Oceanic, Solaris Bus & Coach, Sokołów, PNiG Jasło, JSW, Lotos, LPP, coffeeheaven to tylko niektóre z polskich firm z powodzeniem prowadzących interesy na Ukrainie.

Trwają również przygotowania do rozpoczęcia obrotu akcjami kolejnych ukraińskich firm – swoje plany w tym zakresie ogłosiły: spółka wydobywca Geo Alians, producent wyrobów mlecznych Agropolis Group, producent koncentratów do soków Jabłunewyj Dar, dystrybutor obuwia Intertop, firma dewelopersko-budowlana T.M.M.

Aktualne problemy w współczesnej nauki

Real Estate Development, holding rolny Loture-Agro oraz producent materacy Interfom. Ukraińskie firmy są znane w Polsce. Grupa ISD to Huta Częstochowa i Stocznia Gdańska, Awto-ZAZ kupił warszawską FSO, a właścicielem Ostrowii, producenta lubianych produktów mlecznych, jest Milkiland. [8].

Do perspektywicznych kierunków rozwoju działalności firm polskich na rynku ukraińskim trzeba odnieść: energetykę; dostawy maszyn, urządzenia i technologii dla modernizacji i podwyższenia poziomu bezpieczeństwa produkcji w sektorach poszukiwania surowca energetycznego, produkcji i przekazania energii; spożywczo-rolniczą branżę; dostawy maszyn, technologii; budownictwo; sektor usług oraz inne [9].

Więc, ukraińsko-polska współpraca handlowo-gospodarcza demonstruje stabilny rozwój. Rośnie dynamika ukraińsko-polskiego handlu, załączają się wzajemne inwestycje. Również przeprowadzają się ukraińsko-polskie fora, konferencje, szczyty, gdzie omawiają się problemy i perspektywy polsko-ukraińskiej współpracy, podpisują się ugody i umowy o współpracy gospodarczej. Dana współpraca jest korzystna dla obu stron, i ukraińsko-polskie stosunki na daną chwilę aktywnie rozwijają się.

Literatura:

1. O dobrym sąsiedztwie, przyjaznych stosunkach i współpracy [Źródło elektroniczne] : traktat : [między Rzeczpospolitą Polską a Ukrainą od 18 maja 1992 r.] : [ratyfikacja od 17 wrzesnia 1992 r.]. – Dostępna z : <http://isap.sejm.gov.pl/Download?id=WDU19931250573&type=2>
2. O współpracy gospodarczej [Źródło elektroniczne] : umowa : [między Gabinetem Ministrów Ukrainy i Rządem Rzeczypospolitej Polskiej od 04 marca 2005 r.] : [ratyfikacja od 15 marca 2006 r.]. – Dostępna z : <http://isap.sejm.gov.pl/Download?id=WMP20060590628&type=2>
3. Program Współpracy Transgranicznej Polska-Białoruś-Ukraina 2007-2013 [Źródło elektroniczne]. – Dostępna z : http://www.pl-by-ua.eu/upload/pl/PL-BY-UA_PL.pdf
4. Polsko-ukraińska współpraca gospodarcza w 2011 roku [Źródło elektroniczne] Ambasada Rzeczypospolitej Polskiej na Ukrainie. – Режим доступу : <http://kijow.msz.gov.pl/resource/4e5bba48-2b36-43e9-a323-f1d970f374eb>
5. Główny Urząd Statystyczny RP [Źródło elektroniczne]. – Dostępna z : <http://www.stat.gov.pl/gus>
6. Державна служба статистики України [Źródło elektroniczne]. – Dostępna z : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Współpraca handlowo-gospodarcza oraz inwestycyjna między Ukrainą a Polską [Źródło elektroniczne] Ambasada Ukrainy w Rzeczypospolitej Polskiej. – Dostępna z : <http://poland.mfa.gov.ua/pl/ukraine-pl/trade>
8. Левашова Л., Савіна Н. Міжрегіональна співпраця як елемент розвитку польсько-українського економічного співробітництва / Л. Левашова, Н. Савіна // Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. – 2010. – Вип. 3. – С. 72-89
9. Польща-Україна: економічний бум [Źródło elektroniczne] Польсько-український економічний журнал «Діалог». – Dostępna z : <http://www.pol-ukr.com/wp-content/uploads/2012/08/DIALOG-WRZESIEN-2012.pdf>

Omelyanenko V.A.

PhD-Student,

Lapshyn V.V.

PhD, Associate Professor,

Vernidub N.A.

Prof. Assistant

Sumy State University, Sumy, Ukraine

FORESIGHT FOR OPTIMIZATION OF INTERNATIONAL INNOVATION AND TECHNOLOGICAL COOPERATION

The main purpose of the international innovation policy of the state is to increase state global competitiveness through transfer of efficient technologies and benefits of international division of labor. In the CIS international innovation and technological cooperation (IITC) as a part of international innovation policy can be regarded as one of the most effective ways and means to overcome the technological gap and compensate for the lack of own resources and expertise in the field of innovation. In addition, most modern innovations have an international character (the practice of co-innovations). IITC is an innovative activity in the bilateral and multilateral basis, aimed at obtaining commercial effect.

Enhanced international cooperation in the sphere of innovation can be traced through the increase in the number of registered joint inventions: in 1999-2000 6.6% of total national patents asserted in the OECD countries in the European Patent Office, were the result of international cooperation in R&D compared to 4.1% in 1991-1992. It should be noted that this figure is more in the small Western European countries with open economies, as well as in countries with limited local research base, for example, in Poland and Slovakia (50%) [1]. USA receive in other countries every year more than 10 thousand patents in Canada, 4500 in Great Britain, in 5000 France and 5000 in Japan.

The state's role in promoting IITC is to create mechanisms and ensuring an enabling environment for the international transfer of scientific and technical activities that meet the mutual partner's interests, adapting the regulatory framework IITC to international practice.

The choice of priorities for research and development plays an important role in the state science and technology policy. In this field it is necessary to study the experience of European countries that have achieved the greatest efficiency in international innovation cooperation.

The main element of European policy IITC is a selective strategy of scientific and technological development, which consists in determining the priority research areas of innovative character development that makes effective use of available resources and thus enhance the position and strengthen the competitiveness in world markets technology. The priority areas are being implemented in conjunction with government organizations (universities, national research centers) and private (corporate) capital – development centers, on the basis of partial funding, as well as interdisciplinary work, which are becoming increasingly important.

According to research of NAS in Ukraine, there is no active development of the patent, but in the end – and innovation activity on the main priorities. For example, according to the National Academy of Sciences of Ukraine in the country of the individual technical areas are developed enough that inhibits the development of innovative areas which are characterized in the global economy as a high-tech (aviation technology, automation, etc).

That is why Ukraine and other CIS countries, the formation of state policy in the IITC must enter the technology forecasting technological development – methodology of foresight, which is a system of peer review methods of the strategic directions of socio-economic development and innovation, the identification process of growth points that may affect the economy and society in the medium and long term.

Technology foresight provides inputs for the formulation of technology policies and strategies that guide the development of the technological infrastructure. In addition, technology foresight provides support to innovation, and incentives and assistance to enterprises in the domain of technology transfer management, leading to enhanced competitiveness and growth [4].

This practice is particularly urgent for the CIS countries, which are due to be proactive in order to restore competitiveness and innovation of advanced modernization of the national economy, which complicates the task of foresight.

In foresight in IITC is important not only identify strategic issues and directions for their technological solutions, but also to consider the social context of their use [3].

In the study should be considered priorities IITC:

- 1) current socio-economic problems of the state;
- 2) options for the development of socio-economic problems;
- 3) global trends that affect the socio-economic problems;
- 4) innovative development of the state;
- 5) innovative development on a global scale.

We can offer the following aspects of the foresight innovation component:

- level of implementation of technological development, particularly in terms of innovation;

- assessment of country's ability to develop technology;

- opportunities for the development of technologies (resource support);

- evaluation of the possibility of combining national interests with external innovation strategy;

- assessment of potential for international transfer of critical technologies;

- assessment of impact on national security IITC.

According to the research necessary to carry out an audit of existing technological trends and their forms of support set forth in the innovative development of state programs and modify them or to differentiate between research at the national level and for research on an international level. In the future priorities for the development of science and technology are detailed in the list of critical technologies, which are usually cross-sectoral and significantly affect many areas of science and technology.

In the analysis of global trends we should use the existing analytics [2]. For example, experts at the RAND Corporation in the report of «Technology Revolution 2015» analyzed the core technologies (top-technology), which have the greatest impact and prospects in the modern world. The development of these technologies provides answers

to key global challenges relating to health, environment, availability of resources (fuel, food, water). Aspect of the present moment is to avoid disciplinary binding technology as a top technology form many other technologies. For example, nanotechnology-based discoveries in the microworld, used information technology to create new materials, biotechnology, medicine – at the moment, there are at least several dozen, more than 40 areas of their use. Top technology used in all the key groups of technologies that are important for solving global problems. Of technology clusters, or areas of application (application), there are 15-16, which notes, for example, the report RAND Corporation in 2006. These applications are the top technologies in response to the needs and requirements of social development, and challenges.

One of the most important aspects of the application of foresight in IITC is the need for a state corresponding to an integrated policy that takes into account the selected priorities of innovation development, because the main purpose of foresight is not only to forecast technological development, but also the need to take account of future trends in planning and decision-making.

References

1. Международное научно-техническое сотрудничество в условиях глобализации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rudocs.exdat.com/download/docs-272931/272931.doc>. – Загл. с экрана.
2. Семёнова Н.Н. Форсайт в условиях глобализации // Информационное общество. 2008. № 3-4.
3. Соколов А.В. Форсайт: взгляд в будущее // Форсайт. 2007. №1.
4. Technology Foresight [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.unido.org/index.php?id=o5216>. – Загл. с экрана.

ДИНАМІКА ДЕРЖАВНОГО БОРГУ УКРАЇНИ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ

Актуальність теми. Державний борг є одним із показників фінансового стану держави. Держави беруть позики з метою покриття бюджетного дефіциту, виконання боргових зобов'язань, підтримки курсу національної валюти та інших операцій. Проте, величина державного боргу має певні межі, адже саме надходження до бюджету(наприклад, податки) є джерелом покриття боргу. На даний час немає такої країни, яка б не мала державних запозичень. До таких країн, належить і Україна.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням динаміки державного боргу та його впливу на економіку нашої країни займалися такі вчені, як: В.А Андрущенко, О.І. Барановський, Т.П. Вахненко, М.І. Виклюк, Т.І. Гуцуляк, А.М. Мних, Я.В.Онищук, О.С. Поважний.

Метою даної роботи є аналіз впливу державного боргу на економіку України.

Викладення основного матеріалу. Згідно із ст. 2 Бюджетного кодексу України державний борг – це загальна сума боргових зобов'язань держави з повернення отриманих та непогашених кредитів (позик) станом на звітну дату, що виникають внаслідок державного запозичення. [1]

Структурно державний борг України складається з внутрішнього і зовнішнього. У 1992 році прийнято Закон «Про державний внутрішній борг України», яким визначено, що державним внутрішнім боргом України є строкові боргові зобов'язання уряду України у грошовій формі. Державний внутрішній борг гарантується всім майном, що перебуває у загальнодержавній власності. Державний зовнішній борг — це боргові зобов'язання держави перед нерезидентами щодо повернення позичених коштів (основна сума боргу) та відсотків за ними. [1]

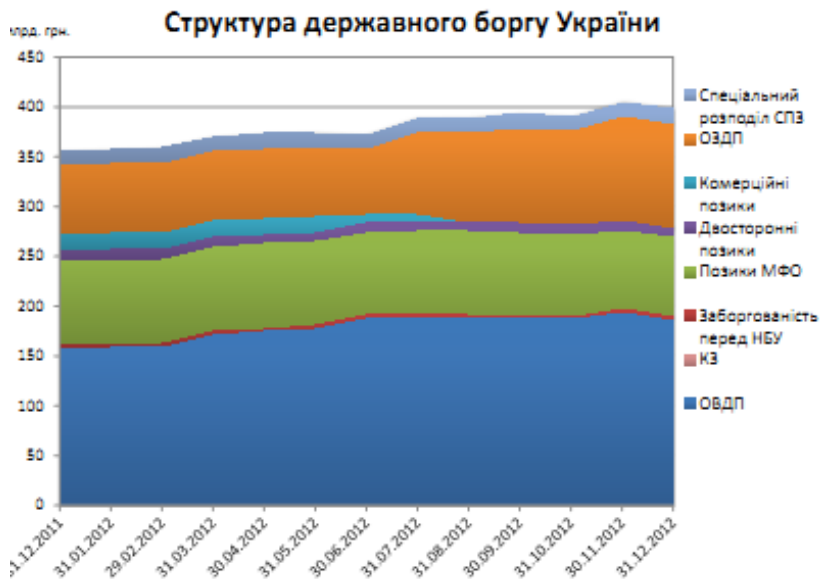


Рис.1. Структура державного боргу України за 2011-2012 рр.

