

85
214

СВІТОВИЙ БІЗНЕС





СВІТОВИЙ БІЗНЕС

Навчальний посібник

За редакцією д.е.н., проф. Ф.Ф. Бутинця

Житомир
ПП "Рута"
2004

НБ ПНУС



693467

Рецензенти

д.е.н., проф. Ю.І. Осадчий

Міжгалузевий інститут управління (м. Київ)

д.е.н., проф. Г.Г. Кірейцев

Національний аграрний університет (м. Київ)

Відповідальний редактор д.е.н., професор Ф.Ф. Бутинець

С 24 **Світовий бізнес:** Навчальний посібник. / За редакцією проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП “Рута”, 2004. – 498 с.

ISBN 966-8059-27-1

Колектив авторів:

*Ф.Ф. Бутинець, д.е.н., проф., керівник авторського колективу (вступ, 11);
Т.В. Барановська, доц. (1); С.Л. Береза, к.е.н., доц. (1, 9); С.В. Бойко, викл. (3);
В.П. Бондар, к.е.н., доц. (3); К.П. Боримська (2); Г.А. Буравков (7);
В.Г. Валько, доц. (1); О.П. Войналович, викл. (10); О.М. Глуцук, викл. (2);
М.І. Гордійчук (9); Т.В. Давидюк, доц. (5, 6); А.П. Дикий, викл. (3);
І.В. Драган (4); С.М. Дячек, викл. (7); В.В. Євдокимов, ст. викл. (7);
І.В. Жиглей, к.е.н., доц. (8); І.В. Замула, викл. (4); І.М. Зьолко (11);
С.М. Кафка (11); М.О. Ковальчук (12); М.О. Козлова, викл. (12);
М.М. Кривошей (9); В.П. Левчук (6); С.Ф. Легенчук, викл. (6);
І.Ю. Литвиненко, аспір. (10); І.В. Литвинчук, викл. (5); Н.М. Малога, к.е.н., доц. (7);
С.З. Мошенський, ст. викл.(6); О.В. Олійник, к.е.н., доц. (10); Н.А. Остап'юк, викл (10);
Т.П. Остапчук, доц. (5); В.В. Очколас (2); І.А. Панченко, викл. (8);
Н.І. Петренко, доц. (8); О.М. Петрук, к.е.н., доц. (4); Н.В. Піка (10);
І.Р. Поліщук, викл. (2); Ал.В. Рабошук, ст. викл. (11); Ан.В. Рабошук (8);
І.Т. Райковська (8); К.В. Романчук, викл. (3); М.В. Семенчук (4); Т.В. Соломахо (9);
І.В. Супрунова (5); І.Л. Томашевська (6); Т.В. Шахрайчук, викл. (12);
М.М. Шисун, к.е.н., доц. (1); Н.В. Шумлянська, викл. (12); Л.Й. Юрківська, ст. викл. (1).*

У посібнику розглянуто основні теми, що передбачені для вивчення в курсі “Світовий бізнес”. Розкрито важливі на сучасному етапі аспекти діяльності підприємств на міжнародному ринку.

Посібник поділений на теми, по кожній з яких є контрольні питання для перевірки знань, теми для рефератів та рубрика, присвячена діяльності компанії, яка займається веденням світового бізнесу.

Призначений для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів усіх рівнів акредитації, економістів, бухгалтерів-практиків, бізнесменів та всіх, хто цікавиться особливостями ведення бізнесу в різних країнах.



ПЕРЕДМОВА

На створення цього посібника нас наштовхнуло нещодавнє видання колективом нашої кафедри посібника “Основи бізнесу”, в якому, окрім наших викладачів, до написання були задіяні мер міста Житомира Георгій Буравков, народний депутат України Володимир Засць, а також ряд працівників Податкової служби та відомі підприємці.

Ми – великий дружній колектив кафедри обліку і аудиту Житомирського державного технологічного університету, ми – бухгалтери, які, як ніхто інший, розуміють, що ведення успішного бізнесу, як всередині країни, так і за її межами неможливе без знання підприємцями мови бізнесу – бухгалтерського обліку – та без його раціональної організації.

Чи достатньо вважати повноцінним бухгалтером людину, яка оволоділа знаннями обліку? За сучасних умов господарювання цього замало.

Ми усвідомлюємо, що навіть досконале знання мови бізнесу не дозволяє вважати себе повноцінним спеціалістом. Ми ще раз впевнилися і хочемо переконати своїх колег, що організувати дійовий, ефективний облік може лише фахівець, який розуміє як функціонує бізнес. Так як успішне ведення бізнесу нерозривно пов’язане з веденням обліку, так і облік повинен вестися заради бізнесу, а бухгалтер, який добре знає проводки, реєстри та звітність, але не володіє знаннями щодо ведення бізнесу, не знає особливостей господарювання, зможе організувати облік лише на примітивному рівні, якому далеко для задоволення потреб підприємницької діяльності.

Такий бухгалтер не буде користуватися повагою у бізнесових колах. Це стосується і викладачів облікових дисциплін, місією яких є озброїти своїми знаннями майбутніх спеціалістів, сформувати їх як фахівців. Однак знання лише загальних основ бізнесу є занадто невеликим багажем знань, з яким бухгалтер може поринути у вир сьогодення, враховуючи процес входження України до світової спільноти.

Сучасний бухгалтер – це спеціаліст широкого профілю, з ґрунтовними знаннями з мікро- та макроекономіки, сучасних напрямів економічної думки, без яких сьогодні неможливо прогнозувати діяльність, консультант з будь-яких питань економічного життя.

Географічне розташування України, наявні природні й трудові ресурси, значний підприємницький потенціал роблять її активним учасником світового бізнесу. Сучасний темп розвитку бізнесу такий, що першими вивчають бізнес в інших країнах практики-бізнесмени. Не маючи відповідних знань, через свою невідповідність вони зазнають втрат та помиляються. Наявні на ринку посібники з даної тематики, в переважній більшості, видані за кордоном, орієнтовані на читачів з достатнім досвідом у сфері зовнішньоекономічних

відносин. Тому, вже сьогодні ми, науковці, повинні подбати про те, щоб надати майбутнім бізнесменам-практикам всіх необхідних знань.

З глобалізацією економіки бухгалтерський облік набуває міжнародних масштабів. Користувачами облікової інформації є іноземні банки, біржі та інвестиційні компанії (окремі іноземні інвестори). Бухгалтерський облік стає не тільки загальносвітовою універсальною мовою бізнесу, він стає мовою, якою можуть спілкуватися прибалт та українець, росіянин та японець. Саме на мові бухгалтерського обліку можна пояснити іноземному інвестору, чому йому вигідно інвестувати кошти в те чи інше підприємство. Але для цього об'єктивно необхідним є вивчення практики світового бізнесу. Щоб впевнено відчувати себе за умов виходу підприємства на світовий ринок, необхідно досконало знати на ньому "правила гри".

Тільки системний підхід до вивчення фахівцями з обліку найкращих аспектів ведення бізнесу в провідних країнах світу, що можуть бути практично впроваджені в Україні, надасть їм змогу забезпечити ефективне функціонування підприємств, які виходять на світовий ринок.

Те, що бухгалтеру не можна бути сьогодні вузькоспеціалізованим фахівцем, добре усвідомлює наш колектив. Тому за останні роки, окрім видань навчальних посібників і підручників з нашої спеціальності, ми намагаємося не залишити без уваги і охопити різні сфери. Колективом кафедри (облікової!) підготовлено підручники та посібники з ділової англійської мови, основ бізнесу, економічного аналізу, методики викладання та ведення досліджень. Це свідчить про наше прагнення бути обізнаними з проблематики і в інших сферах, крім бухгалтерського обліку, розширити професійний світогляд наших студентів, а також інших читачів.

Колектив авторів вважає, що представлений посібник буде корисним для тих, хто справді цікавиться особливостями ведення світового бізнесу, і допоможе знайти відповіді на питання, з якими фахівці зустрічаються у практичній діяльності.

Ще раз хотілося б наголосити, що незнання мови бізнесу організаторами підприємницької діяльності призведе до її неефективності та не принесе очікуваної користі ні власнику, ні суспільству в цілому.

Можливо, наші роздуми сьогодні є досить сміливими, а позиції – недостатньо зрілими, однак у майбутньому, з Вашою допомогою, ми сподіваємося удосконалити цей посібник і створити цікавий та оригінальний підручник з світового бізнесу.

*Ф.Ф. Бутинець,
д.е.н., професор
м. Житомир, лютий 2004 р.*



ТЕМА 1

СУТНІСТЬ СВІТОВОГО БІЗНЕСУ ТА ЙОГО ВИДИ

**1.1. Поняття світового
бізнесу та його історичний
розвиток**

1.2. Види світового бізнесу

**1.3. Діяльність
багатонаціональних
компаній**



ТЕМИ ДЛЯ РЕФЕРАТИВ

1. Сучасні тенденції розвитку світового бізнесу.
2. Роль України в розвитку світового бізнесу.
3. Діяльність БНК в Україні.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. Пояснити, що таке сучасний світовий бізнес і в чому його відмінності від зовнішньоекономічної діяльності.
2. Охарактеризувати, які фактори впливають на розвиток світового бізнесу.
3. Зазначити, які особливі характеристики притаманні світовому бізнесу.
4. Визначити, які причини спонукають підприємства займатись світовим бізнесом.
5. Вказати особливості кожного етапу розвитку світового бізнесу.
6. Назвати основні види світового бізнесу, охарактеризовуючи переваги та недоліки кожного з них.



НАША КОМПАНІЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

1. Знайти в періодичній літературі матеріали про підприємство, яке є учасником світового бізнесу.
2. Вказати основні ринки, на яких реалізується продукція чи послуги цього підприємства.
3. Обґрунтувати необхідність їх розширення та наявні можливості для цього.
4. Визначити стратегію обраного Вами підприємства.
5. Розробити рекомендації щодо виходу підприємства на інші закордонні ринки, обґрунтувати необхідність такого виходу та найсприятливіші види світового бізнесу, яке може здійснювати це підприємство.
6. Створити за кордоном власну філію (фірму).





1.1. Поняття світового бізнесу та його історичний

розвиток



Поняття світового бізнесу

Україна вже зробила серйозні кроки в світовому бізнесі, але для того, щоб зайняти та утримувати достойне місце в ньому, слід досконало орієнтуватись в міжнародних ділових операціях, тенденціях розвитку подій на фінансових ринках та ринках валют. Наша країна увійшла до ери глобалізації бізнесу.

Глобальний характер сучасного бізнесу обумовлений наступними факторами:

↳ транспортні засоби стають більш швидкими і нові товари швидко розповсюджуються по всьому світу;

↳ зростають можливості систем комп'ютеризації і комунікацій, що дозволяє здійснювати контроль з великих відстаней (бізнесом можна займатись не виходячи з офісу);

3 книги рекордів Гіннеса



Найбільший магазин в Internet

Amazon.com, заснований в 1994 р. Джефом Безосом (США), відкрив свої віртуальні двері в липні 1995 р. і з того часу здійснив обслуговування більше 13 млн. чоловік в більше ніж 160 країнах. В його каталозі перераховано 4,7 млн. книг, компакт-дисків та аудіокниг.

↳ доступність та всеосяжність – світовий бізнес регулюється відповідним законодавством країн, де він здійснюється, але для кожної фірми певної країни існують широкі можливості для виходу на світовий ринок.

Світовий бізнес – це ділове співробітництво підприємств або їх підрозділів, які знаходяться у різних країнах. Це будь-яка господарська діяльність з перетином кордонів, участю представників двох або більше країн.

Основна мета світового бізнесу, як і будь-якого бізнесу, що здійснюється всередині країни, – отримання прибутку, однак йому притаманний ряд особливих характеристик:

↳ найбільш типовими для світового бізнесу є міжфірмові операції, що здійснюються фірмами та їх підрозділами, які діють в декількох країнах та взаємодіють між собою;

↳ він базується на можливості отримання економічних вигод виходячи з переваг міжнародних ділових відносин. Ця характеристика пов'язана з фактом, що збут товару в іншій країні або виробництво певного товару та



надання певного виду послуг в ній має більше переваг, ніж така ж діяльність всередині країни (тобто світовий бізнес здійснюється в тій країні, або з тими партнерами, які є найвигіднішими).

Причинами, що спонукають підприємства до виходу на міжнародний ринок є:

☞ розвиток внутрішнього ринку, за якого вигідніше вкласти капітал за кордоном (насиченість ринку товарами; посилення тиску конкурентів; зростання залежності від посередницької торгівлі, особливо у питаннях якості, цін, капіталовіддачі та розширення виробництва; зростання зборів, пов'язаних із захистом навколишнього середовища; труднощі дотримання соціального законодавства);

☞ нестабільність політичної та економічної ситуації всередині країни, зокрема очікування низького економічного зростання і погіршення інвестиційного клімату;

☞ недосконалість законодавчої бази, що регулює комерційну діяльність;

☞ нестабільність національної валюти, можливість отримання прибутку в твердій іноземній валюті і компенсація коливань валютного курсу шляхом організації часткового виробництва і збуту у відповідних країнах;

☞ активна конкуренція зі сторони іноземних компаній (в тому числі транснаціональних), що діють на внутрішньому ринку;

☞ можливість зниження ризику втрати доходу за рахунок зменшення залежності від внутрішнього ринку і “розсіювання” його шляхом завоювання іноземних ринків, в тому числі розв’язання проблеми залежності фірми від сезонних коливань попиту на внутрішньому ринку;

☞ можливість отримання більшого прибутку від кращого використання виробничих потужностей (зокрема, розширення ринку дозволяє завантажити наявні або додатково створені потужності);

☞ отримання доступу до цінного “ноу-хау”, наприклад, завдяки партнерству з іноземними партнерами;

☞ зростаючий попит потенційних зарубіжних клієнтів;

☞ можливість придбання на зарубіжних ринках необхідних ресурсів (яких, наприклад немає на внутрішньому ринку, або які значно дорожчі, ніж на зовнішньому ринку), диверсифікація¹ джерел постачання, зниження загального ризику шляхом їх віднесення на більший обсяг продукції, частина з яких виготовляється на власних зарубіжних фірмах.

¹ Диверсифікація – різноманіття, різносторонній розвиток.

Диверсифікація виробництва – одночасний розвиток багатьох не пов'язаних одним з одним видів виробництва, розширення асортименту виробів, що виготовляються.



Міжнародне підприємство – це фірма, що займається міжнародною торгівлею або здійснює інвестиції за кордоном.

Щоб стати міжнародною, фірма не обов'язково має бути багатонаціональним підприємством² та інвестувати кошти безпосередньо в операції на території інших країн, хоча багатонаціональні компанії обов'язково є міжнародними. Міжнародній фірмі достатньо займатися експортом чи імпортом товарів з інших країн.

Як правило, по відношенню до певного ринку країни залучення до світового бізнесу здійснюється двома шляхами: або на них виходять зарубіжні суб'єкти з пропозиціям про продаж чи купівлю, або виробничі потужності підприємства перевищують потреби внутрішнього ринку і воно намагається вийти на зовнішній ринок самостійно. При цьому кожна з сторін переслідує різні цілі. Цілі, які спонукають українські та іноземні підприємства займатись зовнішньоекономічною діяльністю в Україні, наведені в табл. 1.1.

Таблиця 1.1. Мотиви здійснення зовнішньоекономічної діяльності в Україні

Українські підприємства	Іноземні підприємства
Забезпечення потреби в товарах критичного імпорту (масло, какао, какао-порошок, бавовна тощо)	Розширення ринку за рахунок залучення інших країн, в тому числі країн СНД
Одержання доступу до валюти	Отримання доступу до дешевших сировинних ресурсів
Залучення зарубіжних технологій та спеціалістів	Використання дешевої і достатньо кваліфікованої робочої сили
Отримання додаткових матеріальних та фінансових ресурсів	Отримання доступу до наукових розробок і "ноу-хау"
Повніше насичення ринку якісними товарами, підвищення конкурентоспроможності підприємств	Винесення шкідливого виробництва або застарілої технології за межі держави
Збереження і збільшення зайнятості	
Розвиток експортної бази	

Процес виходу компанії на зарубіжні ринки і здійснення міжнародної діяльності на них називається **інтернаціоналізацією**.

Відмінності між різними країнами вимагають коригування практики бізнесу міжнародного підприємства у кожній окремій країні. Наприклад, маркетинг продукції у Бразилії може вимагати іншого підходу, ніж маркетинг тієї ж продукції в Німеччині; управління робітниками у США може вимагати зовсім іншого вміння та навичок, ніж управління робітниками в Японії. Менеджери міжнародної компанії повинні враховувати ці відмінності, запроваджувати необхідні стратегії та варіанти політики, щоб вирішити пов'язані з ними проблеми.

² Багатонаціональним підприємством (БНП) називають будь-яке підприємство, яке здійснює виробничу діяльність у двох або більше країнах, (детальніше див. п. 1.3).

Управління міжнародною фірмою відрізняється від управління фірмою, що працює виключно на внутрішньому ринку, через такі фактори:

- ↳ всі країни є різними;
- ↳ спектр проблем, з якими доводиться мати справу менеджера міжнародної фірми набагато ширший, а самі проблеми набагато складніші від тих, які вирішує менеджер на вітчизняному ринку;
- ↳ міжнародній фірмі доводиться шукати шляхи діяльності в умовах обмежень, спричинених втручанням урядів у систему міжнародної торгівлі та іноземних інвестицій;
- ↳ міжнародні трансакції (операції) передбачають конвертацію грошей у різні валюти.

На початку нового століття світовий бізнес став настільки поширеним, що його вважають феноменом сучасності і за прогнозами спеціалістів сфера світового бізнесу буде мати подальший динамічний розвиток.



**Історичний
розвиток
світового
бізнесу**

Розвиток світового бізнесу можна логічно поділити на декілька етапів.

1. Комерційна ера (1500-1850 рр.) – починається з часів великих географічних відкриттів та закінчується серединою XIX століття. Саме пошук особистої вигоди, пов'язаної з торгівлею колоніальними товарами в Європі, став рушійною силою, яка більше трьохсот років визначала розвиток міжнародної торгівлі. Здійснення колоніальних подорожей супроводжувалось високим ризиком, але отримання швидких прибутків, які в декілька разів перевищували витрати, виступило сильним стимулом для залучення нових учасників такого бізнесу.

Колоніальний бізнес сприяв розвитку страхування та інвестиційної діяльності – шляхом фінансування торгових експедицій та їх страхування. Наведені фактори сприяли розвитку транспортних шляхів, розвитку промисловості європейських країн: від судноплавства та металообробки до переробки імпортованої сировини. В основному це стосувалось таких найрозвинутіших європейських країн як: Британія, Голландія, Іспанія, Німеччина, Франція та інших.

Характерними особливостями цього періоду розвитку є:

- ↳ державний вплив на взаємовідносини країн та ефективність ведення спільного бізнесу. Наприклад, Японія відзначалась абсолютною самоізоляцією, але заборони та обмеження найчастіше були безпідставними, так як міжнародної конкуренції в ті часи в її сучасному вигляді не існувало;



✧ в деяких країнах поступово зміцнювалась підтримка зі сторони держави її підприємців у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

Цю еру історики визначають як еру суверенітету та незалежності бізнесу в його закордонних операціях, а також першими проявами серйозної політичної та економічної підтримки владою закордонних операцій власного бізнесу.

2. Ера експансії (1850-1914 рр.) – характеризується остаточним закріпленням колоніальних імперій на тлі швидкого індустріального розвитку європейських країн та США, що було викликане промисловою революцією та швидким технологічним розвитком. Саме ці фактори вплинули на розвинуті країни таким чином, що вони, замість вивезення закордонних товарів, перейшли на видобуток сировини та розвиток плантаційного господарства.

Зміна корисності колоній сприяла різкому зростанню їх значимості для індустріального розвитку європейських країн. Конкурентними перевагами була дешева сировина, що надходила з колоній, але розвиток відзначався взаємообумовленістю розвитку вже колоніальної індустрії. Колоніальні імперії та їх представники акцентували увагу на захисті колоній від зовнішньої загрози та збереження колоніального режиму.

Інтенсивного розвитку у цей період набув внутрішньоевропейський ринок, що було викликане промисловою революцією та епохою масового виробництва. Різні темпи розвитку європейських держав, відмінності у запасах корисних копалин та рівень освіти населення стали основними факторами розвитку світового бізнесу.

Ера експансії дозволила визначитись з основними мотивами існування світового бізнесу та його розвитку, а саме:

- ✧ використання більш ефективних ресурсів (сировинних, природних, енергетичних, людських);
- ✧ розширення ринків збуту;
- ✧ існування вільної сфери для фінансових інвестицій;
- ✧ використання вигідних умов місцевого законодавства.

3. Ера концесій (1914-1945 рр.) – характеризується якісною зміною ролі великих компаній, які здійснювали свою діяльність на колоніальних ринках. Найголовнішими подіями цієї ери стали: Велика депресія 1929-1932 рр., яка досить жорстко поставила питання про ефективність бізнесу, що ведеться всередині країни; результати світових війн з подальшим перерозподілом світових ринків.

Ера концесій підготувала ґрунт для самовизначення колоніальних та напівколоніальних держав. Такі явища, як інтернаціоналізація світового ринку робочої сили, гостра конкуренція на світових сировинних ринках, зумовили виникнення запеклої боротьби щодо отримання конкурентних переваг. Структура світового бізнесу ставала все більш складною, що створювало передумови для світової глобалізації.

4. Ера національних держав (1945-1970 рр.) – характеризується швидким розвитком десятків нових національних держав. Саме цей період став поштовхом до надшвидкого розширення світового бізнесу. Колишні колоніальні імперії стали новими гравцями на світових ринках і їх інтереси доводилось враховувати. Активне здійснення ринкових операцій сприяло розвитку міжнародних ринків капіталу, появі нових фінансових інструментів, розширенню сфери міжнародного консалтингу.

У цей період почалась якісно нова епоха світового розвитку підприємств, де весь світ став ареною їх конкурентної боротьби та сферою підприємницьких інтересів. Конкурентна боротьба набула міжнародного характеру.

5. Ера глобалізації (1970 – до нашого часу) – характеризується розвитком мультинаціональності у світовому бізнесі. До числа найбільших багатонаціональних компаній увійшли фірми таких країн як Південна Корея, Індія, Філіппіни тощо. Саме ця ера стала періодом переходу світового бізнесу до наступної точки його розвитку – глобалізації. Сьогодні багатонаціональні компанії – це мережа мультинаціонального обслуговування, яка включає – банки, рекламні агентства, страхові компанії, університети тощо. Ера глобалізації проходить під знаком революційних технологічних змін, наслідком яких є економічні, соціальні та політичні зміни. Комп'ютерна революція і розвиток телекомунікацій сьогодні повністю змінили “обличчя” цивілізації.

1.2. Види світового бізнесу

Коли фірма приймає рішення вийти на іноземний ринок, постають питання: у який спосіб це зробити найкраще; яку стратегію обрати стосовно того виду діяльності, яка буде здійснюватись? Це може бути експорт, будівельні проекти “під ключ”, ліцензування, франчайзинг, створення спільних підприємств із фірмою з країни-господаря та створення власної філії у країні-господарі.

Система світового бізнесу постійно розвивається, з'являються особливості у здійсненні кожного його виду. Основні види світового бізнесу це:

1. Міжнародна торгівля:

↳ експорт та імпорт товарів;

↳ експорт та імпорт послуг.

2. Інвестиційна діяльність.

3. Виробництво за кордоном (див. рис. 1.1).



**Переваги
та недоліки
міжнародної
торгівлі**

Торгівля є однією з провідних галузей сучасної економічної діяльності, найбільш розвинута форма підприємництва.

Міжнародна торгівля – це процес купівлі-продажу, який здійснюється між покупцями, продавцями та посередниками в різних країнах.

Переваги міжнародної торгівлі подібні до переваг внутрішньої торгівлі: при розширенні ринку розширюється спеціалізація, асортимент товарів, знижуються ціни.

Слід відмітити, що держава вибирає імпорт чи експорт певних товарів на основі проведення порівняльних переваг.

Порівняльні переваги проявляються у тих товарах, які держава може виготовити відносно дешево порівняно з її торговими партнерами. Припустимо, що в Мексиці виробництво 200 барелей нафти коштує стільки ж, скільки виробництво одного персонального комп'ютера. В США вартість виготовлення персонального комп'ютера дорівнює вартості виробництва 100 барелей нафти. У порівнянні з вартістю нафти, комп'ютери можна виготовити дешевше у США. В порівнянні з вартістю комп'ютерів, нафту дешевше видобувати в Мексиці. Отже, Мексика може одержувати комп'ютери дешевше, імпортуючи їх, ніж виготовляючи самостійно. Таким же чином, США можуть отримувати нафту дешевше, імпортуючи її, ніж видобувати самостійно.

Торгівля, заснована на порівняльній перевазі, призводить до спеціалізації. Експорт нафти для Мексики дозволяє залучити капітал для розробки нафтових родовищ, забезпечує людей роботою у нафтовій промисловості. З іншого боку, мексиканський виробник комп'ютерів зіштовхнувся б із жорсткою конкуренцією з боку американських фірм. Дозволяючи Сполученим Штатам спеціалізуватися на комп'ютерах, Мексика забезпечує своїх покупців кращими комп'ютерами за значно нижчими цінами.

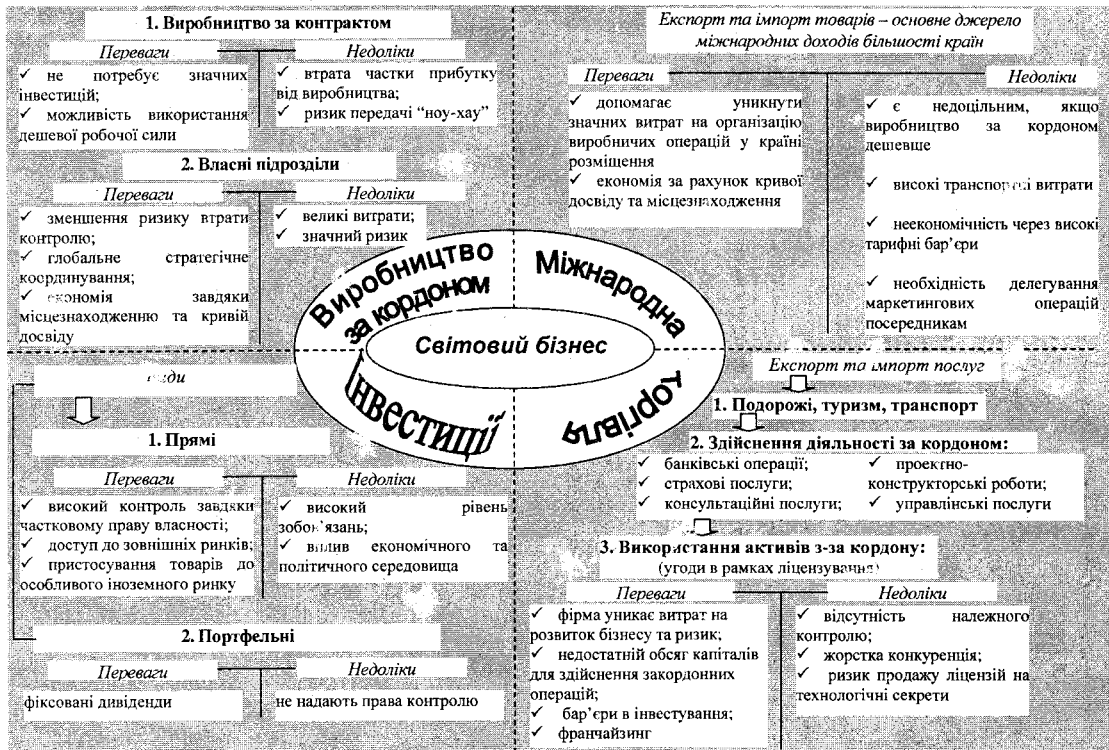


Рис. 1.1 Види світового бізнесу

Недоліки міжнародної торгівлі. Якщо б принцип порівняльної переваги сприймався буквально, тоді б існувала загальна спеціалізація. Кожен вид продукції виготовлявся б тільки в одній країні – тій, яка має найбільшу порівняльну перевагу за цим видом продукції. Насправді такого не відбувається, – спеціалізація є тільки частковою. Отже, поряд з перевагами, міжнародна торгівля має ряд недоліків. Знижують прибутки від порівняльної переваги наступні фактори:

✦ **витрати на перевезення** – для деяких громіздких товарів або тих, що швидко псуються, витрати на перевезення можуть зрівнятися з прибутком від їх придбання у виробника за низькими цінами (тому, наприклад, кожна країна сама виробляє цеглу);

✦ **зв'язок** – відстань, мовні проблеми і культурні бар'єри можуть стати на перешкоді спілкуванню із зарубіжними контрагентами;

✦ **смаки покупців** – покупцям подобається різноманітність; товари, які продаються за принципом смаку чи моди, як правило, виготовляються в багатьох країнах, а не тільки в тих, де найнижчі витрати. Наприклад, багато хто з американців любить французьке вино і сир, навіть незважаючи на те, що якісне вино і сир також виробляють американські компанії. В свою чергу, французькі покупці віддають перевагу американським простирадлам і рушникам;

✦ **невизначеність** – купівля і продаж на світовому ринку додає факторів невизначеності до тих, які вже існують у бізнесі. Наприклад, деякі держави відрізняються політичною та економічною нестабільністю;

✦ **навчання у процесі виробництва** – інколи фірма або країна, яка імпортує певну продукцію з найбільш дешевого джерела, може втратити шанс навчитися так само дешево виготовляти продукт у своїй державі. Наприклад, американські сталеліварники виявились в програшу, тому що не одразу перейшли на безперервний процес, поширений в Європі та Японії. Вони могли б відмовитися від впровадження цього процесу на користь дешевого імпорту й зараз, однак замість цього багато хто намагається навчитися використовувати нові технології для зниження власних витрат;

✦ **національна безпека** – уряди можуть прийняти рішення підтримати діяльність своїх виробників зі значними витратами виробництва. З цієї причини субсидуються американські суднобудівельні компанії, хоча кораблі, навіть військові, можна було б виготовляти дешевше за кордоном.

Отже, хоча міжнародна торгівля заснована на порівняльній перевазі, і допомагає зробити світову економіку більш ефективною, однак вона має багато обмежень.

Найбільш поширеними зовнішньоекономічними операціями є імпорт та експорт продукції. На перших стадіях виходу на міжнародний ринок вони забезпечують найменший ризик для фірми. В основному мова, в подальшому піде про ті види світового бізнесу, які забезпечують вихід підприємства на зовнішній ринок. Зокрема перевага більше надається експорту, ніж імпорту, хоча і останній вид можливий. Так підприємство може випадково або цілеспрямовано зайнятися імпортом, особливо якщо йому пропонують за подібною ціною товари кращої якості, виготовлені за кордоном. Наприклад, канадські фірми експортують цвяхи до Сполучених Штатів, але більшість теслярів, навіть не цікавляться, звідки потрапляють ці цвяхи. Інші фірми планомірно шукають зарубіжні джерела постачання для отримання певних переваг. Інший приклад: виробник меблів з Італії може мати завод на Філіппінах, що випускає певний тип фанери, який використовується під час виготовлення спальних гарнітурів, які реалізуються в цій країні. Прикладом імпорту є отримання послуг страхування німецькою фірмою від Лондонської компанії "Lloyd's", коли товар з Британії транспортується в Німеччину.



Експорт та імпорт товарів

Навіть підприємство, яке не планує виходити на зовнішні ринки, може розширити портфель власних замовлень за рахунок іноземних клієнтів, зокрема здійснюючи тимчасовий експорт, що часто в перспективі призводить до планового відкриття зарубіжних філій.

Експорт – реалізація на зарубіжних ринках товарів і послуг, які виробляються або виконуються у своїй країні.

Експорт є найбільш простою і доступною формою зовнішньоекономічної діяльності, оскільки дозволяє швидко освоїти світові ринки без значних інвестиційних вкладень і набути необхідного досвіду. Більшість виробничих підприємств починають свою глобальну діяльність як експортери, поступово нарощуючи експорт, що здійснюється за наступними основними поступовими стратегіями (рис. 1.2).

1

Пасивний експорт

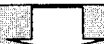
Фірма-виробник займається експортом нерегулярно, час від часу, по можливості, продаючи надлишки своєї продукції за кордон. Орієнтація на внутрішній ринок. Розвиток поставок по експорту. Відсутність регулярного експорту. Як правило, експорт продукції починається в ті країни, в яких встановлено низькі бар'єри входу на ринок. Поступово кількість партнерів компанії на ринку (агентів, торгових посередників тощо) збільшується і у неї з'являються нові можливості та напрями експорту. Як правило, в цьому випадку компанія спеціально організовує експортний відділ, що регулює відносини з партнерами



2

Постійний експорт через незалежних представників (агентів, торгових посередників тощо)

Компанія переходить до активного експорту, який лежить в основі діяльності фірми, що цілеспрямовано розширює географічні межі і маркетингова стратегія якої базується на політиці експансії. Причому, якщо підприємство вирішило експортувати свою продукцію не від випадку до випадку, сподіваючись на отримання одноразових замовлень від іноземних партнерів та споживачів, і прагне до збільшення обсягів збуту, постійному знаходженні на конкретному іноземному ринку, воно повинно адаптувати свої товари та послуги до цього ринку. Експорт передбачає внесення змін до виробничої програми підприємства, структуру управління ним, інвестиційну та збутову політику тощо



3

Створення однієї або декількох дочірніх компаній за кордоном

В тих країнах, куди направляються основні експортні поставки, як правило, створюються дочірні компанії, що замінюють діяльність агентів та торгових представників. На даній стадії інтернаціоналізації збільшуються витрати компанії, зростають ризики, проте, разом з тим зростає і потенційний прибуток. Управління дочірніми компаніями викликає необхідність перетворення відділу експорту в міжнародний відділ



4

Організація власного виробництва за кордоном

Якщо певні міжнародні ринки успішно завойовані та демонструють стабільне зростання, а також якщо представництво цих країн проводять політику, що заохочує вкладення іноземних інвестицій в місцеве виробництво, компанія може прийняти рішення про перехід на наступну стадію інтернаціоналізації – організацію виробництва своїх товарів за кордоном. При цьому звичайно зростають її зобов'язання, інвестиції та доходи. Компанія, таким чином, починає діяти як багатонаціональне підприємство, вивчаючи ринок, формуючи попит та використовуючи найбільш ефективні методи управління своїми міжнародними операціями

Рис. 1.2. Основні стратегії процесу інтернаціоналізації

Експорт як форма виходу на світовий ринок має *наступні переваги*:

↳ дозволяє уникнути значних витрат на організацію виробничих операцій в іншій країні;

↳ забезпечує економію коштів за рахунок використання досвіду і вдалого місцезнаходження (виготовляючи продукцію на головному підприємстві та експортуючи її у різні країни, фірма може зекономити значні кошти завдяки глобальним обсягам продаж. Саме так “Sony” почала домінувати на світовому ринку телевізорів, “Matsushita” – на ринку відеомагнітофонів, а багато японських автомобільних фірм проклали шляхи на авторынок США);

↳ експорт потребує мінімальних змін в товарному асортименті фірми, її структурі, програмі діяльності, рівні витрат тощо.

Проте експорт має і *ряд недоліків*:

↳ він може виявитися недоцільним, якщо виробництво продукції за кордоном є більш дешевим. Тому фірмам, які дотримуються глобальної або транснаціональної стратегії, доцільно виготовляти продукцію у тій країні, де комплекс факторних умов є найсприятливішим з погляду створення цінності, та експортувати продукцію з цього місця в інші країни світу;

3 практики світового бізнесу



Багато американських фірм – виробників електроніки – перевели частину своїх виробничих потужностей до Далекого Сходу через наявність дешевої робочої сили. Експорт продукції здійснюється з цих країн до решти країн світу, зокрема і до Сполучених Штатів.

↳ високі транспортні витрати, які можуть зробити експорт не вигідним, особливо щодо великогабаритних товарів. Один із способів вирішення цієї проблеми – виробництво великогабаритної продукції у регіонах. Така стратегія дозволяє фірмі зекономити завдяки великомасштабному виробництву та одночасно обмежити свої транспортні витрати. Наприклад, багато мультинаціональних фірм хімічної промисловості виробляють свою продукцію у різних регіонах, обслуговуючи декілька країн з одного підприємства;

↳ тарифні бар'єри також можуть зробити експорт не вигідним;

3 практики світового бізнесу



Прихована загроза з боку конгресу США запровадити тарифи на імпортовані японські автомобілі змусила багато японських фірм – виробників автомобілів спорудити виробничі підприємства у Сполучених Штатах. На початок 1990 р. майже 50 відсотків усіх японських автомобілів, що продавалися в США, вироблялись на місці, тоді як у 1985 р. цей показник був нульовий.

❖ недосконала стратегія експорту, особливо непрямого. Цей недолік проявляється тоді, коли фірма делегує свої маркетингові операції щодо кожної країни, в якій вона займається бізнесом, своєму місцевому агенту (це часто роблять фірми – початківці в експорті). Іноземні агенти нерідко пропонують товари фірм-конкурентів, тобто працюють на дві компанії. У таких випадках іноземний агент, очевидно, не виконує роботу так добре, як сама фірма, якщо б вона самостійно займалася маркетингом. Вирішити цю проблему можна декількома шляхами. Один із них – створити в країні власну філію з метою здійснення місцевого маркетингу, що дозволяє зберегти суворий контроль за процесом маркетингу у цій країні, і одночасно, зекономити кошти на виробництві продукції.

Експорт може бути прямим і непрямим, але в обох випадках продукція виготовляється на території країни-експортера.

Непрямий експорт – найдешевший і найменш ризикований спосіб – здійснюється через посередників одним із наступних способів:

❖ фірма не має спеціальних підрозділів, що займаються зарубіжними поставками, вона розглядає їх на рівні з внутрішніми і має справу з іноземними клієнтами, що присутні на внутрішньому ринку;

❖ збут товарів за кордоном доручається міжнародним торговельним компаніям, що мають свої відділи у всьому світі і контролюють потужні збутові мережі;

❖ експорт здійснюється за допомогою посередницьких вітчизняних експортно-імпорتنних компаній. Особливо вигідний він певеликим фірмам, оскільки вся участь в міжнародній торгівлі зводиться до виплати комісійних посередницькій фірмі, що продає продукцію даної фірми.

Непрямий експорт має наступні переваги та недоліки (табл. 1.2.):

Таблиця 1.2. Переваги та недоліки непрямого експорту

НЕПРЯМИЙ ЕКСПОРТ	
переваги	недоліки
1	2
Ризик за експортними операціями покладається на посередника, що діє за своєю ініціативою	Виробник не отримує контролю над ринком і тому не накопичує маркетингового досвіду

1	2
Для його здійснення не потрібно значних коштів, оскільки відсутня необхідність створення спеціального підрозділу (відділу), який буде займатися іноземними операціями, або будуть встановлювати зв'язки з іноземними партнерами	Посередник рідко обмежується одним клієнтом, а це може викликати недостатню увагу до роботи з товаром виробника, що призводить до скорочення обсягів експорту
Діяльність з вивчення іноземного ринку і своєчасного обліку вимог партнерів, як правило, здійснює посередник, який несе додаткові витрати, і крім того, надає виробнику супутні послуги (інформаційні, з транспортування тощо), виробник моментально отримує вигоди через використання досвіду та зв'язків, що має посередник на зарубіжному ринку	Посередник, як правило, не розглядає угоди, що вимагають складної та трудомісткої роботи, яка перешкоджає процесу займання товарами виробника потенційно можливої частки ринку

Прямий експорт – продаж товарів за кордон безпосередньо фірмою-виробником без посередників. В цьому випадку вона укладає прямі угоди із зарубіжними покупцями. Прямий експорт потребує більшої участі фірми в міжнародній діяльності, створення спеціальних підрозділів, які будуть займатися аналізом зарубіжних ринків, створенням каналів руху товару, їх розробкою, ціновою політикою. Прямий експорт може бути організований наступними способами:

☞ формування на фірмі спеціального експортного відділу або підрозділу, обов'язками якого є здійснення продаж за кордон та організація збору необхідної інформації про ринок. Експортний відділ може в подальшому стати самостійним підрозділом, який буде накопичувати, зберігати та аналізувати інформацію про іноземні ринки, комерційні операції, що здійснені на них, а також керувати всією експортною діяльністю;

☞ організація відділу продаж або дочірньої компанії за кордоном. Розміщуючись безпосередньо на конкретному іноземному ринку, такий підрозділ покликаний забезпечити більш ефективну комерційну діяльність та проведення маркетингових заходів. Іноземний відділ продаж або дочірня компанія фірми здійснює функції збереження та підтримки запасу товарів, їх розповсюдження та реалізації на даному ринку, а також планування і просування маркетингових заходів щодо адаптації продукції, організації презентацій її нових зразків на виставках, просування товарів та надання сервісних послуг споживачам тощо;

☞ створення мережі торгових представників фірми для пошуку іноземних клієнтів та розповсюдження продукції;



↳ залучення іноземних дистриб'юторів та агентів. Для організації продаж своєї продукції фірма може звернутись до іноземних дистриб'юторів та агентів, які наділяються певними повноваженнями (ексклюзивними або обмеженими правами) представляти її на іноземному ринку.

Слід врахувати, що робота на зовнішньому ринку пов'язана зі значними витратами та високим ризиком. Однак фірма може компенсувати свої витрати за допомогою економії коштів на оплату послуг посередника.

Фірми, які тільки розпочинають свою міжнародну діяльність найчастіше звертаються до практики непрямого експорту. При цьому потрібно здійснювати менше капіталовкладень, оскільки відпадає необхідність налагоджувати власний торговельний апарат. Значно скорочуються і ризики, пов'язані з відсутністю досвіду, недостатнім знанням кон'юнктури ринку країни. Професійні трейдери добре знають середовище міжнародного маркетингу і, як правило, здійснюють менше помилок.



Експорт та імпорт послуг

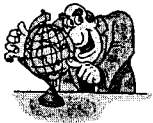
Операції такого типу є джерелом прибутків з-за кордону, які відрізняються від тих, що виникають в результаті товарного експорту та імпорту. Отримання прибутку цього типу

розглядається як експорт послуг, а плата за них – як імпорт послуг.

Світовий бізнес охоплює багато різноманітних видів послуг:

1. Подорожі, туризм, транспорт – надходження від транспортних послуг і туризму складають важливе джерело прибутків для міжнародних агентів повітряних повідомлень, агентств з бронювання квитків і місць у готелі, туристичних агентств.

Чи знаєте Ви, що...



стан економіки таких країн, як Греція та Норвегія багато в чому залежить від доходів, що надходять від перевезення іноземних вантажів на їх судах. На Багамських островах від іноземного туризму отримують значно більше прибутку, ніж від товарного експорту.

2. Здійснення діяльності за кордоном – включає здійснення банківських операцій, операцій зі страхування, оренди, проектно-конструкторських робіт, управлінських послуг тощо.

В рамках проектно-конструкторських робіт укладаються **контракти "під ключ"**, причому найчастіше – будівельними фірмами, а також виробниками промислового обладнання. Сумарний обсяг таких контрактів – один із показників, що змушує відокремити дану сферу діяльності від інших

операцій. Багато контрактів реалізуються у віддалених районах, у цих випадках виникає потреба у великому житловому будівництві і ввезенні великих груп робітників, а за окремими проектами – у створенні інфраструктури у надзвичайно важких умовах.

Операції “під ключ” передбачають спорудження на контрактній основі виробничих потужностей, що передаються в експлуатацію після забезпечення їх повної готовності до початку експлуатації. Реалізуючи проект “під ключ”, підрядник дає згоду виконати кожну деталь проекту для іноземного замовника, у тому числі підготовку персоналу. За виконанням контрактом іноземний клієнт одержує “ключ” від готового до експлуатації заводу – звідси й походить назва “під ключ”.

Такі проекти є засобом експорту технологічних процесів до інших країн. Проекти “під ключ” поширені у хімічній, фармацевтичній, нафтоочисній та металообробній промисловості, де застосовуються складні, дорогі технології виробництва.

Переваги проекту “під ключ”:

☞ отримання значних економічних прибутків. Річ у тому, що ноу-хау, необхідне для запуску та управління технологічно складним процесом, таким, як очищення нафти чи обробка сталі, і яке використовується фірмою-забудовником, часто є досить цінним активом, тому вартість контрактів є високою;

☞ така стратегія особливо корисна там, де прямі іноземні інвестиції обмежуються регулюванням уряду держави-господаря. Наприклад, уряди багатьох нафтовидобувних країн розпочали будівництво власних галузей очищення нафти, а тому вони обмежують здійснення нафтовидобувної діяльності недержавними суб'єктами бізнесу. Однак через те, що багатьом з цих країн бракує знань щодо технології очищення нафти, вони одержують їх, реалізуючи проекти “під ключ” разом з іноземними фірмами – технологічними спеціалістами;

☞ така діяльність є менш ризикованою, ніж вкладення в прямі інвестиції. У країні з нестабільним політичним та економічним середовищем довготермінові інвестиції можуть наражати фірму на неприпустимий політичний та економічний ризик (наприклад, ризик націоналізації чи економічного колапсу).

Проте, окрім позитивних моментів зі стратегією “під ключ” пов'язані **три основні недоліки:**

☞ фірма, яка укладає угоду “під ключ”, не має в іноземній країні довготривалих інтересів. Це може стати проблемою, якщо ця країна пізніше виявиться головним ринком для товару, технологію виробництва якого було експортовано. Один із способів вирішення проблеми – акціонерна частка у виробництві;



☞ фірма, яка реалізує проект “під ключ” разом з іноземним підприємством, може “випадково” створити собі конкурента, що відбувається через наступні етапи (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Етапи здійснення проектів “під ключ”

Наприклад, багато західних компаній, що продавали нафтоочисну технологію фірмам Саудівської Аравії, Кувейту та інших держав Перської затоки, сьогодні змушені конкурувати з цими фірмами на світовому ринку нафти;

☞ якщо виробнича технологія фірми є джерелом конкурентної переваги, продаж цієї технології через проект “під ключ” означає, що фірма продає свою перевагу потенційним або дійсним конкурентам.

В рамках управлінських послуг укладаються контракти на управління, які передбачають, що деяка компанія за певну винагороду управляє власністю (підприємствами) іншої фірми, що знаходиться на території іноземної держави.

В даному випадку компанія, яка здійснює управління, експортує на іноземний ринок не продукцію, а управлінські послуги³. Вони використовуються у двох випадках: управління новим підприємством або новим комерційним проектом, або управління підприємством з метою виведення його зі скрутного стану (наприклад, банкрутства) або з метою підвищення ефективності його функціонування.

Контракти на управління є засобом, за допомогою якого фірми можуть надавати підтримку фірмам інших країн протягом певного періоду за встановлену плату. Найчастіше, вони укладаються строком від 3 до 5 років із фіксованою оплатою, яка залежить від обсягу виробництва, а не від отриманого прибутку.

³ В літературі зустрічається наступне визначення: “Управління за контрактом” – коли фірма передає зарубіжному партнеру “ноу-хау” у сфері управління, а той забезпечує необхідний капітал і його використання з максимальною орієнтацією на ефективну реалізацію одержаних управлінських послуг.

Управління за контрактом – це вихід на зарубіжний ринок із мінімальними витратами і ризиком та отриманням доходу з самого початку діяльності, який має наступні переваги:

- ↳ мінімізація ризику діяльності на даному іноземному ринку;
- ↳ швидке отримання доходів (практично з самого початку діяльності) та можливості їх збільшення у випадку успішного управління;
- ↳ відсутність конкуренції на цьому ринку з боку свого ж клієнта;
- ↳ можливість детального вивчення особливостей даного іноземного ринку та впливу на свого іноземного клієнта.

Крім того, угоди такого типу є особливо привабливими, якщо компанії, яка здійснює управління, надається можливість придбати акції (частку майна) іноземного клієнта протягом визначеного періоду часу, або якщо контракт передбачає підвищення винагороди за ефективне управління.

Однак, якщо фірма має в своєму розпорядженні обмежений штат кваліфікованих спеціалістів, краще такою діяльністю не займатися. Крім того, управління за контрактом може позбавити фірму можливості розгорнути власне виробництво. Отже, поряд з явними перевагами дана форма має й певні обмеження. Основними з них є наступні:

- ↳ компанія, що здійснює управління, не має можливості розгорнути свій власний бізнес на даному ринку на термін, передбачений контрактом;
- ↳ необхідно мати солідний штат висококваліфікованих управлінців, які готові працювати за кордоном протягом всього строку ліцензійної угоди.

3. Використання активів (“ноу-хау”, технології, авторські права тощо) із-за кордону – передбачає укладання ліцензійних угод.

Ліцензійна угода – це угода, за якою ліцензіар (продавець ліцензії) передає право на інтелектуальну власність (наприклад, право використання технології, товарного знаку, патенту, авторського права тощо) іншій особі (ліцензіату – покупцю ліцензії) на певний період, а у відповідь одержує від ліцензіата винагороду (роялті) за ліцензію.

Досить часто фірми придбають іноземні ліцензії після досягнення успіхів в експорті своєї продукції на зовнішньому ринку. Цей крок звичайно передбачає прийняття на себе більших зобов'язань в міжнародному плані, ніж експортна діяльність. Фірма повинна направити досвідчений технологічний персонал за кордон для сприяння ліцензіату, створити й адаптувати його виробничі потужності для випуску нового виробу. При цьому ліцензіар отримує вихід на міжнародний ринок з мінімальним ризиком, а ліцензіат отримує право на використання виробничого процесу, товарного знаку, патенту, технологічного або торговельного секрету (“ноу-хау”) в обмін на



ліцензійну плату – роялті⁴. Успіхом такої діяльності є власне “обличчя” підприємства, його добре ім’я, якість і унікальність продукції, що виготовляється.

3 практики світового бізнесу



Компанія “Херох”, винахідник фотокопіювального пристрою, щоб увійти до японського ринку, створила спільне підприємство з “Fuji-Photo”, відоме під назвою “Fuji-Херох”. Далі “Херох” за ліцензією передала своє копіювальне ноу-хау “Fuji-Херох”. У відповідь “Fuji-Херох” сплатила компанії “Херох” роялті в сумі 5 % від чистих надходжень, які “Fuji-Херох” одержала від продажу копіювальних апаратів, вироблених на основі запатентованого “Херох” ноу-хау. У випадку “Fuji-Херох” ліцензія спочатку надавалася на 10-річний термін, а потім цей термін кілька разів подовжувався. Ліцензійна угода між “Херох” та “Fuji-Херох”, крім того, обмежувала обсяг прямих продажів “Fuji-Херох” до країн азійсько-тихоокеанського регіону.

Ліцензійні угоди можуть бути наступними (рис. 1.4).

ЛІЦЕНЗІЙНА УГОДА	
Проста	Передбачає, що ліцензіат може використовувати винаходи чи секрет виробництва, але й ліцензіар може використовувати їх в своїй підприємницькій діяльності, та продавати іншим зацікавленим підприємцям. Придбання подібної ліцензії є доречним лише у випадку масового виробництва і місткого ринку
Виняткова	Означас отримання виняткового права використання технології на визначеній території протягом визначеного проміжку часу (можливі додаткові обмеження в кількості виготовленого продукту, цін на нього, вивезення за кордон, придбання сировини, деталей і вузлів ліцензіару)
Повна	Покупець отримує право одноосібно використовувати винахід (зустрічається на практиці дуже рідко)

Рис. 1.4. Види ліцензійних угод

При укладанні типової ліцензійної угоди ліцензіати вкладають більшу частину капіталу, необхідного для підтримання закордонного виробництва. Таким чином, перевага ліцензування полягає в тому, що фірма може уникнути витрат на розвиток бізнесу та ризику, пов’язаного з виходом на іноземний ринок. Ліцензійні угоди дозволяють суттєво прискорити освоєння нового ринку, оскільки при цьому зникає необхідність в інвестиціях у будівництво споруд. У країнах із нестабільною політичною ситуацією фірми-ліцензіари

⁴ Виплати за використання активів, що знаходяться за кордоном, наприклад, фірмових знаків, патентів, авторських прав та інших видів експертних документів, згідно з підписаними контрактами, які носять назву ліцензійних угод, називають **роялті**

уникають ризику, пов'язаного з небезпечністю експропріації, оскільки вони отримують плату за ліцензію, таким чином захищаючи свої інтереси.

Ліцензування дає можливість проникнути на ринки, що відрізняються:

☞ високими митними зборами та податками на імпорту;

☞ жорстким квотуванням або навіть заборонаю імпорту окремих товарних груп;

☞ досить значними транспортними витратами у вартості товару (громіздкі або важкі товари);

☞ товарами, доставка яких досить ризикована, а іноді й фізично неможлива (наприклад, Атлантичний океан створює практично неподолану перепону російському експорту середньомірних судів, морські кораблі Санкт-Петербургу не можуть своїм ходом подолати Атлантичний океан (через можливий шторм), а для погрузки на інше судно вони дуже великі).

Ліцензування дуже привабливе для фірм, яким не вистачає капіталу для розвитку іноземних підрозділів, а також фірм, які не бажають проводити значні фінансові роботи на незнайомому або політично нестабільному іноземному ринку. До ліцензування часто вдаються фірми, які не можуть діяти на закордонному ринку, внаслідок наявності бар'єрів у інвестуванні. Нарешті, ліцензування широко використовується тоді, коли фірма володіє інтелектуальною власністю, яка може мати практичне застосування, однак сама фірма такою власністю користуватися не бажає.

3 практики світового бізнесу



У 1950-х роках в лабораторіях телефонної компанії "AT&T" вперше винайшли транзисторний приймач, однак "AT&T", не бажаючи виробляти транзистори, продала за ліцензією технологію кільком іншим компаніям, зокрема "Texas Instruments". "Coca-Cola" продала ліцензію на свою відому торгову марку виробникам одягу, що втілили дизайн марки у своїй продукції (так, наприклад, з'явилися футболки "Coca-Cola").

Окрім переваг, ліцензування має серйозні **недоліки**:

☞ воно не забезпечує належного постійного контролю за процесами виробництва, маркетинговою діяльністю ліцензіата, а також за реалізацією маркетингової стратегії;

☞ ліцензування, як правило, передбачає створення кожним ліцензіатом власних виробничих ліній, що суттєво обмежує можливості зекономити кошти, тому якщо економія важлива обставина для фірми, тоді ліцензування – не найкращий спосіб розширення діяльності за кордоном;



☞ конкуренція на світовому ринку може вимагати від фірми координування стратегічних заходів у різних країнах з використанням прибутків, одержаних в одній країні, для підтримки конкурентного наступу в іншій. Однак, ліцензування за своєю природою обмежує здатність фірми до таких дій. Ліцензіат навряд чи дозволить багатонаціональній фірмі користуватися своїми прибутками (окрім тих, що сплачуються у формі роялті) для підтримки іншого ліцензіата, який діє в іншій країні;

☞ ліцензування пов'язане з ризиком продажу іноземним компаніям секретних технологій, існує висока ймовірність створення “власними руками” на певному іноземному ринку потужного для себе конкурента до закінчення терміну дії ліцензійної угоди (контракту). Про це необхідно пам'ятати, оскільки технологічне “ноу-хау” покладене в основу конкурентної переваги більшості багатонаціональних фірм, тому звичайно, вони прагнуть контролювати процес використання свого “ноу-хау”, а продаючи за ліцензією власну технологію, фірма може швидко втратити контроль над нею.

З практики світового бізнесу



Багато фірм припустилися помилки, гадаючи, що можуть зберегти контроль за своїм ноу-хау в рамках ліцензійної угоди. Наприклад, корпорація “RCA” продала ліцензію на технологію виробництва кольорових телевізорів японським фірмам, зокрема “Matsushita” і “Sony”. Японські фірми швидко перейняли цю технологію, вдосконалили її і скористалися для виходу на ринок США. Сьогодні японські фірми мають більшу частку американського ринку, ніж торгова марка “RCA”. Ось чому в 1989 р. викликало хвилювання рішення конгресу США дозволити японським фірмам виробляти вдосконалену модель винищувача FSX за ліцензією від “McDonnell Douglas”. Противники цього рішення побоювалися, що японці скористаються технологією виробництва FSX для підтримки розвитку галузі комерційних авіаперевезень, що конкуруватимуть на світовому ринку з “Boeing”.

Такий ризик можна зменшити двома способами. Один із них – укласти з іноземною фірмою угоду про крос-ліцензування, відповідно до якої ліцензіат також повинен продати ліцензію на свою цінну інтелектуальну власність ліцензіару. Подібні угоди зменшують ризик, пов'язаний з ліцензуванням технологічного ноу-хау, оскільки ліцензіат усвідомлює: у випадку порушення ним ліцензійної угоди (використання одержаних знань для прямої конкурентної боротьби з ліцензіаром), ліцензіар може вчинити так само. Угоди на крос-ліцензування роблять фірми заручниками дій одна одної, що зменшує ймовірність їх взаємного протистояння.



Чи знаєте Ви, що...



відносини між (фірмами) підприємствами, що базуються на таких угодах про ліцензування, надзвичайно поширені в галузях, які пов'язані з виробництвом (використанням) високих технологій. Наприклад, біотехнологічна американська фірма "Amgen" продала ліцензію на виробництво одного зі своїх провідних препаратів "Нупроген" (Nurogene) японській фармацевтичній компанії "Kirin". Ліцензія надала "Kirin" право продавати "Нупроген" у Японії. Натомість "Amgen" отримала роялті, а за ліцензійною угодою – право продавати деякі з продуктів "Kirin" у Сполучених Штатах.

Інший спосіб зменшити ризик, пов'язаний з ліцензуванням, – скористатися моделлю "Fuji-Херох" (про яку згадувалось вище) та поєднати угоду ліцензування на "ноу-хау" зі створенням спільного підприємства, в якому і ліцензіар, і ліцензіат одержать найбільші пакети акцій. Такий підхід узгодить інтереси ліцензіара та ліцензіата, оскільки обидва будуть зацікавлені в успішній діяльності підприємства. Так, небезпека того, що "Fuji Photo", одержавши технологічне ноу-хау компанії "Херох", конкуруватиме з цією компанією на світовому ринку, усунена створенням спільного підприємства, в якому і "Херох", і "Fuji Photo" мали вагому частку;

☞ скорочення доходів компанії-ліцензіара при тривалих термінах ліцензійної угоди.

Однією з форм ліцензійної діяльності є виробництво за контрактом, коли підприємство доручає виготовлення своїх товарів фірмам, які працюють на іноземних ринках. У даному випадку підприємство отримує можливість швидкого виводу своєї продукції на іноземні ринки, за низького рівня ризику та перспективи створення в подальшому власного або спільного підприємства. До недоліків виробництва за контрактом для ліцензіара відносяться: неможливість здійснення постійного самостійного контролю за виробничим процесом і складність отримання оперативної маркетингової інформації про зміни попиту на вироблену продукцію, кон'юнктуру торгівлі на іноземному ринку тощо.

Найбільш розвинутою формою ліцензування є франчайзинг, що останнім часом часто використовують великі підприємства, розширюючи транснаціональну мережу працюючих малих підприємств під їх торговою маркою.

В цьому франчайзинг подібний до ліцензування, але перший передбачає, в основному, зобов'язання на довший термін, ніж за умовами ліцензування.



Франчайзинг – спеціальна форма ліцензування, за якої франчайзер не тільки продає інтелектуальну власність (переважно торгову марку) франчайзі, але й наполягає, щоб останній погодився на суворі правила ведення бізнесу, які встановлені першим. Продавець ліцензії (франчайзи) передає покупцю свою торгову марку й виробничі та/або маркетингові технології, отримуючи за це обумовлену в контракті грошову суму (компенсацію).

Особливості франчайзингу полягають в тому, що кожен покупець франчайзі зобов'язаний виконувати умови та вимоги продавця ліцензії (франчайзера), які стосуються виробництва та продажу товарів, а також надання споживачам супутніх послуг. Таким чином, на світовому ринку виникають групи підприємств, які об'єднані в одну систему під патронажем великої міжнародної корпорації. Прикладом успішного використання на практиці міжнародного франчайзингу є такі компанії, як McDonald's, KFS тощо.

Своїм партнерам за контрактом франчайзер дає рекомендації щодо розміщення підприємств, підбирає обладнання, допомагає в навчанні персоналу, консультує з питань управління. Також франчайзер може надавати фінансову допомогу у формі пільгового кредиту або ж виступити поручителем при отриманні позики.

Це, зокрема, полегшує стандартизацію та уніфікацію продукції і послуг підприємства, що входять в систему даного франчайзингу, забезпечує єдність проведених маркетингових заходів, стилю й оформлення, якості товарів і послуг, які продаються, централізацію закупівель необхідних засобів, що забезпечить необхідну економію (і додаткову вигоду для франчайзера). Це є особливо важливим, оскільки ліцензування практикується переважно виробничими підприємствами, а до франчайзингу вдаються здебільшого фірми сфери послуг. Як зазначалося, прикладом фірми, що зросла завдяки використанню стратегії франчайзингу, є "McDonald's". Вона дотримується суворих правил щодо управління ресторанами з боку франчайзі. Ці правила охоплюють контроль за меню, способами приготування їжі, добором персоналу, а також дизайном і розташуванням ресторанів. Крім того, "McDonald's" формує мережу постачання своїх франчайзі та забезпечує навчання менеджерів і фінансову підтримку.

Існує три основні типи франчайзингу: торговельний, виробничий, діловий.

Торговельний франчайзинг (або франчайзинг на продаж готового продукту) полягає в тому, що франчайзі купує у провідної компанії права на продаж (сервісне обслуговування) товарів франчайзера під його торговою маркою.

³Часто в економічній літературі вживається термін "франшиза". На нашу думку, такий варіант є неправильним перекладом англійського слова franchise [ˈfræntʃaɪz] – привілея.



3 практики світового бізнесу



Одним із яскравих прикладів торговельного франчайзингу є діяльність російської фірми "1С", керівництво якої вирішило розвивати власний бізнес за допомогою франчайз-партнерів.

Сьогодні мережа "1С: Франчайзинг" – це мережа самостійних незалежних підприємств (франчайзі), які отримали сертифікат фірми "1С" на надання комплексних сервісних послуг з автоматизації облікової та офісної роботи. Фірми-франчайзі здійснюють налагодження облікових програм відповідно до індивідуальних вимог підприємств-користувачів, а

франчайзери сплачують за право використання торгової марки материнської компанії, її технологічну підтримку, рекламу тощо.

Про ефективність роботи описаної системи свідчать цифри. Так, за оцінками спеціалістів, 70 відсотків автоматизованих систем бухгалтерського обліку підприємств побудовані на програмному забезпеченні "1С: Підприємство", "1С: Торговля і склад".

Виробничий франчайзинг (або франчайзинг на виробництво продукції, надання послуг) передбачає передачу партнеру технології виготовлення продукції. Причому франчайзі в процесі виробництва використовують сировину і матеріали, придбані у компанії-франчайзера.

У світі даний вид франчайзингу найбільш широко використовується при виробництві безалкогольних напоїв. Класичний приклад – виробництво безалкогольних напоїв з використанням концентратів і технологій компанії "Coca-Cola", яка має заводи практично в усіх країнах світу. В нашій державі компанію представляє фірма "Кока-Кола Амагил Україна". При виробництві напоїв "Coca-Cola", "Fanta" та "Sprite" цим підприємством використовуються концентрати, які постачаються головною фірмою. Склад цих речовин, які принесли велику популярність згаданим напоям і значний дохід компанії "Coca-Cola", тримається у суворому секреті.

Третім, найбільш популярним, видом франчайзингу є **діловий франчайзинг** (франчайзинг на вид діяльності). У цьому випадку франчайзер продає ліцензію підприємствам на право відкриття магазинів, кіосків чи цілої торговельної мережі для продажу покупцям певного виду товарів, надання послуг під ім'ям компанії, яка надає на це дозвіл. Найбільше поширення цей вид франчайзингу знайшов у сфері побутового обслуговування, готельного бізнесу, громадського харчування. Типовий приклад даного виду франчайзингу – мережа закладів швидкого харчування "McDonald's".

3 практики світового бізнесу



Своєю успішнію у понад 100 країнах світу компанія, на думку її керівництва, завдячує саме франчайзингу, працюючи на умовах довгострокового співробітництва з підприємствами-франчайзі різних країн світу. При цьому кожний франчайзі має можливість використовувати торгову марку, виробничі площі й обладнання, пільги та інші законні "надбання" франчайзера. Зазвичай McDonald's співпрацює на умовах франчайзингу тільки з тими господарюючими суб'єктами, які відповідають високим вимогам і стандартам материнської компанії (франчайзера).



На сьогоднішній день мережа ресторанів "McDonald's" нараховує близько 19000 закладів. Найбільш активний підрозділ – "McDonald's Central Europe" – утворений у 1991 році. Його діяльність розповсюджується на 14 країн Центральної і Східної Європи, у тому числі й на Україну. В нашій державі дочірню компанію "McDonald's Ukraine" було створено в 1995 році, а перший ресторан відкрився у серпні 1997 року.

У нашій країні франчайзинг ще тільки стає на ноги, однак має значні перспективи свого розвитку. В США його частка у загальному обсязі роздрібною торгівлі складає біля 34 %, ним займається біля 7 млн. людей. Це обумовлено більшою успішністю франчизоотримувача порівняно з підприємствами, що розпочинають свій бізнес самостійно: за даними Міжнародної франчайзингової асоціації, діяльність 90 % усіх франчайзі є успішними.

Переваги. Переваги франчайзингу як способу входження до ринку дуже подібні до переваг ліцензування. Фірма позбавляється багатьох своїх витрат і ризику самостійного виходу на іноземний ринок, адже вона отримує можливість вийти на ринок вже проторованою дорогою (оскільки торгова марка франчайзера вже добре відома). Крім того, франчайзі має можливість отримати фінансову, рекламну, організаційну та інформаційну підтримку франчайзера. Відповідно, й ризик припинення діяльності франчайзі перекладається на франчайзера. Для нього, у свою чергу, добрим стимулом є швидке створення та розвиток прибуткового підприємства. Так, використовуючи стратегію франчайзингу, сервісна фірма може швидко з найменшими витратами та ризиком забезпечити глобальну присутність на ринку.

Проте використання франчайзи – не завжди пряма дорога до миттєвого багатства та безризикового підприємництва. Навіть якщо діяльність франчайзі успішна, то це також результат важкої праці. Крім того, навіть незважаючи на захист франчайзерів, підприємства-франчайзі можуть отримувати незначні прибутки.

У цілому ж, можна виділити **недоліки** франчайзингу як для франчайзі, так і для франчайзера.

Для останнього суттєвим недоліком є незабезпечення франчайзі необхідного рівня якості продукції, послуг, що надаються під маркою франчайзера. В основі франчайзингових угод лежить інформування споживачів про якість продукції фірми через її торгову марку. Скажімо, коли бізнесмен, подорожуючи, зупиняється в готелі "Hilton International" у Гонконгу, він безспідставно розраховує на ту саму якість приміщення, харчування та обслуговування, що їх можна одержати в Нью-Йорку. Назва "Hilton" зобов'язана гарантувати незмінну якість товару. Проблема полягає в тому, що іноземні франчайзі можуть не так турбуватись про якість, як від

них вимагають. Наслідком цього можуть стати як збитки на конкретному іноземному ринку, так і втрата фірмою своєї репутації на світовому рівні. Наприклад, якщо згаданий бізнесмен був незадоволений сервісом "Hilton" у Гонконзі, він, можливо, ніколи не звернеться до готелів "Hilton" у інших країнах світу й спонукатиме до цього своїх колег. Власне, географічна відстань фірми від її іноземних франчайзі може перешкодити забезпеченню високої якості продукції та послуг. До того ж велика кількість франчайзі – а, скажімо, у "McDonald's" їх десятки тисяч – може також суттєво ускладнити контроль франчайзера за якістю обслуговування.