Джерело [3]

Розглядаючи Структуру державного боргу України за 2011-2012 рр. (рис.1) ми бачимо, що найбільшу частину цієї структури займають ОВДП (облігації внутрішньої державної позики). Відповідно з 31.12.2011р. до 31.12.2012 р. простежується тенденція зростання цього виду запозичень. Найменшу частку займають відповідно КЗ (казначейські зобов'язання), заборгованість перед НБУ та комерційні позики, які характерні тільки до 31.08.2012 року.



Рис.2 Динаміка державного боргу станом на 31.12.2006-2012 рр. Джерело [3]

Аналізуючи динаміку державного боргу станом на 31.12.2006-2012 рр.

(рис. 2) ми бачимо, що розмір запозичень збільшився. Якщо станом на 31.12.2006 р. він становив 66,1 млрд. грн., то до 31.12.2012 р. цей показник зріс і становив 399,2 млрд. грн. Найвищий показник приросту державних позик спостерігається саме у 2008 році. Це обумовлено тим, що в країні спостерігалася фінансова криза, тому уряд залучав кошти МВФ з метою дотримання стабільності курсу національної валюти та інших негативних явищ в економіці.

Сучасний рівень боргу є негативним для економіки, тому що його зростання – це збільшення економічної залежності, зменшення конкурентоспроможності на внутрішніх і зовнішніх ринках, спад рівня життя населення. [2]

Тому державі необхідно вдосконалювати інструменти регулювання рівня державних позик. На нашу думку, насамперед, потрібно створити потужну законодавчу базу, збільшити емісію цінних паперів, зменшити відсоткову ставку.

Висновки. Звісно, державний борг може бути і позитивним явищем. Це в тому випадку, коли країні терміново необхідні кошти для покриття дефіциту бюджету або при економічному спаді, коли за допомогою запозичень можна стабілізувати стан економіки, підвищити попит. Але негативні наслідки переважають позитивні. Адже, для його ліквідації державі необхідно підвищувати рівень податків, зменшувати видатки бюджету, збільшувати емісію грошей, скорочувати державні місця, що призведе до збільшення рівня безробіття, інфляції і в загальному зменшення рівня соціально-економічного розвитку країни.

Список використаних джерел

1. Бюджетний кодекс України, прийнятий Верховною радою України від 08.07. 2010 № 2456-VI.
2. Виклюк М.І. Система управління державним боргом України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1585>
3. Сторінка Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// www.minfin.gov.ua](http://www.minfin.gov.ua).

Дзюбак В. В., Кац А. В.

Студентки Буковинського державного фінансово-економічного університету

Марич М. Г.

Викладач, науковий керівник

ФАКТОРИНГ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Постановка проблеми. В умовах високої вартості кредитних ресурсів стабільно зростає інтерес компаній до послуг факторингу, що дозволяє господарючим суб'єктам перекласти на плечі факторингової компанії право грошової вимоги до своїх клієнтів. Цей процес характеризується збільшенням кількості гравців на даному ринку і появою нових видів факторингу.

Звичайно найпоширенішим джерелом фінансових ресурсів залишаються короткострокові кредити, які надаються банками, проте для багатьох компаній банківське кредитування є недоступним через високі вимоги банків до фінансового стану позичальника та необхідності надання застави. Тому для підприємств малого та середнього бізнесу оптимальним рішенням стає факторинг.

Мета даного дослідження. Визначення сутності факторингу та його місця на ринку фінансових послуг.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вагомий внесок у розвиток теорії і практики здійснення факторингових операцій, зробили такі зарубіжні науковці, як Е.Д. Доллан і К.Л. Кембелл, Ж. Перар, П. Роуз [5]. Серед вітчизняних вчених економістів, які розкрили суть факторингу як фінансової операції, визначили принципи та особливості його використання як інструмента управління дебіторською заборгованістю, слід виділити таких авторів С.В. Науменкова, С. В. Міщенко [4], К.В. Слюсаренко, М.О. Локайчук [5], Н. Богута [6] та інші.

Виклад основного матеріалу. Відповідно до Конвенції про міжнародний факторинг, прийнятій у 1988 р. Міжнародним інститутом уніфікації приватного права, факторинг – процес перепоступки факторинговій компанії неоплачених боргових вимог (рахунків-фактур) у поєднанні з елементами фінансового, бухгалтерського, інформаційного, збутового, страхового, юридичного та іншого обслуговування постачальника.

Факторингові операції почали активно використовувати замість вексельної форми комерційного кредиту для обслуговування процесу реалізації товарів починаючи з 60-х років ХХ ст.

В Україні факторинг застосовується з 1992 року. Практика свідчить, що факторинг у вітчизняній господарській діяльності з'явився небезпідставно. Для цього існували об'єктивні передумови – погіршення стану розрахунків, зниження платоспроможності та зростання боргів суб'єктів господарювання [4, 113].

Не зважаючи на розвиток цього сектору фінансового ринку, вітчизняне законодавство щодо здійснення факторингу є нерегульоване, що зумовлено відсутнім Законом України «Про факторинг», який би регламентував механізм та принципи здійснення факторингу, встановлював стандарти надання факторингових послуг

банківськими й небанківськими установами, а також особливості оподаткування факторингових операцій [7].

Відповідно до українського законодавства факторингові операції регулюються Цивільним кодексом України, законами України «Про фінансові послуги і державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12 липня 2001 р. № 2664-III і «Про банки і банківську діяльність» від 7 грудня 2000 р. № 2121-III.

У ст. 1077 Цивільного кодексу України зазначається, що за договором факторингу одна сторона (фактор) передає або зобов'язується передати грошові кошти в розпорядження другої сторони (клієнта) за плату (у будь-який передбачений договором спосіб), а клієнт відступає або зобов'язується відступити факторові своє право грошової вимоги до третьої особи (боржника) [2].

Господарський кодекс України факторингові операції тлумачить як банківське посередництво, яке здійснюється банком у формі банківських операцій на комісійних засадах та договірній основі [1].

Відповідно до п. 11 ч. 1 ст. 4 ЗУ «Про фінансові послуги і державне регулювання ринків фінансових послуг», факторинг є фінансовою послугою, що здійснюється в інтересах третіх осіб за власний рахунок чи за рахунок цих осіб, а у випадках, передбачених законодавством, – і за рахунок залучених від інших осіб фінансових активів, з метою отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів [3].

З прийняттям Державною комісією з регулювання ринків фінансових послуг України Розпорядження «Про віднесення операцій з фінансовими активами до фінансових послуг» від 03.04.2009 р. № 231 факторинговою послугою вважають фінансову послугу, яка включає сукупність операцій з фінансовими активами:

- фінансування клієнтів – суб'єктів господарювання, які уклали договір, з якого випливає право грошової вимоги;
- набуття відступленого права грошової вимоги до боржників – суб'єктів господарювання за договором, на якому базується таке відступлення;
- отримання плати за користування грошовими коштами, наданими у розпорядження клієнта, у тому числі шляхом дисконтування суми боргу, розподілу відсотків, винагороди, якщо інший спосіб оплати не передбачено договором, на якому базується відступлення [7].

В даний час виділяють декілька видів факторингових операцій:

- прямий (бере участь лише один фактор) та опосередкований (беруть участь два фактори);
- розкритий (операція, в якій покупцеві повідомляється про факторингову угоду) та нерозкритий (покупцеві не повідомляється про операцію);
- конвенційний (комплексна система фінансового обслуговування, яка містить бухгалтерський облік, розрахунки з постачальниками, страхове кредитування, представництво тощо) та конфіденційний (обмежується виконанням тільки деяких операцій);
- факторинг без фінансування (роль фактора зводиться до інкасування фінансових документів) та факторинг з фінансуванням (викуп рахунків-фактури клієнта і виплата йому грошових коштів у розмірі 80-90% від суми боргу);
- з правом регресу, тобто зворотної вимоги до постачальника відшкодувати

сплачену суму та без права регресу.

З перелічених видів факторингу найпопулярнішим видом факторингу в Україні є прямиий. Через значні ризики лише деякі фактори в Україні надають послуги безрегресного факторингу. При цьому оферентами можуть висуватися умови або страхування ризику невиконання зобов'язань з боку клієнта і його дебітора, або оформлення забезпечення у вигляді застав, поручительств [5].

Безумовною перевагою факторингу виступає беззаставне фінансування, яке вигідно відрізняє його від класичного кредиту. Основні вигоди факторингу для клієнта такі:

- збільшення обсягів продажів;
- отримання беззаставного і поновлюваного фінансування, поповнення оборотних коштів підприємства;
- прискорення оборотності коштів;
- ліквідація касових розривів;
- зменшення дебіторської заборгованості та поліпшення характеру розрахунків з дебіторами;
- скорочення часу очікування оплати поставок;
- розширення кола покупців, збільшення для них відстрочки платежу;
- захист від кредитних, ліквідних, процентних, а також валютних ризиків [8].

У порівнянні з ситуацією в 2009-2010 роках, коли факторингове фінансування було практично припинено, в 2011-2012 роках кредитні установи виявляли в даному сегменті набагато більшу активність. Проте обсяг портфеля факторингу за підсумками 2012 року скоротився. За 11 місяців 2012 року він зменшився на 250-260 млн грн. і на початок листопада становив близько 1,3 млрд грн. Основна причина зниження, за словами експертів, є зростання цін на короткострокові беззаставні кредити і скорочення активних операцій банків через дефіцит гривневої ліквідності. За оцінками банкірів, в 2012 році сумарний портфель банків з факторингових операцій склав близько 1,3-1,6 млрд грн.

При цьому більше 70% частки ринку займають лідери - Укрексімбанк, Райффайзен Банк Аваль, Укрсоцбанк, дочірня структура Альфа-банку «А-Фактор», а також компанія «ФК Факторинг», що входить до групи «Фінанси та Кредит». Досить помітним гравцем став ПУМБ, що почав надавати послугу тільки в кінці 2011 року.

У той же час у зв'язку з відходом з України шведського Сведбанку (знаходиться в стадії покупки акціонером Дельта Банку Миколою Лагуном) цей колись великий гравець покинув і ринок факторингу, а Банк Форум, який увійшов в минулому році в «Смарт-Холдинг», істотно скоротив обсяг факторингових операцій [6].

Загалом станом на 30.09.2012 в Державному реєстрі фінансових установ міститься інформація про 128 фінансових компаній, які мають право надавати послуги факторингу. Протягом 9 місяців 2012 року фінансові

компанії уклали 14 908 договорів факторингу загальним обсягом 7 266,6 млн. грн. і виконали 13 829 договорів на суму 7 738,9 млн. грн. Діючими станом на 30.09.2012 залишилися 4 970 договорів факторингу [9].

Розглянемо розподіл за основними галузями обсягу наданих фінансових послуг за укладеними договорами факторингу за 9 місяців 2012р., який наведено на рисунку 1.