Один із способів боротьби з цим недоліком є створення в кожній країні, де фірма розширює діяльність, власну філію. Філія може бути у повній власності компанії або стати спільним підприємством. Філія бере на себе права та обов'язки створити франчайзингові підприємства в певній країні або певному регіоні. Наприклад, "McDonald's" створює мережу підпорядкованих їй франчайзі в багатьох країнах. Такі франчайзингові фірми переважно є спільними підприємствами "McDonald's" і місцевої компанії. Наближеність франчайзингових фірм і невелика їх кількість дозволяє зменшити витрати на забезпечення контролю за їх діяльністю. Крім того, оскільки філія (або франчайзі) принаймні частково належить головній фірмі, остання може призначити власних менеджерів, або забезпечити належний нагляд за діяльністю філії. Така організаційна структура виявилася дуже продуктивною для "McDonald's", "Kentucky Fried Chicken", "Hilton International" та інших фірм.

До недоліків також можна віднести потенційну нечесність франчайзі при розподілі прибутків між ним і франчайзером.

У свою чергу, можна виділити недоліки франчайзингу і для франчайзі. Насамперед, відсутність гарантій франчайзингу в забезпеченні багатства. Це може бути найбільш надійним способом організації своєї справи, проте не обов'язково найдешевим. На думку деяких спеціалістів, витрати на придбання франчайзі на 10-30 % вище, ніж витрати на створення власного незалежного підприємства. Окрім цього, не всі франчайзі приносять великі прибутки, тим більше, що на їх величину здійснює значний вплив щомісячна плата, або внески, які необхідно сплачувати франчайзеру. Не меншим недоліком, ніж попередній є обмеження незалежності франчайзі. Ліцензіар втручається фактично у всі сфери бізнесу, визначаючи навіть стиль уніформи службовців і колір стель. До того ж, "материнські" компанії можуть також приймати важливі рішення, не консультируючись з ліцензіатами. Ліцензіат зобов'язаний також купувати товари для продажу безпосередньо у ліцензіара за ціною, яку визначить останній.



І, звичайно, найгіршим є те, що франчайзинг є іноді шахрайством.



Інвестиційна діяльність

Сучасний розвиток світового бізнесу пов'язаний із загальносвітовими інвестиційними тенденціями. Інвестиційна діяльність направлена на розміщення та (або) залучення грошових чи інших майнових коштів з метою отримання прибутку. Вона тісно пов'язана з функціонуванням ринку капіталів (тобто фондовим ринком).

Інвестиції – довгострокові вкладення капіталу в підприємства різних галузей народного господарства, в інфраструктуру, в соціальні програми, в охорону навколишнього середовища.

Інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, які вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, у результаті якої формується прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект.

Інвестиційній діяльності притаманні всі ознаки підприємництва: самостійність, ініціативність, ризик. Інвесторами можуть бути практично всі фізичні та юридичні особи. В інвестиційній діяльності приймають участь й інші особи, що забезпечують реалізацію інвестиційного проекту: виконавці робіт, постачальники, банківські, страхові та посередницькі організації.

За характером участі розрізняють прямі та портфельні інвестиції.

Прямі інвестиції передбачають придбання повного контрольного пакету акцій місцевої компанії, є різновидностями іноземних інвестицій, що супроводжуються контролем за діяльністю цієї компанії навіть у випадку придбання невеликої частки акцій (на рівні 10 %)

Прямі інвестиції супроводжуються: високим контролем над ними, високим рівнем зобов'язань щодо вкладеного капіталу, персоналу і технології, доступом до зовнішніх ринків, частковим правом власності.

Володіння контрольним пакетом акцій іноземного підприємства не тільки передбачає право власності на дохід від вкладення капіталу, але й більш інтенсивний обмін спеціалістами та новими технологіями між країнами, ніж у випадку відсутності контрольного пакету акцій у іноземному виробництві.

Прямі інвестиції є найбільш повною формою залучення компанії до діяльності на іноземному ринку, яка полягає в організації на ньому власного підприємства⁵. **Перевагами** прямих інвестицій є:

☞ весь прибуток від використання інвестицій належить компанії і вона може використовувати його на власний розсуд, здійснюючи власні довгострокові виробничі та маркетингові стратегії;

☞ фірма може збільшувати свій прибуток в міру набуття досвіду роботи на іноземному ринку, завдяки використанню місцевої дешевої сировини, робочої сили, економії на транспортних витратах тощо, а також розширюючи збут і проводячи ефективні маркетингові заходи:

☞ сплачуючи податки до бюджету іноземної держави і створюючи робочі місця, компанія може забезпечити собі сприятливий імідж як у населення, так і у уряду даної країни, і в результаті цього користуватись податковими та іншими пільгами;

☞ завдяки встановленню тісних сприятливих відносин з постачальниками сировини, дистриб'юторами, агентами і споживачами фірма може краще пристосувати свої товари, послуги та маркетингові програми до особливостей іноземного ринку, тим самим постійно підвищуючи свою конкурентоспроможність на ньому.

Головний *недолік* прямого інвестування полягає в тому, що в міру залучення підприємства до такого роду діяльності зростає ризик від погіршення економічної ситуації в країні перебування, а також можливих негативних змін в її політичному середовищі (спадів ринкової кон'юнктури, девальвації національної валюти, експропріації власності тощо).

Прямі інвестиції є реальними капіталовкладеннями в підприємства, землю чи устаткування або ж здійснюються за допомогою експортних інвестиційних товарів чи передачі технологій, досвіду управління, коли інвестор зберігає контроль над інвестованим капіталом. Прямі інвестиції використовуються, як правило, при створенні нових фірм (спільних підприємств) або ж для встановлення контролю над діючою фірмою шляхом закупівлі контрольного пакету акцій. У міжнародній практиці прямі інвестиції використовуються багатонаціональними компаніями у виробництві готових промислових виробів, видобутку сировини, розширенні сфери послуг. Вони є важливим каналом міжнародного переміщення приватного капіталу і в наш час набули більшого поширення, ніж портфельні.

Портфельні інвестиції – це інвестиції фізичних осіб, фірм та державних органів влади у фінансові інструменти інших країн, в основному, це придбання акцій місцевих підприємств, яких недостатньо для встановлення контролю над ним.

Різниця між портфельними та прямими інвестиціями полягає у відсутності контролю за закордонними операціями. Портфельні інвестиції

⁶ Чарльз В.Л. Гіл висловлює думку, що "щойно фірма здійснює прямі інвестиції, вона перетворюється на багатонаціональне підприємство (тобто таке, що діє у більш як одній країні)"



використовуються для отримання більш високого прибутку за рахунок короткострокових капіталовкладень.

Чи знаєте Ви, що... переважного розвитку дана форма міжнародних економічних відносин набула ще до Першої світової війни. Головним інвестором виступала Англія, яка була зацікавлена в отриманні у такий спосіб додаткових природних ресурсів із менш розвинувтих держав та колоній. Купуючи акції та облигації, інвестор претендував тільки на чистий дохід фірми. Портфельні, або фінансові інвестиції здійснювалися насамперед з допомогою банків чи інвестиційних фондів. Після



Першої світової війни портфельне інвестування занепало і відновилося лише у 60-ті роки.



Виробництво за кордоном

Великі транспортні витрати, митні збори та обмеження на імпорт (квоти), преференції для вітчизняних виробників – це причини, які можуть спонукати фірму почати виробництво за кордоном.

До переваг такого рішення можна віднести і такі фактори: розмір та привабливість ринку, сприятливий рівень виробничих витрат, близьке розташування до покупців, пільги, що надаються урядом тощо.

Налагодження діяльності за кордоном може відбуватись шляхом *виробництва продукції за контрактом* або *створенням власних підприємств*, що в цілому відрізняється ступенем залучення фірми до виробництва.

Виробництво продукції за контрактом – угода, за якою одна компанія (принципал) дає замовлення на виробництво продукції іншій фірмі (агенту), обумовлюючи при цьому характеристики продукції, що буде виготовлятися.

Таким чином, за даними контрактами, вироби виробляються за кордоном місцевими виробниками, а компанія-принципал здійснює контроль за маркетингом та комерційними питаннями через свою іноземну торгову філію. Як правило, збут виготовленої продукції здійснюється принципалом. Частиною угоди може бути також надання агенту “ноу-хау” та потрібного обладнання, що дозволяє гарантувати якість робіт. Виробництво продукції за контрактом широко поширене в таких галузях, як швейна промисловість та виробництво електроніки.

Така договірنا форма дозволяє фірмі обійтись без інвестицій у виробництво і без витрат на транспорт та митницю, і в той же час, використовувати місцеву робочу силу. Разом з тим, вона уникає зобов'язань з найму та менеджменту робочої сили в погану відомій місцевості. Звичайно, фірма втрачає частину прибутку від виробництва, витрати від якого можуть бути досить низькими, якщо заробітна плата на іноземному ринку нижча. Ризик передачі виробничого “ноу-хау” іноземній фірмі, яка в наслідок цього

може стати конкурентом, знижується, якщо головними факторами конкурентоспроможності є імідж марки та маркетингове "ноу-хау". Проблемою таких угод є контроль якості.

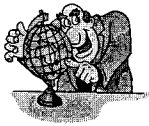
Створення власних підприємств. Найбільш повною формою залучення підприємства в діяльність на зарубіжному ринку є розміщення капіталу в створення за кордоном власних збиральних чи виробничих підприємств.

Відкриття заводу по зборці є досягненням певного компромісу між прямим експортом та іноземним виробництвом. Деталі, вузли та частини, що виготовляються в країні, де знаходиться фірма, відсилаються в іншу країну для збирання у готові вироби. Цей шлях дозволяє уникнути значних транспортних витрат та скористатись більш низькими митними зборами на незавершені вироби.

В міру накопичення фірмою досвіду експортної роботи і при достатньо великому обсязі закордонного ринку, створення власних **виробничих підприємств** за кордоном обіцяють їй певні переваги:

☞ дозволяє реалізувати економію на місцезнаходженні та завдяки кривій досвіду (як це роблять фірми, що дотримуються глобальної та транснаціональної стратегії) фірма може зекономити гроші за рахунок дешевої робочої сили або сировини, пільг, що надаються урядом іноземним інвесторам, скорочення транспортних витрат тощо;

Чи знаєте Ви, що... за загальної потреби економити кошти, фірмі, можливо, доцільно вибудувати свій ланцюжок цінностей у такій спосіб, щоб максимізувати додану цінність на кожному етапі. Так, національний підрозділ може спеціалізуватися на виробництві однієї складової частини товарного ряду або певних компонентів кінцевого продукту та обмінюватися частинами й продуктами з іншими філіями в рамках глобальної системи фірми. Створення такої глобальної системи виробництва



вимагає високого рівня контролю за операціями кожного підрозділу. Різні підрозділи повинні виконувати ухвалені в централізованому порядку рішення щодо способу виробництва, обсягу продукції та ціни на їх продукцію, що переходите до наступного підрозділу. Оскільки ліцензіати або партнери спільного підприємства навряд чи погодяться на такі підлеглі ролі, створення власних підприємств може стати необхідністю.

☞ створюючи робочі місця, фірма забезпечує собі сприятливий імідж в країні-партнері;

☞ фірма встановлює щільніші контакти з урядовими установами, клієнтами, постачальниками, що дозволяє їй краще пристосовувати товар за умов маркетингового середовища;

☞ фірма зберігає контроль за операціями в різних країнах, необхідний для глобального стратегічного координування, тобто використання



прибутків з однієї країни для підтримання конкурентного наступу в іншій, самостійно розробляє стратегію маркетингу, яка відповідає довгостроковим задачам фірми на міжнародному ринку;

↳ якщо конкурентна перевага фірми ґрунтується на компетенції у сфері технології, власні підприємства є найдоцільнішим способом входження, оскільки зменшує ризик втрати контролю над своїми знаннями. Такий спосіб використовують члени фірми з високорозвинутими технологіями, що розширюють свою діяльність за кордоном (наприклад, фірми в напівпровідниковій, електронній та фармацевтичній галузях).

Створення іноземних підрозділів, що є власністю компанії, дозволяє здійснювати безпосередній контроль над процесом виробництва. Можна виділити три причини створення власного підрозділу:

↳ прагнення компанії заміщення експорту продукції в певну країну або його частини виробництвом товару всередині цієї країни;

↳ використання низької вартості праці або інших ресурсів в певній країні;

↳ отримання права на видобуток корисних копалин на території іншої держави за умови будівництва видобувного підприємства.

Створивши власну філію компанія утримує сто відсотків акцій. Відкриття власної філії на іноземному ринку може відбуватися двома способами. Фірма може створити нове підприємство і в певній країні або придбати вже існуючу фірму та скористатися нею для стимулювання збуту своєї продукції (як це зробила “Merill Lunch”, придбавши різні активи “Yamaichi Securities”).

Створення власних підрозділів в цілому є досить дорогим способом обслуговування іноземного ринку. Фірми зазнають великих витрат і значного ризику. Ризик, пов'язаний з набуттям бізнесового досвіду в новому національному середовищі зменшиться, якщо фірма придбає в країні-господарі діюче підприємство. Однак придбання може викликати додаткові проблеми, зокрема необхідність узгодження розбіжностей між корпоративними культурами. Ці проблеми можуть переважити вигоди від придбання діючого підприємства.



**Стратегії
виходу на
зарубіжні
ринки**

Не існує єдиної, універсальної, “найкращої” стратегії входження на іноземний ринок. Мову можна вести лише про “ситуаційно країну” або тимчасово оптимальну стратегію, оскільки вибір техніки входження на іноземний ринок залежить від багатьох факторів, що змінюються в часі.

Фактори, що визначають альтернативи входження компанії на

іноземний ринок наступні:

↳ швидкість входження на ринок, (якщо необхідно вийти на ринок достатньо швидко, то можливі наступні варіанти: створення власної дочірньої компанії, продаж ліцензій, залучення агента чи дистриб'ютора);

↳ витрати, як більш важливіші, ніж інші очікувані ризики виходу на нові іноземні цільові ринки;

↳ вимога гнучкості та врахування законодавства;

↳ фактори ризику, в тому числі політичні та конкурентні;

↳ період окупності інвестицій (більш короткі періоди окупності досягаються через ліцензійні і, зокрема, франчайзингові угоди).

Як правило, великі компанії не обирають один будь-який метод входження на ринок, а використовують їх одночасно, в поєднанні.

Вище підкреслювалась важливість стратегії розвитку підприємств в міжнародному масштабі у зв'язку із зростаючою глобалізацією світової та європейської економіки. Перше питання, що виникає при розробці подібних стратегій, пов'язане із способом виходу на ринок певної країни та з обранням каналу збуту. Можливі стратегії наведено на рис. 1.5., різниця полягає в тому, чи експортує фірма продукцію, що виготовлена нею на своєму ринку, чи створює виробничі підрозділи на іноземному ринку.



Рис. 1.5. Стратегії виходу на іноземні ринки

В загальному вигляді переваги та недоліки окремих стратегій світового бізнесу наведені в табл. 1.4.

⁶ Окремі автори визначають спільне підприємство одночасно як: а) форму світового бізнесу; б) специфічного суб'єкта світового бізнесу; в) стратегію входження на зарубіжний ринок; г) вид прямого іноземного інвестування; д) форму господарювання.

Таблиця 1.4. Порівняльна характеристика видів світового бізнесу

Спосіб аходження	Переваги	Недоліки
Міжнародна торгівля	Розширення спеціалізації. Широкий асортимент товарів. Низькі ціни	Значні витрати на перевезення, пов'язані із великими відстанями. Політична нестабільність. Втрата вміння виробляти той чи інший товар в межах своєї країни
Експорт	Можливість економії коштів на місцезнаходженні та за рахунок кривої досвіду. Економія на організації виробництва у своїй країні	Значні транспортні витрати. Торгові бар'єри. Проблеми з місцевими маркетинговими агентами
Угоди на будівництво проєктів "під ключ"	Можливість одержати прибутки від використання результатів технологічного процесу в країнах, де прямі інвестиції обмежуються	Створення небезпечних конкурентів. Неможливість тривалої присутності на ринку
Ліцензування	Незначні витрати на розробку товару, незначний ризик	Недостатній контроль за технологією. Можливість економії на місцезнаходженні та за рахунок кривої досвіду. Неможливість участі в глобальній стратегічній координації
Франчайзинг	Незначні витрати на розробку товару, незначний ризик	Недостатній контроль за якістю. Неможливість участі в глобальній стратегічній координації
Спільні підприємства	Доступ до знань місцевих партнерів. Розподіл витрат на впровадження товару та розподіл ризику. Політично прийнятна форма бізнесу	Недостатній контроль за технологією. Неможливість участі в глобальній стратегічній координації. Неспроможність економити кошти на місцезнаходженні та за рахунок кривої досвіду
Власні філії	Захист технології. Можливість участі в глобальній стратегічній координації. Можливість економії коштів на місцезнаходженні та за рахунок кривої досвіду	Значні витрати та високий ступінь ризику

Отже, форми виходу на іноземний ринок різноманітні і пов'язані з різними видами ризиків та масштабами інвестицій. Аналіз поведінки фірм свідчить, що перехід на міжнародний рівень – це процес, що складається, як правило, з великої кількості етапів. Найчастіше, підприємство починає з непрямого експорту, і якщо результати задовільні, вона починає здійснювати прямий експорт, і врешті-решт, налагоджує виробництво за кордоном.

Діяльність більшості компаній за кордоном пов'язана з використанням двох основних форм ведення світового бізнесу: товарного експорту і прямих

інвестицій. Вони відчутно впливають на правила регулювання потоків приватного бізнесу між країнами. Інша форма бізнесу – ліцензування і укладання “контрактів під ключ” – не менш важливі, а для деяких конкретних фірм або країн можуть мати вирішальне значення.

Якщо підприємство має наміри стати учасником світового бізнесу, його керівництву слід вивчити всі переваги і недоліки для того, щоб якомога вигідніше використати свої ресурси та можливості і отримати найбільші прибутки.

1.3. Діяльність багатонаціональних компаній



Поняття та значення БНК

Ера глобалізації світового бізнесу завдячує своєму розвитку створенню та функціонуванню великої кількості БНК.

БНК (багатонаціональна компанія) – фірма, яка має вихід на міжнародний ринок, діє більше, ніж в одній країні, і має виробничу базу за кордоном⁷.

Деякі автори стверджують, що компанія повинна або мати виробничі потужності, розміщені в певній мінімальній кількості країн, або досягнути певного розміру, щоб її можна було віднести до класу БНК. Але, починаючи з 1960-х років, у демографії багатонаціональних компаній простежуються дві основні тенденції: збільшення кількості неамериканських БНК, в першу чергу японських і розвиток міні-БНК⁸.

Чи знаєте Ви, що...



коли люди думають про міжнародну компанію, вони зазвичай уявляють собі такі фірми-гіганти, як “General Motors”, “Ford”, “Fudji”, “Kodak”, “Matsushita”, “Procter & Gamble” та “Unilever”, які є великими, комплексними багатонаціональними компаніями, що здійснюють операції у всьому світі. Незважаючи на те, що основна частина міжнародної торгівлі та інвестицій забезпечується великими фірмами, чимало середніх та малих підприємств дедалі активніше стають учасниками у сфері міжнародної торгівлі та інвестицій. Розвиток Інтернету усуває перепони, з якими зустрічаються невеликі фірми при розширенні міжнародних каналів збуту.

⁷ Термін “багатонаціональна корпорація” також загальноприйняте в літературі, присвяченій міжнародному бізнесу і в переважній більшості випадків використовується як синонім терміну “багатонаціональна компанія”. Ми віддаємо перевагу терміну “компанія”, оскільки в світі існує безліч компаній-партнерів, які мають спільний бухгалтерський баланс, але не мають при цьому організаційної форми корпорації.

Ще один термін, що використовується замість БНК, особливо в рамках ООН, – “транснаціональна корпорація”. Його використовують також для компаній, що знаходяться в різних країнах, але є власністю і очолюються громадянами однієї країни. Поняття “багатонаціональні компанії” (БНК) і “транснаціональні корпорації” (ТНК), що використовуються в літературі є тотожними.

⁸ Враховуючи розвиток міні-БНК Чарлз В.Л. Гіл називає БНК багатонаціональним підприємством.



Управління БНК може здійснюватись глобально (інтегрування господарської діяльності, що здійснюється у різних країнах) або багатогалузево (фірми допускають велику ступінь незалежності при проведенні операцій у кожній із країн).

3 практики світового бізнесу



В Україні ТНК умовно поділяються на дві великі групи: компанії, що не мають реальних конкурентів серед українських виробників (наприклад, виробник засобів гігієни Procter&Gamble або тютюнові компанії), та корпорації, інтереси яких напряму торкаються багатьох вітчизняних підприємств (наприклад, такі виробники пивобезалкогольної продукції, як "Coca-Cola" та "Sun Interbrew").

БНК виступають двигуном швидкої глобалізації світової торгівлі. Повноцінна БНК, як правило, застосовує більшість форм світового бізнесу. Майже третина світових угод припадає на внутрішньофірмові продажі проміжної продукції або обладнання філій БНК в різних країнах. Вони дійсно перетворились на глобальні фабрики, які використовують сприятливі виробничі можливості в будь-якій частині світу. Річний обсяг продаж багатьох БНК перевищує показник ВВП країн, що їх приймають.

Подібні масштаби діяльності БНК свідчать про велику економічну, а в деяких випадках, і політичну владу БНК в цих країнах. Цей вплив значно посилюється також за рахунок їх переважно олігополістичного становища на ринку, оскільки вони надають перевагу оперуванню на ринку з обмеженою кількістю як продавців, так і покупців. Подібна ситуація дозволяє їм маніпулювати цінами та прибутками, вступати в змову з іншими фірмами для встановлення контролю над певними сферами діяльності і обмежувати проникнення на ринок потенційних конкурентів, утримуючи домінуючі позиції в галузі нових технологій і спеціальних знань. За допомогою диференціації виробництва та реклами БНК впливають і на смаки споживачів. Великі БНК мають численні відділення та філії за кордоном.

Чи знаєте Ви, що...



СпопoсoPhilips продaє росіяням 795 автозaправних стaнцій у штaтaх Нью-Джерсі та Пенсільвaнія. Вaртiсть угоди стaновить \$265,75 млн, з нux \$50 млн — влaсні кошти кoмпaнії, рeштy будe профінaнсoвaно зa рaхунок шeстирічнoгo кредиту, нaдaнoгo бaнкoм Lehman Brothers. Тaкe придбaння дозвoлить ЛУКOЙЛу пoдвoїти свoю чaстку нa ринку північнoгo сxoду США (щорічний обсяг прoдaжу мeрeжі АЗС стaновить 1,2 млрд гaлонів нaфтoпрoдуктiв).

Наявність власної мережі збуту в США дозволить компанії ефективніше використовувати потужності експортного терміналу під Санкт-Петербургом, призначеного для перевалки нафтопродуктів. Загалом ЛУКОЙЛ володіє 4700 АЗС, а в результаті нових придбань кількість лукойлівських заправок у США становитиме близько 2000. СопосоPhilips розпродає АЗС у США, щоб зменшити борг. Загалом компанія планує цього року продати активів на \$4,5 млрд.



Переваги БНК

Аргументи на користь БНК базуються в основному на традиційному неокласичному аналізі факторів економічного зростання:

☞ приватні іноземні інвестиції (та іноземна допомога) звичайно розглядаються як засіб подолання розриву між наявними ресурсами (національні заощадження, іноземна валюта, державні доходи і управлінський досвід) та обсягом цих ресурсів, необхідним для досягнення бажаних темпів зростання і розвитку, завдяки внеску приватного іноземного інвестування в національний розвиток;

☞ оподатковуючи податком прибутки БНК і приймаючи фінансову участь в їх діяльності на своїй території, уряди країн, що розвиваються, мають більше можливостей мобілізації державних фінансових ресурсів для здійснення проектів розвитку;

☞ БНК забезпечують не тільки надходження фінансових коштів і створення нових підприємств, але і як би "передають повний пакет" всіх необхідних ресурсів, включаючи управлінські навички, досвід підприємницької діяльності, технологічні секрети своїм партнерам з місцевих підприємств. Така передача відбувається як в процесі діяльності, так і за допомогою навчальних програм. Більше того, БНК можуть передати місцевим менеджерам досвід налагодження зв'язків із закордонними банками, пошуку місцевих альтернативних джерел сировини і матеріалів, розвитку мережі реалізації, а також ознайомити їх з практикою міжнародного маркетингу;

☞ БНК сприяють поширенню найбільш складних виробничих технологій при передачі сучасних машин і обладнання, подібна передача знань, досвіду і технології вважається досить бажаною і продуктивною для країн-одержувачів.



Недоліки БНК

Наведені переваги обмежують отримання користі країнами, що приймають БНК, через наступні недоліки:

☞ зменшення національних заощаджень і обсягів інвестицій через обмеження конкуренції шляхом укладання з урядом країни ексклюзивних угод про виробництво, мінімізацію реінвестування і формування доходу, в основному для груп населення з низькою схильністю

до заощаджень. БНК часто перешкоджають розвитку місцевих фірм, які могли б поставляти для БНК напівфабрикати, що замінюють аналогічний імпорт з їх закордонних філій. В тому ж напрямку діє політика високих процентних ставок за кредитами, які надаються урядами приймаючих країн;

☞ в довгостроковій перспективі валютні надходження в країну найчастіше зменшуються, крім того в країні може відбуватись погіршення стану поточного платіжного балансу в результаті значних обсягів імпорту БНК напівфабрикатів і засобів виробництва, а також вивезення прибутків, виплат відсотків, роялті, винагород менеджером тощо;

☞ хоча БНК збільшують державні доходи, сплачуючи корпоративні податки, однак, розмір цих надходжень до державної казни значно менший потенційно можливої суми. Це пояснюється укладенням угод з урядом про пільгове оподаткування, практикою трансфертного ціноутворення, пільговим режимом для іноземних інвестицій, прихованим державним субсидуванням і наданням БНК протекціоністських тарифів;

☞ управлінський і підприємницький досвід, технологія і зв'язки із закордонними партнерами можуть не впливати на зростання національного економічного потенціалу і, навпаки, навіть гальмувати цей процес шляхом стримування національного підприємництва з метою забезпечення домінуючих позицій на місцевих ринках;

☞ в багатьох випадках діяльність БНК посилює дуалістичність національної економіки і збільшує нерівність в доходах. БНК діють в інтересах невеликої групи високооплачуваних працівників сучасного сектору економіки на противагу інтересам решти груп населення, збільшуючи розрив в оплаті праці. БНК вилучають засоби з виробництва необхідних продуктів харчування для виробництва предметів розкошу, що задовольняють потреби місцевої еліти. Крім того, розміщуючи своє виробництво переважно в міських районах, вони поглиблюють дисбаланс виробничих можливостей між містом і селом, тим самим сприяючи посиленню міграції населення в місто;

☞ БНК звичайно виробляють, непотрібні товари (місцеві ресурси використовуються для здійснення проектів, які не відповідають вимогам справедливої соціальної політики, що, в свою чергу, сприяє посиленню вже існуючої значної нерівності між багатими і бідними) в тому розумінні, що їх продукція орієнтована, в основному, на попит малочисельної високозабезпеченої місцевої еліти; більше того, вони стимулюють формування попиту на ці товари, активно використовуючи рекламу і своє



монополістичне становище на ринку. При цьому БНК застосовують неприйнятні для місцевих умов капіталоінтенсивні технології виробництва;

✎ БНК використовують свою економічну силу для впливу на формування державної політики, яка не відповідає національним інтересам розвитку. Вони досягають значних економічних і політичних поступок від приймаючих країн, що конкурують між собою за залучення іноземного капіталу. Це надмірний протекціонізм по відношенню до іноземного капіталу, податкові знижки, пільги на капітал, що інвестується, надання дешевих земельних ділянок для будівництва підприємств, а також комунальних і соціальних послуг за заниженими тарифами. Тому прибутки БНК значно перевищують соціальні вигоди, що одержують приймаючі країни. В ряді випадків співробітництво такого роду може мати навіть негативні соціальні наслідки. Більше того, в країнах з високими ставками податків БНК можуть штучно завищувати ціни на напівфабрикати, що одержуються із закордонних філій, і переводити прибутки в філії з країнами з низьким рівнем оподаткування. Цей феномен, відомий як трансфертне ціноутворення, широко використовується БНК, оскільки уряди приймаючих країн практично позбавлені можливості через міждержавні відмінності в ставках корпоративного податку;

✎ БНК можуть завдавати пряму шкоду національній економіці, подавляючи місцеве підприємництво. Використовуючи більш високий рівень знань, рекламний досвід, мережу зарубіжних контактів і ще ряд конкурентних переваг, вони усувають конкурентів з числа місцевих підприємців і перешкоджають формуванню національного малого бізнесу. Ринкові реформи, що здійснюються, приватизація державних підприємств і операції з обміну боргових зобов'язань на акції підприємств для зменшення зовнішньої заборгованості (свопи) надають БНК унікальні можливості для придбання кращих і потенційно найбільш прибуткових національних підприємств. Використовуючи цей шлях, вони зможуть усувати національних інвесторів і привласнювати прибутки;

✎ нарешті, в політичному плані часто висловлюються побоювання, що могутні БНК можуть одержати контроль над місцевими виробничими активами і ринком робочої сили, що дасть їм в подальшому можливість значно впливати на процес прийняття політичних рішень на всіх рівнях. В крайніх ситуаціях вони можуть навіть піти на зміну політичного режиму, використовуючи для цього підкуп корумпованих державних чиновників вищих рівнів або, що по суті також замаскована форма підкупу, фінансуючи політичні партії, які симпатизують їх інтересам.



ТЕМА 2

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ БІЗНЕСУ

2.1. Поняття та види організаційно-правових форм бізнесу

2.2. Організаційно-правові форми бізнесу різних країн світу

2.3. Поняття та види реорганізації підприємств



ТЕМИ ДЛЯ РЕФЕРАТІВ

1. *Історичний аспект виникнення акціонерних товариств.*
2. *Державна Реєстрація підприємств в Україні, Росії та Білорусі: порівняльний аспект.*
3. *Злиття та поглинання корпорацій: історичний аспект.*

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. *Охарактеризувати організаційно-правові форми бізнесу, різних зарубіжних країн.*
2. *Назвати переваги та недоліки організаційно-правових форм бізнесу.*
3. *Охарактеризувати види партнерств, які функціонують за кордоном.*
4. *Навести випадки створення спільних підприємств.*
5. *Вказати особливості державної реєстрації підприємств в Японії, Італії та Німеччині.*
6. *Навести відмінності в державній реєстрації в Україні та інших країнах світу.*
7. *Охарактеризувати випадки, коли проводиться реорганізація підприємств.*
8. *Вказати відмінності між видами реорганізації в Україні та інших країнах світу.*



НАША КОМПАНІЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

1. *Визначити організаційно-правову форму створеної фірми. Навести її переваги і недоліки.*
2. *Навести інформацію про засновників, оголошений розмір статутного капіталу, частки засновників, засновницькі документи.*
3. *Охарактеризувати нормативне регулювання діяльності підприємства в зарубіжній країні, обраній для розширення бізнесу.*
4. *Вказати порядок державної реєстрації підприємства та створення філії за кордоном.*





2.1. Поняття та види організаційно-правових форм бізнесу



Характеристика організаційно-правових форм бізнесу

Різноманітність форм власності зумовлює існування різних організаційно-правових форм бізнесу, що безпосередньо впливає на порядок реєстрації та господарську

діяльність підприємств.

У зарубіжній практиці існує декілька основних типів підприємств, які відрізняються кількістю засновників, їх правами та обов'язками, а також фінансовими можливостями.

Усі типи підприємств відіграють значну роль в економіці кожної країни, а їх тісне співіснування забезпечує гнучкість механізму функціонування економіки. Серед підприємств зарубіжних країн 70-80 % є приватними підприємствами (одноособними володіннями), 20-30 % припадають на партнерства (товариства, окрім акціонерних) та корпорації (акціонерні товариства).

Стисла характеристика організаційно-правових форм бізнесу в різних країнах світу наведена в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1. Характеристика організаційно-правових форм бізнесу

Критерії	Організаційно-правова форма		
	приватне підприємство	партнерство	корпорація
1	2	3	4
Простота створення	Не потребує багато часу, грошових витрат	Потребує консультацій з юристом при складанні установчих документів	Необхідно дотримуватися складних процедур, встановлених чинним законодавством певної країни, що зазвичай дорого коштують
Відповідальність власників	Власник несе необмежену персональну відповідальність за свій бізнес	Залежить від виду партнерств у кожній країні	Відповідальність акціонерів обмежується розмірами їх внесків
Контроль та управління	Власник повністю контролює діяльність фірми	Залежить від виду партнерств у кожній країні	Володіння та управління фірмою відокремлені; власники акцій відкритих акціонерних товариств практично

1	2	3	4
			не беруть участь у прийнятті рішень щодо управління; в акціонерному товаристві закритого типу власники частіше беруть участь в управлінні товариством
Тривалість "життєвого циклу" підприємства	Може бути обмежена тривалістю життя власника	Залежить від угоди між партнерами	Теоретично не обмежена

Зупинимось детальніше на трьох основних організаційно-правових формах бізнесу в різних країнах світу.



Приватні підприємства

Приватне підприємство (одноосібне володіння) є найпростішою організаційно-правовою формою бізнесу, при створенні якої фізична особа вкладає у свою справу власне майно.

Власником приватного підприємства є одна людина, хоча можуть найматися багато працівників. Ця форма організації бізнесу отримала найбільше поширення у сфері роздрібно́ї торгівлі та послуг.

Приватне підприємство – це фірма, власником якої є одна особа.

Приватна фірма є найпоширенішою організаційно-правовою формою бізнесу в США, до неї належать 72 % всіх американських підприємств.

Чи знаєте Ви, що...



в США зі смертю власника його бізнес припиняє активне існування, хоча в заповіті можна передбачити призначення тимчасового розпорядника в очікуванні продажу бізнесу або його ліквідації.

Право приватного підприємця продати або подарувати свій бізнес практично абсолютне, за винятком загальних обмежень, передбачених законодавством для будь-якого продавця¹.

Приватні підприємства мають свої переваги і недоліки, що наведені на рис. 2.1.

Отже, для успішної роботи більшості приватних підприємств необхідні значні зусилля. Проте, обравши таку форму бізнесу, власник отримує задоволення, працюючи сам на себе.

¹ Козлов Л. Знакомьтесь: законы в Америке. Информационный справочник. – К.: "Преса України", 1993. – 224 с. – С. 57.

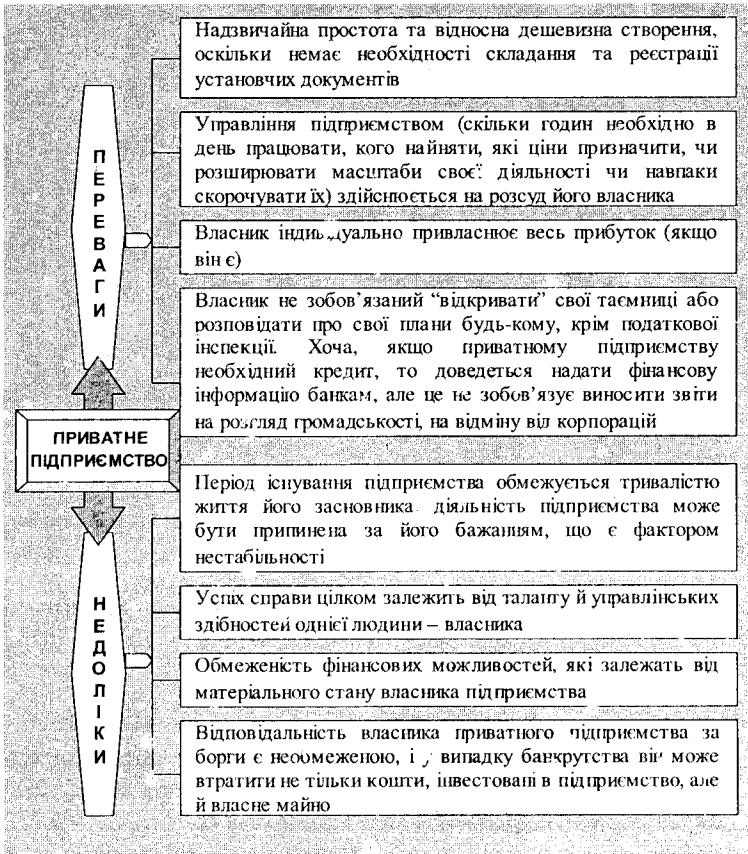


Рис. 2.1. Переваги та недоліки приватного підприємства

Хоча створити приватне підприємство легко і власник самостійно розпоряджається одержаним прибутком, однак він має обмежені фінансові можливості, що інколи може призвести до припинення діяльності підприємства.

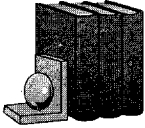
**Чи знаєте Ви,
що...**



"Самозайняті" власники часто працюють 50 або 60 годин на тиждень і не мають відпусток, однак середня "тривалість життя" дрібних підприємств не перевищує року.

Хоча приватні підприємства теоретично можуть бути будь-якого розміру, більшість з них відноситься до малого бізнесу. Тільки 16 % отримують валовий дохід понад 1 млн. дол. Людина, яка самостійно організовує підприємство, як правило, має менший капітал, ніж група людей, і частіше зіштовхується з труднощами отримання позики. Більше того, єдиному власникові інколи доводиться дорожче платити за отримані в кредит кошти, оскільки кредитні інститути схильні встановлювати більш високі відсоткові ставки для приватних підприємств, ніж для великих корпорацій.

З книги рекордів Гіннеса



Найстаріший сімейний бізнес

Найстаріше сімейне підприємство – японська фірма Hoshi Ryokan. Її історія походить від 717 р. до н.е. і нараховує 46 поколінь.

З точки зору законодавства, власник і його підприємство – це одне й те ж. За будь-які офіційно зареєстровані збитки та борги підприємства несе відповідальність той, кому воно належить. Власник приватного підприємства може відмовитися продати особисте майно, наприклад, сімейний будинок, щоб покрити борги свого підприємства, але, у випадку пред'явлення підприємству позову, він може втратити все, чим володіє.

Приватні підприємства бувають недовговічні. Деякі власники передають бізнес своїм спадкоємцям разом із нерухомістю. Однак смерть власника може означати і “смерть” його фірми, особливо якщо її діяльність була заснована на високому професіоналізмі власника.

Деякі зарубіжні економісти, аналізуючи переваги та недоліки приватних підприємств, зазначають, що останні не настільки привабливі для інвесторів, як партнерства або корпорації.



Партнерства

Партнерство (товариство) – законне об'єднання двох або більше осіб, які виступають в якості співвласників фірми, з метою отримання прибутку.

Часто для організації бізнесу необхідна взаємодія декількох талантів (високих професіоналів) – скажімо, юристів або вчених, які спеціалізуються у різних галузях. Двоє або більше людей можуть створити товариство (партнерство). Кожен бере на себе зобов'язання виконувати певну частину робіт і внести свою частку до статутного капіталу, одержуючи в обмін право

на певний відсоток прибутку і, звичайно, зобов'язання розподіляти з іншими членами збитки, що понесло підприємство.

Партнерство є складнішою формою організації бізнесу в порівнянні з приватним підприємством.

Партнерство – це підприємство, яке належить двом або більше особам та управляється ними на основі письмової згоди, яка називається "угодою про партнерство". Така угода визначає права та відповідальність партнерів, порядок розподілу прибутків та збитків, порядок ліквідації підприємства тощо.

3 практики світового бізнесу



В США за відсутності "угоди про партнерство" діяльність партнерства регулюється "Єдиним актом про партнерство", версії якого прийняті в кожному штаті. Партнерство не є юридичною особою, і для цілей оподаткування прибуток кожного з власників включається до їх персональної декларації про прибутки. Власники партнерств також несуть повну майнову відповідальність за борговими зобов'язаннями свого підприємства, яка може розповсюджуватися і на їх особисте майно.

Капітал кожного партнера представляє собою вкладений партнером капітал, частину прибутку, яка припадає на даного партнера, заробітну плату, якщо вона трактується як зменшення прибутку (вираховується), відсотки на вкладений капітал, якщо він вважається позикою, надану підприємству, стягнення партнерів (вираховується) тощо.

Партнери ділять між собою ризики й прибутки, і, можливо, обов'язки з його управління. Необхідно, щоб партнери домовилися про внески кожного з них в бізнес, розподіл доходу, розміри вкладень в бізнес, якщо він збитковий, контроль над бізнесом, характер обов'язків кожного партнера.

Партнерство може залишатися маленьким підприємством, всю діяльність якого забезпечують дві особи, або може перетворитися на компанію світового рівня з тисячами найманих працівників.

Недоліком партнерства є та обставина, що за відсутності спеціальної угоди, смерть або вихід з партнерства одного з членів призводять до припинення діяльності партнерства. Але навіть за наявності угоди партнер може домогтися припинення діяльності фірми.

Без згоди усіх партнерів жоден з них не має права продати загальне майно, але, якщо він це зробить, то, щоб повернути майно, партнери мають докласти багато зусиль.

Існують три основних види товариств (партнерств): загальне (повне) товариство, товариство з обмеженою відповідальністю, кваліфікаційне товариство з обмеженою відповідальністю.

Загальне (повне) товариство – це вид товариства, в якому всі співвласники мають рівні права власності та несуть солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства.

Складнішою формою є “обмежене” партнерство, де поряд із декількома “простими” партнерами є один або два “головних” партнери, які в цілому й відповідають за ведення бізнесу, беруть участь в розподілі доходу, є відповідальними за борги бізнесу. В окремих зарубіжних країнах використовується визначення товариство з обмеженою відповідальністю, яке відповідає визначенню, наведеному в українському законодавстві, проте є інше трактування цього терміну, яке наведено нижче.

Товариство з обмеженою відповідальністю (ТзОВ) – товариство, яке складається з одного або декількох головних партнерів (з необмеженою відповідальністю) та одного або декількох партнерів, чії зобов'язання обмежуються розмірами вкладених ними капіталів.

Головні партнери управляють всіма справами підприємства, а партнери з обмеженою відповідальністю є пасивними інвесторами, вони не беруть участь в управлінні товариством, тому що їх відповідальність за зобов'язаннями фірми обмежена розмірами вкладеного ними капіталу.

Кваліфікаційне товариство з обмеженою відповідальністю (КТОВ) – товариство, яке діє як корпорація, продає партнерські паї на фондових біржах; при цьому, якщо 90 % його доходів є пасивними (наприклад, доходи від надання майна в оренду, рентний дохід або інший вид доходу, який не вимагає фізичних зусиль власників), то вони оподатковуються податком за ставками податку на особистий дохід.

Чи знаєте Ви, що... у США партнерства з обмеженою відповідальністю почали створюватися на початку XIX століття. В основі цього процесу були: по-перше, потреба зростаючого капіталу в нових формах організації підприємницької діяльності; по-друге, існуючі на той час труднощі реєстрації документів при створенні корпорацій. Законодавчого оформлення цей процес набув лише на початку XX століття. В Англії закон про партнерства з обмеженою відповідальністю був прийнятий парламентом у 1907 році, а в США подібний документ схвалено в 1916 році. На сучасному етапі цей вид партнерства набув широкої популярності. Їх називають також командитними партнерствами, тобто “партнерствами на довірі”. Вони поширені в галузі інвестицій у нерухомість, нафто- та газодобування, наукові дослідження, лізинг, фінансування кіно- та інших проектів.



Для того, щоб прийняти рішення про створення партнерства, слід розглянути переваги та недоліки цієї організаційно-правової форми бізнесу (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Переваги та недоліки приватного партнерств

Небезпека, пов'язана з необмеженою відповідальністю, і складність акумуляції коштів пояснюють, чому розповсюдження партнерств обмежується дрібними підприємствами в сільському господарстві та роздрібній торгівлі.

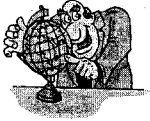


Корпорації

Ефективне виробництво часто вимагає створення великомасштабних підприємств з капіталом в мільярди доларів, тому інвестори потребують найоптимальнішого способу об'єднання своїх коштів. Корпорація (акціонерне товариство) є єдиною формою організації підприємницької діяльності, при якій майнова відповідальність власників обмежується розмірами їх внесків до спільного корпоративного (акціонерного) капіталу.

Корпорація — форма юридичного статусу ділової організації, що створюється у вигляді товариства з участю двох і більше акціонерів, є самостійною юридичною особою, володіє правом від свого імені виготовляти товари та надавати послуги, укладати контракти, отримувати й надавати позики і здійснювати будь-які інші дії.

Чи знаєте Ви, що...



сучасна корпорація сформувалася в XIX ст., коли потрібні були значні обсяги капіталу, щоб побудувати залізницю, вугільні шахти та сталеливарні заводи. Для здійснення цих проектів потрібно було стільки коштів, що жодна людина або група партнерів не могли сподіватися на вихід з цієї ситуації. Рішенням проблеми став продаж частки в акціонерному капіталі підприємства багаточисельним вкладникам, які в обмін на свої кошти отримували б частину прибутку. Ці вкладники мали змогу брати участь у голосуванні щодо певних питань, які могли б вплинути на вартість їх внеску, але вкладники не брали участі в повсякденному керівництві. Щоб захистити вкладників від ризику, їх відповідальність була обмежена сумою їх внеску.

Корпорація є найдосконалішою формою бізнесу з точки зору безперервності існування, централізованого управління, обмеженої фінансової відповідальності та більш-менш вільної передачі корпоративного майна. Тільки в деяких випадках суд може притягнути окремих акціонерів до відповідальності за фінансову діяльність корпорації. Наприклад, якщо суд розглядатиме створення корпорації як спробу уникнути особистої відповідальності (наприклад, корпорація заснована спеціально для того, щоб обманним шляхом (наданням підприємству більшої солідності) одержати кредити в банках або у приватних осіб). Крім того, кредитори, надаючи кошти в борг, можуть вимагати, щоб президент або інша посадова особа поставили підписи на договорах не тільки як представники корпорації, але й як приватні особи, які гарантують повернення отриманого кредиту не тільки з коштів корпорації, а й з їх особистих коштів у випадку необхідності. В цьому разі наявність корпорації не є перешкодою для притягнення президента корпорації або інших осіб, які поставили свій підпис в документах, до особистої відповідальності.

Великі корпорації (акціонерні товариства) є, як правило, основними платниками податків. Власники деяких великих корпорацій скаржаться, що податки дуже великі і суспільство тільки виграло б, якби компанії могли залишити у себе велику частину своїх доходів для реінвестування. Багато людей, навпаки, вважають, що корпорації своєю відповідальністю зневажають суспільство, використовуючи різні прийоми для мінімізації податків, наприклад, відкривають фірми в Панамі, на Багамських або Бермудських островах, де не стягується податок на доходи. За їх словами,



корпорації, що користуються такими перевагами, насправді сплачують набагато менші податки, ніж малі фірми або приватні особи. Зокрема, в США можна домогтися для корпорації сприятливого податкового статусу, якщо корпорація утворена в даній країні, а максимальна кількість акціонерів не повинна перевищувати 35 осіб і всі акціонери мають право на проживання в межах США. З цієї причини діяльність таких корпоративних підприємств, включаючи ведення бухгалтерського обліку та складання звітності, регулюється спеціальними державними законодавчими актами. Зокрема, корпорації зобов'язані оприлюднювати звіт про результати роботи за календарний рік, супроводжуючи його детальним аналізом результатів виробничо-господарської та фінансової діяльності. Крім того, вони зобов'язані щоквартально складати та публікувати скорочені варіанти фінансової звітності, давати огляд і пояснення суттєвих змін, які відбулися за звітний період.

Чи знаєте Ви, що... у Великобританії декілька століть тому право на створення корпорацій надавалось монарху спеціальними наказами або правовими актами. Британська Ост-Індська компанія була привілейованою корпорацією, і як така, вона практично правила Індією більше ста років. В дев'ятнадцятому сторіччі залізничні компанії змушені були витратити на придбання корпоративного права стільки грошей, скільки і на будівництво насипів. Протягом минулого сторіччя прийнято закони, що дозволили практично кожному створювати



корпорацію для будь-якого виду діяльності.

До першої десятки найбільших компаній світу входять представники двох галузей економіки – нафтового бізнесу (п'ять компаній) і автомобілебудування (чотири концерни). Перше місце посідає американський нафтовий концерн Exxon Mobil, друге – американська автомобілебудівна корпорація General Motors, третє – британсько-нідерландський Shell. Рівно половина компаній в першій десятці – американські. Німеччина представлена всього однією фірмою – Daimler Chrysler.

В процесі розвитку корпорацій відповідно до ринкових засад господарювання виникло декілька різних їх типів, характеристика яких наведена в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2. Характеристика різних типів корпорацій

Типи корпорацій	Характеристика
1	2
Державна	Корпорація, яка знаходиться у власності уряду та створена для спеціальних державних цілей. Створюється федеральним урядом або урядами штатів для певної державної мети, наприклад, управління місцевими школами, надання позик студентам або розвитку певного району

1	2
Квазідержавна	Підприємство загального користування, яке володіє монополією на надання основних послуг (підприємства комунального господарства, наділені державою монополією на такі види обслуговування, як електро-, водо- та газопостачання, а також місцевий телефонний зв'язок)
Приватна	Компанія, якою володіють приватні особи або інші компанії. Її вкладники купують акції на відкритому ринку, який дає приватним корпораціям доступ до значних розмірів капіталу. В свою чергу власники акцій отримують право на частку прибутку у тому випадку, якщо корпорація буде успішно працювати
Некомерційна	Організація корпоративного типу, чії власники мають обмежену відповідальність, і яка призначена для надання суспільних послуг, а не отримання прибутку. Переслідують неекономічні цілі, її завдання можуть лежати в сфері освіти, благодійності, інших суспільних інтересів. Наприклад, державна система радіомовлення, Американська кардіологічна асоціація і Гарвардський університет
Комерційна	Компанія, мета якої – отримання прибутку в інтересах її власників. Створюється для того, щоб приносити прибуток її власникам
Корпорація відкритого типу	Активно продає акції на відкритому ринку. Як приватні, так і квазідержавні корпорації можуть належати до корпорацій відкритого типу, як, наприклад, компанії “Форд Моторз” і “Камонвелс Едісон” (яка постачає енергію в регіон Чикаго)
Корпорація закритого типу	Корпорація, яка не продає акції на відкритих торгах. Не виставляє свої акції на відкритий ринок, а фінансує розширення з власних доходів або отримує фінансову допомогу з будь-якого іншого джерела. Це дає власникам повний контроль над своїм підприємством і захищає компанію від будь-яких спроб придбати контрольний пакет її акцій. Такі відомі компанії, як “Холмарк”, “Юнайтід Парсел Сервіс” і “Хайст Хотелз”, надали перевагу залишитися корпораціями закритого типу
Професійна	Компанія, власники акцій якої пропонують професійні послуги (медичні, юридичні, інженерні) і здійснюють благодійні програми соціального і пенсійного забезпечення. Вона не належить до числа корпорацій відкритого типу. Завдяки своїм перевагам в страхуванні і пенсійному забезпеченні професійні корпорації в деяких регіонах країни приходять на зміну товариствам
S-корпорації	Корпорація з числом акціонерів не більше 35, які оподатковуються податками як товариства. Доходи та витрати фірми припадають на частку її власників і оподатковуються податком. В той же час власники акцій в S-корпорації, як і власники акцій в звичайній корпорації, мають обмежену відповідальність. В певних умовах S-корпорації можуть бути дуже привабливими, але свобода їх дій пов'язана з різноманітними обмеженнями. Наприклад, в S-корпорацію не можуть входити більше 35 акціонерів, вона не може володіти більше ніж 80% акцій іншої корпорації і отримувати більше 25% доходу з пасивних джерел, таких, як рента, відсотки і орендна плата
Дочірня	Компанія, чий капітал повністю (або майже повністю) належить іншій компанії

1	2
Материнська	Володіє більшою частиною (або повним обсягом) акцій іншої компанії і приймає активну участь в управлінні нею, контролює всю діяльність дочірніх підприємств
Іноземна	Діє на території даної країни, але зареєстрована в іншій країні
Немісцева	Зареєстрована в одному штаті (де більш сприятливі умови для реєстрації), а займається бізнесом у декількох інших штатах
Місцева	Займається бізнесом тільки в тому штаті, де вона отримала ліцензію

Чи знаєте Ви, що...



у США поділ корпорацій на відкриті та закриті був законодавчо визначений у 1908 р. До відкритих належать ті корпорації, цінні папери яких вільно купуються та продаються. Кількість власників таких підприємств практично не обмежена, але їх повинно бути не менше семи. У закритих корпораціях всі або більша частина цінних паперів належать декільком особам, і лише незначний їх відсоток може бути проданий за згодою керівництва компанії.

Капітал корпорацій відкритого типу оцінюється на фондових біржах, таких як Нью-Йоркська, Лондонська, Токійська. На фондових ринках відбувається торгівля акціями великих корпорацій і здійснюється більшість ризикованих інвестицій в країні.

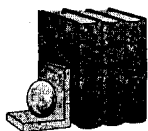
Необмежена "тривалість життя" є значною перевагою корпорацій. Вона дозволяє фірмам розробляти довгострокові плани, наймати, навчати та стимулювати кращих працівників корпорацій.

Переваги та недоліки сучасних корпорацій наведено (див. рис. 2.3).

З книги рекордів Гіннеса

Найбільші компанії

Найбільшою у світі є компанія "General Electric" (США). В травні 2000 р. ринкова вартість її активів складала 532,3 млрд. дол. Дохід за 1999 р. складав 10,7 млрд. дол. Загальний обсяг "General Motors" (США) склав на 1999 р. 189 млрд. дол.



Рекордна явка акціонерів

Зібрання акціонерів AGM, Американської телефонної і телеграфної компанії (нині AT&T Corp), в квітні 1961 р. відвідали рекордна кількість акціонерів – 20109 чоловік.

Жодна інша організаційно-правова форма бізнесу не може зрівнятися з корпорацією в її успіхах із зосередження в одних "руках" грошових коштів, ресурсів і людських можливостей, з концентрації матеріальних активів, а також з виробництва благ. У корпорацій є низка суттєвих переваг, які роблять її найкращим засобом для вирішення цих завдань. Однією з таких переваг є обмежена відповідальність. Якби не були великі зобов'язання корпорації, вони поширюються на неї, а не на приватних акціонерів. Скажімо, Ви купите акції компанії, яка потім стає банкрутом. Ви можете втратити гроші, які Ви вклали в акції, але не зобов'язані відповідати за борги корпорації.

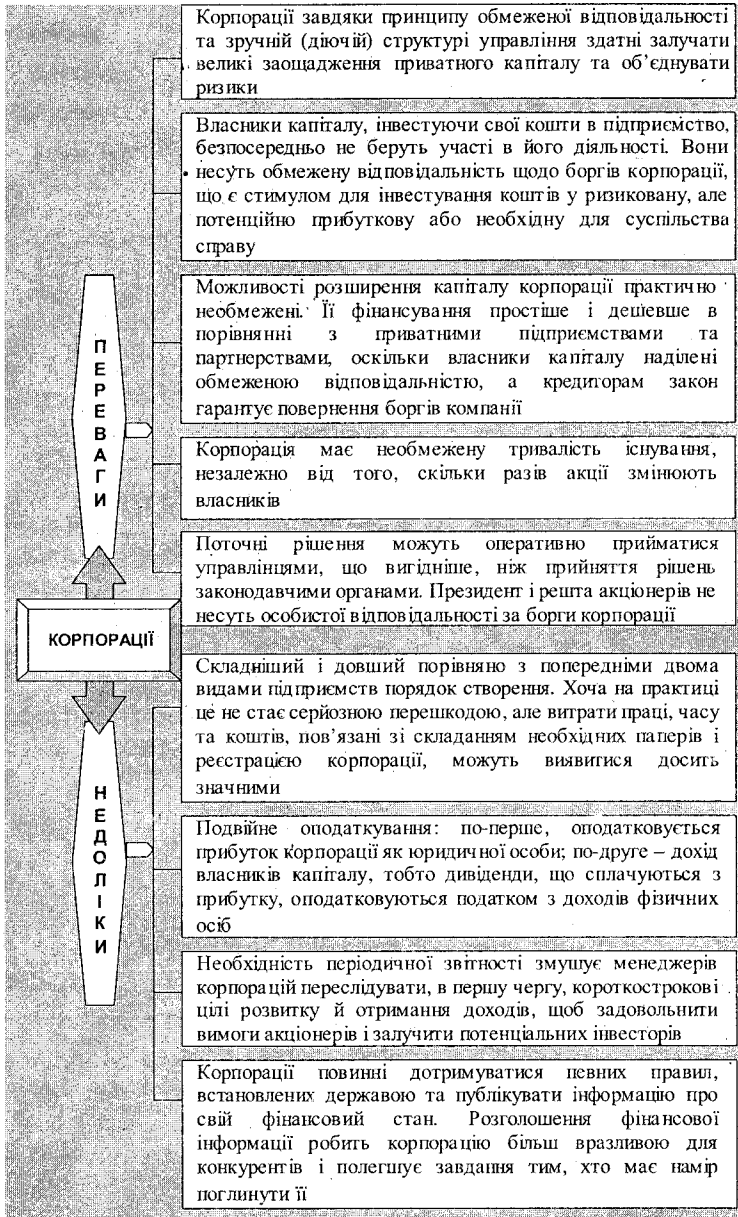


Рис. 2.3. Переваги та недоліки корпорації



2.2. Організаційно-правові форми бізнесу різних країн світу



Великобританія

Компанії Великобританії можуть бути двох типів:

☞ компанія з обмеженою відповідальністю учасників в межах певної гарантованої ними суми (Company Limited by Guarantee), учасники якої гарантують внесення ними певних сум у випадку банкрутства компанії;

☞ компанія з відповідальністю учасників, обмеженою номінальною сумою їх вкладів (Company Limited by Shares), в якій відповідальність учасників за борги компанії обмежується сумою їх акцій (паїв). Це найбільш поширений в цій країні тип компанії. Він схожий з прийнятою на континенті формою акціонерної компанії.

У Великобританії компанії можна поділити на:

☞ публічні, які мають право публічного випуску акцій та облігацій, тобто вільного їх продажу. Публічна компанія повинна мати не менше двох директорів. Така компанія розпочинає свою діяльність лише після отримання дозволу від державного бюро з реєстрації компаній;

☞ приватні компанії, які не мають права публічного випуску акцій та облігацій. Акції розподіляються між учасниками компанії. Для приватної компанії не встановлено мінімального розміру капіталу, вона може мати одного директора, починати роботу ще до реєстрації без одержання особливого дозволу, а також надавати звітність за скороченою формою, якщо вона малого або середнього розміру, і підпорядковуватися більш пом'якшеним правилам розподілу прибутку. Британська приватна компанія близька до товариства з обмеженою відповідальністю, поширеного в континентальній Європі.



Італія

Згідно з італійським законодавством можуть бути створені товариства з іноземною участю в наступних формах: повне товариство, командитне товариство, акціонерне товариство, акціонерно-командитне товариство, товариство з обмеженою відповідальністю.

Акціонерне товариство має правовий статус, близький до товариства з обмеженою відповідальністю. Мінімальний розмір статутного капіталу товариства встановлений законодавством Італії.

Кожна звичайна акція має однакову вартість і, за загальним правилом, надає однакові права. Її розмір встановлюється в установчих документах. Вартість акції не може бути нижчою за номінальну. В установчому акті можуть бути передбачені неоднакові права для власників різних акцій.

Допускаються привілейовані акції, акції з обмеженим правом голосу й акції, що не дають права голосу. Акції можуть бути іменними та на пред'явника. Акції на пред'явника повинні бути в усіх випадках повністю оплачені. Якщо акції будуть зосереджені в руках однієї особи, то вона відповідає за зобов'язаннями товариства необмежено.



Німеччина

Німецьке законодавство, закони про акціонерні товариства, про товариства з обмеженою відповідальністю та інші правові акти регулюють питання, пов'язані з різними організаційно-правовими формами бізнесу. Під час вибору оптимальної економічної та правової форми підприємства повинні враховуватися всі податкові, промислово-економічні та правові аспекти.

Законодавство передбачає створення наступних товариств – повне (відкрите) торговельне товариство, командитне товариство, товариство з обмеженою відповідальністю, акціонерне товариство, а також товариств змішаного типу: командитне товариство з обмеженою відповідальністю і акціонерне командитне товариство.

До повних (відкритих) торгівельних товариств входять не менше двох партнерів, які несуть особисту необмежену відповідальність за зобов'язаннями підприємства, в тому числі й своїм особистим майном. Вони виступають як солідарні боржники. Це означає, що кожен з них несе відповідальність за всі борги підприємства, відповідно кредитор має право вимагати сплати всієї суми боргу з будь-якого партнера. Згідно із законодавством Німеччини повне товариство не є юридичною особою, хоча і користується правами останньої. Воно може придбавати майно, подавати позови до суду, виступати в ролі відповідача. Товариство виникає з моменту укладання договору між учасниками. Членами повного товариства можуть бути громадяни будь-якої держави, в тому числі й юридичні особи. Проте члени товариства не мають права бути власниками чи необмеженими відповідальними вкладниками іншого підприємства, що діє в тій же сфері діяльності, що й дане товариство.

3 практики світового бізнесу

Найбільшими за розмірами доходів серед німецьких промислових компаній є три автомобілебудівні – DaimlerChrysler, Volkswagen і BMW.





Для створення **командитного товариства (КТ)** потрібно щонайменше дві особи: член командитного товариства, який несе необмежену відповідальність за зобов'язаннями КТ всім своїм майном, а також командитор, який несе відповідальність лише сумою свого внеску. Проте договір товариства може передавати ці права командитору. В будь-якому випадку при укладанні угод, що виходять за межі звичайної практики підприємства, потрібна згода на це командитора. Таким чином, за командитором закріплюється право контролю, але він безпосередньо не впливає на ведення справ.

Акціонерне товариство (АТ) – це підприємство, капітал якого утворюється в результаті об'єднання індивідуальних капіталів шляхом випуску та продажу акцій. АТ є юридичною особою, яка володіє правами та несе обов'язки. Воно має можливість самостійно вести справи, виступати у суді від свого імені та нести відповідальність за зобов'язаннями у межах свого майна.

Акціонерне командитне товариство (АКТ) є товариством, яке за формою організації і характером функціонування подібне до АТ. Його засновниками виступають члени командитного товариства, які несуть необмежену відповідальність, а також командитні власники акцій. АКТ зустрічається набагато рідше за АТ.

Командитне товариство з обмеженою відповідальністю є товариством, яке поєднує в собі риси командитного товариства і можливість обмеженої відповідальності всіх членів підприємства, тобто в ньому жодна фізична особа не несе повної майнової відповідальності. З точки зору оподаткування така форма не має жодних переваг в порівнянні з ТЗОВ.



США

Акціонерне товариство (корпорація) є домінуючою формою ділового підприємства у США. Американське законодавство визначає наступні характеристики корпорації:

- ↳ централізоване управління;
- ↳ тривалість існування товариства, що виходить за межі тривалості життя деяких власників акцій;
- ↳ вільний переказ прибутків акціонерів;
- ↳ обмеження відповідальності акціонерів часткою їх капіталовкладень.

При наявності не менше трьох з цих ознак будь-яке підприємство може розглядатись як корпорація при оподаткуванні.

В останні роки у багатьох штатах були прийняті закони, що дозволяють діяльність малих підприємств у формі так званих закритих корпорацій. Закрита корпорація передбачає обмежену кількість учасників, які мають право продавати свої акції без згоди інших акціонерів. Управління в таких компаніях здійснюється безпосередньо держателями акцій. Статус закритої корпорації дозволяє уникнути значної кількості формальностей при збереженні принципу обмеженої відповідальності.

Партнерство може створюватись корпораціями та приватними особами за умови: розподілу між ними прибутків і збитків на рівній основі; спільного контролю за бізнесом і активної участі в ньому.

Найбільш поширеними в США є товариства з необмеженою відповідальністю, всі учасники якого разом і кожен окремо несуть відповідальність за борговими зобов'язаннями партнерства. Найчастіше статус повного партнерства використовується малими підприємствами в галузі професійних послуг (юридичних, бухгалтерських, медичних, архітектурних тощо). Існують в США і товариства з обмеженою відповідальністю. Вони включають одного або декількох партнерів, які особисто відповідають за борговими зобов'язаннями підприємства, а також одного або декількох партнерів, відповідальність яких обмежена їх внесками і які не беруть участі в управлінні компанією. Партнерства з обмеженою відповідальністю є типовими для підприємств, які зайняті здійсненням будівельних об'єктів, розробкою природних копалин, операціями з нерухомістю та інших капіталомістких сферах діяльності. Повні партнерства та партнерства з обмеженою відповідальністю підлягають оподаткуванню за одними й тими ж принципами.



Фінляндія

Усі підприємства Фінляндії за правовим статусом можна поділити на одноосібні підприємства та об'єднання підприємців, які відіграють в сучасних умовах вирішальну роль (серед них домінують акціонерні товариства). Тут також поширені й інші організаційно-правові форми: повні товариства, командитні товариства (з обмеженою відповідальністю), кооперативи та страхові товариства.

Найбільш зручною організаційно-правовою формою бізнесу є акціонерне товариство. Важлива перевага акціонерної форми полягає в тому, що фінське законодавство обмежує відповідальність акціонерів за підприємства та його борги лише сумою, витраченою на придбання акцій, в той час, як в товариствах



і кооперативах власники несуть відповідальність за зобов'язаннями підприємства не лише вкладеним капіталом, але й усім своїм майном.

Акціонерне товариство може створювати дочірні компанії. Згідно з фінським законодавством, якщо одне товариство володіє акціями, які забезпечують не менше ніж 51 % голосів іншого товариства, то перше є материнським, а друге – дочірнім. Материнське товариство разом з дочірнім утворюють *концерн*.

Згідно з фінським законодавством діяльність фірм повністю незалежна. Вони самостійно визначають об'єкти вкладення капіталу, номенклатуру продукції, що виготовляється, ринки збуту, ціни (за певними обмеженнями). Держава визначає лише загальні умови діяльності компаній через законодавство, грошову та кредитну політику, валютний контроль, оподаткування, норми захисту навколишнього середовища, правила техніки безпеки, стандарти, санітарні норми продуктів харчування тощо.

Між компаніями у Фінляндії спостерігається жорстка конкуренція, яка виражається в постійних змінах структури підприємницької діяльності: фірми купуються та продаються, об'єднують свої відділи, активізується процес інтернаціоналізації господарської діяльності, включаючи і розширення пропозицій іноземного капіталу на фінському ринку.



Франція

Є досить цікавий момент у діяльності акціонерних товариств Франції. Відповідно до законодавства цієї країни кількість засновників товариства, а в майбутньому і число акціонерів, не повинно бути меншим семи, крім того не допускається існування акціонерного товариства, в якому всі акції належать одній особі.

Крім зазначених вище форм підприємницької діяльності, широке розповсюдження одержала певна категорія компаній, головним чином державних і кооперативних, діяльність яких регулюється особливими організаційно-правовими формами. Однак акціонерні товариства й товариства з обмеженою відповідальністю є найбільш поширеними.