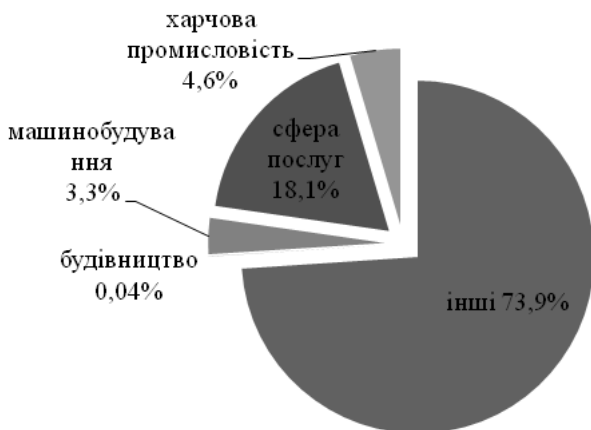


Рис. 1. Розподіл укладених договорів факторингу за основними галузями за 9 місяців 2012 року

За 2012 рік значно виріс розмір частки, яка припадає на сферу послуг (18,1%), а найбільшу частку (78,0%) продовжують охоплювати «інші» галузі. Зауважимо, що договори факторингу не мали місця в таких галузях, як хімічна та легка промисловість, металургія. Дуже незначну частку склали договори із сектором «будівництво» (0,03%) [10].

Такий перерозподіл факторингових операцій за галузями підтверджує, що основною аудиторією користування факторинговими послугами залишається середній бізнес, який характеризується найвищою динамікою розвитку, тобто найбільше потребує постійного поповнення оборотних коштів.

Щодо вартості факторингових операцій, то номінальна процентна ставка по факторингу варіювалася в межах від 15% (ОТП Банк, УкрСиббанк) до 27% річних (ВАВ Банк) при середньому значенні 20,7% [11]. Розмір відсоткових ставок за надання послуг факторингу у деяких банках України зображено на рисунку 2.

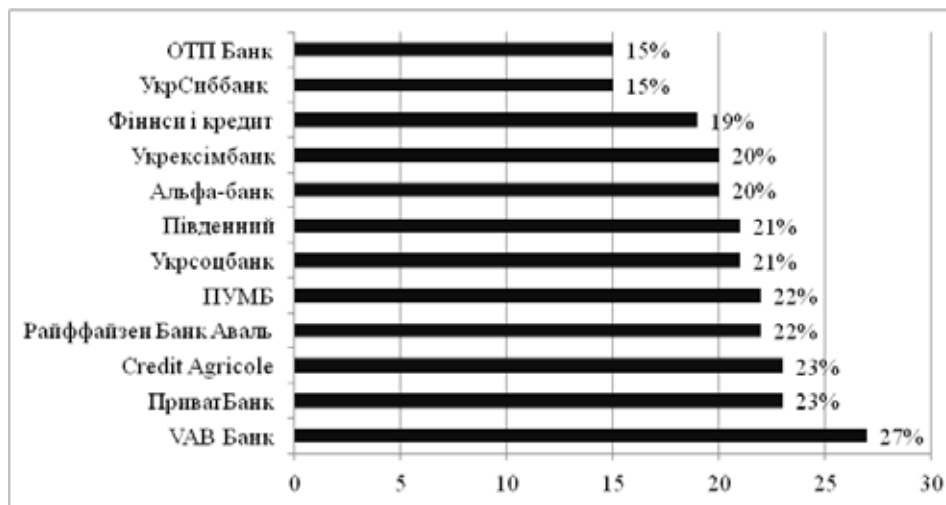


Рис. 2. Номінальні відсоткові ставки по факторингу в деяких банках України

На рис. 2 можна побачити, що на даний момент на ринку вартість факторингу знаходиться в тих же межах, що і короткострокове кредитування на поповнення оборотних коштів (22-27% річних). Однак, крім відсотків, клієнт оплачує комісію за управління дебіторською боргом, а це 0,1-6% від суми фінансування. Процентний дохід і комісійні відрізняються в залежності від терміну розрахункового періоду, на який банком викуповуються накладні на товарно-матеріальні цінності (товарно-транспортні накладні) з факторингу. Наприклад, комісійні для операцій з терміном до 30 днів становлять не менше 3% від суми накладної, до 60 днів - не менше 6%.

Крім того, при виборі фактора велике значення для клієнтів відіграє максимальний обсяг авансу - як правило, розмір фінансування становить 70-90% від суми в накладній. Ресурси в середньому надаються клієнту на термін 90-120 днів.

Експерти прогнозують, що в нинішньому році умови надання факторингового фінансування навряд чи будуть піддані суттєвого перегляду, а вартість послуги у другій половині року може знизитися - на 0,5-1,5 п. п. [6].

Висновок. Отже, факторинг для багатьох підприємств є ефективним інструментом для зростання, який може ефективно вирішувати велику кількість завдань та проблем, що стоять перед підприємством, у тому числі: економічні, фінансові, маркетингові.

На сьогоднішній день на ринку фінансових послуг можна спостерігати позитивну тенденцію щодо розвитку факторингових послуг, тому в Україні необхідно створити передумови для формування спеціалізованих факторингових компаній, які зможуть професійно здійснювати факторинг як комплексну операцію. Для подальшого розвитку факторингу на вітчизняному ринку також необхідне прийняття заходів законодавчо-нормативного характеру стосовно регламентування здійснення факторингових операцій та створення пільгових умов для вже діючих та новостворених фінансових компаній, що надають факторингові послуги. Такі заходи

дозволять зменшити вартість факторингових послуг і сприятимуть залученню більшої кількості клієнтів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]: від 16 січня 2003 р. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua>
2. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс]: від 16.01.2003 р. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua>
3. Про фінансові послуги і державне регулювання ринків фінансових послуг: Закон України від 12 липня 2001 р. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua>
4. Науменкова, С.В. Ринок фінансових послуг : навч. посібник / С.В. Науменкова, С. В. Міщенко. – К. : Знання, 2010. – 532 с.
5. Слюсаренко К.В. Стан та перспективи розвитку ринку факторингових послуг в Україні / К.В. Слюсаренко, М.О. Локайчук // Науково-технічний збірник. – 2011. – №98. – С. 255-264.
6. Богута Н. Микс-фактор [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kommersant.ua/doc/2111746>
7. Волкова А. О. Правове регулювання факторингової діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/Chaau/2012-1/content.html>
8. Григоренко Ю. Украинским факторингом управляют банки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://director.com.ua/banki-i-finansy/ukrainskim-factoringom-upravlyayut-banki>
9. Підсумки діяльності фінансових компаній, ломбардів та юридичних осіб (лізингодавців) за 9 місяців 2012 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dfp.gov.ua> .
10. Аналітичний огляд ринку небанківських фінансових послуг України за I півріччя 2012 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : rurik.com.ua/.../non_banks_II_kv_2012.pd
11. Аналитическая записка об условиях лизингового и факторингового обслуживания юридических лиц в крупнейших банках Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.prostobankir.com.ua>.



Більцан А.О

Фінансово-економічний коледж БДФЕУ

АНАЛІЗ ВИКОНАННЯ БЮДЖЕТУ ФССЗТВП ПО СТАТТІ “ОЗДОРОВЧІ ЗАХОДИ” ЗА 2008-2012 РОКИ

В структурі видатків ФССЗТВП виплати допомог по статті “Оздоровчі заходи” в період 2008-2012 р.р. коливаються в межах 12,87-21,20%. Так для реалізації програм відділень Фонду щодо відновлення здоров'я застрахованих осіб і членів їх сімей в 2008 році використано 1470239 тис. грн. або 20,30% до витрат, 2009 року – 1594221 тис. грн. (21,20%), що на 123982 тис. грн. більше попереднього року, 2010 року – 1585355 тис. грн. (19,36%), що на 8866 тис. грн. менше ніж у попередньому році. У 2011 року спостерігається значне зменшення витрат за даною статтею до 973040 тис. грн (12,87% до витрат), що на 612315 тис. грн. менше попереднього року. У 2012 році витрати зростають на 643968 тис. грн. і досягають 1617008 тис. грн. (17,42% до витрат) [1-6].

В структурі витрат по статті “Оздоровчі заходи” левова частка припадає на путівки на санаторно-курортне лікування, так у 2008 році на закупівлю 277858 путівок до санаторно-курортних закладів витрачено 979036 тис. грн. (66,59% від усіх “Оздоровчих заходів” або 13,52% до витрат). У 2009 році, в порівнянні з аналогічним періодом минулого року, спостерігається збільшення витрат по даній статті на 102347 тис. грн. та становить 1081383 тис. грн. (67,83% від усіх “Оздоровчих заходів” або 14,38% до витрат). У 2009 році застрахованими особами використано 242323 путівки, у тому числі безкоштовно в реабілітаційні відділення санаторно-курортних закладів, що на 35535 менше у порівнянні з 2008 роком. В наступні роки спостерігається ситуація із зменшенням витрат по даній статті. У 2010 році становить 1047933 тис. грн. (66,10% від усіх “Оздоровчих заходів” або 12,80% до витрат). Застрахованими особами використано 220069 путівки, у тому числі безкоштовно в реабілітаційні відділення санаторно-курортних закладів, що на 22254 менше у порівнянні з 2009 роком. Більш значного зменшення витрат по даній статті спостерігаємо у 2011 році – на 597420 тис. грн. (темп росту 42,99%), які склали 450513 тис. грн. (46,30% від усіх “Оздоровчих заходів” або 5,96% до витрат). Протягом даного року застрахованим

Актуальні проблеми в сучасній науці

особам було видано 88523 путівок, що на 131546 менше у порівнянні з 2010 роком. У 2012 році витрати на придбання путівок на санаторно-курортне лікування зростає на 567979 тис. грн. та досягає 1018492 тис. грн. (62,99% від усіх “Оздоровчих заходів” або 10,97% до витрат).

У 2008 році за рахунок коштів Фонду здійснювалося часткове фінансування санаторіїв-профілакторіїв на загальну суму 114443 тис. грн. (7,78% від усіх “Оздоровчих заходів” або 1,58% до витрат), у тому числі на 58414 тис. грн. – санаторіїв-профілакторіїв вищих навчальних та професійно-технічних закладів. У 2009 році витрати по даній статті збільшені на 3496 тис. грн. та становили 117939 тис. грн. (7,40% від усіх “Оздоровчих заходів” або 1,57% до витрат), у тому числі на 62332 тис. грн. – санаторіїв-профілакторіїв вищих навчальних та професійно-технічних закладів. Аналогічна ситуація із збільшенням витрат спостерігаємо і в 2010 році – на 12548 тис. грн., які становили 130487 тис. грн. (8,23% від усіх “Оздоровчих заходів” або 1,59% до витрат), у тому числі на 68090 тис. грн. – санаторіїв-профілакторіїв вищих навчальних та професійно-технічних закладів. У 2011 році витрати зменшуються на 9887 тис. грн. та становлять 120600 тис. грн. (12,39% від усіх “Оздоровчих заходів” або 1,6% до витрат), у тому числі на 66275 тис. грн. – санаторіїв-профілакторіїв вищих навчальних та професійно-технічних закладів. У 2012 році, аналогічно як і у попередньому році, витрати по даній статті зменшуються на 5828 тис. грн. та становлять 114772 тис. грн. (7,1% від усіх “Оздоровчих заходів” або 1,24% до витрат), у тому числі 68372 тис. грн. – санаторіїв-профілакторіїв вищих навчальних та професійно-технічних закладів [1-6].

За рахунок цих коштів поліпшили своє здоров'я у 2008 році понад 143,9 тисяч застрахованих осіб та членів їх сімей, у тому числі 66,5 тисячі студентів, у 2009 році – 127, 626 тисяч, у тому числі 62 825 студентів, у 2010 році – понад 119 тисяч, у тому числі 58,5 тисяч студентів, у 2011 році близько 101,9 тисяч, у тому числі близько 53 тисяч студентів, у 2012 році 92,4 тисяч, у тому числі 48,7 тисяч студентів.