За французьким законодавством компанії поділені на декілька груп:

- ☞ страхові компанії та різні фонди заощаджень;
- ☞ банки та інші фінансові установи, фінансові інноваційні компанії та товариства регіонального розвитку;
- ☞ колективні інвестиційні фонди (інвестиційні клуби, колективні фонди заощаджень);
- ☞ біржові посередники;
- ☞ компанії, які здійснюють операції з нерухомістю;



↳ різноманітні кооперативні товариства (сільськогосподарські, виробничі, споживчі тощо), в тому числі компанії зі змінним капіталом тощо.

Французьке право передбачає також створення та функціонування ряду асоціацій і підприємств, які або безпосередньо виступають як самостійні юридичні особи в господарській діяльності, або сприяють комерційним фірмам в їх діяльності. Так, наприклад, у Франції існує близько 100 тис. різних асоціацій, що об'єднують комерційні фірми та інші підприємства з метою координованого проведення науково-дослідних робіт, а також надання їм допомоги в галузі фінансування діяльності, уніфікації фінансової звітності, організації управління тощо.



Швеція

Господарська діяльність в Швеції здійснюється в наступних основних юридичних формах, які реєструються у губернському управлінні: приватна фірма, просте товариство, повне товариство, акціонерне товариство, економічне об'єднання.

Приватна фірма належить одному власнику. В ній немає розмежування між власністю підприємства та власника. Приватна фірма не є юридичною особою. Власник приватної фірми несе особисту відповідальність за її діяльність та борги всім свої майном. Всі отримані фірмою доходи розглядаються як заробітна плата власника та підлягають відповідному оподаткуванню.

Просте товариство не має статусу юридичної особи та представляє собою об'єднання двох і більше фізичних або юридичних осіб, які уклали договір про спільну діяльність. У відносинах із третьою стороною виступає один із учасників товариства. Інші учасники не несуть відповідальності за зобов'язаннями особи, яка вступила в переговори з третьою стороною.

Повне товариство об'єднує не менше двох фізичних або юридичних осіб, які укладають договір про здійснення підприємницької діяльності під загальною фірмовою назвою. За зобов'язаннями товариства його учасники несуть необмежену солідарну відповідальність. Кредитори можуть пред'явити позови будь-якому із членів, на власний розсуд, тому при укладанні договору між учасниками товариства має значення запис про розмежування сфери діяльності. Якщо в договорі між членами не передбачено іншого, кожен із учасників товариства має право на ведення справ від імені товариства.

Згідно з шведським законодавством, **акціонерне товариство** принципово відрізняється від інших товариств тим, що представляє собою об'єднання капіталів завдяки випуску та продажу акцій, і тим, що всі його



учасники несуть обмежену відповідальність за діяльність фірми та її борги, яка відповідає частині вкладеного капіталу.

У статуті товариства можуть бути передбачені різні види акцій, які відрізняються кількістю голосів, але всі вони повинні надавати власникам право голосу.

В статуті може бути наведене застереження про поділ акцій на вільні (що можуть продаватись всім без обмежень, навіть іноземним особам) та невольні (які повинні знаходитись лише у шведських юридичних або фізичних осіб), рішення про це приймається на зборах засновників. Мета цього застереження полягає в тому, щоб іноземні юридичні та фізичні особи не змогли отримати вирішального впливу в товариствах, діяльність яких пов'язана з придбанням нерухомості. При збільшенні чи зменшенні капіталу товариства співвідношення вільних і невольних акцій повинно зберігатися. Передача вільних акцій оформлюється індосаментом. Дивіденди на невольні акції виплачуються лише за умови пред'явлення сертифікатів, в яких вказується, що вони видані саме на невольні акції. Власники невольних акцій на основі переважного права можуть придбати такі ж акції у інших акціонерів або нові акції, що випускаються. Це право поширюється і на тих, хто отримав акції в спадок.

Акціонерні товариства можуть створювати дочірні компанії та філії, які разом утворюють концерн. Філія не є самостійною юридичною одиницею і діє на правах відділу товариства.

До *економічних об'єднань*, в першу чергу, відносяться кооперативи. Діяльність низки специфічних об'єднань регулюється окремо, зокрема: сільськогосподарських кас, товариств, що здають в безстрокову оренду квартири, іпотечних товариств тощо.

Специфічною особливістю економічного об'єднання є зацікавленість його членів не лише у вкладенні капіталу, але й у власній діяльності (наприклад, учасники товариства можуть бути його постачальниками або покупцями). Щоб підприємство було зареєстроване як економічне об'єднання, необхідним є виконання трьох основних вимог:

- ✦ мета діяльності – сприяння економічним інтересам його членів;
- ✦ займається економічною (підприємницькою) діяльністю;
- ✦ члени об'єднання беруть участь в цій діяльності.

Поряд з перерахованими формами підприємств господарською діяльністю в Швеції діють установи, які можуть бути державними, комунальними, приватними, благодійницькими та ін. Вони мають права юридичної особи та функціонують на основі бюджетних і приватних коштів, а також добровільних внесків.



Японія

В Японії більшість великих компаній традиційно застосовують акціонерну форму господарювання, що пов'язано з більшим ступенем довіри до "публічно відкритої форми власності"; звернення до даної форми організації більшості, якщо не взагалі всіх, великих компаній надає їй додаткового престижу і серед споживачів, і в діловому світі. Внаслідок цього в ряді випадків і малі компанії також намагаються одержати статус акціонерної компанії. Разом з тим часто форма компанії з обмеженою відповідальністю краще пристосована до здійснення не дуже масштабних ділових операцій, не говорячи вже про те, що компанію з обмеженою відповідальністю легше зареєструвати, а ведення справ в цій формі пов'язано з меншою відкритістю для сторонніх спостерігачів.

Переважаючою організаційно-правовою формою бізнесу на території Японії є акціонерна компанія.

Для реєстрації акціонерної компанії до районного реєстраційного бюро (за місцем знаходження головного офісу компанії) подається заява про здійснення реєстрації, в якій необхідно вказати наступні реквізити: назву компанії; місцезнаходження головного офісу; адресу філії; мету діяльності; прізвища директорів компанії; прізвища та адресу директора-представника (президента); прізвища аудиторів; загальну кількість випущених акцій; види акцій та їх кількість; вартість однієї акції; розмір статутного капіталу; спосіб повідомлення про створення компанії; період існування компанії та підстави для припинення їх діяльності; у випадку необхідності розподілу відсотків до початку діяльності – регламентацію вказаного процесу; випуску конвертованих облігацій – регламентацію їх випуску.

Також обов'язковим при реєстрації компанії є складання форм:

↳ основних вихідних даних про компанію, включаючи назву, капітал, місцезнаходження головного офісу, кількість випущених акцій тощо;

↳ мети діяльності компанії;

↳ прізвищ керівника компанії;

↳ різних додаткових даних (наприклад, умови обмеження продажу акцій);

↳ філій (у випадку їх існування).

Для здійснення реєстрації також необхідні наступні документи: статут; зобов'язання засновників про купівлю акцій; заявка на придбання акцій акціонерами; протокол установчих зборів; протокол зборів ради директорів; письмова згода директорів, директора-представника (президента) та



аудиторів на виконання обов'язків; доповідь про результати проведеної директорами або аудиторами перевірки; свідоцтво фінансової установи про оплату акцій; свідоцтво про реєстрацію особистої печатки директора-представника компанії в місцевій муніципальній установі.

Реєстрація компанії з обмеженою відповідальністю здійснюється аналогічним чином, але за спрощеною процедурою.

Протягом двох місяців з моменту створення компанії (дня завершення процедури реєстрації) на ім'я начальника податкового управління за місцем знаходження головного офісу необхідно подати повідомлення про інкорпорацію як юридичну особу з копією статуту, завіреною копією свідоцтва про реєстрацію, копією списку акціонерів та ряду інших документів; повідомлення про прийняття методу слідкування за рухом товарних запасів на основі виписки накладних; повідомлення про метод оцінки товарних запасів (інвентаризацію); повідомлення про метод підрахунку амортизації; повідомлення про відкриття контори, в якій будуть здійснюватися розрахунки. Всі ці документи пов'язані в першу чергу із нарахуванням і сплатою компанією загальнонаціонального податку.

В місцеве податкове відділення (податкове відділення у структурі місцевих органів самоуправління) необхідно подати повідомлення про початок підприємницької діяльності для нарахування та сплати місцевих податків.

Також необхідно подати у встановленій формі повідомлення у відділення соціального страхування для врегулювання формальностей з медичного та потенційного страхування, а також ряд інших повідомлень.

Для іноземних інвесторів обов'язковим також є повідомлення через Банк Японії відповідних урядових органів про свій намір здійснити інвестиції.

Повідомлення про намір здійснити інвестиції оформлюється у встановленій формі після підготовки контракту союзу засновників, але до розробки статуту.

У випадку відсутності будь-яких протиріч із законодавством дозвіл на здійснення інвестицій видається протягом двох тижнів, про що інвестор отримує стандартне повідомлення.

Якщо купуються акції компанії, які котируються на фондовій біржі, повідомлення про здійснення прямих інвестицій потрібне у випадку, коли іноземний інвестор купує 10 % та більше акцій.

2.3. Поняття та види реорганізації підприємств



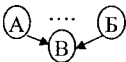
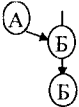
Основні види реорганізації

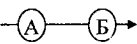
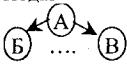
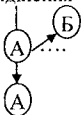
Незалежно від організаційно-правової форми бізнесу, існує велика ймовірність того, що з часом вона зміниться. Компанії усіх розмірів і типів досягають різних цілей, коли зливаються, розділяються та змінюють структуру.

Останнім часом у світовому бізнесі спостерігається зацікавленість до різних процедур *реорганізації*. Реорганізація є однією з форм припинення діяльності підприємства. Основна відмінність її від іншої форми припинення – ліквідації – полягає в тому, що при реорганізації не відбувається погашення всіх прав і обов'язків підприємства, що реорганізується, перед кредиторами та бюджетом, а відбувається їх перехід до іншої особи або декількох осіб (підприємств- правонаступників).

В таблиці 2.3 наведена коротка характеристика існуючих видів реорганізації.

Таблиця 2.3. Види реорганізації підприємств

Вид реорганізації	Характеристика	Відбувається припинення	Продовжують діяльність	Створюються нові
1	2	3	4	5
1. Злиття 	Припинення діяльності двох (А, Б) або більше підприємств. Все їх майно, майнові права та зобов'язання переходять до підприємства правонаступника (В), що виникло в результаті реорганізації	Всіх підприємств (А, Б), що реорганізуються	–	Одне підприємство- правонаступник (В)
2. Приєднання 	Припинення діяльності підприємства (А) і передача всіх його прав та зобов'язань іншому підприємству (Б)	Підприємства, що реорганізуються (А) (приєднуються)	Підприємство- правонаступник (Б) (до якого приєднуються)	–

1	2	3	4	5
<p>3. Перетворення</p> 	<p>Змінюється організаційно-правова форма ведення бізнесу (наприклад, було ТзОВ, стало АТ) або форма власності підприємства</p>	<p>–</p>	<p>Підприємство, що реорганізується, воно ж – підприємство- правонаступник</p>	<p>–</p>
<p>4. Поділ</p> 	<p>Припинення діяльності одного підприємства (А) з передачею всіх його прав та зобов'язань декільком підприємствам- правонаступникам (Б, В), що виникли в результаті реорганізації</p>	<p>Підприємство, що реорганізується (А)</p>	<p>–</p>	<p>Два або більше підприємств- правонаступників (Б, В)</p>
<p>5. Виділення</p> 	<p>До одного або декількох нових підприємств- правонаступників (Б) переходить частина прав і зобов'язань підприємства, що реорганізується (А)</p>	<p>–</p>	<p>Підприємство, що реорганізується (А)</p>	<p>Одне або більше підприємств- правонаступників</p>



Типи злиття підприємств

Терміни, що найчастіше використовуються при реорганізації, – це **злиття, поглинання та придбання контрольного пакету акцій**. Різниця між злиттям та поглинанням – технічна, що

стосується організації фінансового боку угоди.

3 практики світового бізнесу



Компанія "Nestle" — одна з найстаріших багатонаціональних компаній світу. Вона була заснована 1866 р. у Швейцарії Гайнріхом Нестале, який створив компанію для розповсюдження "молочної їжі" – винайденого ним виду дитячого харчування, що виготовлялося з порошкового молока, здоби та цукру. З перших днів існування компанія виводила можливість для проникнення в інші країни, створивши свої перші закордонні представництва у Лондоні в 1868 р. Компанія у 1905 р. здійснила злиття з фірмою "Anglo-Swiss Condensed Milk", таким чином розширивши свій товарний асортимент, де було згущене молоко, продукти дитячого харчування.

Компанія змушена була через невеликі ринки збуту Швейцарії шукати можливості для збільшення збуту за межами країни, "Nestle" в кінці XIX ст. створила заводи із виробництва згущеного молока та дитячого харчування в Сполучених Штатах і Британії, а в перших десятиліттях XX ст. – в Австралії, Південній Америці, Африці та Азії.

Злиття – об'єднання компаній, при якому створюється нова компанія, а попередні припиняють своє існування.

Поглинання – злиття двох компаній, при якому одна компанія купує іншу та зберігає панівне положення.

При поглинанні одна компанія купує іншу (або її частину) і в подальшому здійснює контроль над нею. Поглинання може супроводжуватися реалізацією активів, коли одна компанія продає частину своєї власності іншій компанії. В кінці 80-х років велика кількість поглинань проводилися у вигляді **викупу контрольного пакету акцій**.

Викуп контрольного пакету акцій – ситуація, при якій індивідуальний інвестор або група інвесторів купує компанію разом з її кредиторською заборгованістю, забезпеченням для якого є актив компанії.

В цьому випадку підприємець (або група підприємців), який купує компанію (або її частину) разом з її позиковими коштами, використовує майно придбані компанії для погашення свого боргу (або в якості гарантій його виплати). Потім борги сплачуються з доходів компанії або із засобів від продажу активів і акцій. Слід підкреслити, що придбання контрольного пакету акцій не завжди призводить до бажаних результатів.

Злиття та поглинання представляють собою відносно "радикальні" способи об'єднання компаній. Часто компанії використовують більш "помірні" способи об'єднання своїх зусиль для досягнення певних цілей. Так, наприклад, дві або більше компанії можуть створити **спільне підприємство** для розробки будь-якого проекту.

Спільне підприємство – підприємство, створене на засобах двох або декількох сторін для спільного отримання прибутку.

Спільне підприємство може бути легко та швидко розформоване, якщо масштаби проекту зменшаться, а може і продовжувати свою діяльність протягом багатьох років. Компанії "Corning Glass Works" і "PPG Industries" протягом 50 років працювали разом у формі спільного підприємства з розробки та виробництва будівельних матеріалів зі скла.

Консорціум – група компаній, які працюють для досягнення спільної мети або здійснення проекту, який дає вигоду усім учасникам.



Консорціум подібний до спільного підприємства, але в ньому поєднуються зусилля декількох компаній. Наприклад, дослідницький центр Девіда Сарнофа, підрозділи компанії “Дженерал Електрик”, французька фірма “Томсон С. А.” і голландська фірма “Філіпс Електронікс” утворили міжнародний консорціум, щоб розробити систему телебачення. Вони опинилися в числі груп, які подають свої пропозиції на розгляд Федеральної комісії США з питань зв’язку, мета вказаних груп – надати покупцям телевизор з абсолютно чітким зображенням.

Чи знаєте Ви, що... “Philips Electronics NV” – голландська компанія, одна з найбільших промислових фірм у світі (що має філії в понад 60 країнах), тривалий час була провідною у сфері світової електроніки, побутових приладів та електротоварів. Проте в 1970-ті роки показники її діяльності почали погіршуватися, і до початку 1990-х років “Philips” зазнала серії рекордних фінансових збитків. Протягом 1970 – 1980-х років на ринку “Philips” вели наступ такі японські компанії, як “Matsushita” і “Sony”. Ці компанії дотримувалися глобальної стратегії і



завдяки значній економії на витратах збивали ціни на продукцію “Philips”. Щоб конкурувати з цими фірмами на рівних умовах, “Philips” повинна була досягти економії завдяки кривій досвіду та на місцезнаходженні. На жаль, такі спроби “Philips” були заблоковані організацією, краще пристосованою до мультиринкової стратегії. Більшість іноземних філій “Philips” являли собою самоокупні підприємства зі своїми власними виробничими потужностями. “Philips” вкрай потребувала зосередження виробництва на кількох підприємствах, з тим щоб домогтися економії на місцезнаходженні та завдяки досвіду, однак нашоєхувалася на опір з боку своїх національних філій. Крім того, перешкодою був сам масштаб необхідної реорганізації. Через неузгодженість між структурою та обраною стратегією “Philips” пережила десятиліття фінансових проблем. Компанія почала виправляти свій фінансовий стан з середини 1990-х років, перш за все, завдяки зміні в організаційній структурі – тобто переходу від структури, основою якої були національні організації, до структури, що ґрунтується на виробничих підрозділах у світовому масштабі. Ця нова структура була краще пристосованою до глобальної стратегії, яку вирішила обрати “Philips”, і дала змогу компанії розпочати зменшення витрат².

Одним із способів організації спільної діяльності є також **кооперативи**.

Кооператив – об’єднання людей або невеликих фірм з подібними цілями, створене для підвищення конкурентоспроможності й отримання інших переваг від економії, зумовленої масштабами діяльності.

В них працюють групи людей або невеликих компаній, які мають спільні цілі й об’єднуються, щоб досягти більшої конкурентоспроможності, а

² Гіл, Чарлз В.Л. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Ткачук. – К.: Видавництво Соломії Павличко “Основи”, 2001. – 856 с. – С. 497.

також отримати вигоду від економії, зумовленої масштабами виробництва. Подібно великим компаніям, кооперативи можуть мати солідні обсяги закупок і продаж. Замість того, щоб розподіляти частину прибутку серед акціонерів фірми, кооперативи ділять свій прибуток між своїми членами.

Поглинання бувають **ворожими**, при яких одна сторона бореться за придбання контролю над іншою стороною проти волі існуючого керівництва останньої.

Вороже поглинання – ситуація, при якій стороння група купує акції корпорації в кількості, яка достатня для придбання контролю над нею, проти волі ради директорів чи інших керівників цієї корпорації.

Якщо “агресору” пощастить і він захватить намічену компанію, її попередні керівники, як правило, звільняються з посад, які вони займають.

Існує два основних способи ворожого поглинання: **пряма пропозиція про купівлю акцій (тендер) і боротьба за голоси акціонерів.**

Пряма пропозиція про купівлю акцій (тендер) – пропозиція сторонньої організації про купівлю акцій компанії за ціною, вищою поточної ринкової, яка адресована безпосередньо до власників акцій.

Боротьба за голоси акціонерів – спроба поглинання, коли акціонерів компанії, що поглинається, примушують проголосувати за раду директорів, яка задовольняє компанію-агресора.

При першому способі компанія-агресор робить корпорації пропозицію про купівлю певної кількості її акцій за фіксованою ціною. Ця ціна, зазвичай, вище поточної ціни, тому власники акцій зацікавлені у такому продажі. Компанія-агресор розраховує купити достатню кількість акцій корпорації, щоб мати можливість придбати контроль над нею та змінити існуючу раду директорів і менеджерів захопленої фірми. Другий спосіб означає, що “агресор” запевняє акціонерів наміченої ним корпорації віддати йому свої голоси, сподіваючись на зібрання достатньої кількості прибічників усунення від влади існуючої ради й управлінського корпусу. Така діяльність лише на перший погляд нескладна, а в дійсності битву за голоси акціонерів дуже важко виграти. Так дослідження 60 випадків боротьби за голоси акціонерів виявилось, що діюче керівництво виграло у 70 % випадків.



ТЕМА 3

ПРОБЛЕМИ ТА РОЗВИТОК МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

3.1. Поняття малого та середнього бізнесу, його роль в економіці

3.2. Проблеми розвитку та державна підтримка малого та середнього бізнесу

3.3. Особливості діяльності малих і середніх підприємств у різних країнах



ТЕМИ ДЛЯ РЕФЕРАТІВ

1. Тенденції та закономірності розвитку малого та середнього бізнесу в країнах світу.
2. Діяльність Управління у справах малого бізнесу в США.
3. Державна підтримка малого та середнього бізнесу в Україні.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. Вказати необхідність поділу підприємств на малі, середні та великі.
2. Визначити критерії віднесення підприємств до малих та середніх.
3. Вказати переваги підприємств малого та середнього бізнесу перед великими підприємствами
4. Визначити роль малого та середнього бізнесу в економіці різних країн світу.
5. Висвітлити проблеми розвитку малого та середнього бізнесу.
6. Зазначити напрями і форми державної політики підтримки малого та середнього бізнесу в різних країнах світу. Навести приклади.



НАША КОМПАНІЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

1. Визначити до якого типу підприємства відноситься створена філія за кордоном, навести критерії класифікації, що використовуються в обраній країні.
2. Вказати, яку підтримку надає держава для малого підприємства іншої країни, які виникають проблеми у його діяльності.





3.1. Поняття малого та середнього бізнесу. його роль в економіці



Поняття малого та середнього бізнесу

Малий та середній бізнес (далі – МСБ) є одним із найважливіших елементів економіки кожної країни, найбільш чутливим до будь-яких економічних, інколи й політичних, змін у державі. Підприємствам малого та середнього бізнесу важче вистояти у конкурентній боротьбі з іншими підприємства, більшими за розмірами. Необхідність визначення категорії “малі та середні підприємства” викликана політикою, яка проводиться в державі щодо підтримки цього найбільш вразливого сектору економіки.

На сьогодні немає єдиного визначення, яке б повною мірою характеризувало поняття малий та середній бізнес. У кожній країні існує свій підхід до цього питання, що зумовлено історичними особливостями, рівнем економічного розвитку, галузевою структурою економіки, національними умовами.

Виділяють кількісні та якісні критерії, за якими підприємство можна віднести до малого або середнього (табл. 3.1.).

Таблиця 3.1. Критерії класифікації підприємств

<i>Кількісні критерії</i>	<i>Якісні критерії</i>
<ul style="list-style-type: none"> ⌘ кількість працюючих; ⌘ розмір прибутку; ⌘ розмір статутного капіталу; ⌘ рівень фондоозброєності та фондовіддачі; ⌘ обсяг продукції, що випускається; ⌘ обсяги енергії та теплопостачання, що витрачаються тощо 	<ul style="list-style-type: none"> ⌘ сезонність виконання робіт; ⌘ ступінь спеціалізації в управлінні; ⌘ джерела формування капіталу (капітал забезпечує власник, як фізична особа або декілька приватних осіб) тощо

Залежно від сфери економічної діяльності (промисловість, будівництво, торгівля тощо) та специфіки національної економіки, як кількісні, так і якісні критерії змінюють порівняльну значимість. Те, що в країнах, які розвиваються, виглядає як середній чи навіть великий бізнес, у країнах із розвинутою економікою вважається малим.

3 практики світового бізнесу



У Болгарії якісними критеріями віднесення підприємств до малих і середніх є спрощена система організації виробництва (безцехова структура та бригадна організація праці), великий ступінь самостійності, строк окупності витрат до 24 місяців, строк введення основних засобів і освоєння повної проектної потужності підприємства – не більше 18 місяців, забезпечена реалізація продукції, управлінський апарат не більше 4-6 чоловік.

У Польщі, Угорщині такими критеріями є випуск несерійних товарів, диверсифікація та швидкий перехід до



випуску нової продукції, підприємства у сфері обслуговування населення і туризму.

У Швеції використовують наступні показники: стадії росту (початкова, виживання, зростання); географічна сфера діяльності (локальні, регіональні, національні масштаби); галузь; специфічні характеристики власників і управлінців (наприклад, жінки-підприємці, іноземці); типи проблем, характерних для підприємств (наприклад, управління якістю, фінансування тощо).

За даними Всесвітнього банку, загальна кількість показників, за якими підприємства відносяться до суб'єктів малого підприємництва (бізнесу), перевищує 50.

Більшість держав обирають декілька критеріїв для віднесення підприємства до малого чи середнього, щоб до зазначеного сектору економіки потрапляли ті групи підприємств, яким дійсно необхідна підтримка та відповідне регулювання. Це дозволяє ефективніше використовувати ресурси та з меншими видатками для держави проводити політику сприяння підприємництву.

Як показує вітчизняна та світова практика, основним критерієм, на підставі якого підприємства різних організаційно-правових форм відносяться до підприємств малого та середнього бізнесу, є середньоспискова чисельність працюючих, зайнятих у звітному періоді на підприємстві.

3 практики світового бізнесу



В Бельгії та Польщі підприємства відносяться до малого та середнього бізнесу, якщо кількість працюючих на підприємстві не перевищує 50 чол., у Греції – не більше 100 чол., в Данії підприємства з кількістю працюючих не більше 500 чол., у Фінляндії – до 249 чол.

Згідно з критерієм Організації економічного співробітництва та розвитку (далі – ОЕСР) залежно від кількості працюючих виділяють наступні групи підприємств:

- ☞ досить малі (1-19 чол.);
- ☞ малі (20-99 чол.);
- ☞ середні (100-499 чол.);
- ☞ великі (більше 500 чол.).

Проте кількість працюючих не є універсальним критерієм. Наприклад, на великому підприємстві зі значною часткою основних засобів або з найсучаснішим і дорогим обладнанням може працювати незначна кількість осіб. І, навпаки, на малому підприємстві харчової промисловості, може бути залучена значна кількість працюючих під час збирання врожаю тощо.

Чи знаєте Ви, що... в Узбекистані застосовується єдиний критерій – кількість працюючих, що є основним для надання підприємству державної підтримки, податкових та інших пільг. Але використання даного критерію перешкоджає вирішенню гострої для Узбекистану проблеми зайнятості населення. На практиці зустрічається чимало випадків, коли підприємці не показують у звітності всю кількість працюючих або штучно її обмежують для того, щоб не позбавитись передбачених для малих та середніх підприємств пільг і підтримки держави.



У Європейському союзі (далі – ЄС) обрано декілька критеріїв віднесення підприємств до малих і середніх, серед яких: кількість працюючих та один із двох фінансових критеріїв (величина річного обороту або величина балансової вартості активів). До малих відносяться підприємства з річним оборотом менше 40 млн. євро, або ті, що мають валову балансу менше 27 млн. євро. За кількістю зайнятого персоналу до мікропідприємств відносяться підприємства з кількістю працюючих не більше 9 чоловік; до малих підприємств – з кількістю працюючих від 10 до 49 чоловік; до середніх підприємств – з кількістю працюючих від 50 до 249 чоловік. У даному випадку, основний критерій – кількість працюючих підприємства (враховується як повна, так і часткова зайнятість на підприємстві), однак для визначення реального значення підприємства та його позиції серед конкурентів необхідним є фінансовий критерій.

Зазначені критерії та граничні показники віднесення підприємств до малих і середніх встановлюються на основі статистичних спостережень та досліджень особливостей діяльності підприємств певної країни або регіону.

Чи знаєте Ви, що... на підставі досліджень у країнах ЄС рівень менеджменту відображає якість відмінність сектора МСБ від сектора великих підприємств: на підприємствах з кількістю працюючих більше 250 чол. – досить високий рівень організації менеджменту в усіх сферах підприємницької діяльності (у виробництві, реалізації, дослідженнях і розробках, у питаннях кадрової політики); менше 250 чол. – рівень організації менеджменту в усіх галузях значно слабший. Відносно фінансових критеріїв дані Євростату свідчать, що річний оборот підприємств з кількістю зайнятих не більше



250 чоловік не перевищує 40 млн. євро, у зв'язку з чим є доцільним встановлення верхньої межі за критерієм "річний оборот" не більше 40 млн. євро. Другий критерій – "балансова вартість активів" – встановлено на позначці 27 млн. євро, виходячи з останніх розрахунків, які показали, що співвідношення між річним оборотом і балансовою вартістю активів для малих та середніх підприємств дорівнює 1,5.

У багатьох країнах (Німеччина, Нідерланди, Данія, Бельгія, Люксембург, Ірландія, Франція, Греція) не існує законодавчо закріплених критеріїв віднесення підприємств до малих і середніх. Але на практиці склалися певні підходи щодо їх класифікації. Наприклад, у Німеччині

підприємства з кількістю працюючих до 500 чоловік і середньорічним товарооборотом не більше 55 млн. дол. розглядаються як підприємства МСБ. У Греції до малих підприємств відносяться переробні компанії, середньорічна кількість зайнятих в яких становить менше 50 чоловік, а середньорічний товарооборот не перевищує 1,5 млн. дол.

У розвинутих країнах малі та середні підприємства поділені на три групи:

- 1) підприємства-субпостачальники продукції великих фірм;
- 2) підприємства, що самостійно функціонують як у сфері виробництва, так і у сфері послуг;
- 3) підприємства венчурного (ризикового) бізнесу.



Роль малого та середнього бізнесу в економіці

Малий та середній бізнес відіграє важливу роль в економічному житті більшості країн світу, про що свідчить історія економічного розвитку країн Європи та Америки. Із середини 70-х рр. ХХ ст., а особливо на початку 90-х рр. ХХ ст. почалося активне зростання кількості невеликих підприємств. Сьогодні у найрозвиненіших країнах світу частка малих і середніх підприємств складає 70-90 % у структурі економіки, а в деяких країнах – досягає 99 %.

3 практики світового бізнесу



За даними Міністерства економіки Франції, до підприємств малого та середнього бізнесу відносяться 99,8 % усіх підприємств, зареєстрованих у країні. На частку ж підприємств, кількість працюючих яких більше 250 чол., припадає лише 0,2 %.

Аналізуючи зарубіжний та вітчизняний досвід розвитку підприємств малого та середнього бізнесу, можна вказати на наступні його переваги перед великими підприємствами: більша незалежність дій суб'єктів малого підприємництва, гнучкість та оперативність у прийнятті рішень; відносно невисокі витрати при здійсненні діяльності, особливо витрати на управління; більша можливість індивідуума реалізувати власні ідеї та проявити здібності; менша потреба в первинному капіталі та здатність швидко адаптувати продукцію і процес виробництва відповідно до вимог місцевих ринків; відносно швидка оборотність капіталу; мобілізація матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, що могли б залишитися невикористаними, а також більш ефективно їх використання тощо.



Власники невеликих підприємств більш піддаються заощадженню й інвестуванню, у них високий рівень особистої мотивації у досягненні успіху, що добре впливає на діяльність підприємства в цілому.

Необхідно визнати, що у багатьох випадках дрібне виробництво ефективніше від великого, а курс на поєднання підприємств різних розмірів є найбільш оптимальним для поліпшення пристосованості підприємств до сучасних вимог господарювання, а також прискорення науково-технічного прогресу з цілого ряду напрямів. Не менш важливим є питання розподілу господарських функцій між великими, середніми та малими підприємствами та створення комплексу умов, за яких невеликі підприємства будуть працювати ефективніше та з максимальною віддачею для економіки країни.

Розвиток широкої мережі малих та середніх підприємств сприяє вирішенню важливих завдань, які виникають сьогодні перед багатьма країнами світу:

- ✧ розробці та впровадженню винаходів і раціональних пропозицій;
- ✧ швидкому насиченню ринку товарами та послугами;
- ✧ задоволенню потреб великих підприємств;
- ✧ забезпеченню спеціалізованими товарами і послугами;
- ✧ розширенню конкуренції;
- ✧ підвищенню зайнятості населення;
- ✧ професійній підготовці населення тощо.

Розробка та впровадження винаходів і раціональних пропозицій.

98 % найважливіших нових розробок – розробки малих і середніх підприємств. Це досить значна цифра, враховуючи те, що малі підприємства витрачають менше 5 % коштів, що виділяються у країнах на розробки та дослідження. Невеликі підприємства не тільки роблять внесок у розробку інновацій, а й швидко постачають їх на ринок.

Великим компаніям часто не вигідно самостійно займатися створенням нових розробок через ризик великих збитків, тому вони доручають малим дослідницьким фірмам ведення окремих напрямів, частково фінансуючи її. Успіх або невдача проекту дозволяє великим компаніям краще орієнтуватись в перспективі щодо нових виробів, а потім, у випадку успіху, вкладати без значного ризику в його випуск великі кошти і закріплювати свої позиції на ринках збуту нової продукції.

Сприяючи прискоренню реалізації новітніх технічних і комерційних ідей, випуску наукової продукції, МСБ тим самим виступає рушійною силою науково-технічного прогресу. Наприклад, більшість дрібних підприємств, що

з'явилися наприкінці 80-х років у Великобританії, є найбільш технічно оснащеними, а у США на сектор малого бізнесу припадає 50 % науково-технічних розробок.

Швидке насичення ринку товарами та послугами. Виробництво товарів і послуг наближається до споживачів, при цьому скорочуються транспортні витрати з доставки товарів на периферію з великих промислових центрів і, відповідно, вирівнюється рівень життя в населених пунктах різних масштабів.

Задоволення потреб великих підприємств. Підприємства МСБ відіграють важливу роль у діяльності великих підприємств, займаючись збутом їх продукції, обслуговуванням і постачанням. Найбільш прибуткові підприємства будують свою економічну стратегію в розрахунку на дрібних постачальників. Так, діяльність відомих у всьому світі японських фірм "Mitsubishi" та "Mitsumi" базується на співпраці з великою кількістю малих та середніх підприємств.

Забезпечення спеціалізованими товарами і послугами. Невеликі підприємства свою діяльність спрямовують на задоволення особливих потреб клієнтів, чого не можуть здійснити великі підприємства. Сьогодні багаті клієнти відрізняються "специфічними" смаками. Вони часто шукають нестандартні товари, вироблені за індивідуальним замовленням. Тому деякі малі підприємства мають успіх, задовольняючи такі екстравагантні потреби.

Розширення конкуренції є позитивним явищем у ринковій економіці і відображає відносини змагання між суб'єктами господарювання, коли їх самостійна діяльність ефективно обмежує можливості кожного вплинути на загальні умови реалізації товарів на даному ринку, а також стимулює виробництво тих товарів, які користуються попитом. Діяльність учасників ринкових відносин набуває динамічного характеру, вона пов'язана з економічною діяльністю та ризиком підприємця, що стає своєрідним соціальним двигуном економічного розвитку, сприяє підвищенню якості продукції та послуг при помірних цінах.

Підвищення зайнятості населення. МСБ робить вагомий внесок у вирішення проблеми зайнятості. Ця функція проявляється у здатності малих та середніх підприємств створювати нові робочі місця й поглинати надлишкову робочу силу під час циклічних спадів та структурних зрушень економіки. В середньому, в розвинутих країнах на МСБ припадає близько 50 % всіх зайнятих та до 70-80 % нових робочих місць. Навіть у період криз 70-80-х рр. XX ст. у розвинутих країнах, коли відбувалося скорочення робочих місць на великих підприємствах, підприємства МСБ їх не тільки зберігали, але й створювали нові.



На сьогодні, в Японії у МСБ зайнято близько 78 % всього населення, Італії – 72 %, у Франції та США – 54 %.

3 практики світового бізнесу



В даний час у країнах ЄС нараховується близько 16 млн підприємств, більше 90 % (близько 15 млн. одиниць) з яких – дуж малі. На половині підприємств працює лише власник і деякі члени його родини. Зазначена група підприємств забезпечує третину робочих місць у країнах ЄС і чверть сукупного обороту. Сфера і діяльності – будівництво, торгівля, бізнес-послуги. Близько 1 млн. підприємств відносяться до категорії малих, з них 55 % зайняті у сфері торгівлі та послуг, інші 45 % – у будівництві та різних галузях промисловості. Вони забезпечують близько 119 млн. робочих місць. У середньому,

на одному підприємстві цього класу працює 20 чоловік. Близько 1 % підприємств Західної Європи відносяться до середніх. На середніх підприємствах працює близько 15 % усіх зайнятих в економіці, вони дають п'яту частину загального обороту.

Професійна підготовка населення. Робочі місця, що створюються у малому та середньому бізнесі, дещо відрізняються від робочих місць, які надають великі підприємства. Працюючим тут платять менше (це стосується як основної заробітної плати, так і додаткових виплат й пільг), близько 25 % працюючих зайняті неповний робочий день. Більша частина з них – молодші або старші за віком від працюючих на великих підприємствах; більшість з них ніколи раніше не працювали; інші – тривалий час не мали роботи, поки не знайшли її на малому підприємстві. В середньому працюючі малих і середніх підприємств формально не мають професійної освіти. Наймаючи працюючих, кваліфікація яких не відповідає вимогам великих підприємств, малі та середні підприємства є важливим фактором стабільності в країні.

Таким чином, розвиток малого та середнього бізнесу активізує структурну перебудову економіки, забезпечує створення робочих місць (зайнятості населення), впровадження виготовлення нових товарів і надання послуг, дозволяє задовольнити потреби великих підприємств, збалансовує соціальну нерівність різних верств населення.

Крім того, велика кількість малих та середніх підприємства майже в кожній країні світу, навіть за умови одержання ними невеликих прибутків значно розширює базу оподаткування, тим самим сприяючи надходженню коштів до бюджету, зміцненню суспільно-політичної та економічної стійкості в державі.

МСБ характерний для ринкової економіки, без нього державу і суспільство, на сьогодні, вже важко уявити. Узагальнені показники, що характеризують діяльність малих та середніх підприємств (далі – МСП) у країнах світу наведені в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2. Інтегровані показники діяльності малих та середніх підприємств у різних країнах

Країна	Кількість МСП, тис.	Кількість МСП на 1000 чол. населення	Зайнятість у МСП, млн. чол.	Частка МСП від загальної кількості зайнятих, %	Частка МСП у ВВП, %
Великобританія	2630	46,00	13,6	49	50-53
Італія	3920	68,00	16,8	73	57-60
Країни ЄС	15770	45,00	68,0	72	63-67
Німеччина	2290	37,00	18,5	46	50-52
Росія	844	5,65	8,3	13	10-11
США	19300	74,20	70,2	54	50-52
Франція	1980	35,00	15,2	54	55-62
Японія	6450	49,60	39,5	78	52-55

Розвиток малого та середнього бізнесу дає можливість вільного вибору ринку. Одночасно забезпечується швидка окупність витрат і оперативне реагування на зміни споживчого попиту.

Сьогодні МСБ розглядається як самостійний сектор сучасної ринкової економіки, а його розвиток – вагомий фактор економічного та соціального добробуту. За цим сектором закріплюється роль своєрідного каталізатора інноваційних процесів у виробництві та розвитку сфери виробничих, збутових, інформаційно-консультативних і побутових послуг, значення яких в економічному житті промислово розвинутих країн все більше зростає.

3.2. Проблеми розвитку та державна підтримка малого та середнього бізнесу



Проблеми розвитку малого та середнього бізнесу

Мабуть більшість студентів вищих навчальних закладів (і не лише студенти) мріють про заснування власної справи, однак не кожен зважиться на це оскільки така діяльність носить невизначений і ризиковий характер. Так, із новостворених малих і середніх підприємств через рік залишається близько 50 %, через 3 роки – 7-8 %, а через 5 років з моменту створення – не більше 3 %. Разом з тим, загальна кількість малих і середніх підприємств, як правило, зростає, на місці ліквідованих підприємств постійно виникають нові.

Головною причиною провалу в бізнесі переважної більшості МСП є поганий менеджмент. У багатьох випадках взагалі помилковим було починати бізнес, який не мав шансу на успіх. Інші життєздатні підприємства



знають краху тому, що люди, які очолюють фірму, не мають відповідного досвіду або кваліфікації. Буває й так, що підприємець робить усе правильно, однак у перший рік діяльності припускається фатальної помилки. Отже, одним із недоліків МСП є низький рівень кваліфікації управлінського персоналу. У розвинутих країнах причинами більшості невдач малого та середнього підприємництва є самі підприємці-початківці, зокрема:

- ↳ відсутність у них необхідних теоретичних знань;
- ↳ незнання джерел отримання необхідної інформації;
- ↳ відсутність навиків практичного менеджменту;
- ↳ слабе знайомство із законодавчою базою.

Крім того, до недоліків малого та середнього підприємництва також варто віднести порівняно низьку прибутковість, високу інтенсивність праці, обмеженість власних ресурсів і підвищений ризик у конкурентній боротьбі, що призводить до постійного відновлення у секторі малого та середнього підприємництва внаслідок масових банкрутств, фінансово-кредитні проблеми, труднощі в реалізації продукції, а також несвоєчасне надходження грошових коштів від покупців і замовників.

3 практики світового бізнесу

З точки зору британських експертів, особливо негативним для МСП є:

↳ оподаткування, яке зменшує стимули та ринок капіталу і збільшує навантаження на малі та середні підприємства;

↳ державне регулювання і бюрократизм;

↳ стосунки з великими фірмами, які орієнтовані на контакти з іншими великими фірмами при закупівлях і державний сектор;

↳ конкурентна політика (малим фірмам складніше ввійти на ринок);

↳ освіта і наука, які не орієнтовані на бізнес і підприємництво, готуючи до управлінської діяльності чи до найманої праці, але не до підприємництва, проводять більше теоретичних фундаментальних досліджень, менше технологічних нововведень і розробок;

↳ соціальне законодавство, яке, пропонуючи різні допомоги, негативно впливає на мотивацію до заняття бізнесом.



Малі та середні підприємства дуже чутливі до економічних підйомів і спадів, їх розвиток, як і розвиток економіки будь-якої країни, відбувається хвилеподібно та характеризується підвищенням або зниженням їх ділової активності у певних галузях економіки. За відсутності значної частки фінансових резервів і стійких джерел кредитування, невелике підприємство повністю залежить від можливості швидкого збуту виробленої продукції. Кризи перевиробництва, або навіть уповільнення економічного зростання, завжди прискорюють процес банкрутства МСП.



МСП не завжди можуть конкурувати з великими підприємствами, перебуваючи з ними в неоднакових умовах. Насамперед, це стосується ринку капіталів. Банки та інші установи, що є джерелами отримання кредитів сприймають МСП як більш ризиковані, ніж великі. В усьому світі кредитування малого та середнього бізнесу є дуже складною проблемою, що зумовлено особливостями даного сектора економіки, й ускладнює його кредитування за загальноприйнятими схемами. Малі та середні підприємства мають три види ризиків, яких позбавлені великі підприємства через розмір та диверсифікованість.

По-перше, це *ризик відкриття нової справи*, що, як правило, полягає у недостатній мірі забезпеченості ресурсами, відсутності надійних ринків збуту та ділової репутації. По-друге, це *труднощі росту*. Невеликі компанії з високими темпами розвитку найбільш чутливі до випадковостей і непередбачених обставин. З *недостатньою диверсифікованістю* малих і середніх підприємств пов'язаний третій вид ризику. Ці фірми, як правило, мають єдиний ринок збуту й обмежену клієнтуру, у зв'язку з чим навіть незначний спад попиту на ринку може стати причиною скрутного фінансового стану таких підприємств.

Крім того, обслуговування великої кількості невеликих підприємств вимагає від банків більших операційних витрат, ніж обслуговування меншої кількості великих підприємств. Вартість обробки інформації й оцінки ступеня ризику набагато більша при невеликих обсягах кредитування.

Усі перераховані вище види ризику визначають прагнення банків працювати з великими підприємствами. Тому, як правило, і плата за рівнозначний кредит для малого підприємства вища, ніж для великого. Крім того, мале підприємство зазвичай може одержати кредит, заручившись лише відповідною гарантією платоспроможності, що є для нього досить складним.



Державна підтримка малого та середнього бізнесу

З моменту появи великих підприємств та обмеження ними прав МСП, а також виникнення проблем розвитку останніх, держава була змушена створити штучні умови для вирівнювання економічної ситуації та сформувати рівновігідне внутрішнє середовище, тобто спрямувати державну політику на підтримку та розвиток МСБ.

Державна політика підтримки підприємств малого та середнього бізнесу, як показує світовий досвід, має два напрями. Перший – характеризується широким державним регулюванням діяльності МСП у поєднанні з протекціоністською¹ політикою його підтримки. Даний напрям сприяє

¹ Протекціонізм – державна політика, яка передбачає систему заходів (ввізне мито, ліцензії, податки, переваги при наданні кредиту, фінансова допомога тощо) із захисту національної економіки та всебічного заохочення її розвитку (детальніше див. п. 10.2).



створенню сприятливих умов для функціонування МСП, але не заохочує до розвитку та зумовлює низьку ефективність діяльності малого та середнього бізнесу. Другий напрям характеризується помірним державним регулюванням у поєднанні зі створенням ринкових умов жорсткої конкуренції, які сприяють виживанню та розвитку конкурентоспроможних підприємств. Цей напрям характерний для держави з розвинутим ринком.

Обидва напрями відповідають двом етапам розвитку ринкових відносин, особливо при переході від адміністративно-командної до ринкової економіки. Спочатку повинна переважати протекціоністська політика підтримки підприємств малого та середнього бізнесу, що перебувають у важкому стані, а в процесі ринкових реформ центр ваги переноситься на створення рівноправних конкурентних умов для великого та малого бізнесу.

3 практики світового бізнесу



Політика ЄС у відношенні МСП ґрунтується на так званому вертикальному та горизонтальному підходах до вирішення проблем їх створення і функціонування.

Вертикальний підхід виражається у безпосередніх заходах, орієнтованих винятково на МСП. Ці заходи готуються і здійснюються Генеральним директором XXIII Європейської Комісії (політика у відношенні підприємництва, комерції, туризму та соціальної економічної діяльності) у співробітництві з Європейським парламентом. Економічною і соціальною радою, представницькими організаціями МСП в органах ЄС та іншими службами Комісії ЄС.

Горизонтальний підхід базується на захисті інтересів МСП в інших сферах діяльності ЄС (таких, як політика в сфері досліджень і технічних розробок, регіональна політика, міжнародні відносини тощо) і зміцненні позицій МСП у одному з видів діяльності.

Регулювання та підтримка діяльності МСП у країнах ЄС здійснюється на двох рівнях: наддержавному (на рівні ЄС) та національному (на рівні окремої країни).

Головними завданнями наддержавного регулювання та підтримки МСП є: зміцнення єдиного внутрішнього ринку, інтернаціоналізація підприємницької діяльності на рівні підприємств, усунення адміністративних бар'єрів і створення єдиного економічного простору в ЄС шляхом уніфікації законодавчої бази щодо діяльності МСП, посилення взаємодії країн-членів ЄС зі створення економічного та валютного союзів у рамках ЄС.

Метою національної політики країн-членів ЄС є забезпечення кращих умов для бізнес-діяльності, збільшення конкурентноздатності та росту. При цьому помітний перехід від підтримки у формі позик і дотацій до консультативних послуг.

Посвідчення наддержавної та національної політики регулювання і сприяння розвитку МСП у ЄС полягає в поліпшенні відповідного середовища (спеціальна увага приділяється проблемам малого та середнього підприємництва і їхньому впливу на законодавство ЄС) та в стимулюванні розвитку МСП (поширення "кращого" досвіду з їх підтримки, подолання недоліків у обміні інформацією між підприємцями й організаціями, що надають послуги, з одночасним підвищенням рівня цих послуг).

Політика уряду **Великобританії** з підтримки малого підприємництва має два основних напрями: 1) здійснення впливу на середовище функціонування бізнесу, в тому числі, малого; 2) уряд передбачає і пропонує спеціальні заходи прямої допомоги у випадку, коли ринкові механізми діють у збиток розвитку малого та середнього підприємництва. Підтримка МСП урядом орієнтована на компенсацію дефіциту ринкових можливостей у наданні інформації та загальних консультацій, фінансування, надання приміщення, підготовки кадрів і консультацій в області бізнесу.

Важливою передумовою державної підтримки малого та середнього бізнесу є створення державних структур або виділення окремих підрозділів, які займатимуться проблемами МСП. Так, практично в усіх країнах створено центральні органи, які сприяють розвитку та регулюють діяльність МСП:

- ✂ у США – Управління у справах малого бізнесу;
- ✂ у Канаді – Міністерство у справах малого бізнесу;
- ✂ в Італії, Німеччині, Франції – підрозділи міністерств промисловості,

торгівлі та економіки.

3 практики світового бізнесу



Головними учасниками й організаторами програм підтримки підприємництва у Великобританії є центральний уряд, відділ розвитку підприємництва в місцевих органах влади, приватні фірми, спеціалізовані на бізнес-консультуванні та бізнес-тренінгу, банки (підключаючись про малий бізнес, вони тим самим розширюють коло своїх клієнтів), асоціації бізнесменів, торгові палати, програми з підготовки кадрів і підприємництва в Англії і Уельсі (Training and Enterprise Councils, TEC) і місцеві компанії з підприємництва (Local Enterprise Company, LEC) в Шотландії.

Існує єдина мережа цих спеціалізованих приватних компаній по всій країні, і кожна з них працює тільки на своїй території. Є деякі загальні положення про для TEC та LEC, але кожна організація дотримується власної політики, визначає пріоритети, розробляє схеми підтримки МСП. Основна частина фінансування цих структур здійснюється за державними зразками за допомогою відділів підприємництва, але крім цього активно залучаються приватні джерела фінансування завдяки спільним програмам з банками чи асоціаціями підприємців або з великими компаніями регіону.

Характерним для діяльності цих організацій є комплексний підхід до вирішення регіональних проблем, включаючи підприємництво, економічний розвиток регіону в цілому, підвищення кваліфікації і розвиток кадрового потенціалу, зайнятість населення, регенерацію закіннутих місць тощо. Так як на практиці всі ці проблеми нероздільні (і не тільки у Великобританії, але й в будь-якій іншій країні), тому вирішувати доводиться у взаємному зв'язку TEC та LEC.

Центральні органи виконують загальні стратегічні та координаційні функції, такі як:

- ✂ розробка загальної концепції і принципів відносин держави та МСП;
- ✂ формування умов діяльності МСП, які сприяють адаптації останніх до умов жорсткої конкурентної боротьби.

Поруч із діяльністю центральних органів місцева влада штатів (земель, муніципалітетів тощо) більшості країн також надає різносторонню підтримку у створенні та подальшій діяльності МСП.

Відчутну роль у підтримці та розвитку малих і середніх підприємств відіграють і міжнародні організації. Зокрема існує багато програм підтримки МСБ Європейського союзу (ЄС), Міжнародного валютного фонду (МВФ), Міжнародного банку реконструкції та розвитку (МБРР) тощо.

3 практики світового бізнесу



Найбільш відомими програмами міжнародних організацій, що підтримують сектор малого та середнього підприємництва є:

- ↳ програми Європейського Союзу з Технічного сприяння країнам СНД (TACIS), спрямовані на створення інфраструктури підтримки малого підприємництва, навчання, дослідження ринку малих підприємств, консультування та підтримку конкретних проектів;
- ↳ програми Агентства США з міжнародного розвитку в країнах СНД (USAID), що фінансуються урядом США;
- ↳ програми Європейського банку реконструкції та розвитку "Мікрокредити та кредити для малих підприємств";
- ↳ програма Корпусу миру в СНД, що забезпечує обмін професійними знаннями та інформацією з підприємцями-початківцями;
- ↳ спеціальна програма "SABIT" зі стажування підприємців Росії в американських підприємствах;
- ↳ програми, що надають послуги з різнопланового навчання підприємців, серед яких програми Всесвітнього банку, фонду "Know-How" уряду Великобританії, Міжнародної організації праці, програма "Промислове партнерство" ООН.

Організації, які займаються литаннями малих і середніх підприємств, у співпраці з урядами країн здійснюють підтримку МСП у наступних формах (рис. 3.1).

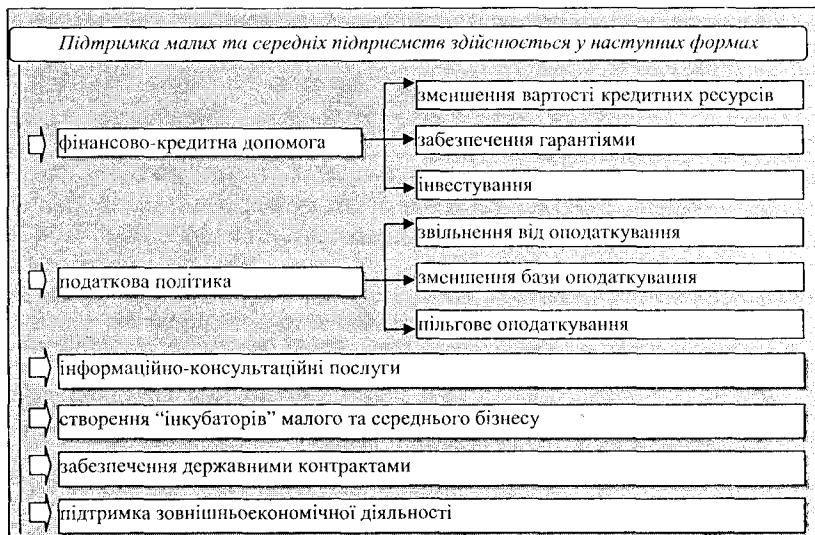


Рис. 3.1. Форми підтримки малого та середнього бізнесу

Фінансово-кредитна допомога. Міжнародна практика свідчить про те, що для невеликих підприємств проблема доступу до ринку капіталів є однією з найактуальніших.



Існує три варіанти фінансово-кредитної допомоги малих і середніх підприємств: 1) зменшення вартості кредитних ресурсів; 2) забезпечення гарантіями щодо повернення ними кредитів та сплати відсотків; 3) інвестування.

Зменшення вартості кредитних ресурсів відбувається шляхом надання урядом банкам пільг в оподаткуванні коштів, що надаються ним на кредитування МСП, що дозволяє видавати кредити невеликим фірмам на вигідніших умовах (з меншими відсотками, на довший термін тощо).

3 практики світового бізнесу



Державна політика у Великобританії спрямована на те, щоб зацікавити комерційні банки в кредитуванні малого та середнього бізнесу. Основною урядовою програмою у цьому напрямі є "Loan Guarantee Scheme", що дозволяє комерційним банкам фінансувати ті види бізнесу, предстваники якого не в змозі взяти кредит самостійно. У результаті такої політики кредитування малих фірм практично цілком здійснюється банками, що реалізують власні програми в цьому напрямі.

Робота великих комерційних банків з підприємствами малого та середнього бізнесу має значні переваги. Так, чотири найбільших британських банки контролюють 90 % операційного простору малого бізнесу через розгалужену мережу своїх філій.

Крім створення умов для зацікавленості банків у фінансуванні малого та середнього бізнесу, держава здійснює і ряд конкретних цільових програм, що забезпечують фінансову допомогу малим підприємствам.

Навіть при зменшенні відсотків за кредит невеликі підприємства зіштовхуються зі значними труднощами в забезпеченні кредитів надійними гарантіями, у зв'язку із відсутністю необхідної матеріальної бази таких підприємств. Тобто, ще одним з варіантів підтримки діяльності МСП є *забезпечення гарантіями щодо повернення ними кредитів та сплати відсотків* за ними. Такі гарантії надаються підприємствам, у яких виникають труднощі в отриманні кредитів у комерційних банках.

3 практики світового бізнесу



В Ізраїлі надаються державні гарантії приватним банкам за їх ризиками при видачі кредитів МСП. Державна гарантія становить до 80 % з кожної позики та до 30 % від загального портфеля позик.

У США надається 90 % гарантованих позик, при яких УСМБ гарантує кредитній установі повернення наданих малому або середньому підприємству позик.

Значну роль у вирішенні проблем фінансування малого та середнього бізнесу відіграють торгово-промислові палати, що виступають гарантом кредиту, надаючи комерційним банкам чи спеціальним фондам свої рекомендації з кредитування окремих підприємств після відповідної перевірки їх фінансового стану, що значно знижує вимоги до заставного забезпечення з кредиту.



Одним із варіантів фінансово-кредитної допомоги є інвестування малих і середніх підприємств. Пріоритетним напрямом держаних інвестицій у більшості країн світу є науково-технічні програми.

3 практики світового бізнесу



У США в кінці 70-х рр. з ініціативи Конгресу була розроблена Дослідна програма інновацій для малого бізнесу. Згідно з положеннями даної програми кожне державне відомство, що має науково-дослідний бюджет більше 100 млрд. дол. США має виділити для підтримки малого бізнесу 1,25 % цього бюджету. На сьогодні цю програму виконує більше десяти державних відомств, у тому числі Міністерство оборони та космонавтики (NASA). Відповідно до вказаної програми індивідуальні дослідники та малі підприємства

забезпечуються ризиковим капіталом у формі надання кредитів під розвиток проєктів і виробництв, що передбачають комерційний успіх.

В Італії з метою підтримки наукомісткого бізнесу, науково-дослідної діяльності та конструкторських розробок діють Інноваційно-технологічний фонд, Фонд прикладних досліджень і Закритий інвестиційний фонд малих підприємств.

В останні роки важливим зовнішнім джерелом фінансування МСБ, крім засобів державних програм, фондів і комерційних банків, виступають кошти венчурних компаній, що беруть на себе ризик конструкторської, технологічної і проєктної розробки принципово нових технологій, досвідченого та промислового їх освоєння. Головним стимулом венчурного інвестування є отримання прибутку від приросту вартості акцій компанії, що швидко освоїла серійне виробництво нової оригінальної продукції. При цьому інвестор, що придбав акції нового підприємства, зможе їх вигідно продати.

Однією з форм підтримки розробок, здійснених МСП, є спільне фінансування. Наприклад, у Німеччині банками та страховими компаніями створюються спеціальні підприємства, що беруть участь у капіталі малих і середніх підприємств.

3 практики світового бізнесу



Великобританія. З початку 90-х рр. XX ст. Конфедерацією британської промисловості реалізується Програма розширення бізнесу, що передбачає створення додаткового джерела фінансування малого бізнесу шляхом стягнення спеціального внеску з юридичних і фізичних осіб, пов'язаних з цим видом бізнесу і з осіб, зацікавлених у його розвитку. Спеціальні програми забезпечують допомогу молоді при створенні чи розширенні бізнесу, підготовку підприємців для малого бізнесу, сприяють розвитку малого бізнесу на місцях.

В Ізраїлі діє Фонд підтримки малих підприємств, до завдань якого входить не тільки пряме надання пільгових кредитів, але й оплата до 75 % витрат на діловий супровід проєктів, а також надання державних гарантій, які забезпечують 40 % сум позик, що надаються підприємцям. Кредити надаються при створенні або розширенні діяльності МСП не більше, ніж на 5 років. При цьому заборонено використовувати кредити на придбання нерухомості або фінансування існуючого бізнесу. При організації бізнесу, пов'язаного з експортною діяльністю надаються цільові кошти на проведення маркетингових заходів.

Незважаючи на появу в останні десятиліття нових фінансових схем і механізмів, що дозволяють залучати в малий і середній бізнес приватні інвестиційні ресурси, провідну роль у фінансуванні даного сектора економіки продовжує відігравати підтримка з боку держави та міжнародних організацій.

Чи знаєте Ви, що...



у польській моделі розвитку малого та середнього бізнесу фінансова підтримка підприємств відіграє далеко не першу роль. Ще на першому, найбухливішому етапі розвитку – у 1992 році – 77 % фінансування підприємницької діяльності здійснювалося за рахунок реінвестування прибутку, 20 % – за рахунок позик у компаньйонів і партнерів. При цьому експерти відзначали, що невелика частка банківського фінансування була пов'язана з високими банківськими відсотками, вимогою великої застави та недовірою банків до незалежних підприємств. Ці обставини сприяли пошуку підприємцями ефективніших заходів і напрямів діяльності та швидкому розвитку коопераційних зв'язків у рамках приватного сектору.

Активну допомогу у вирішенні цих проблем Польщі надали міжнародні організації – такі, як фонд "PHARE" (який фінансується ЄС і здійснює адресну фінансову підтримку малого та середнього бізнесу в країнах Центральної Європи за рахунок виділення безпроцентних позик і надання гарантій при наданні кредитів), а також Всесвітній банк, Міжнародний валютний фонд, Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР).

Крім перерахованих форм фінансово-кредитної допомоги в умовах обмеженості державних бюджетних ресурсів на підтримку малого та середнього підприємництва викликає зацікавлення у використанні системи "франчайзинг", яка отримала широке поширення у ряді країн з розвинутою ринковою економікою (див. тему 1). Ця система дозволяє використовувати ресурси великих підприємств для фінансування, підтримки та виживання МСП.

Основні переваги системи франчайзингу для малого бізнесу полягають у наступному:

☞ доступ до капіталу з більш низьким ризиком (корпорація сама може надати підприємству пільговий кредит (найчастіше на 2-3 роки) або виступити її поручителем при отриманні гарантованої позики);

☞ високий імідж франчайзингу дає МСП миттєве визнання на визначеному сегменті ринку;

☞ зменшення витрат на рекламу та придбання за рахунок економії на масштабах;

☞ корпорація надає бухгалтерську та статистичну допомогу, консультації провідних спеціалістів у галузі маркетингу та менеджменту, організовує навчання персоналу;



↳ підприємству-франчайзі надається план з чіткими інструкціями щодо організації підприємства, а також система управління фінансами для контролю за доходами;

↳ всі підприємства-франчайзі знаходяться в єдиній системі обміну інформацією, що дозволяє їм миттєво відреагувати на вимоги ринку.

Звичайно, франчайзинг має і певні недоліки і для малих підприємства (детальніше – див. тему 1). Таким чином, уклавши договір франчайзингу, мале підприємство зводить до мінімуму ризик банкрутства на стадії становлення та розвитку.

Чи знаєте Ви, що... за даними Міністерства торгівлі США, статистична норма щорічних банкрутств для франчайзі не перевищує 4%, незважаючи на відсутність досвіду комерційної діяльності у новостворених підприємствах. До цих 4% входять і підприємства, які припинили свою діяльність, а також були реорганізовані або ті, які мали інші причини для закриття, не пов'язані з банкрутством. За результатами дослідження Міжнародної франчайзингової асоціації, було встановлено, що серед її членів кількість банкрутств складає менше 1%.



Незважаючи на досить значну державну підтримку з боку уряду, банків та інших організацій, причиною банкрутств невеликих підприємств досить часто є неплатежі. Так, за даними Конфедерації британської промисловості, кожне п'яте підприємство припиняє існування саме через несвоєчасну оплату товарів і послуг.

Для боротьби з неплатежами у Великобританії була створена спеціальна група, що у законодавчому порядку стягує відсотки з підприємств, що вчасно не погасили свою заборгованість перед підприємствами МСП.

Податкова політика у кожній країні світу зазвичай відрізняється і залежить у першу чергу від цілей держави, а по-друге, від проблем, що виникають у невеликих підприємств та ін.

Так, для збільшення частини доходу, що залишається у МСП, останні на перші 2-3 роки можуть звільнитися від оподаткування; для стимулювання підвищення технічного оснащення малих підприємств і якості продукції, що ними випускається, капіталовкладення у нові машини, обладнання й устаткування, кошти, які спрямовуються на покращання якості продукції можуть не підлягати оподаткуванню.

У деяких країнах податкові пільги надаються при освоєнні нових, віддалених районів, при використанні нетрадиційних і відновлюваних джерел енергії тощо. Наприклад, у Франції новостворена компанія на три роки звільняється від сплати податку з корпорацій, а протягом наступних двох років рівень процентної ставки за банківськими кредитами знижений



удвічі. Для стимулювання впровадження малими та середніми підприємствами енергозберігаючих технологій ставки на інвестиції в них зменшені на 40-50 %.

У Данії широко використовуються не пільгові податкові ставки, а виключення різних сум із загального оподаткованого доходу (всі платежі за боргами (процент і погашення основного боргу), амортизаційні відрахування на машини, обладнання та споруди). У випадку, якщо підприємство несе збитки, воно звільняється від сплати податків у наступному році.

Інформаційно-консультаційні послуги. В останні роки уряди промислово розвинутих країн сприяють організації системи надання інформаційно-консультаційних послуг невеликим підприємствам. Держава безкоштовно або за невелику плату може надавати будь-яку інформацію та консультаційні послуги невеликим підприємствам. Консультаційна допомога надається з питань фінансування, обліку, маркетингу, можливостей входження на внутрішні та міжнародні ринки, інновацій тощо. Так, у Німеччині в напрямі надання різного роду консультацій, навчання та інформаційного забезпечення займається Піклувальна рада з проблем раціоналізації економіки. Крім державних органів вона координує діяльність різних громадських некомерційних організацій і торгово-промислових асоціацій. Державна система консультаційних послуг нараховує більше 600 компетентних експертних груп, при чому послуги державних органів надаються безкоштовно.

Створення "інкубаторів" малого та середнього бізнесу. Уряди як країн, що розвиваються, так і розвинутих країн, розробляють програми та механізми для підтримки МСП. Одним із таких механізмів є створення бізнес-інкубаторів, призначених для розвитку підприємств шляхом надання їм фінансової допомоги на пільгових умовах, ділових консультацій, здійснення підготовки кадрів.

Завданням "інкубаторів" бізнесу є допомога тим, хто вирішив розпочати власну справу, але не може самостійно в короткі строки створити матеріальну базу та забезпечити інші стартові умови. Бізнесмену-початківцю за помірну плату надають приміщення для роботи, устаткування, можливість користування Internet тощо.

"Інкубаційні" центри, в основному, розміщуються поруч із університетами або державними лабораторіями, які розробляють передові технології і мають у своєму штаті висококваліфіковані кадри.

3 практики світового бізнесу



Європейська мережа бізнесів-інкубаторів включає більше 100 центрів у країнах ЄС, а також у Центральній і Східній Європі, 13 з яких розташовані в Іспанії. Центри підприємництва й інновацій надають малим підприємствам виробничі та службові приміщення, широкий спектр ділових послуг, забезпечують підприємців інформацією через європейські та національні мережі, сприяють розвитку коопераційних зв'язків малих підприємств, розширенню можливостей їх участі в європейських програмах і проектах.

Сьогодні у багатьох країнах світу діє глобальна програма “Інформація для розвитку”, започаткована у 1995 р., метою якої є надання допомоги країнам, що розвиваються, у подоланні економічних труднощів в умовах інформатизації економіки світового співтовариства. Ця глобальна програма фінансується 23-а донорами під керівництвом Міжнародного Банку Реконструкцій та Розвитку. В рамках вказаної програми створено проект – Ініціатива для інкубаторів, мета якого – розвиток підприємництва в країнах, що розвиваються. Проект спрямований на подолання існуючих розходжень між технологічними можливостями малого та середнього бізнесу в різних країнах. Програма складається з декількох фаз, кожна з яких виконується за грантовим принципом на конкурентній основі. Перша фаза виконується спільно з Асоціацією Наукових парків й інкубаторів Бразилії і Міжнародним бізнес-інкубатором США. Проект спрямований на створення першого загального фонду знань і досвіду з метою полегшення роботи бізнес-інкубаторів у країнах, що розвиваються. Друга фаза проекту спрямована на сприяння збільшенню ефективності діяльності та стійкості “бізнес-інкубаторів”, що існують за рахунок використання інформаційно-комп’ютерних технологій.

Більшість “інкубаторів” у країнах, що розвиваються, знаходяться ще на ранній стадії розвитку і мають потребу в застосуванні нових моделей розвитку для удосконалення надання послуг МСП.

Ще однією формою підтримки МСП є *забезпечення державними контрактами*. Забезпечення гарантованого ринку збуту для невеликих підприємств, прискорення процесу накопичення капіталу, розширення виробничих потужностей, зміцнення конкурентоспроможності практично в усіх країнах вирішується за допомогою системи державних контрактів. В останні роки у багатьох промислово розвинутих країнах обговорюється питання про надання малому та середньому бізнесу більшої частки державних замовлень, проте на сьогодні їх частка не перевищує 10-20 %.