За період 2008-2012 р.р. на часткове фінансування дитячих оздоровчих закладів за рахунок коштів Фонду виділялося 2,01-2,33% від витратної частини бюджету фонду. Так у 2008 році використано 163050 тис. грн. (11,09% від усіх “Оздоровчих заходів” або 2,25% до витрат). У 2009 році на дану статтю витрат використано на 12874 тис. грн. більше та становило 175924 тис. грн. (11,04% від усіх “Оздоровчих заходів” або 2,34% до витрат) В подальші роки намітилася тенденція до зменшення витрат по даній статті: у 2010 році на 10666 тис. грн., у 2011 році – на 5436 тис. грн. порівняно з аналогічним періодом минулого року та становили 165258 тис. грн. (10,42% від усіх “Оздоровчих заходів” або 2,01% до витрат) та 159822 тис. грн. (16,42% від усіх “Оздоровчих заходів” або 2,11% до витрат) відповідно. У 2012 році витрати по даній статті зростають на 56021 тис. грн. та досягають максимального значення за досліджуваний період часу – 215843 тис. грн. (13,35% від усіх “Оздоровчих заходів” або 2,33% до витрат) [1-6].

Завдяки коштам Фонду, що передбачені на часткове покриття суми вартості путівок до дитячих оздоровчих закладів (в частині вартості набору продуктів харчування, лікування та культурного обслуговування) у 2008 році оздоровлено 303287 дітей застрахованих осіб, у 2009 році – 242400 дітей, у 2010 році – 213700 дітей, у 2011 році – понад 200900 дітей, у 2012 році – 215200 дітей. За період 2008-2012 р.р. на

позашкільне обслуговування дітей за рахунок коштів Фонду виділялося 1,04-1,17% від витратної частини бюджету фонду з тенденцією до збільшення витрат з кожним роком. Так у 2008 році використано 75542 тис. грн. (5,14% від усіх “Оздоровчих заходів” або 1,04% до витрат). У 2009 році на дану статтю витрат використано на 2555 тис. грн. більше та становили 78097 тис. грн. (4,90% від усіх “Оздоровчих заходів” або 1,04% до витрат). У 2010 році – на 8610 тис. грн. у 2011 році – на 1579 тис. грн., порівняно з аналогічним періодом минулого року та становили 86707 тис. грн. (5,47% від усіх “Оздоровчих заходів” або 1,06% до витрат) та 88286 тис. грн. (9,07% від усіх “Оздоровчих заходів” або 1,17% до витрат) відповідно. У 2012 році витрати набувають максимального значення – 98296 тис. грн. (6,08% від усіх “Оздоровчих заходів” або 1,06% до витрат), що на 10010 тис. грн. перевищує витрати за попередній рік [1-6].

Динаміка показників виплат по статті “Оздоровчі заходи” ФССЗТВП протягом 2008-2012 р.р. представлена на рис. 1.

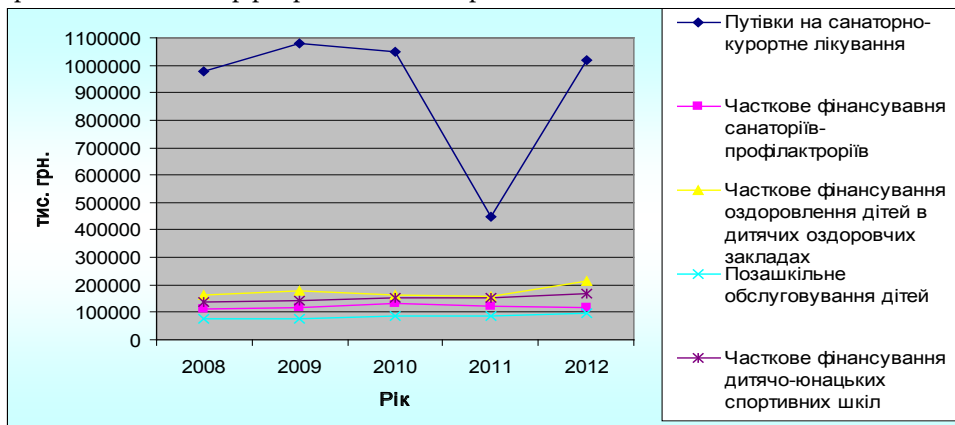


Рис. 1. Динаміка показників виплат по статті “Оздоровчі заходи” ФССЗТВП протягом 2008-2012 р.р.

Часткове фінансування дитячо-юнацьких спортивних шкіл здійснено у 2008 році на загальну суму 138168 тис. грн. (9,40% від усіх “Оздоровчих заходів” або 1,91% до витрат). 2009 року часткове фінансування дитячо-юнацьких спортивних шкіл збільшено на 2710 тис. грн. та становить 140878 тис. грн. (8,84% від усіх “Оздоровчих заходів” або 1,87% до витрат), а 2010 року на 14092 тис. грн. – 154970 тис. грн. (9,77% від усіх “Оздоровчих заходів” або 1,9% до витрат), порівняно з минулим періодом. У 2011 році намітилася тенденція до зменшення витрат по даній статті – на 1151 тис. грн. та становить 153819 тис. грн. (15,81% від усіх “Оздоровчих заходів” або 2,03% до витрат), а в 2012 році, навпаки, зростання до 169605 тис. грн. (10,49% від усіх “Оздоровчих заходів” або 1,83% до витрат), що на 15786 тис. грн. більше у порівнянні з попередніми роками [1-6].

Отже, на часткове фінансування дитячо-юнацьких спортивних шкіл витрачається 1,83-2,03% коштів, а темп росту становив: 2009 року – 101,96%, 2010 року – 110,0%, 2011 року – 99,26% та 2012 року – 110,26%. Це дало змогу забезпечити за кошти Фонду навчання у цих школах у 2008 році майже 204000 вихованців, у 2009 році – 172100 вихованців, у 2010 році – 175100 вихованців, 2011 року – 163700

Література:

1. Більцан І.В. Аналіз виконання бюджету Чернівецького обласного відділення за 2012 рік / І.В. Більцан [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.fse.gov.ua/fse/control/chniv/uk/publish/article?art_id=592166&cat_id=54782.
2. Єримей А.Є. Аналіз виконання бюджету Чернівецького обласного відділення за 2011 рік / А.Є. Єримей [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.fse.gov.ua/fse/control/chniv/uk/publish/article?art_id=521523&cat_id=54782.
3. Інструкція про порядок складання та виконання бюджету Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності // Збірник нормативно-правових актів та інформаційних матеріалів з питань планування та виконання бюджету Фонду. – Київ, 2009. – С. 9-18.
4. Янчик Н.А. Аналіз виконання бюджету за 2008 рік / Н.А. Янчик [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.fse.gov.ua/fse/control/chniv/uk/publish/article?art_id=181013&cat_id=54782.
5. Янчик Н.А. Аналіз виконання бюджету за 2009 рік / Н.А. Янчик [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.fse.gov.ua/fse/control/chniv/uk/publish/article?art_id=319945&cat_id=54782.
6. Янчик Н.А. Основні показники бюджету Чернівецького обласного відділення Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності за 2010 рік / Н.А. Янчик [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.fse.gov.ua/fse/control/chniv/uk/publish/article?art_id=410545&cat_id=54782.

Галенкина И.И., Фоменкова О.Н., ст.;
рук. А.В. Алексеева, к.э.н., доц.
(ФГБОУ ВПО «НИУ «МЭИ», г. Смоленск)

АРТ-БАНКИНГ: РАЗВИТИЕ НОВОГО НАПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

С развитием современного бизнеса, появлением различных направлений деятельности, возникает необходимость вложения своих средств в прибыльные проекты с целью повышения доходности и минимизации рисков. В настоящее время банки предоставляют огромный спектр услуг, например, таких как трастовые операции, а также формирование кредитных и инвестиционных портфелей.

Трастовые операции представляют собой такую форму распоряжения собственностью, при которой право на ее управление, а также распоряжение прибылью возлагается на банк, то есть банк выполняет различные услуги по поручению на правах доверенного лица, другими словами – это доверительные операции.

В настоящее время существуют различные виды трастовых операций. Самыми распространенными из них являются трасты:

- фиксированный – доверительный управляющий имеет указания, как распоряжаться имуществом, принадлежащим учредителю траста;
- с широкими правами усмотрения – доверительный управляющий имеет право распоряжаться имуществом по своему усмотрению, чтобы приумножить и сохранить имущество;
- защищающий активы – имущество передается в траст, для того чтобы на него не было произведено взыскание.

Другим видом банковских услуг является формирование инвестиционного портфеля. Данный вид услуг подразумевает вложение свободных денежных средств в ценные бумаги, недвижимость, предметы искусства, то есть какие-либо коллекции, драгоценные металлы с целью получения дохода в виде дивидендов и процентов. Также актуальным является и формирование кредитного портфеля, что подразумевает совокупность всех видов кредитов, предоставляемых банком заемщикам на различные нужды.

В настоящее время банки активно реализуют данные виды операций, но стремятся расширить спектр предоставляемых услуг.

Одним из наиболее перспективных и новых направлений вложений финансов является инвестирование в предметы искусства. Данный вид инвестирования широко получил свое развитие на Западе, в России же это направление только начинает приобретать популярность.

Направление вложений свободных денежных средств в предметы искусства становится популярным в связи с ростом состоятельных людей среди населения и желанием приумножить свое состояние наиболее безопасным способом. На рисунке 1 представлена динамика роста долларовых миллионеров в мире по таким регионам,

как Азиатско-Тихоокеанский, Североамериканский, Европа и Россия.

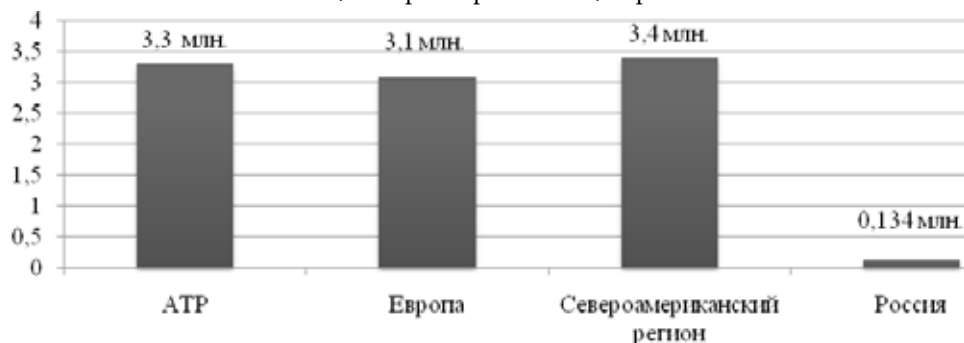


Рисунок 1 – Распределение рынка долларовых миллионеров в мире

Таким образом, Россия во много раз отстает по количеству состоятельных людей среди населения. Также наблюдается тенденция превышения числа богатых людей в Азиатско-Тихоокеанском регионе над Европой за счет интенсивного экономического роста в Китае и Индии. Их количество за последнее время составило 134 тысячи человек. В целом, рынок людей с миллионным доходом вырос на 8,3 % и составил 10,9 млн. человек, а их состояния в совокупности выросли до 42,7 трлн. долларов. Что касается процентного соотношения, то динамика роста долларовых миллионеров составила 9,7 %; 6,3 %; 8,6 %; 13,6 % соответственно [1].

Во многих случаях вложение своего состояния в предметы искусства является наиболее выгодным, так как по данным статистики за последние годы цены на предметы искусства стабильно растут примерно на 12,6 % в год, а рост прибыли по ценным бумагам на американском фондовом рынке составляет 11,7 %.

Так появилось новое направление банковского дела, такое как арт-банкинг. Арт-банкинг представляет собой услуги управления капиталом. Арт-банкинг – это услуга по предоставлению финансового и консультационного сопровождения инвестиций в предметы искусства, которое предполагает учет индивидуальных предпочтений клиентов в приобретаемых предметах искусства, экспертную оценку специалистов, подбор подходящих по потребностям коллекций, а также помощь в хранении, реставрации и страховании приобретаемых предметов искусства. Данный вид услуг предполагает обслуживание VIP-клиентов.

Основная цель инвестирования в предметы искусства – это полный возврат вкладываемого капитала, а также приносимый в связи с этим доход.

В настоящее время предоставлением данного вида услуг занимаются только двадцать крупных банков по всему миру, а также некоторые частные банки, которые занимаются индивидуальным обслуживанием клиентов. В России к одним из крупных банков, предоставляющих услугу арт-банкинг, можно отнести Газпромбанк и Темпбанк.

Услуга арт-банкинг предоставляется как частным, так и корпоративным клиентам, что важно при формировании клиентской базы, и включает в себя следующие основные моменты:

– оказание консультационных услуг по качеству инвестиционных вложений, оценка предметов искусства;

Актуальные вопросы в современной науке

- оказание консультационных услуг в управлении ценностью;
- проведение экспертизы на подлинность предметов искусства;
- проведение анализа тех сегментов рынка искусства, которые в дальнейшем будут приносить наибольшую стоимость;
- оформление всех документов, которые необходимы для покупки, страхования и перевозки;
- страхование приобретаемых предметов искусства [2].

Основной особенностью предоставления услуги арт-банкинг и, как следствие, одной из сложностей является то, что на рынке предметов искусства стоимость объектов определить достаточно сложно, их цена зависит от многих субъективных факторов, от тенденций, которые преобладают на мировом уровне. В связи с этим возникает сложность и определенный риск для банка, предоставляющего услугу арт-банкинг.

Для того чтобы свести к минимуму риск, нередко банки предоставляют кредит на покупку картин, икон, антиквариата под залог с условием частичного изменения условий залога. В критичных ситуациях, что случается достаточно редко, банк может попросить клиента погасить часть займа досрочно. Еще одной мерой минимизации риска для банка является и то, что он предоставляет клиентам кредит в размере только 50 % от стоимости предмета искусства [3].

В таблице 1 представлены основные преимущества для клиента и основные проблемы предоставления услуги арт-банкинг в России.

Таблица 1 – Преимущества и проблемы внедрения услуги арт-банкинг в России

Преимущества для клиента	Проблемы предоставления услуги в России
1 Возможность приобретения предметов искусства напрямую у владельцев без посредников 2 Доступ к частным коллекциям международных владельцев по всему миру 3 Независимая экспертная оценка работ 4 Безопасное хранилище денежных средств в моменты финансовых кризисов 5 Поиск предмета выгодного инвестирования	1 Отсутствие законодательной базы 2 Сложность в вычислении настоящей стоимости произведений искусства 3 Отсутствие колоссального опыта в реагировании на изменение цен на рынке искусства 4 Направленность на ограниченную аудиторию клиентов 5 Отсутствие денежных дивидендов при вложениях в предметы искусства

Для того чтобы адаптировать услугу арт-банкинг к российским банкам необходимо учесть следующие предложения:

- разработать всеобщее положение для российских банков, содержащее единые правила предоставления услуги арт-банкинг;
- создать единую базу данных клиентов, которые имеют отношение к предметам искусства;

- создать базу данных различных галерей и частных коллекций;
- провести обучение специалистов в области искусства;
- начать предоставление услуги арт-банкинг в сотрудничестве с зарубежным банком, что облегчит вхождение на мировой рынок искусства.

Таким образом, предоставление услуги арт-банкинг становится актуальным в настоящее время в России, однако существует ряд трудностей, которые необходимо преодолеть, чтобы услуга начала эффективно работать.

Литература:

1. Портал Vip-банкир [Электронный ресурс]. URL: http://www.vip-bankir.ru/wealth_management/
2. Лаптев С. Искусство и банковский капитал [Электронный ресурс]. URL: <http://bankir.ru/>
3. Петрикова В. А. Особенности российской системы элитного обслуживания и перспективы её развития // Проблемы и перспективы экономики и управления. СПб.: Реноме, 2012. С. 81-87

ФАКТОРЫ СБЕРЕГАТЕЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ В УКРАИНЕ

Актуальной проблемой развития экономики Украины является отсутствие необходимого объема инвестиций в реальный сектор экономики, который бы обеспечил рост социально-экономического благосостояния на основе повышения конкурентоспособности национального производства. Согласно данным Государственной службы статистики объем капитальных инвестиций за последние пять лет составил около 1,2 млрд. грн. [1]. Общий объем прямых иностранных инвестиций на 1.01.2013 г. достиг 50,3 млрд. долл. США. В текущем году согласно прогнозам Международного фонда Блейзера Украина получит около 4 млрд. долл. США прямых иностранных инвестиций [2]. Однако только для формирования конкурентоспособного АПК Украины необходимо 70 млрд. долл. США. [3] То есть больше, чем было привлечено за все годы независимости ПИИ.

В контексте вышеизложенного следует отметить, что в современных условиях, в том числе учитывая последствия мирового финансово-экономического кризиса, возрастает роль домохозяйств в формировании инвестиционных ресурсов, которые включают не только депозиты в коммерческих банках (на 1.05.2013 р. 610 млрд. грн. [4]), но и денежные средства, которые находятся на руках населения (в денежном обороте 220 млрд. грн. наличных, на остатках на корреспондентских счетах в коммерческих банках – не более 26 млрд. грн. [5]), вложения в ценные бумаги (акции и облигации). По расчетам правительства Украины на руках населения сегодня находится более 100 млрд. долл. США [6]. При этом парадоксальным является то, что значительная часть этих денег хранится в банковских ячейках, а не на банковских счетах.

Рассматривая домохозяйства как субъекты экономических отношений в Украине, можно отметить, что, в целом, население демонстрирует пассивное финансовое поведение, невысокую склонность к сбережениям (по официальным данным в 2012 г. только 6,2% общих доходов населения было направлено на прирост финансовых активов и 1,3% на накопление нефинансовых активов, то есть 7,5% доходов населения составили активные сбережения, а остальные 92,5% – потребление [7]). Это можно объяснить факторами, которые влияют на решения, связанные с формированием, распределением и использованием доходов населения.

Для анализа факторов формирования сбережений в Украине рассмотрим корреляционно-регрессионную зависимость уровня сбережений от уровня инфляции, процентной ставки по депозитам, реальных доходов на душу населения, доходов от собственности, минимального прожиточного минимума, величины среднемесячной зарплаты, величины социальных трансфертов в период 2001-2011 гг. В результате расчетов выявлено, что если рассматривать один фактор, то наибольшая корреляция

наблюдается между сбережениями и минимальным прожиточным минимумом: $Y = -57497,1 + 218,386x_2$ (Фрасч. = 75,02565 > Фкр. = 8,89 – уравнение значимо). Рассматривая далее зависимость сбережений с другими показателями, получено, что при условии значимости модели она существует только для двух факторов: $Y = -101652 + 433,079x_2 + 55,6353x_3$ (Фрасч. = 49,71609 > Фкр. = 4,45897 – уравнение значимо), где x_2 – минимальный прожиточный минимум, x_3 – среднемесячна зарплата.

Учитывая, что наибольшую долю сбережений формируют депозиты населения в коммерческих банках, проведем корреляционно-регрессионный анализ зависимости депозитов физических лиц и ВВП на душу населения, уровня инфляции, процентной ставки по депозитам, уровня реальных доходов на душу населения, уровня безработицы в период 2001-2011 гг. В результате определена значимая связь депозитов от уровня безработицы и ВВП на душу населения: $Y = 102730 - 10785,8x_2 + 16,1914x_3$ (x_2 – уровень безработицы, x_3 – ВВП на душу населения; Фрасч. > Фкр.). Значимой связи с другими показателями не выявлено. Рассматривая однофакторную модель, наибольшая зависимость выявлена для ВВП на душу населения: $Y = -25550,1 + 14,0646x_2$ (Фрасч. > Фкр.).

Таким образом, можно сделать вывод, что уровень активных сбережений населения зависит, прежде всего, от роста доходов населения наименее обеспеченной социальной группы, что, как правило, характерно для трансформационных экономик.

Анализ финансового поведения населения позволяет выделить ряд особенностей формирования сберегательного поведения домохозяйств в Украине: во-первых, уровень сбережений все еще остается крайне низким (по данным Независимой ассоциации банков средний размер депозитов в Украине составляет менее 1000 долл. США, тогда как в России он превышает 3000, а в Польше доходит почти до 4000 долл. США [8]); во-вторых, уровень сбережений не зависит от ставки процента, то есть доходности; в-третьих, наибольшую склонность к сбережению демонстрируют домохозяйства с невысоким уровнем дохода (2/3 населения сберегают «на черный день» [9]); в-четвертых, для населения характерно низкий уровень трансформации сбережений в инвестиции (51 % населения предпочитают сберегать в наличных, на депозите 17%, на текущем счете 7%, на карточном – 27% [9]); в-пятых, большая часть сбережений связана с отложенным потреблением (основными целями сбережений являются: покупка и ремонт – 45%, отдых – 30%, покупка товаров, на которые пока недостаточно средств – 22%. [9]); в-шестых, на сбережения сильно влияют ожидания, связанные с макроэкономической и политической нестабильностью.

В результате можно констатировать низкий уровень активности домашних хозяйств в Украине, иррациональный характер поведения, преобладающее влияние на принятие решений макроэкономических, то есть вторичных, факторов. В целом следует отметить низкий уровень склонности к сбережениям, что оказывает в целом негативное влияние на инвестиционный потенциал сбережений и эффективность, целесообразность потребительских расходов. Это является следствием ряда причин: во-первых, низким уровнем развития инфраструктуры финансового рынка, финансового посредничества в целом; во-вторых, низким уровнем доверия населения к финансово-кредитной сфере, государству; в-третьих, затянувшейся макроэкономической и политической нестабильностью; в-четвертых, низкой финансовой грамотностью; в-пятых, недостаточным государственным

стимулированием сберегательного и инвестиционного поведения населения.

В контексте вышеизложенного актуальным является формирование эффективного механизма стимулирования сберегательного поведения населения в Украине как комплекса мероприятий по следующим направлениям: обеспечение стабильного прироста доходов населения, диверсификация структуры источников доходов, оптимизация распределительных отношений экономической системы методами, инструментами экономической политики государства; структурно-институциональное развитие и усовершенствование национальной финансовой системы, что обеспечит появление новых сберегательных инструментов, активизацию финансового посредничества, внедрение инструментов страхования финансовых рисков; развитие института доверия, контрактного права, информационной открытости и прозрачности финансовой системы как базиса формирования системы защищенности инвесторов, сберегателей, кредиторов; информационно-образовательное просвещение населения путем внедрения специальных целевых программ по повышению финансовой грамотности, рационализации потребительского поведения на уровне государства.

Литература:

1. Інвестиції та будівельна діяльність. Государственная служба статистики Украины. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Зовнішньоекономічна діяльність. Государственная служба статистики Украины. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. АПК Украины нужно \$70 млрд. инвестиций. 13.06.2013 // <http://finance.obozrevatel.com/analytics-and-forecasts/21834-apk-ukrainyi-nuzhno-70-mlrd-investitsij-uak.htm>
4. Грошово-кредитна статистика. – Национальный банк Украины. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=44579
5. **На руках у населения 220 млрд. гривен. – 7.03.2013.** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://from-ua.com/news/f8a1aae9aa9be.html>
6. Арбузов подсчитал, сколько денег на руках у населения. – 12.04.2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://finance.liga.net/personal/2013/4/12/news/33595.htm#>
7. Доходи населення. Государственная служба статистики Украины. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Объем депозитов населения за год вырос на 59 млрд. грн. – 10.01.2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://economics.lb.ua/finances/2013/01/10/185108_obem_depozitov_naseleniya_god.html
9. Украинцы стали больше экономить. – Lb.ua – 29.10.2012. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://economics.lb.ua/researches/2012/10/29/176611_ukraintsi_stali_bolshe_ekonomit_.html

ХАРАКТЕРИСТИКА РІВНЯ СПОЖИВАННЯ НАСЕЛЕННЯМ УКРАЇНИ ОСНОВНИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

Рівень споживання населенням харчових продуктів визначається як сукупний показник фактичного споживання окремих видів харчових продуктів в розрахунку на душу населення, а також добова калорійність харчового раціону, враховуючи його збалансованість за вмістом білків, жирів, вуглеводів, вітамінів, макро- та мікроелементів.

При цьому граничний (пороговий) критерій добової калорійності харчового раціону становить 2500 ккал на добу, при цьому 55 % добового раціону повинне забезпечуватися за рахунок споживання продуктів тваринного походження [2].