З практики світового бізнесу



У США Управління у справах малого бізнесу (УСМБ) безпосередньо співпрацює з агентствами федерального уряду та головними фірмами-підприємцями держави в розробці стратегії та процедур, які сприятимуть збільшенню кількості урядових контрактів і субконтрактів з невеликими підприємствами.

УСМБ створює можливості одержання підприємствами малого бізнесу субконтрактів, підтримуючи безпосередні контакти із головними підприємцями та надаючи їм інформацію про відповідні підприємства малого та середнього бізнесу. Крім того, УСМБ співпрацює з федеральними агентствами у визначенні закупівельних завдань для підприємств малого бізнесу, малих підприємств, що перебувають у несприятливих умовах, і малих підприємств, власниками яких є жінки, за основними контрактами та субконтрактами.

Підтримка зовнішньоекономічної діяльності малого бізнесу.

Державні органи та інші організації багатьох країн світу приділяють значну увагу можливості виходу МСП на міжнародний ринок.

Чи знаєте Ви, що...

невеликі розміри підприємств не є перешкодою для розгортання експортної діяльності, про що свідчить досвід американських малих і середніх підприємств. У деяких малих підприємств частка експортної діяльності у загальних обсягах продаж сягає 50%. Компанія "Quality Control Instruments", весь персонал якої складає чотири особи, більше 1/3 всієї продукції вивозить у 26 країн світу.

Феноменальний успіх випав на долю компанії "Beauty Products International", яка складається з двох осіб. Це підприємство цілком зорієнтовано на збут косметичних товарів за кордон. Через два роки після створення воно вийшло на ринки 12 країн, зокрема Японії та Південної Кореї, а обсяг продажу – складав 58 млн. дол.

Невеликі підприємства, які досягли найбільших успіхів у галузі експорту нагороджуються президентським призом "E. Star" (Зірка експорту).

Зовнішньоекономічна діяльність малого бізнесу не обмежуються лише торгівлею. Останнім часом діяльність МСП спрямована на вивіз капіталу з метою створення своїх філій за кордоном.

Сприяння малому бізнесу є самостійною частиною державної економічної політики у багатьох країнах світу і здійснюється у наступних напрямках:

✦ організація системи інформації про зовнішні ринки, про тенденції їх розвитку, про основних іноземних конкурентів;

✦ видання матеріалів про нові експортні можливості, федеральні ресурси для малого та середнього бізнесу;

✦ проведення конференції для дрібних власників, які бажають вийти зі своєю продукцією на зовнішні ринки;

✦ залучення спеціалістів з питань зовнішньої торгівлі для проведення семінарів, консультацій, в тому числі із Товариства управляючих-пенсіонерів, які мають досвід роботи в організації експортної діяльності;

✦ надання гарантованих позик для розвитку зовнішньоторговельної діяльності.



3.3. Особливості діяльності малих і середніх підприємств у різних країнах



Іспанія

В іспанській економіці переважна більшість підприємств – малі та середні (на 98 % підприємств зайнято менше 100 працюючих, на 77 % підприємств – до 10 чоловік), у зв'язку з чим іспанський уряд розробляє і застосовує систему спеціальних заходів, спрямованих на підтримку МСБ, що забезпечують самостійність і конкурентноздатність іспанських підприємств. Державна політика щодо підтримки МСБ в Іспанії будується на взаємодії органів адміністративного управління (міністерств, відомств) і спеціалізованих державних (або за державною участю) організацій.

Політика уряду Іспанії щодо МСБ реалізується провідною державною автономною організацією у системі Міністерства промисловості й енергетики Іспанії – Інститутом малих і середніх промислових підприємств (ІМСПП), основними напрямками діяльності якого є: інформаційне забезпечення МСП, їх фінансова підтримка, сприяння технологічному розвитку виробництва й освоєнню нової продукції, стимулювання міжфірмової кооперації та спільної діяльності підприємницьких структур.

Політика ІМСПП з підтримки підприємців орієнтована на розвиток сучасної інфраструктури МСП і заохочення їх до кооперації. Основна форма підтримки – участь у капіталі так званих компаній колективних дій, що створюються з метою виконання визначених видів робіт (послуг) або здійснення таких функцій, що не можуть бути реалізовані кожним підприємством окремо через недостатність матеріально-технічних, кадрових і фінансових ресурсів. Тим самим підвищується конкурентноздатність усіх підприємств-засновників, кожне з яких може зосередитися на основних видах своєї діяльності, передавши частину допоміжних і обслуговуючих функцій спеціалізованим підприємствам, що забезпечує економію на масштабах виробництва.

Участь ІМСПП у компаніях колективних дій орієнтована не на одержання прибутку, а на реалізацію цілей і завдань державної політики, забезпечення функціонування створених підприємств. За участю ІМСПП створено близько 120 компаній колективних дій.

У даний час інвестиційна діяльність ІМСПП орієнтована на створення компаній, що здійснюють комплекс послуг з підтримки малого бізнесу

(центрів підприємництва й інновацій, венчурних компаній, лізингових і франчайзингових фірм, технологічних парків, центрів передачі технологій).

Однією з основних спеціалізованих організацій, що забезпечують реалізацію та участь у державній науково-технічній політиці Іспанії малих підприємств, є Центр розвитку промислових технологій (ЦРПТ), що знаходиться у підпорядкуванні Міністерства промисловості й енергетики Іспанії.

Задачі ЦРПТ полягають у фінансуванні, контролі, реалізації та координації досліджень і розробок ринкової орієнтації, виходячи з пріоритетних напрямів державної науково-технічної політики, визначених Національним планом розвитку науки і техніки. ЦРПТ здійснює фінансове сприяння не науковим організаціям, а безпосередньо підприємствам, що, у свою чергу, виступають замовниками необхідних їм НДДКР у наукових організаціях і фінансують їх на договірній основі, або проводять роботи власними силами. При цьому ЦРПТ застосовує декілька схем фінансування проектів: пільговий кредит; паритетне фінансування з банками; надання довгострокових безпроцентних позик; пряме інвестування.

ЦРПТ також займається поширенням і комерціалізацією технологій. Центр має у своєму підпорядкуванні велику базу даних, підключену до європейських систем науково-технічної інформації, а також компенсує малим підприємствам 70 % витрат на комерціалізацію продукту за кордоном (вивчення світового ринку, реклама й участь у виставках, розрахунок ціни, патентування за кордоном тощо). ЦРПТ дозволяє подолати технічне відставання малих і середніх підприємств, зумовлене недостатністю внутрішніх ресурсів для самостійного здійснення цієї діяльності.

Суттєву фінансову підтримку МСП Іспанії одержують з боку спеціалізованих державних кредитно-фінансових установ ЄС і Іспанії. Так, Європейський інвестиційний банк реалізує спеціальну програму для кредитування малих і середніх підприємств і збільшення потенціалу іспанських фінансових установ.

Крім того, Інститут державного кредитування (ІДК) – самостійна державна фінансова установа – забезпечує кредитами малі підприємства, що розширюють свою діяльність шляхом інвестування у нові чи модернізацію наявних потужностей. Для розміщення цих коштів укладено угоду з групою комерційних і ощадних банків, у рамках якої, зокрема, ІДК компенсує цим банкам частину відсотків за кредитами, виданими малим підприємствам з метою придбання ними устаткування.



ІДК разом з Банком зовнішньої торгівлі Іспанії і Банком сільськогосподарського кредиту створили фонд венчурного фінансування для участі в капіталі новостворених малих і середніх підприємств і фірм, що реалізують інвестиційні проекти.

Спеціальні навчальні програми для власників і менеджерів, малих і середніх підприємств реалізовує Школа організації промисловості (ШОП) – автономна державна установа у Міністерстві промисловості й енергетики. Програми ШОП орієнтовані на підприємців-практиків і осіб, що бажають відкрити власну справу, і проводяться не тільки в Мадриді, але й більш ніж у 25 провінціях Іспанії. Основне місце в спеціальних програмах займає підготовка проекту (бізнес-плану) розвитку власної фірми. Викладачі ШОП також дають необхідні консультації щодо його практичної реалізації.

Неабияку роль у забезпеченні взаємовідносин державних органів і підприємницьких кіл відіграють громадські об'єднання підприємців (галузеві, регіональні, професійні). На національному рівні вони об'єднані в Іспанську конфедерацію підприємницьких організацій (ІКПО) та Іспанську конфедерацію малих і середніх підприємств (ІКМСП). Ці організації забезпечують участь у розробці державної політики та реалізацію заходів підтримки підприємництва, захист і представлення інтересів малих підприємств усередині Іспанії та у рамках ЄС, надання різних видів послуг підприємцям, а також виконання функцій патронату, тобто забезпечення їх інтересів у взаєминах із професійними союзами. В Іспанії також діють більше 80-ти регіональних торгово-промислових палат, об'єднаних Вищою Радою палат торгівлі, промисловості та мореплавання, що забезпечують надання інформаційних і консультаційних послуг підприємцям, допомогу в налагодженні ділових контактів усередині країни та за кордоном, представництво інтересів своїх членів.

У рамках єдиної державної політики розробляються та реалізуються програми та заходи, спрямовані на підтримку малого підприємництва, на наднаціональному, національному та регіональному рівнях. Органи влади автономних співтовариств, провінцій і муніципальні органи не тільки беруть участь у національних і європейських програмах, але й, користуючись широкою адміністративною та господарською автономією, здійснюють самостійну політику в області підтримки малого бізнесу з урахуванням місцевих умов і особливостей, у тому числі активно розвивають мережу об'єктів спеціалізованої інфраструктури.



Для реалізації вироблених політичних заходів в автономних співтовариствах створені спеціалізовані організації – агентства регіонального розвитку, які приділяють першочергову увагу формуванню об'єктів інфраструктури, що забезпечують підтримку підприємницької активності.

З ініціативи та за участю агентств регіонального розвитку створюються технологічні парки, центри передачі технологій, промислові зони та полігони, бізнес-інкубатори, інші об'єкти, що забезпечують підтримку підприємництва й інновацій. Тобто агентства консолідують навколо себе групи підприємств, у капіталі яких вони беруть участь, а в багатьох випадках володіють контрольними пакетами акцій.

Однією з найбільш ефективних (хоча і дорогих) програм з розвитку інституціональної інфраструктури підприємництва є створення у різних регіонах Іспанії мережі *технологічних парків*. Технологічні парки забезпечують сприятливі умови та відповідну інфраструктуру для розміщення на їх території іспанських і міжнародних компаній провідних галузей промисловості, а також сфери прикладних досліджень і розробок. Це сприяє зміцненню науково-технічного та виробничого потенціалу регіону в цілому, робить його більш привабливим для промислових інвесторів, створює нові робочі місця, як у самих парках, так і в сфері обслуговування розташованих у них підприємств.

**Чи знаєте Ви,
що...**



у даний час в Іспанії є вісім технологічних парків, розташованих у різних автономних співтовариствах та об'єднаних у єдину мережу національного масштабу. Вони входять до Іспанської асоціації технологічних парків, а також є членами Міжнародної асоціації наукових парків, ведуться підготовчі роботи зі створення інших технологічних парків.

Технологічні парки розглядаються як один з основних механізмів передачі нововведень і стимулювання діяльності інноваційних компаній, що швидко розвиваються у рамках європейських і національних програм, поширення наукових результатів і нових технологій. Поширення технологій супроводжується наданням ряду послуг, включаючи технологічне консультування та діагностику, розробку програмного забезпечення, установку та налагодження систем керування виробництвом й іншим устаткуванням, організацію навчання персоналу, надання інформації.

Попит на послуги технологічних парків дуже великий. Розміщення у них підприємств здійснюється, як правило, на конкурсній основі. Обов'язковими вимогами є екологічна чистота виробничої діяльності підприємства, застосування природоохоронних і енергозберігаючих технологій.



Основна функція технологічного парку полягає у залученні та розміщенні на своїй території підприємств провідних галузей промисловості. Тому найбільші шанси на розміщення у технологічному парку мають ті підприємства, діяльність яких з розробки та використання нових технологій забезпечує конкурентноздатність на внутрішньому та світовому ринках, а також у фірм, що надають науково-технічні послуги.

З метою формування сприятливих виробничих, технічних, організаційних і фінансових умов для створення нових малих і середніх підприємств у ряді регіонів Іспанії здійснюються програми розвитку мережі промислових полігонів. Полігони – це згруповані на одній території виробничі приміщення, оснащені всім необхідним для розміщення у них малих і середніх підприємств (енерго- і водопостачання, транспортна інфраструктура, засоби зв'язку тощо).

Як правило, полігони будуються зі стандартних модулів, придатних для організації промислового виробництва та підготовлених для установки обладнання.

Малі та середні підприємства при розміщенні в промислових полігонах мають значні вигоди. У полігонах ціна об'єктів нерухомості, як правило, на 20-30 % нижче ринкової. Продаж здійснюється з мінімальними виплатами протягом першого року, що звільняє підприємця від авансування великих коштів. Підприємство може одержати кредит на придбання нерухомості в банках, а також пільговий кредит на придбання устаткування для оснащення виробництва.

Місцева влада зацікавлена у створенні промислових полігонів, оскільки вони істотно активізують розвиток регіону, підвищують його економічний потенціал, створюють нові робочі місця. Промислові полігони створюються, як правило, у малоосвоєних регіонах з низьким рівнем розвитку промисловості, оптимізуючи тим самим, структуру її розміщення.

У всіх регіонах Іспанії створені *бізнес-інкубатори* для малих підприємств, які називаються в країнах ЄС центрами підприємництва й інновацій (ЦПІ). Створення мережі таких центрів є однією з важливих ініціатив ЄС, спрямованих на активізацію малого підприємництва та прискорення економічного розвитку регіонів.

За рахунок фондів ЄС фінансується половина витрат на створення ЦПІ, а також частина поточних витрат протягом початкового етапу його діяльності.



Всі “інкубатори” малого бізнесу розташовані на території технологічних парків (7 інкубаторів з 13) або промислових зон (всі інші), що забезпечує розвиток міжфірмових зв'язків і зміцнення інноваційного потенціалу малих підприємств. ЦПП дозволяють розмістити в кожному з них у середньому 25-30 підприємств. Корисна площа центрів складає, як правило, кілька тисяч квадратних метрів і її значна частина призначена для розміщення малих підприємств.

Від звичайних промислових полігонів ЦПП відрізняються тим, що розміщення у них малих підприємств здійснюється на обмежений період часу (3-5 років), супроводжується наданням широкого набору ділових послуг, а підприємницькі проекти повинні мати інноваційну спрямованість.

Протягом усього періоду розміщення в ЦПП малі та середні підприємства користуються допомогою консультантів з таких питань, як розробка бізнес-плану нового підприємства; визначення обсягів і джерел ресурсів, необхідних для його створення; прийняття найбільш прийнятних технічних і організаційних рішень; підбір постачальників устаткування, сировини та матеріалів; пошук зовнішніх джерел фінансування; маркетинг і постачання готової продукції; підготовка кадрів, раціоналізація структури та процесів управління. Надання консультацій малим підприємствам частково субсидіюється державою (до 50 % вартості консультаційних і діагностичних послуг).

У більшості ЦПП створені кореспондентські пункти, через які здійснюється доступ підприємств до європейських мереж ділової інформації.

Однією з національних ініціатив в області державної підтримки приватного бізнесу та малих підприємств, зокрема, реалізованих в регіонах Іспанії є діяльність Товариства промислового розвитку (ТПР).

Основним видом діяльності ТПР є надання фінансової підтримки малим підприємствам шляхом участі в їх капіталі та середньострокових позик. Внески до статутного капіталу мають тимчасовий характер (від 3 до 8 років залежно від особливостей проекту). Частка ТПР у капіталі кожного підприємства не досягає контрольного пакета, складаючи від 5 до 45 % (у середньому 17 %).

ТПР також надають малим фірмам послуги, пов'язані з розробкою і реалізацією інвестиційних проектів (консультації при розробці фінансових планів, допомога в пошуку джерел зовнішніх інвестицій та кредитів, сприяння придбанню нових технологій).



**Російська
Федерація (РФ)**

Частка малого підприємництва РФ у ВВП країни складає 10-11 %, а частка працюючих у загальній кількості зайнятих – лише 10 %. В історичному плані процес становлення малих підприємств у РФ як і в інших країнах колишнього СРСР

відносно короткий і охоплює останнє десятиліття.

Чи знаєте Ви, що...



малий та середній бізнес у Росії почав виникати в основному на руїнах приватизованої державної власності. У першій половині 90-х років в умовах повного панування стихії, політичної нестабільності, глибокої системної кризи почали створюватися перші невеликі підприємства на основі недержавної форми власності.

Переважно частину середнього бізнесу в той час складали підприємники так званого "директорського корпусу". У результаті посліпної приватизації колишні директори державних підприємств стали повновладними приватними власниками.

З початком ринкових реформ російські підприємці сприйняли економічну свободу як повноладну свободу своїх дій. Усе це призвело до ще більшого посилення авторитарного стилю управління. Безмежна свобода дій збільшувалася послабленням господарського права й етичної основи підприємництва.

У МСБ функції власника й управління, як правило, поєднують в собі "хазяїн" – повноладний власник і генеральний директор підприємства. Специфікою російського бізнесу в 90-х роках був склад команди, що підбирав власник, і особисті якості її членів – особиста відданість у безперечне підпорядкування, причому освіта та професійність зазвичай на враховувалися.

Починаючи з 1999 р. у Росії склалися більш сприятливі умови, намітилися ознаки деякого економічного зростання, досягнуто політичної стабільності, уточнено основні параметри середньострокової програми соціально-економічного розвитку країни.

Сьогодні в російському МСБ залишаються люди, що перейняли закордонний досвід, стали підбирати собі команду високопрофесійних фахівців. У середньому бізнесі зростає і частка молодих підприємців і менеджерів, що мають високий професійний рівень: вони одержали не лише дипломи авторитетних вузів, але й дипломи західних університетів і навіть наукові ступені.

До суб'єктів малого підприємництва в Росії віднесені комерційні організації, у статутному капіталі яких частка участі Російської Федерації, суб'єктів РФ, громадських і релігійних організацій, благодійних чи інших фондів не перевищує 25 %, і середня кількість працюючих за звітний період не перевищує: у промисловості, будівництві та транспорті – 100 чол., у сільському господарстві, науково-технічній сфері – 60 чол., оптовій торгівлі – 50 чол., у роздрібній торгівлі та побутовому обслуговуванні населення – 30 чол., в інших галузях і при здійсненні інших видів діяльності – 50 чоловік. Суб'єктами малого підприємництва виступають також фізичні особи, що займаються підприємницькою діяльністю без створення юридичної особи.

Значна частина МСП Росії відноситься до торгівлі та громадського харчування (43,3 %), будівництва та промисловості (по 16 % від загальної кількості).



Третина загальної кількості МСП зосереджена в Центральному регіоні, при цьому в Москві – 22 %; у Санкт-Петербурзі їх кількість у 2 рази менша, ніж у Москві (11,0 %); у Московській, Тюменській, Свердловській областях і Краснодарському краї – по 4 %, у республіці Татарстан, Кемеровській, Новосибірській, Самарській, Нижегородській областях і Красноярському краї – по 2 %.

До основних проблем МСБ можна віднести проблеми фінансування, необхідність модернізації зношеної технологічної бази, податковий тягар, відсутність державної підтримки вітчизняного підприємництва, макроекономічну нестабільність, нестабільність правових норм і часту зміну державою “правил гри”, відсутність правових гарантій рівності усіх форм власності, невиконання прийнятих законів і норм тощо.

Взаємовідносини державних й інших органів і ринкових структур з малим і середнім бізнесом побудовані так, що останній не захищено ні від іноземних конкурентів, ні від вітчизняних монополістів. Адміністративні бар'єри, створені органами влади різних рівнів, ускладнюють процедуру та збільшують витрати на реєстрацію малих підприємств, ускладнюють систему ліцензування, пильно контролюють діяльність малих підприємств. Саме тому велика частка МСП (за різними оцінками від 50 % до 90 %) знаходиться у тіншовому секторі, що загострює проблему сприяння їх розвитку та виходу з тіні.

Активна та виважена державна політика у відношенні регулювання і підтримки малого підприємництва повинна враховувати галузеві та регіональні особливості розвитку цього сектора економіки, причому підтримка повинна бути забезпечена на федеральному, регіональному та місцевому рівнях.



США

У США законодавством не встановлено кількісного критерію віднесення підприємств до числа малих. Офіційною статистикою, у тому числі для надання державної допомоги, використовується показник кількості зайнятих до 500 осіб, з річним обсягом продаж: у роздрібній торгівлі – від 3,5 до 13,5 млн. дол., будівництві – 7-17 млн. дол., страхуванні, торгівлі нерухомістю – 1-10 млн. дол., сфері послуг – 2,5-14,5 млн. дол. За визначенням Управління у справах малого бізнесу, “малим підприємством вважається те, у якого обмежений доступ до ринку капіталу і яке має незначну частку на ринку свого товару”.

Підприємства МСБ складають 99 % всіх підприємств у США, та представлені в основному невеликими магазинами, ресторанами,



закусочними, швейними та ремонтними майстернями, підприємствами з малосерійним виробництвом.

Окрім самостійної діяльності підприємства МСБ також виступають субпідрядниками великих корпорацій. Зацікавленість великих компаній в одержанні високоякісних та порівняно дешевих компонентів у спеціалізованих фірмах робить взаємозв'язки між цими двома групами компаній міцними та довготривалими. Іноді субпідрядні угоди укладаються на 5-10 і більше років. У той же час тісні взаємовигідні господарські зв'язки малих і великих підприємств США іноді поступово переростають у відносини залежності, коли слабкий партнер починає підпорядковуватися сильнішому та, в кінцевому випадку, поглинається ним.

Діяльність МСП у США можна назвати досить ризикованою, так як 24 % з них банкрутують у перші ж роки свого існування, ще 27 % – закриваються через чотири роки.

Уряд США усвідомлює значення малого та середнього підприємництва як сприятливого ґрунту для зростання американського виробництва. Основною організацією підтримки малого бізнесу виступає Управління у справах малого бізнесу.

УСМБ було створене відповідно до Закону про малий бізнес від 1953 р., який визначає його теперішню діяльність і повноваження. Повноваження визначаються УСМБ також Законом про інвестування малого бізнесу від 1958 р.

До основних завдань діяльності УСМБ належить сприяння діяльності малих підприємств, надання їм відповідних порад, допомога у захисті їх інтересів; забезпечення урядовими контрактами та субпідрядними договорами; надання позик малим підприємствам, державним і місцевим компаніям, що перебувають у стадії становлення, а також потерпілим від стихійних лих або від певних типів економічних негараздів; крім того, видача ліцензій, регулювання діяльності та надання позик підприємствам малого бізнесу.

УСМБ надає до 90 % гарантій кредиторам при наданні позик МСП. Кредити безпосередньо за рахунок коштів УСМБ видаються лише тим підприємствам, власники яких є ветеранами збройних сил або представниками національних меншин, а також фірмам, що знаходяться у районах з високим безробіттям.

УСМБ допомагає в розширенні та модернізації діючих малих підприємств, надає довгострокові кредити з фіксованою ставкою для придбання нерухомості, устаткування, технологій під гарантії з боку Управління у розмірі 40 % від загальної суми позики при максимальній сумі



гарантії не більше 1 млн. дол., при цьому надається додаткова допомога в пошуку та придбанні устаткування, у здійсненні будівельних робіт.

Дрібні позики малі фірми можуть одержувати не лише у УСМБ, але й у кредитних союзах, що спеціалізуються в основному на обслуговуванні незаможного населення.

Незважаючи на такі значні можливості в одержанні фінансової підтримки, у США, як відзначають експерти, малі підприємства, на відміну від великих компаній, більше покладаються на власні фінансові засоби, ніж на зовнішній капітал, використовуючи його лише час від часу.

Державні організації США приділяють значну увагу заохоченню зовнішньоекономічної діяльності МСП. Невеликі фірми мають великий потенціал для нарощування американського експорту та послаблення дефіциту торгового балансу США.

Цікавою особливістю МСП у США є підтримка підприємницької діяльності жінок. УСМБ розроблено Програму сприяння підприємницькій діяльності жінок, що охоплює понад 5 мільйонів жінок, які мають власну справу із сукупним валовим доходом, що перевищує 278,1 млрд. дол. США, яку виконує Служба у справах підприємницької діяльності жінок, а також мережа регіональних представників.

Служба розробляє і надає рекомендації щодо здійснення у приватному секторі національних експериментальних програм професійного навчання жінок і їх консультивання з питань організації власної справи, управління й фінансування.

Службою створена також освітня програма загальнонаціонального масштабу, яка має назву Мережа підготовки жінок-підприємців і поєднує досвідчених підприємців і жінок-власників підприємств, які мають наміри розширювати свою справу.

Крім того, Служба відповідає за проведення переговорів з федеральними агентствами з метою визначення намірів уряду щодо збільшення кількості основних контрактів, які буде укладено з підприємствами, власниками яких є жінки.

Також для підтримки МСБ діють Центри розвитку малого бізнесу, що надають послуги з консультивання та підготовки реальних і потенційних власників малих підприємств. Такі послуги можна одержати у приблизно 750 населених пунктах. Центри розвитку малого бізнесу розробляють національну політику щодо розвитку даного сектору, встановлюють стандарти, за якими створюються і діють такі центри; запроваджують нові підходи до поліпшення діяльності існуючих центрів.



Туреччина

МСБ відіграє надзвичайно важливу роль в економіці Туреччини і складає основу її торгово-промислового комплексу, він є одним з найважливіших структурних елементів економіки,

що врівноважує і стабілізує соціально-політичну ситуацію в країні.

Частка малих і середніх підприємств у Туреччині за оцінками експертів складає від 98,0 % до 99,0 %. Основними сферами діяльності МСП є сфера послуг і торгівля. Однак у виробничому секторі Туреччини МСП також відіграють вирішальну роль і мають наступну галузеву структуру: швейна та шкіряна промисловості – 24 %; обробка металів – 24 %; харчосмакова та тютюнова промисловості – 15 %; хімічна промисловість – 9 %; деревообробна – 8 %; інші – 20 %.

Головним критерієм при визначенні МСП у Туреччині прийнято вважати кількість працюючих на підприємстві. Однак, різні організації Туреччини по-різному встановлюють відповідні межі. Так, Союз розвитку і підтримки малого бізнесу (СРПМБ) відносить до малих підприємства з кількістю працюючих від 1 до 50 чол., до середніх – від 51 до 150 чол., а Промислова палата Стамбулу визначає ці параметри відповідно – від 1 до 19 чоловік і від 20 до 99 чол. Згідно з класифікацією статистичного відомства: малі – 1-9 працюючих; середні – 10-24 працюючих; великі – більше 25 працюючих. Народний банк Туреччини, що фінансує МП до малих відносить підприємства з кількістю працюючих до 100 чол. та вартістю машинного парку до 600 млн. турецьких лір; до середніх відповідно – 100-250 чол., сукупна вартість активів до 6 млрд. турецьких лір.

Особливостями діяльності МСП Туреччини є наступні їх переваги перед великими: здатність виробляти більш диверсифікований спектр продукції з мінімальними витратами; здатність створювати додаткові робочі місця з мінімальними капітальними вкладеннями; формування і розвиток “середнього” класу; “змушують працювати” індивідуальні заощадження громадян; вони є невід’ємною складовою виробничого процесу великих виробництв.

У той же час малий бізнес у Туреччині має безліч проблем. За оцінками торгово-промислових палат Туреччини, основними проблемами для МСП є: фінансування і кредитування, а також обмежені можливості залучення іноземних інвестицій; проблеми інформаційного забезпечення бізнесу, підготовки та залучення професійних кадрів; висока собівартість сировини

через, як правило, невеликі обсяги закупівель, необхідність часто звертатися до послуг посередників для одержання невеликих партій сировини; відносно низький рівень технології і продуктивності праці, обмеженість коштів для їх підвищення; проблеми сертифікації і стандартизації; обмеженість каналів збуту та можливостей для розширення ринків збуту; обмежені можливості для експорту через відсутність необхідних знань і досвіду; проблема створення власних торгових марок і їх просування на ринках.

З урахуванням ролі та проблем МСБ у Туреччині сформувалася дуже розвинута інфраструктура підтримки й обслуговування МСП в особі некомерційних державних і громадських структур і об'єднань.

Ядром цієї інфраструктури по праву можна вважати створену в 1990 р. державну організацію – Союз розвитку та підтримки малого бізнесу, основна мета якої – розробка державної політики у сфері малого підприємництва та всебічне сприяння розвитку МСП Туреччини на основі аналізу національного та міжнародного досвіду.

Основними напрямками роботи СРПМБ є:

↳ інформаційне обслуговування малого бізнесу та забезпечення доступу для МСП до міжнародних інформаційних мереж;

↳ промисловий і маркетинговий консалтинг, мета якого – підтримка підприємницької ініціативи та сприяння МСП в організації виробничо-комерційної діяльності;

↳ робота з підвищення рівня якості виробленої на МСП продукції, пропагування норм і культури сучасного виробництва, надання послуг експертів із забезпечення підвищення продуктивності підприємств і якості продукції, що випускається;

↳ реалізація програм підготовки кадрів і підвищення кваліфікації;

↳ сприяння розвитку експорту МСП;

↳ діяльність з адаптації турецьких МСП до зовнішньоторговельного законодавства ЄС, аналіз наявних можливостей приведення у відповідність з вимогами Євросоюзу системи стандартизації якості продукції, що випускається у Туреччині, координація переговорних процесів з ЄС щодо підтримки та розвитку малого та середнього бізнесу.

Робота з вирішення задач, поставлених перед СРПМБ здійснюється у формі реалізації ряду програм і проектів (Програма з підготовки кадрів МСП; Проект створення аналітичного центра з проблем розвитку електронної промисловості; Програма розвитку співробітництва МСП

Балканських країн; Програма проведення консультацій на тему “МСП у міжнародному конкурентному середовищі” та ін.).

Іншою великою структурою, що сприяє підтримці малого бізнесу в Туреччині, є створений також у 1990 р. Турецький фонд підтримки середніх підприємств. Основними завданнями діяльності Фонду є формування стійкої і надійної інфраструктури малого бізнесу; формування системи стимулювання малого бізнесу; вирішення проблем фінансування та технологічного розвитку МСП; підвищення іміджу МСП у суспільстві тощо.

До числа організацій, що займаються проблемами малого бізнесу варто віднести також Дирекцію малого підприємництва та народних промислів Міністерства промисловості й торгівлі. До основних завдань Дирекції входить розробка законодавства у сфері малого бізнесу, підготовка програм, спрямованих на розвиток експортної діяльності МСП, створення кооперативів народних промислів тощо.

Поряд з цим досить помітна роль Народного банку Туреччини, що створений з метою кредитування МСП. Банк також здійснює сприяння в організації підготовки кадрів, плануванні виробництва та збуту, надає інші консультаційні послуги. Проблемами підтримки та розвитку МСП у Туреччині також займаються Національний центр продуктивності (питання підготовки кадрів, консультаційні послуги), Агентство підтримки підприємництва (маркетингові послуги, підбір кадрів, сприяння у створенні підприємств) та інші організації.

Система державної підтримки малого бізнесу в Туреччині нерозривно пов'язана із загальною політикою турецького уряду з розвитку та зміцнення національної промисловості, що почала формуватися з середини 80-х років ХХ ст.

Головним напрямом цієї політики стало стимулювання інвестиційно-виробничої діяльності в країні, і, у першу чергу – розвитку галузей орієнтованих на експорт. В основу прийнятої програми підтримки інвестиційної діяльності підприємств покладено умовний розподіл країни на зони з різним ступенем пріоритетності залежно від рівня їх економічного розвитку, та поділ галузей економіки на “більш” і “менш” пріоритетні.

Основні форми державної підтримки інвестицій у сфері малого бізнесу в Туреччині були узагальнені в прийнятому урядом країни в лютому 1998 року “Рішенні про державну підтримку інвестицій малих і середніх підприємств”.

Відповідно до даного документа в Туреччині застосовується 5 основних форм стимулювання і підтримки МСП у рамках їх інвестиційної діяльності:

- ↳ надання кредитів за рахунок створеного Інвестиційного фонду;
- ↳ звільнення від сплати мита та інших митних зборів при ввезенні товарів;
- ↳ застосування “інвестиційної знижки” (зниження бази оподаткування підприємства на визначену суму залежно від регіону та галузі, до якої інвестує кошти МСП);
- ↳ застосування “підтримки зі сплати ПДВ” (часткове чи повне повернення сплачених у якості ПДВ сум залежно від регіону та галузі, в яку інвестуються кошти);
- ↳ пільгове оподаткування.

Щоб мати можливість скористатися зазначеними заходами підтримки, вартість основних засобів не повинна перевищувати 200 тис.дол., а загальна кількість працюючих на підприємстві – не більше 150 чол.

Поряд із заходами, спрямованими на стимулювання інвестиційної активності МСП, у Туреччині застосовуються заходи для нарощування їх експортного потенціалу. Зокрема, відповідно до прийнятої у 1997 році поправки до рішення уряду країни “Про підтримку участі в ярмарках і виставках за кордоном на національному й індивідуальному рівні” держава повертає до 100 % коштів, витрачених МСП для участі у виставках. При цьому кількість працюючих не повинна перевищувати 200 чол., а вартість основних засобів повинна бути не більше 2 млн. дол. Великі підприємства також відносять до сфери дії зазначених заохочувальних заходів, однак розміри відшкодування витрачених коштів у цьому випадку нижче, ніж для МСП.

Крім цього, МСП, що виробляють і експортують свою продукцію, частково звільняються від сплати ввізного мита при імпортуванні сировини, необхідної для виробництва, а також мають можливість оплачувати витрати на електроенергію за пільговими тарифами.