За всі 2000-2011 роки калорійність раціону населення України були вище граничного рівня 2500 ккал [1]. Найбільше падіння калорійності споживання продуктів харчування відбулось у 2000 році (більше від граничного лише на 6,44%). Після економічної кризи 2008-2009 рр. калорійність споживання продуктів харчування поступово зменшувалась, але в 2011 році відбулось незначне зростання – на 0,6% в порівнянні з 2010 роком.

В цілому, в 2011 році населення України споживало продукти харчування, калорійність яких на 18,04% більша за граничний рівень. Однак інша ситуація із структурою споживання, оскільки 55% має належати продуктам тваринного походження. В Україні ця норма не виконується, так як в усі досліджувані роки українці споживали максимум 41% в 1990 році та мінімум 24,44% в 2000 році продуктів харчування тваринного походження. Позитивною тенденцією є те, що починаючи з 2000 року споживання продуктів харчування тваринного походження поступово збільшується. Зниження відбулось в 2011 році, в якому споживання тваринництва становило лише 32,28%.

Структура спожитих продуктів, їх якість та кількість має велике значення, оскільки надмірне чи недостатнє споживання харчових продуктів призводять до дисбалансу обмінних процесів, зниження імунітету та тривалості життя. Однак калорійність щоденного раціону українців здебільшого залежить від їх матеріального становища.

Відповідно до проведеного аналізу відслідковується залежність між калорійністю середньодобового споживання продуктів харчування населенням України та його доходами у розрахунку на одну особу (коефіцієнт кореляції – 0,85).

В 2008 році калорійність споживання знизилась, що пов'язано з економічною кризою. Незважаючи на те, що доходи населення значно зросли в 2008 році, купівельна спроможність знизилась (індекс споживчих цін в 2008 році становив 125,2%). Іншою причиною зниження калорійності споживання на фоні зростання доходів, може бути зміна структури споживання.

Слід зауважити, що зростання калорійності не завжди можна пов'язати із

зростанням якості та раціональності харчування, оскільки збільшення калорійності щоденного раціону населення може відбутися за рахунок підвищення споживання більш дешевих продуктів харчування – хлібу, картоплі, овочів.

Забезпечення раціону людини основними видами продуктів харчування характеризується індикатором достатності, що визначається як співвідношення між фактичним споживанням окремого продукту та його раціональною нормою.

Проведений аналіз засвідчив позитивні тенденції майже по всім пунктам щодо споживання продуктів харчування населенням України. Якщо в 1995 році споживання яєць, овочів, цукру та олії було нижче раціональних норм, то в 2011 році ситуація покращилась і споживання населенням зазначених продуктів харчування перевищило раціональні норми споживання. Фактичне споживання м'яса і м'ясопродуктів населенням менше раціональних норм, хоч слід відзначити щорічне зростання індикатора достатності споживання м'яса і м'ясопродуктів.

Проведений кореляційно-регресійний аналіз залежності споживання окремих продуктів харчування від доходів населення показав високий зв'язок між споживанням м'яса і м'ясопродуктів, яєць, овочів, плодів, ягід, олії та доходами населення (коефіцієнт кореляції більше 0,75). Таким чином, при зростанні доходів, населення буде більше споживати зазначені види продукції. Високою оберненою залежністю характеризується споживання хлібу та хлібопродуктів (коефіцієнт кореляції має від'ємне значення -0,943). Відповідно, при зростанні доходів населення, споживання хлібних продуктів буде зменшуватись, оскільки населення більшою мірою буде споживати м'ясо, рибу, овочі, фрукти тощо.

Виходячи з отриманих результатів, важливе значення має економічна доступність харчових продуктів, тобто стабільна можливість придбання усіма соціальними і демографічними групами населення основних харчових продуктів в обсязі, асортименті та відповідної якості, необхідних для забезпечення раціонального харчування.

Література

1. Статистичний щорічник України за 2011 рік / Державна служба статистики України: За редакцією О.Г. Осауленка. – К: ТОВ “Август Трейд”, 2011. – 559 с.
2. Постанова Кабінету Міністрів України від 5.12.2007 № 1379 «Деякі питання продовольчої безпеки» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1379-2007-п>



Долженко М.О.

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці
Наук. кер. – Паладі А.В.

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВИХ ВІДНОСИН ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Важливе місце у розвинутій ринковій економіці посідає підприємництво з використанням франчайзингових послуг, що дозволяє швидше і з меншим вкладом ресурсів отримати доходи від проведення бізнес-операцій. Так як міжнародний франчайзинг поєднує інтереси бізнес-партнерів з різних країн, він по праву вважається одним з важелів розвитку міжнародної економічної інтеграції та процесу виробничої глобалізації. Франчайзинг як один з видів перспективного початку підприємницької справи веде до спрощення шляхів входження фірм в іноземний економічний простір. Адже за рахунок франшизної угоди з місцевим підприємством велика міжнародна компанія спроможна продавати свій товар чи послугу за кордоном, не зважаючи на особливості ринку певної країни, бо за це відповідає франчайзі.

Дослідження франчайзингу є надзвичайно актуальним, так як на даному етапі економічного розвитку багато країн ще залишаються закритими для бізнесу франчайзинг-формату в той час як існує і полярний процес нераціонального «офраншизнення» підприємств в гонитві за казковими прибутками. Однак, беручи до уваги вагому роль франчайзингу в активізації економічних процесів, наприклад, забезпеченні встановлення збалансованого ринку, стимулюванні процесів експансії підприємств на закордонні ринки, сприянні легшому розвитку малого підприємництва за успішним зразком, можна стверджувати про необхідність, важливість та нагальність вивчення даного явища.

Франчайзинг – найпоширеніша форма інтеграції малого і великого підприємництва у сфері збуту. Суть франчайзингу полягає у тому, що головна велика компанія (франчайзер) укладає угоду з малими та середніми незалежними підприємствами (франчайзі) про надання їм виключного права на продаж її товарів чи послуг під торговельною маркою компанії-франчайзера [2, с. 102].

Франчайзинг може виступати як спосіб доставки продукції та послуг споживачеві, форма організації і здійснення підприємницької діяльності на основі кооперації матеріальних і фінансових ресурсів і зусиль різних підприємств. Франчайзер і франчайзі є незалежними юридичними особами, які вступають у взаємодію з метою об'єднання ресурсів для досягнення спільної мети. Це засвідчує неможливість віднесення будь-якої франчайзингової системи до ієрархічної структури. Джерелами фінансування системи франчайзингу є як переданий в оренду франчайзером основний капітал, так і власний та запозичений капітал франчайзі.

Перевагами фінансового характеру для франчайзі-підприємств є:

- перевірена концепція бізнесу з відомою торговою маркою, корпоративним іміджем і випробуваним продуктом або послугою;
- знижений рівень ризику;
- власники франшизи можуть купувати необхідні для їхнього бізнесу матеріальні ресурси за вигідними цінами, оскільки франчайзер володіє пільгами і знижками в силу великих обсягів закупівель цих ресурсів на всю мережу;
- спрощений доступ до фінансування, адже банки розуміють, що власники франшиз мають деякі переваги у порівнянні із звичайними підприємцями-початківцями і, як правило, більш охоче надають позики новим торговим точкам відомих франшиз, ніж новоствореним підприємствам;
- використання результатів широкомасштабних рекламних кампаній франчайзера за помірну плату (лише незначні відрахування в рекламний фонд);
- низька ймовірність банкрутства завдяки уникненню помилок (досягається внаслідок постійної методичної, технологічної, інформаційної підтримки і контролю за діяльністю франчайзі з боку франчайзера);
- спрощення ведення підприємницької діяльності завдяки оперативній підтримці менеджерів франчайзера у вигляді консультацій, навчальних курсів, аналізу діяльності тощо;
- перенесення відповідальності щодо удосконалення технологій виробництва продукції чи надання послуг, методів ведення підприємницької діяльності на франчайзера, який зобов'язаний інформувати своїх франчайзі про будь-які нововведення без вимог щодо зміни величини роялті (платежів) на час дії договору франчайзингу [2, с. 102].

Плата за франшизу (початковий внесок) стягується з власних або позичкових коштів франчайзі і вноситься здебільшого до початку випуску і реалізації продукції або послуг за договором франчайзингу. Розмір початкового внеску, як правило, відповідає початковим витратам на організацію франчайзингу і зазвичай враховує такі управлінські послуги, які надаються франчайзером франчайзі під час покупки франшизи:

- оцінка у підборі транспортних засобів, фінансування або їх лізинг;
- комплекс предметів корпоративної ідентифікації;
- public relations та відносини з пресою;
- тренінг персоналу;
- команда підтримки для «запуску» бізнесу;
- фінансова угода з банком та технічна і правова підтримка.

Розмір початкового внеску (франшиза) залежить від технології виробництва

Актуальні проблеми в сучасній науці

або надання послуг, часу існування франчайзера, його репутації та інтересів, місцевості, де буде працювати франчайзі (у столиці чи регіоні), конкретної ситуації. Як правило, на початковому етапі освоєння ринку компанії, що розпочинають створювати франчайзингову мережу, встановлюють досить невелику плату за участь у бізнесі для того, щоб залучити якомога більше франчайзі. У міру проникнення на ринок франчайзер може підвищувати розмір внеску, розглядаючи це підвищення як плату за зниження ризику і рекламу.

Періодичні відрахування (роялті) встановлюються у відсотках до обсягу виручки (продажу) або прибутку і залежать від популярності франчайзера. Це поточні платежі відповідно до умов договору і включаються до собівартості виробництва робіт або надання послуг. Розмір роялті має бути встановлений на такому рівні, щоб франчайзі не працював собі у збиток, але водночас не зупинився на досягнутому.

Джерелами доходу франчайзера зазвичай є:

- дохід від торгових точок, що належать компанії;
- націнка на першу поставку матеріалів, сировини;
- початковий внесок;
- премія за підбір приміщення, обладнання;
- дохід від орендних платежів;
- дохід від лізингу обладнання (транспортних засобів);
- відсотки за кредити;
- маркетинговий внесок, включаючи витрати на рекламу, стимулювання збуту і підтримку торгової марки;
- роялті у формі відсотка від продаж франчайзі, або відсотка від прибутку, або фіксованої щомісячної плати [3, с. 567].

Отже, підсумовуючи, можна сказати, що під час відкриття нового бізнесу доцільно розвивати франчайзинг як одну з найвигідніших форм торгового співробітництва між великими та малими підприємствами. Переваги таких договірних відносин були перевірені досвідом роботи різних за розміром фірм у державах з розвинутою ринковою економікою. Основною та найбільшою перевагою франчайзингу є те, що він поєднує в собі глибокі знання, досвід, стабільне фінансове становище фірми-франчайзера – власника генеральної ліцензії, ноу-хау, патенту, головного консультанта та постачальника сировини, продуктів, обладнання, технологій, необхідних для ведення бізнесу, та франчайзі – бізнесмена, підприємця, менеджера, чия діяльність є самостійною, але його підприємство функціонує не як окремий суб'єкт підприємництва, а як частина єдиного комплексу, що об'єднаний договором франшизи.

Франчайзинг як явище економічне має позитивний вплив на соціально-економічний стан країни за рахунок випуску та продажу якісної продукції міжнародного стандарту, впевненості споживача у відповідності товарів, що продаються за кордоном тим, які він купує у своїй країні (лояльність покупця до певного «улюбленого» бренду). Завдяки використанню системи франчайзингу число банкрутств серед нових малих підприємств істотно нижче. Найголовнішою роллю франчайзингу є його участь у процесі глобалізації виробництв та розширенні ринків збуту для визнаних у світі підприємств. Процес офраншизнення міжнародного ринку безсумнівно є важливою складовою розвитку міжнародних економічних відносин.

Література:

1. Родченко В.В., Кашуба Ю.М. Проблеми розвитку франчайзингу в Україні // Проблеми системного підходу в економіці [Електронний ресурс] Режим доступу: http://archive.nbu.gov.ua/e-journals/pspe/2010_1/Kashuba_110.htm
2. Семененко І. М. Використання франчайзингу в діяльності промислових підприємств / І. М. Семененко [Текст] // Бізнес-інформ №7,2012,- С. 102-104.
3. Виноградська А.М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку [Текст] / Монографія. - Київ: Центр навчальної літератури, 2004. - 807 с.

Тускаева З.Р.

Доцент, кандидат экономических наук, кафедра строительного производства,
Северо – Кавказский горно-металлургический институт (государственный
технологический университет)

Аликова З.Р.

Аспирант, Северо – Кавказский горно-металлургический институт
(государственный технологический университет)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВТОРИЧНОГО РЫНКА СТРОИТЕЛЬНОЙ ТЕХНИКИ В РОССИИ

Известно, что на экономическое развитие страны, ее субъектов большое влияние оказывает состояние и развитие строительного комплекса как отрасли, обеспечивающей в российской экономике примерно 6% ВВП и 8% официальной занятости. Одной из наиболее серьезных проблем развития строительных организаций является прогрессирующее ухудшение технологической и возрастной структуры активной части основных производственных фондов. Использование устаревшей техники не может ни сказываться на качестве и сроках выполняемых работ, ее себестоимости. [1] Следовательно, полное или частичное (не в полном объеме) отсутствие собственных средств у предприятий для осуществления необходимых капиталовложений, отсутствие должной государственной финансовой поддержки делают невозможными нормальное функционирование и возобновление производства.

Поэтому, учитывая опыт зарубежных стран, на территории России, в частности нашей республики, активно следует развивать рынок купли-продажи поддержанной техники с применением передовых организационных форм. Продиктовано это следующими обстоятельствами:

Во-первых, в строительных организациях и базах механизации скопилось много неработоспособных машин.

Во-вторых, многие ремонтно-технические предприятия не используют свой потенциал. Таким предприятиям выгодно самостоятельно или через посреднические структуры скупать строительную технику с целью восстановления ее потребительских свойств с последующей продажей.

В-третьих, постепенно усиливается расслоение производителей строительной продукции по экономическому положению. Это приводит к тому, что высокорентабельным по экономическому положению организациям выгодно приобретать новую технику и эксплуатировать ее относительно короткий срок, а затем продавать менее состоятельным организациям по меньшей цене, чем у новой машины. Вторым это то же выгодно. Поэтому сделки купли-продажи необходимо совершенствовать.

Таким образом, начинается движение техники от одной группы производителей строительной продукции к другой, то есть начинают функционировать три взаимосвязанных рынка: рынок новых машин (первичный),

рынок подержанных машин (вторичный), рынок услуг по восстановлению техники представленные на рис.1.[2]



Рисунок 1. *Схема взаимодействия контрагентов на вторичном рынке строительной техники*

Россия пока не имеет полноценного опыта организации вторичного рынка строительной техники в современном его понимании. В строительном комплексе страны нет четко структурированной и прошедшей серьезную проверку на практике системы скупки, восстановления и реализации подержанной техники. Не разработаны необходимые организационно – экономические механизмы и правовая база по созданию такой системы. Имеются лишь отдельные, зачастую противоречивые рекомендации общего характера по решению некоторых вопросов, которые не могут быть взяты за основу системного построения вторичного рынка строительной техники.[3]

Чтобы обосновать на сколько важна данная проблема, был проведен опрос руководителей и главных специалистов строительных и ремонтно-технических предприятий по РСО – Алании (основных потенциальных участников рынка подержанных строительных машин). Ведь без учета их интересов и предпочтений невозможно выработать реалистическую стратегию организации и развития вторичного рынка строительной техники.

Результаты обработки опросных листов руководителей и главных специалистов строительных организаций по РСО – Алании сведены в таблицу 1 и дают ответы на вопросы с учетом классификации строительных организаций по экономическому положению.

Данные таблицы свидетельствуют о заинтересованности во вторичном

Актуальные проблемы в современной науке

рынке 73 % строительных организаций из них: 58% экономически благополучных организаций, а также организаций, не располагающих необходимыми финансовыми ресурсами и вынужденных приобретать восстановленную технику (86%). Это говорит о том, что потребность в хорошо организованном рынке подержанной техники сохранится и после того, как экономический уровень большинства строительных организаций станет высоким. На начальном этапе организации вторичного рынка в качестве покупателей подержанной техники будут преобладать экономически слабые организации, так как специалистов таких организаций в два раза больше, чем специалистов экономических благополучных организаций, придерживающихся такой же точки зрения.

Таблица 1

Опрос специалистов строительных организаций по РСО – Алании по поводу вторичного рынка спецтехники (экскаваторы, башенные краны, бульдозеры и т.д.)

№ п/п	Вопрос	Единица измерения Всего организаций	Кол-во опрошенных специалистов			
			В т.ч. орган-ий., различающихся экон. положением			
			I группа: хорошее и удовл-ое	II группа: неудовл-ое		
1	Число опрошенных специалистов	чел.	30	14	16	
2	Нужен ли рынок подержанной техники?	Нужен	%	73	58	86
		Не нужен	%	15	25	7
		Не знаю	%	12	17	7
3	Купите ли Вы восстановленную машину?	Да	%	66	69	64
		Нет	%	34	31	36

Актуальные вопросы в современной науке

4	По какой цене Вы купите восстановленную машину в % от новой?	до10	%	12	10	14
		до 20	%	25	20	29
		до30	%	17	20	15
		до 40	%	17	20	14
		до50	%			
5	Готовы ли вы увеличить цену на восстановленную машину против названной в п.3 при гарантии, что ее надежность в первые два года будет почти такая, как у новой?	Не готов	%	9	10	8
		Доплачу не более 5%	%	22	20	23
		Доплачу не более 10%	%	42	39	46
		Доплачу не более 15%	%	22	20	23
		Доплачу не более 20%	%	5	11	-
6	Имеются ли в хозяйстве работоспособные машины, которые Вы готовы продать?	Да	%	25	21	29
		Нет	%	75	79	71
7	Имеются ли в организации неработоспособные машины, которые Вы готовы продать?	Да	%	50	54	46
		Нет	%	50	46	54
8	Состояние ремонтно-технической базы	Удовлетворительное	%	44	85	8
		Неудовлетворительное	%	43	15	67
		Отсутствие	%	13	-	25

Расслоение строительных организаций по экономическому положению существенно

Актуальные проблемы в современной науке

повлияет на такие важные параметры вторичного рынка, как платежеспособный спрос и предельные цены на восстановленную технику. Это в свою очередь скажется на загрузке ремонтно-технических предприятий.

Обращает на себя внимание и то, что число респондентов II группы, ответивших положительно на вопрос о покупке восстановленной техники (64%), значительно меньше, чем число поддерживающих организацию вторичного рынка (86%). На первый взгляд процент положительно ответивших на оба вопроса должен быть примерно один и тот же. Как показали беседы с некоторыми из опрошенных специалистов, разница объясняется главным образом тем, что у многих организаций нет средств для покупки техники. Поддерживая идею создания вторичного рынка как инструмента, который позволяет экономить средства на приобретение техники, они, тем не менее, предпочитают пока не покупать восстановленные машины с разовой оплатой их полной стоимости при покупке, а получать новые по лизингу. Можно ожидать, что если бы организации имели возможность получать по лизингу не только новую, но и восстановленную технику, то процент желающих приобрести ее был бы выше.

Опрос показал, что на вторичный рынок РСО - Алании будут поступать самые разнообразные машины, как работоспособные, так и требующие ремонта. Покупать последние станут главным образом ремонтно-технические предприятия. Потребность организаций, как правило, не ограничивается какой-либо одной машиной. Они хотят приобрести машины различного назначения и, зачастую, не в единственном экземпляре.

В результате опроса выявлены ценовые предпочтения строительных организаций при покупке восстановленной техники. Среди организаций первой группы 40% готовы покупать восстановленные машины по цене в пределах более 30% и до 50% от цены новой машины. Среди организаций второй группы платить такие цены за восстановленную технику готовы только 29%. Средняя же цена восстановленной машины, предлагаемая покупателями второй группы немного ниже цены покупателей второй группы – соответственно 29% и 32% цены новой машины.

Процент организаций, желающих купить подержанную технику как по слишком низкой, так и по слишком высокой цене (до 10% и более 40% стоимости новой), незначителен – соответственно 12% и 17%. Основная масса организаций (71%) ориентирована на покупку машины по цене более 10%, но не более 40% стоимости новой. Хотя, казалось бы, чем дешевле машина, тем больше будет желающих ее приобрести.

Рынок подержанных строительных машин получил в западных странах масштабное развитие. Быстрое развитие вторичного рынка строительной техники в экономически развитых странах обусловлено несколькими основными причинами.

Зарубежная практика свидетельствует, что необходимым условием создания цивилизованного, работающего в интересах как продавцов так и покупателей отечественного рынка подержанной строительной техники является и наличие хорошо организованной системы ее предпродажного и послепродажного технического сервиса. [4] Покупатель должен быть уверен, что предлагаемая к продаже подержанная машина отвечает следующим требованиям:

Актуальные вопросы в современной науке

- эффект от использования машины не только компенсирует затраты на покупку, но и принесет прибыль, которая в расчете на год будет выше процента на банковский вклад в размере цены машины;

- машина имеет приемлемый для нее ресурс работоспособности;

- прошла должную предпродажную подготовку;

- при необходимости будет дополнительно выполнена ее регулировка и наладка непосредственно на хозяйстве;

- при поломке машина будет быстро отремонтирована;

- не будет проблем с приобретением запасных частей, для ее ремонта собственными силами ;

- стоимость запасных частей, ремонтно-технических услуг будет приемлемой;

- можно будет выбрать наиболее выгодную для себя форму покупки машины, запасных частей, ремонтно-технических услуг: оплата полной стоимости при покупке, в кредит (денежный или товарный), в обмен на другую машину с зачетом ее стоимости, натуральный обмен (бартер), финансовый лизинг и др.;

- можно будет получить квалифицированную консультацию по эксплуатации, техническому обслуживанию и ремонту машины.

Для успешного функционирования рынка подержанной техники необходимо наличие взаимовыгодных экономически целесообразных отношений между основными участниками рынка (строительные предприятия, ремонтные предприятия, дилерские сети). Это возможно при организации партнерских отношений всех участников вторичного рынка с разделением финансовых рисков и соответствующим распределением дохода. Поэтому, для сближения интересов строительных предприятий, ремонтных служб и снабженческо-сбытовых сетей в области организации вторичного рынка техники имеет смысл создать единый информационный интернет-центр – т.е. сайт, так называемая «информационная площадка» с полной информацией по технике вторичного рынка. [4] Суть функционирования сайта заключается в следующем: формируются и постоянно обновляются данные о номенклатуре техники (агрегах, оборудовании) для реализации, тем самым обеспечивая взаимодействие продавцов и покупателей на «общей территории». Схема взаимодействия независимых партнеров представлена на рис.2



Рис.1. Схема функционирования информационного интернет-центра

Благодаря подобному информационному интернет-центру выявляются потенциальные продавцы и покупатели подержанной техники, ценовые предпочтения, виды и число машин, которые они хотят и купить.

На рынке строительной техники должны быть введены в действие механизмы разрешения противоречий ее участников, которые они могут снять самостоятельно, а также механизмы обеспечения общенациональных интересов и приоритетов. Один из ключевых приоритетов – восстановление и развитие в возможно короткие сроки технического потенциала строительного производства. Поэтому государство в лице Министерства и региональных органов государственного управления, других заинтересованных ведомств и организаций должно принять участие в регулировании развития и функционировании рынка строительной техники.[5]

Но прямого административного вмешательства в деятельность участников рынка не должно быть. Нужно усовершенствовать и ввести систему обязательных для исполнения экономических и организационных норм и нормативов. Это сроки, порядок начисления и нормы амортизации различных видов строительной техники; порядок лизинга техники; порядок взимания и размеры ввозных пошлин на зарубежную технику, включая подержанную. К этой же категории относятся нормативные акты, определяющие порядок и размеры компенсации затрат строительных организаций на приобретение техники, порядок и нормы налогообложения отечественных товаропроизводителей и продавцов строительной техники. [6] Не меньшее значение имеют нормативные акты по сертификации продукции производителей строительной техники, их дилеров, ремонтно-

технических предприятий и посредников. Для этого в свою очередь необходимо иметь федеральные стандарты продукции строительного машиностроения, отражающие технический, эргономический, и экологический уровень лучших зарубежных аналогов, федеральные или региональные стандарты или технические условия на восстановленную технику.

Принципы, положенные в основу системы скупки, восстановления и продажи подержанной строительной техники в развитых странах могут быть заимствованы с теми или иными корректировками при организации отечественного вторичного рынка строительной техники.[7]

Разработка механизма вторичного рынка строительной техники и превращение его в эффективный инструмент воспроизводства парка строительных машин позволит:

Ø #25;8G8BL ?0@: @01>B>A?>A>1=>9 B5E=8:8;

Ø !>:@0B8BL >1J5<K A?8A0=8O <0H8=;

Ø #25;8G8BL MDD5:B82=>ABL @01>BK строительных предприятий всех категорий, в том числе находящихся в сложном финансовом положении;

Ø :B82878@>20BL @K=>: строительной техники за счет гибкого ценообразования и возможности длительной эксплуатации подержанной техники.

Литература:

1. Ансофф И. Стратегическое управление: сокр. Пер. с англ. – М.: Экономика, 1989, с.519.
2. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996, с.160.
3. Режим доступа: STROIT.RU.
4. Режим доступа: 2004-04-27 Экскаватор. Ру
5. «РБК. Исследования рынков», маркетинговое агентство «Пром- Маркетинг».
6. Режим доступа: http://marketing.rbc.ru/news_research/17/08/2011.
7. Режим доступа: www.nav-car.ru



Кипоренко В.В.

аспірант

Інституту агроекології і природокористування НААН

ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Увага світової громадськості до органічної продукції неухильно зростає. Таке ставлення продиктовано тим, що у всьому світі поширеною є практика використання в сільському господарстві різних синтетичних добрив, пестицидів, засобів захисту рослин, гормонів та стимуляторів росту. Тому споживач стає обережнішим та вимогливішим при виборі продуктів харчування, керуючись не лише турботою про навколишнє середовище, а й піклуванням про власне здоров'я. Україна не стоїть осторонь цієї тенденції – у нас також збільшується популярність органічної продукції і як наслідок, зростає чисельність фермерських господарств – виробників органічних продуктів.

Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку ринку органічної продукції в Україні знайшли відображення у наукових працях українських вчених, таких як: В.О. Шлапак, М.І. Кобець, Є.В. Милованов, Н.В. Бородачева, М.В. Капштик, М.К. Шичула, В.І. Артиш, Т.О. Зайчук, Т.О. Чайка, Г.М. Чорний та ін. Проте динамічність розвитку цього сегменту продовольчого ринку змушує постійно звертатися до аналізу існуючих тенденцій виробництва органічної продукції.

Починаючи з 90-х років ХХ ст., у багатьох країнах світу формуються ринки органічної продукції, обсяги яких на сьогодні стрімко зростають, що пов'язано з: підвищенням кількості екологічних катастроф, конфліктами навколо харчових продуктів на міждержавному рівні, зростанням рівня свідомості споживачів щодо власного майбутнього та майбутнього своїх дітей, стану навколишнього середовища. Високі темпи збільшення споживання, органічних продуктів, розширення їх асортименту, поширення органічного землеробства в усьому світі дають підстави стверджувати, що виробництво органічних продуктів може стати серйозною

альтернативою традиційному сільському господарству [1, с. 117].

На сьогоднішній день вже більш як в 146 країнах світу ведеться статистика, щодо виробництва органічних сільськогосподарських продуктів харчування. Україна посідає 16 місце серед 100 країн – найбільших виробників продукції органічного землеробства, що має суттєве значення з точки зору покращення її конкурентних позицій на світовому продовольчому ринку, оскільки наша країна за темпами розвитку цього сегменту випередила ряд європейських країн.

За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, приблизно 70% українських виробників органічної продукції орієнтовані на експорт. Основними експортними ринками для України є Європейський Союз, США, Канада та Японія. Однак точних даних щодо обсягу та асортименту цієї продукції немає через відсутність офіційних статистичних даних та нерегульованість митного контролю (у митних деклараціях органічна продукція не відрізняється від традиційної).

Необхідно зауважити, що, за соціологічними дослідженнями, більше 88 % вітчизняних споживачів позитивно ставляться до органічної продукції та готові її купувати за таких умов:

- забезпечення суворого контролю якості з боку державних органів;
- виробництво повного асортименту продукції та доступність у торговельній мережі;
- незначне збільшення ціни на рівні 10-20% відносно традиційної продукції, що можливо за умови державної підтримки виробників [2, с. 233].

Без сумніву, що питаннями просування та реалізації повинні займатися професіонали – маркетологи із знаннями особливостей виробництва та формування ринку органічної продукції. Тут на поверхню виходить ще одна проблема – нестаток кваліфікованих кадрів. Сільське господарство складно сприймає зміни. Це пов'язано не тільки із консервативними поглядами сільгоспвиробників. Інновації вимагають значних вкладень коштів, яких у розпорядженні виробників, в більшості випадків, нестаток. Для вирішення ситуації необхідно залучити вищу школу для підготовки молодих, прогресивних кадрів та дорадчі служби для роз'яснення та навчання працюючих[3, с. 270].

Ще однією вагомою проблемою яка заважає розвитку ринку органічної продукції є низька поінформованість споживачів про органічні товари на ринку. Саме тому виготовляючи органічну продукцію, підприємство має насамперед потурбуватись про те, щоб вона була розпізнана споживачами. Це досягається шляхом використання товарно-знакової символіки як інформації. На сучасному етапі українська асоціація учасників біовиробництва «БІОЛан Україна» створила торгову марку для органічної продукції «БІОЛан Україна органічний продукт». Створення цієї торгової марки дасть змогу зміцнити позиції вітчизняної органічної продукції на українському ринку продовольства.

На нинішньому етапі невід'ємною частиною більшості сучасних продовольчих товарів є упаковка як основний носій інформації, включаючи екомаркування. Частиною стратегії проектування й використання упаковки є маркування товарів із застосуванням етикеток, ярликів, штрихового кодування та інших засобів. На етикетці органічної продукції, крім назви товару та інформації про нього, наноситься логотип, який є складовою екомаркування. Екомаркування дає

Актуальні проблеми в сучасній науці

споживачеві надійний критерій вибору якісної продукції, з іншого боку допомагає виробникові у просуванні цих товарів і підвищенні їх конкурентоспроможності на ринку. В органічному виробництві підприємство може маркувати свою продукцію як органічну лише після того, як отримає сертифікат, що підтверджує цей статус від незалежного органу сертифікації. [4, с. 44].

На сучасному етапі потребує невідкладного вирішення питання про створення власного органу сертифікації, який би надавав послуги вітчизняним виробникам органічної продукції та був офіційно зареєстрований Міжнародною федерацією сільськогосподарського органічного руху. Нині існує сертифікаційний орган ТОВ «Органік стандарт», мета якого – надання послуг з добровільної сертифікації виробництва, переробки, реалізації та інших елементів виробничої діяльності, пов'язаних з органічною продукцією; здійснення виробничої, посередницької, маркетингової, торговельної та інших видів господарської діяльності відповідно до предмета діяльності товариства. На думку українських експертів, послуги вітчизняної сертифікації коштували б близько 1000 грн. із розрахунку на господарство, залежно від площі, сфери діяльності та перехідного періоду. Також на вартість органічної продукції впливають ціни та товари конкурентів. Таким чином, Україна, володіючи величезним потенціалом для розвитку ринку органічних продуктів, сьогодні не здатна реалізувати його через відсутність правової бази.

Досвід країн із високорозвиненим ринком органічної продукції показує, що найтипівішими каналами збуту органічної продукції є такі:

- прямий продаж індивідуальним споживачам через схему посилок та Інтернет;
- прямі поставки в ресторани та спеціалізовані роздрібні підприємства;
- продаж через кооперативи виробників;
- продаж сертифікованим переробним підприємствам;
- продаж представникам оптової торгівлі.

Основним «дослідним майданчиком» для формування українського ринку екологічно безпечних продуктів на нашу думку є великі міста. Це пов'язано в першу чергу з наступними обставинами:

- 1) більш високий порівняно з іншими регіонами, рівень життя, що забезпечує більшу платоспроможність населення і відповідно, лояльність покупців до дорожчих продуктів;
- 2) висока конкуренція, внаслідок якої виробникам доводиться шукати нові конкурентні переваги;
- 3) використання багатьма виробниками в якості експериментального майданчика для своїх нових продуктів і технологій;
- 4) більш висока культура споживання і рівень екологічної свідомості населення;
- 5) популяризація здорового способу життя серед населення;
- 6) складна екологічна ситуація в місті, що збільшує стурбованість громадян екологічними проблемами.

Сьогодні роздрібні торговельні мережі стають все більш значущою ланкою споживчого ринку. Зі зростанням доходів населення поступово переключається з

хаотичних ринків і невеликих розрізаних магазинів на покупки в великих мережових магазинах з широким асортиментом та високою якістю пропонованих продуктів й обслуговування відвідувачів. В нашому розумінні підприємства роздрібною торгівлі спільно з виробниками повинні популяризувати екологічно безпечні продукти, а також інформувати споживачів про те, що це за продукти, з чого складається їх ціна. Згідно маркетингової практики, близько 60-80% рішень про купівлю приймається споживачем в місцях продажів, тому роль підприємств роздрібною торгівлі в просуванні й реалізації екологічно безпечних продуктів є істотною.

Після проведеного аналізу можна зробити висновки, що в першу чергу необхідне забезпечення зі сторони законодавчої бази, яка б регламентувала процеси виробництва, зберігання та реалізації органічної продукції; використання дотацій державою для стимулювання та підтримки реалізації органічної продукції закладам харчування дітей, шкіл та вищих навчальних закладів; вивчення досвіду зарубіжних країн та адаптації його до умов України.

Список використаної літератури

1. Артиш В.І. Організаційно-економічні передумови формування ринку екологічно чистої продукції в Україні / В.І. Артиш // Економіка АПК. – 2009. – № 2. – С 117-120.
2. Чайка Т.О. Передумови розвитку ринку органічної продукції в Україні / Т.О. Чайка // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4, Т. I. – С.233-239.
3. Мамалига С.В. Розвиток ринку органічної продукції в Україні / С.В. Мамалига, О.П. Глубока // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2012. – № 2(18), Т. I. – С.270-279.
4. Артиш В.І. Перспективи Формування ринку органічної продукції в Україні / В.І. Артиш, Г.М. Чорний // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2010. – № 154(2) – С.44-56.



Градзион А.О.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ВЕНЧУРНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В НАЦИОНАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ УНИВЕРСИТЕТАХ

~~Важнейшим направлением современного развития российской экономики является инновационное венчурное предпринимательство, которое отождествляется с высокими технологиями (нанотехнологии, биотехнологии, аэрокосмические технологии и т.д.), образующими инновационный потенциал страны, который может стать высокодоходным и способным создавать и революционизировать современный спрос. Особенную роль в данном процессе играют национальные исследовательские университеты (НИУ), обеспечивающие полный инновационный цикл: от разработки НИОКР до запуска инновационного проекта в виде малого инновационного предприятия (МИП).~~

~~В мировой практике мировой венчурное предпринимательство, как форма инвестирования, имеет уже более чем полувекую историю. В России этот вид бизнеса начал развиваться сравнительно недавно и связан, в первую очередь, с формированием нового инновационного типа российской экономики. Чаще всего о венчурном предпринимательстве говорят как о трансформации научно-технического достижения от первоначальной идеи до внедренной технологии в массовое производство [4].~~

~~В отличие от традиционного товара или услуги инновационный товар в виде идеи, изобретения, ноу хау, инновационного проекта включает в себя несколько стадий развития, на каждой из которых задачи и инструменты реализации могут различаться между собой. Основные стадии развития венчурного проекта в виде инновационного проекта представлены на рисунке 1.~~