Фінляндія

Чіткого поділу підприємств на малі та середні у Фінляндії немає. Зазвичай малими вважаються компанії з кількістю працюючих до 100 чол., середніми – до 200 чол. В останній час все частіше використовують критерії, прийняті в ЄС.

Малі та середні підприємства функціонують у всіх галузях фінської економіки. Найбільша їх кількість концентрується у сфері торгівлі та послуг. З 80-х років ХХ ст. у Фінляндії, як і в інших розвинутих країнах, спостерігається різка активізація малого та середнього бізнесу поряд з подальшим посиленням процесів концентрації виробництва та капіталу в



невеликій кількості великих монополістичних груп і збереженням пріоритетної ролі в економіці.

Зростання кількості малих і середніх підприємств пов'язане з посиленням інтернаціоналізації господарського життя та інтеграційних процесів у Європі, з новою економічною політикою держави, спрямованою на розвиток науково-технічного прогресу та наукомістких виробництв, поглиблення спеціалізації і перехід до масового виробництва на випуск продукції для вузьких зовнішніх ринків.

Економічне майбутнє Фінляндії, як і багатьох інших країн світу, багато в чому залежить від швидкого впровадження у виробництво нових досягнень науки і техніки, тому МСП орієнтують свою діяльність на вузькі виробничі програми, передові технології, випуск малосерійної наукомісткої продукції.

Характерною рисою фінської економіки є збільшення кількості МСП у високотехнологічних галузях, хоча концентрація НДДКР зберігається у найбільших корпораціях. Значному підвищенню ефективності та ролі багатьох малих і середніх підприємств сприяв розвиток електронної техніки, що супроводжувався виходом за межі національних ринків підприємств МСБ.

Великі корпорації Фінляндії встановлюють довгострокові договірні відносини з багатьма малими вузькоспеціалізованими фірмами, які випускають вироби невеликими партіями. Зазвичай, зв'язки великих підприємств з підприємствами МСБ проявляються у реалізації останніми деталей та комплектуючих виробів великим компаніям, що значно вигідніше для малих підприємств, ніж виробляти їх самостійно.

Відносно підтримки МСБ, необхідно відмітити, що невеликі підприємства підтримуються у Фінляндії на основі спеціально розроблених програм, які передбачають фінансову допомогу та створення сприятливих умов для його діяльності. Ця робота координується Міністерством торгівлі та промисловості, Центральним союзом підприємців і Центральним союзом фінської промисловості.



Японія

Серед розвинутих країн Східної Азії найбільш тривалий період розвитку МСП має Японія. Частка малих і середніх підприємств у виробництві промислової продукції Японії перевищує 60 %, а зайнятість населення в них становить 78 %.

Правовий статут МСП регулюється системою спеціальних законів, а також положеннями про пільги для малих підприємств, про податкове, внутрішньоторговельне та галузеве законодавство.

Згідно з їх законом про малі та середні підприємства Японії від 1963 р. МСП визнаються за наступних умов (табл. 3.3.)

Таблиця 3.3. Умови визнання підприємства малими та середніми в Японії

<i>Діяльність</i>	<i>Статутний капітал, млн. ієн</i>	<i>Кількість працюючих, чол.</i>
Обробна промисловість і транспорт	до 1100	до 300 чол.
Оптова торгівля	до 30	до 100 чол.
Роздрібна торгівля і сфера послуг	до 10	до 50 чол.

У післявоєнний період МСП особливо потребували урядової підтримки, і з цією метою урядом Японія було засновано Фінансову корпорацію малого підприємництва і ряд інших структур. У 1963 р. був прийнятий Основний закон про МСП і взято курс на модернізацію устаткування, поліпшення технології, на структурні перетворення. За підтримки Уряду малі та середні підприємства охопили велику сферу виробництва. Новим елементом державної політики стало заохочення прямих іноземних інвестицій до японського МСБ.

У 1970-ті роки політика японського уряду стала більш багатоплановою: були прийняті програми розвитку людських ресурсів, фінансування, технологічної й інформаційної підтримки. У 1980-ті р. ХХ ст. у зв'язку з глобальними процесами інтернаціоналізації економіки, зміцненням позицій ієни помітним став процес підтримки переміщення виробництва МСП за кордон. Поясненням цього є прагнення знизити витрати виробництва за рахунок дешевшої робочої сили. З метою надання допомоги в реструктуризації малих і середніх підприємств японський уряд створив промислові парки, став допомагати в будівництві інфраструктури служб інформаційного забезпечення МСП.

Уряд Японії постійно забезпечував рівність у розвитку малого та середнього бізнесу та великих компаній, більшість транснаціональних корпорацій встановлювали зв'язки з МСП як у сфері виробництва, так і торгівлі. Це дозволяло малим і середнім підприємствам виступати субпідрядниками великих компаній або виробляти товари з низьким споживчим попитом, до чого не залучалися великі підприємства.



Розвиток експорту підприємствами малого та середнього бізнесу Японії нерозривно пов'язаний з діяльністю загальних торгових компаній. Не маючи досвіду міжнародної торгівлі вони спочатку базуються на співробітництві з виробничими фірмами – імпортуючи для них сировину й експортуючи їх продукцію. Вже до 40-х рр. XX ст. японські торгові компанії були розвинуті торгові зв'язки з усіма головними торговими центрами світу. У 60-70-х рр. вони розширили сферу своєї діяльності, а у 80-90-х рр. перейшли до здійснення великомасштабних проектів з іншими компаніями за кордоном.

Крім співробітництва з торговими компаніями малі та середні підприємства Японії вертикально об'єднані (як субпідрядники) із ТНК та інтегровані з їх виробництвом. У цілому японські МСП змогли збільшити свою частку в експорті Японії з 11,6 до 12,2 % з початку до середини 1990-х років. Основними факторами, що забезпечили це просування були: державна підтримка діяльності малого та середнього підприємництва й особливо вертикальних зв'язків МСП із великим бізнесом і міжнародними корпораціями; політика із заохочення співробітництва МСП і загальних торгових компаній і зростання експорту через ці компанії. Малі та середні підприємства Японії є активними учасниками реструктуризації японської економіки, постійно модернізують своє виробництво та диверсифікують торгову діяльність.

В Японії на фінансову підтримку МСП виділяються бюджетні кошти в розмірі до 180 мільярдів ієн на рік. У кошторисах деяких відомств і міністерств щорічно за спеціальною статтею передбачаються кошти для малих підприємств, останні фінансуються і за спеціальними бюджетними рахунками у рамках програми державних інвестицій і позик, доходну частину якої складають кошти пенсійних фондів, поштово-ощадних кас, поштового фонду страхування, випуску гарантованих урядом позик. Однак, ці кошти спрямовуються малим підприємствам на комерційній основі через комерційні кредитні установи, серед яких – Корпорація малого бізнесу, створена за участю уряду Японії. Одним з основних напрямів її діяльності є надання державних пільгових кредитів малим підприємствам. У цілому Корпорація щорічно надає допомогу на суму 20 мільярдів ієн.

Поряд з безпосередньою державною фінансовою підтримкою вирішується проблема кредитування малих підприємств у Японії через досить складну систему кредитної гарантії і страхування діяльності малих підприємств, що складається з 52 префектурних асоціацій кредитної



гарантії – громадських організацій, що функціонують на комерційній основі. Одержуючи від малих фірм за надане їм поручительство 1 % від суми кредиту, така асоціація створює страховий фонд, що поповнюється ще й за рахунок членських внесків. Видавши поручительство малому підприємству, асоціація страхує до 80 % суми гарантії і бере на себе відповідну частину боргу малого підприємства у випадку його неплатоспроможності. У той же час у асоціації кредитної гарантії залишається право відшкодування збитку за рахунок малого підприємства. Завдяки дії цієї системи малі підприємства можуть одержувати кредити навіть за відсутності застави, лише під гарантії асоціації.

У японській банківській системі, що відрізняється високим ступенем спеціалізації, існує кілька видів банків, що безпосередньо працюють з малими та середніми підприємствами. Ці банки обслуговують МСП і населення, причому на кредитування тих, хто не є членами таких кооперативів може виділятися не більш 20 % від загальних обсягів кредитів.

Діяльність МСП на сьогодні все більше розширюється, створюються власні канали збуту, зростає інвестування капіталу за кордон.



ТЕМА 4

МІЖНАРОДНА ГРОШОВА СИСТЕМА

4.1. Ринок іноземних валют

4.2. Міжнародна валютна система

4.3. Міжнародний ринок капіталу

ТЕМИ ДЛЯ РЕФЕРАТІВ

1. Валютні ризики та способи їх подолання.
2. Економічні теорії визначення обмінного курсу валют.
3. Фінансові кризи: сутність і передумови виникнення.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. Функції ринку іноземних валют.
2. Сутність валютних спекуляцій.
3. Сутність валютних курсів "spot", форвардних курсів обміну та валютних свопів.
4. Значення та функції Міжнародного валютного фонду.
5. Періодизація розвитку та значення міжнародної валютної системи.
6. Сутність європейської валютної системи.
7. Значення та функції міжнародного ринку капіталу.
8. Сутність ринку євровалют.

НАША КОМПАНІЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Обґрунтувати рішення щодо вибору постачальника основної сировини для виготовлення продукції Вашої компанії. В якості аргументу навести розрахунок вартості сировини в країнах потенційних постачальників (4 країни) з урахуванням валютних курсів.

4.1. Ринок іноземних валют

У повсякденному житті часто зустрічається слово “валюта”, але при цьому часто забувається, що за ним приховуються два пов’язаних, але дещо різних поняття.

Валюта – це:

1. Грошова одиниця певної країни (національна валюта).
2. Грошові знаки іноземних держав та інші платіжні засоби, які використовуються в міжнародних розрахунках (іноземна валюта).

При здійсненні зовнішньоекономічної діяльності підприємства зіштовхуються з необхідністю обмінювати валюту однієї країни на валюту іншої. Такий обмін здійснюється на ринку іноземних валют.

Ринок іноземних валют – це глобальна мережа банків, брокерських контор і валютних дилерів, об’єднана системами електронної комунікації.

Компанії, які мають намір конвертувати валюту, роблять це переважно через банки, де знаходяться їх рахунки, а не виходять на ринок безпосередньо.

Ринок іноземних валют має наступні характерні риси:

- ↳ працює безперервно;
- ↳ є єдиним завдяки прямому телефонному зв’язку, факсу і комп’ютерним мережам між різними торговими центрами світу. Інтеграція фінансових центрів означає відсутність значних відмінностей обмінних курсів, що використовуються у центрах торгів;

- ↳ важлива роль американського долара. У більшості валютних операцій функціонують долари, які є валютними посередниками.

**Чи знаєте Ви,
що...**



Токійська, Лондонська та Нью-Йоркська біржі зачиняються лише на 3 години на добу. Протягом цих трьох годин торги тривають у декількох другорядних центрах, зокрема у Сан-Франциско (США) та Сідней (Австралія).

Ринок іноземних валют виконує дві основні функції (рис. 4.1).

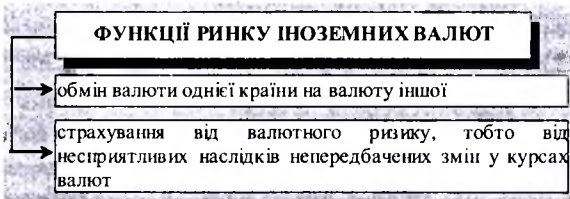


Рис. 4.1. Основні функції ринку іноземних валют

Кожна країна має валюту, в якій визначаються ціни на товари та послуги. У США це долар; у Великобританії – фунт; у Японії – ієна, у країнах – членах ЄС – євро тощо. У межах певної країни юридичні та фізичні особи повинні користуватися національною валютою. Так, наприклад, американський турист не може придбати за долари товар в крамниці шотландського міста Единбург, адже у Шотландії долари не визнаються законним платіжним засобом. Турист змушений користуватися британськими фунтами, тому він повинен обміняти долари на фунти.

Турист, що обмінює одну валюту на іншу, бере участь у діяльності ринку іноземних валют. **Обмінний курс** – це звичайний курс, за яким одна валюта конвертується (обмінюється) на іншу. Наприклад, $\$1 = 85$ ієн означає, що 1 долар США рівноцінний 85 японським ієнам. Обмінний курс дає змогу порівняти відносні ціни на товари та послуги в різних країнах. Американський турист, який бажає придбати товар в Единбурзі, сплатить за нього 25 фунтів, знаючи, що такий самий товар у США коштує 40 дол. Чи вигідним буде таке придбання? Уявімо, що поточний курс обміну доларів на фунти становить 1 долар = 0,50 фунту. Поділивши 25 на 0,50 турист дізнається, що вартість товару еквівалентна 50 дол., отже, товар у США коштує дешевше.

Головну роль на ринку іноземних валют відіграють компанії, що займаються міжнародною торгівлею та інвестиціями. Міжнародні підприємства користуються ринком іноземних валют, якщо:

- ↳ платежі за експортування товарів, надходять в іноземній валюті, тому щоб скористатися цими коштами у своїй країні, компанія змушена конвертувати їх у вітчизняну валюту;

- ↳ необхідно сплатити іноземній компанії кошти за надані товари або послуги у валюті її країни;

- ↳ мають вільну готівку, яку потрібно на короткий строк інвестувати у ринки грошових коштів;

- ↳ займаються валютними спекуляціями.

Валютна спекуляція – це переважно короткострокове переміщення коштів з однієї валюти в іншу з метою одержання прибутків від зміни обмінних курсів.

Наприклад, американська компанія має намір інвестувати 10 млн. дол. на три місяці. Припустимо, що вона сподівається, що вартість долара відносно фунта зменшиться. Поточний курс обміну становить 1 долар = 0,8 фунта. Компанія обмінює свої 10 млн. дол. на 8 млн. фунта. Протягом наступних трьох місяців долар знецінився до рівня 1 долар = 0,5 фунтів. Тоді компанія



обмінює свої 8 млн. фунтів знову на долари і в такий спосіб отримує 16 млн. дол. Протягом трьох місяців компанія на валютній спекуляції одержала від своєї початкової інвестиції в сумі 10 млн. прибуток у 6 млн. дол.

Компанії слід обережно ставитися до спекуляцій, оскільки вони є ризикованою справою. Не можна знати напевне, як зміниться обмінний курс. Хоча спекулянт, очікування якого щодо майбутніх коливань курсів справджуються, може отримати прибутки, та, помилившись, він може втратити значні суми.

3 практики світового бізнесу



3 1970-х рр. Сорос, фінансист угорського походження, проводячи спекулятивні операції, одержував величезні прибутки. Його найграндіозніший тріумф відбувся у вересні 1992 р. За розрахунками Сороса, британський фунт мав знецінитися відносно найголовніших валют, зокрема німецької марки. Курс обміну переважно становив 1 фунт = DM 2,80. Сорос купив мільярд фунтів і негайно почав продавати їх за німецькі марки. Продаж фунтів одночасно з купівлею марок мав такі великі масштаби, що сприяв падінню курсу фунта відносно марки. Решта валютних трейдерів спостерігали за

діями Сороса і, знаючи його репутацію успішного спекулянта, приєдналися до цієї акції та почали продавати британські фунти, купуючи марки. Такий ланцюговий ефект спричинив неймовірний тиск на фунт. На прохання уряду Британії Британський центральний банк 16 вересня витратив близько 20 млрд. фунтів для того, щоб підняти курс фунта відносно німецької марки (продаючи марки і купуючи фунти), але все даремно. Фунт дедалі більше знецінювався, і 17 вересня британський уряд капітулював і дозволив курсу фунта власти (фактично він упав до рівня 1 фунт = DM 2,00). За чотири тижні Сорос одержав прибуток у сумі 1 млрд. дол.

Водночас, як і інші валютні спекулянти, Джордж Сорос зазнавав збитків. У лютому 1994 р. він зробив ставку на падіння японської ієни. Проте ці сподівання не виправдалися, і ієна все дорожчала, що завдало збитків на суму 600 млн. дол. Так само в 1987 р. кілька хибних ставок призвели до 800-мільйонних збитків.

Друга функція ринку іноземних валют – забезпечення страхування від валютних ризиків.

Зміни в економічному стані країни у світі та політичні зміни призводять до необхідності офіційної зміни валютного курсу в сторону його збільшення (ревальвації) або зменшення (девальвації). Ці зміни можуть суттєво вплинути на фінансовий стан компанії, яка займається зовнішньоекономічною діяльністю.

Компанія повинна вміти виявити валютні ризики, що виникають, прогнозувати їх величину та обирати оптимальну величину хеджування.

Хеджування – процедура, за допомогою якої усувається нестабільність грошових надходжень компанії в майбутньому.

Щоб пояснити, яким чином ринок здійснює страхування від валютних

ризиків, навчимося розрізняти валютні курси “спот”, форвардні курси обміну та валютні свопи.



**Валютні курси
“спот” і
форвардні
курси обміну**

Якщо дві сторони погоджуються обміняти валюту і негайно виконати умови угоди, така операція називається *обміном “спот”*. Валютні курси, що використовуються при цьому, називаються валютними курсами “спот”.

Валютний курс “спот” – це курс, за яким валютний дилер конвертує одну валюту в іншу у визначений день.

Так, коли американський турист в єдинбурзькому банку обмінює свої долари на фунти, в цей день для нього обмінним курсом є спотовий курс.

Спотовий курс може виявитися не найкращим, адже цінність валюти визначається взаємодією між попитом і пропозицією на цю валюту. Наприклад, на момент відкриття ринку іноземних валют обмінний курс “спот” становитиме 1 долар = 0,8 фунта. Протягом дня дилери скуповують більше доларів і менше фунтів. У кінці дня обмінний курс “спот” може становити 1 долар = 0,84 фунта. Цінність долара зросла, а фунта – знизилася.

**Чи знаєте Ви,
що...**



щодня у світі відбувається валютних операцій на суму 1,2 трлн. дол. США, з яких 400 млрд. – угоди “спот”.

Той факт, що курси обміну “спот” постійно змінюються, перебуваючи під впливом відносного попиту на різні валюти та їх відносної пропозиції, може виявитися проблемою для світового бізнесу. Наприклад, американська компанія, яка імпортує комп'ютери з Японії, знає, що протягом місяця вона повинна сплатити японському постачальнику за відвантажений товар. Компанія сплатить йому 200 тис. ієн за кожний комп'ютер; поточний спотовий курс обміну долара на ієну становитиме 1 долар = 120 ієн. За такого курсу кожний комп'ютер коштуватиме імпортеру 1667 дол. (тобто $1667 = 200000 / 120$). Компанія-імпортер знає, що може придбати комп'ютери в день їх отримання за 2 тис. дол., і це дасть їй на кожному комп'ютері валовий прибуток 333 дол. ($2000 - 1667$). Але компанія не матиме грошей, щоб сплатити японському постачальнику, доки комп'ютери ще не продані. Якщо протягом наступного місяця долар несподівано знеціниться відносно ієни, скажімо, до рівня 1 долар = 95 ієн, то імпортеру так само доведеться сплатити японській компанії 200 тис. ієн за кожен комп'ютер, однак у доларовому еквіваленті це становитиме 2105 дол. за комп'ютер, що

перевищуватиме потенційну ціну продажу. Знецінення долара відносно ієни від 1 дол. = 120 ієн до 1 дол. = 95 ієн перетворить прибуткову операцію на неприбуткову.

Для того, щоб уникнути цього ризику, американський імпортер повинен застосувати форвардний обмін.

Форвардний обмін має місце тоді, коли дві сторони погоджуються на обмін валют і здійснюють операцію у певний визначений день у майбутньому. Обмінні курси, що визначають майбутні угоди, називаються **форвардними обмінними курсами**.

Для більшості провідних валют обмінні курси котируються на 30, 90 і 180 днів наперед.

Імпортер укладає на 30 днів форвардну обмінну угоду з валютним дилером за цим курсом і одержує гарантію, що йому доведеться сплатити за кожен комп'ютер не більше 1818 дол. (200000 / 110). Це гарантує імпортеру прибуток 182 дол. на кожному комп'ютері (2000 – 1818). Крім того, він одержує гарантію проти ймовірності того, що непередбачена зміна в курсі “долар-ієна” перетворить прибуткову операцію на збиткову. У нашому прикладі обмінний спотовий курс (1 дол. = 120 ієн) та 30-денний форвардний курс (1 дол. = 110 ієн) відрізняються. Такі відмінності є нормою; вони відображають очікування ринку щодо коливань курсів. У нашому прикладі той факт, що за обмінного спотового курсу цінність долара відносно ієни вища, ніж за 30-денного форвардного курсу, свідчить про сподівання валютних дилерів на знецінення долара відносно ієни протягом наступного місяця. Якщо таке відбувається, то долар продається на 30-денному форвардному ринку зі знижкою (тобто коштує менше, ніж на фактичному ринку). Може спостерігатися і протилежне. Наприклад, за 30-денного форвардного курсу 1 дол. = 130 ієн, долар за форвардною угодою коштуватиме більше, ніж за угодою про негайний обмін. У такому випадку долар продається на 30-денному форвардному ринку з націнкою. Цей факт свідчить про сподівання валютних дилерів на подорожчання долара відносно ієни протягом місяця.



Валютні курси “свопи”

Свопи здійснюються між міжнародними фірмами та їх банками, між самими банками, а також між урядами держав за необхідності перерахувати одну валюту в іншу на обмежений термін без будь-якого ризику, пов'язаного з обміном.

Валютний своп – це одночасна купівля та продаж певної суми іноземної валюти за курсом різних дат.

Типовим прикладом операції “своп” є поєднання обміну на умовах “спот” з форвардним обміном. Розглянемо приклад з компанією “Cool”. Ця

фірма складає в США автомобілі, двигуни до яких виробляються в Японії. “Cool”, крім того, продає деякі з готових автомобілів у Японії. Отже, “Cool” купує в японців їх продукцію і продає свою. Уявімо, що “Cool” мусить обміняти 1 млн. дол. на ієни, щоб цього дня розрахуватися з постачальниками двигунів. Компанія знає, що через 90 днів вона одержить 120 мільйонів ієн від японського імпортера. Їй буде необхідно обміняти ієни на долари. Припустимо що сьогодні курс становить 1 дол. = 120 ієн, а 90-денний форвардний курс – 1 дол. = 110 ієн. “Cool” продає своєму банку 1 млн. дол. за 120 млн. ієн. Тепер компанія може розрахуватися з японськими постачальниками. Водночас “Cool” укладає зі своїм банком форвардну угоду про конвертацію 120 млн. ієн у долари терміном на 90 днів. Отже, через 90 днів “Cool” одержить 1,09 млн. дол. (120 млн. ієн / 110).

Оскільки ієна продається на 90-денному форвардному ринку з націнкою, “Cool”, у результаті, одержує вигравш у доларах (хоча могло статися й навпаки). Операція на умовах “своп” дуже нагадує звичайну форвардну угоду в одному важливому аспекті: вона дає змогу “Cool” застрахуватися проти валютного ризику. Здійснюючи операцію “своп” сьогодні, “Cool” знає, що 120 млн. ієн, які вона одержить через 90 днів, дадуть їй 1,09 млн. дол.



Ціни та обмінні курси

Відповідно до закону однієї ціни, на конкурентних ринках, де не існує транспортних витрат і бар'єрів у торгівлі (таких, як тарифи), ідентичні продукти, що пропонуються в різних країнах, повинні продаватися за однією ціною, якщо вона виражена в одній валюті. Наприклад, якщо курс обміну долара на євро становить 1 дол. = 0,9 євро, то стіл, який продається в Нью-Йорку за 50 дол., у Парижі має продаватися за 45 євро (50 x 0,9).

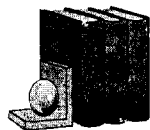
Якби закон однієї ціни був правильним щодо всіх товарів і послуг, обмінний курс, за теорією рівності купівельних спроможностей (PKC), можна було б визначити з будь-якого окремо взятого переліку цін. Порівнюючи ціни на ідентичну продукцію в різних країнах, можна дізнатися про реальний, визначений за теорією PKC, курс обміну, що існував би за умови ефективності ринків. На ефективному ринку не існує перешкод, таких, як торговельні бар'єри вільному потоку товарів і послуг.

Теорія PKC свідчить про те, що зміни у відносних цінах призводять до коливань обмінних курсів. За теорією, країна, в якій інфляція цін набуває нестримного характеру, мусить бути готовою до знецінення своєї валюти відносно валют країн з нижчими темпами інфляції. Оскільки темпи зростання грошей і темпи інфляції в країні тісно пов'язані, можна передбачити ймовірні темпи інфляції в ній.

Наприклад, в країні А гроші знецінюються на 10 % у рік, тобто на 100 грошових одиниць країни А. На початку року можна купити стільки ж товарів, як на 110 грошових одиниць країни А в кінці року. У країні Б інфляція складає 100 % у рік. Щоб застрахувати себе від інфляції, власники валюти країни Б прагнуть обміняти її на валюту країни А як більш стійку. Отже, попит на валюту країни А зростає, але її пропозиція скоротиться. Для збалансування ситуації курс валюти знизиться. Зниження буде тим сильніше, чим вище темпи інфляції в країні Б відносно країни А. Дійсно, якби темпи інфляції в обох країнах були б однаковими, то за інших рівних умов валютний курс не змінився б.

Тобто можна скористатися темпами інфляції для прогнозування коливань обмінного курсу валют.

З книги рекордів Гіннеса



Найнижча інфляція

У 1998 р. дефляція спостерігалася в 11 країнах: Борбадос, Беліз, Центральнаафриканська республіка (ЦАР), Китай, Мальдіви, Оман, Саудівська Аравія, Сінгапур, Швеція, Сірія та Уганда. При чому найкращий показник був у ЦАР, яка мала дефляцію на рівні всього 1,89 %.

Найвища інфляція

Найвищий у світі рівень інфляції був досягнутий в Угорщині у червні 1946 р., коли золотий пенге 1931 р. випуску став коштувати 130 млн. трільйонів паперових пенге. З червня були випущені банкноти номіналом "огімільярд більйонів" (1000 трільйонів) пенге, а вже 11 червня того ж року вони були вилучені з обігу. Лише для податкових платежів були вилучені ваучери номіналом 1 млрд. трільйонів. У 1996 р. рівень інфляції в Заїрі (зараз Демократична Республіка Конго) склав 650 %.

Неспроможність теорії РКС точніше спрогнозувати обмінні курси пояснюється кількома причинами. В цій теорії не враховуються транспортні витрати і бар'єри на шляху торгівлі та інвестицій. На практиці такі фактори створюють різницю в цінах у різних країнах. Уряди держав завжди втручаються у сферу міжнародної торгівлі та інвестицій. Таке втручання, порушуючи діяльність ефективних ринків, послаблює зв'язок між змінами у відносних цінах і коливанням обмінних курсів, передбачених теорією РКС.

Економічна теорія вчить, що ставки відсотку відображають очікування щодо ймовірних темпів інфляції. При інфляції відсоткові ставки зростають, оскільки інвестори прагнуть компенсації за падіння цінності їх грошей. Цей зв'язок вперше довів економіст Ірвін Фішер, тому він має назву "ефект Фішера". Згідно з ефектом Фішера, "номінальною" ставкою відсотка в країні (i) є сума необхідної "реальної" відсоткової ставки (r) та очікуваного показника інфляції протягом періоду, на який позичаються кошти (I). Це можна записати у вигляді формули:

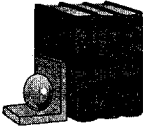
$$i = r + I.$$

Ефектом Фішера передбачено, що між темпами інфляції та ставками відсотка існує тісний взаємозв'язок.

Високі процентні ставки, стимулюючи надходження капіталу в країну, сприяють підвищенню курсу її національної одиниці, оскільки збільшується попит на неї з боку іноземних боржників. Зниження ж процентних ставок призводить до відтоку капіталу за кордон, що породжує тенденцію до падіння курсу національної валюти, тому що боржники продають її за іноземну валюту для погашення своїх зовнішніх зобов'язань. Відповідно, збільшується пропозиція при зниженні попиту.

Про вплив різниці в процентних ставках на валютний курс свідчить такий факт: у першій половині 1980-х рр. підвищення процентної ставки урядом США дало могутній поштовх для припливу іноземного капіталу в країну, що супроводжувалося підйомом курсу долара та зниженням курсу валют країн Західної Європи та Японії.

З книги рекордів Гіннеса



Найдешевша валюта

В травні 2000 р. турецькі ліри так співвідносилися з провідними валютами світу: 615290 за 1 дол., 927123 за 1 ф. ст. і 571810 за 1 євро.

Але ні теорія РКС, ні ефект Фішера не пояснюють належним чином короткострокові коливання обмінних курсів. Однією з причин таких коливань може бути вплив психології інвестора.

Психологія інвестора та ланцюгові ефекти відіграють провідну роль у визначенні короткострокових коливань обмінного курсу. Водночас ці ефекти буває важко передбачити. На психологію інвестора можуть впливати політичні та мікроекономічні фактори – наприклад, інвестиційні рішення окремих фірм, значна кількість яких незначно пов'язана з макроекономічними явищами, такими, як відносні темпи інфляції.

Чи знаєте Ви, що...



з листопада 2003 р. американська валюта святкувала триумф, якого давно не бачили на світових ринках. Значення втрат всіх її основних конкуренток на світовій арені, починаючи з євро і закінчуючи швейцарською та канадською грошовими одиницями, склали сотні пунктів. Основною причиною тому був оптимізм інвесторів щодо перспектив розвитку економіки США (зростання ВВП США у III кварталі 2003 р. збільшився на 7,2 %).



У більшості країн при встановленні валютного курсу застосовується **пряме котирування**. Воно означає, що певна постійна сума іноземної валюти (наприклад, 1, 10, 100 одиниць) використовується для визначення змінної величини відповідної суми національної валюти (наприклад, 1 дол. дорівнює 0,6305 ф. ст.).

Рідше застосовується **непряме котирування**. Основою у цьому разі служить одиниця національної валюти, порівнювана, скажімо, з долларом, наприклад, у Великобританії 1 ф. ст. рівний 1,586 дол.

Валютні котирування звичайно встановлюються банками. При цьому, залежно від того, чи здійснює банк купівлю чи продаж валюти, розрізняються курси продавця та покупця.

За **курсом покупця** банк купує іноземну валюту, а за **курсом продавця** – продає її. Так, скажімо, котирування 1,9430/50 євро за 1 дол. означає, що банк готовий купити у клієнта 1 дол. за 1,943 євро, а продати йому 1 дол. за 1,945 євро. Різниця між курсами продавця використовується для покриття витрат банку і зазвичай містить банківський прибуток.

Крос-курси є котируванням двох іноземних валют, жодна з яких не є національною валютою учасника угоди, який встановлює курс.

Наприклад, крос-курсом вважатиметься курс японської ієни до євро, встановлений українським банком.



Конвертованість валют

Конвертованість валюти залежить від її якості. Якість валюти визначає чи може національна валюта виступати в якості іноземної. З урахуванням цього валюта може бути вільно конвертованою, частково

конвертованою, зовнішньо конвертованою та замкнутою.

Вільно конвертована валюта – національна валюта, що вільно та необмежено обмінюється на інші іноземні валюти.

Частково конвертована валюта – національна валюта, що обмінюється не на всі, а на деякі іноземні валюти, використовується як платіжний засіб не за всіма операціями.

Зовнішньо конвертована – валюта, яка може бути конвертована в іноземну валюту без будь-яких обмежень тільки нерезидентами.

Замкнута (неконвертована) валюта – національна валюта, що функціонує тільки в межах однієї країни і не обмінюється на іноземні валюти.

Якість валюти визначається не тільки її конвертованістю. Важливим є і те, чи добре валюта виконує функцію засобу міжнародних розрахунків, тобто яка її роль у валютній системі, яке місце вона займає в зазначеній системі.

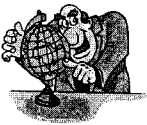
Чи знаєте Ви, що...



експерти вважають, що якщо підходити з формальних позицій, то найбільш конвертованою валютою у світі потрібно вважати люксембурзький франк. Він єдиний має повну конвертованість за всіма критеріями (фінансовими та торговими операціями), у той час як з 152 країн Міжнародного валютного фонду лише 67 досягли конвертованості валют за торговими операціями, а близько 15 – за більшістю фінансових угод. Але через те, що питома вага цієї "карликової" держави Європи у світовому зовнішньоторговельному обороті незначна, її грошова одиниця, незважаючи на бездоганну репутацію, не може претендувати на роль резервної (ключової) світової валюти.

Уряди багатьох країн обмежують здатність резидентів і нерезидентів конвертувати місцеву валюту в іноземну, що значно ускладнює міжнародну торгівлю й інвестування. Через урядові обмеження значна кількість валют не обмінюється вільно на інші валюти.

Чи знаєте Ви, що...



навіть найрозвинутіші країни Заходу мали безліч валютних обмежень. В Англії до середини 1970-х рр. резидентам заборонялося купувати іноземну валюту понад встановлений дуже низький ліміт.

У Франції в 1983 р. були введені тверді правила повернення експортного виторгу, закупки валюти для імпорту, покриття валютних операцій, фінансування інвестицій за кордоном. Французи їхали за кордон зі спеціальною книжкою, де зазначалося, скільки та яку валюту вони витратили поза батьківщиною.

Обов'язковий продаж експортного виторгу існував до середини 1980-х рр. у Норвегії.

Італія, Португалія та Греція обмежували ввезення і вивезення наявної валюти в межах від 20 до 130 доларів США.

Уряди країн обмежують конвертованість власної валюти для збереження своїх валютних резервів. Країна потребує адекватного забезпечення цими резервами для обслуговування своїх міжнародних боргових зобов'язань і для закупівлі імпорту.

За умови неконвертованості валюти країни має сенс зустрічна торгівля.

Зустрічною торгівлею є комплекс бартерних угод, за якими товари та послуги обмінюються на інші товари та послуги.

4.2. Міжнародна валютна система

Всі суб'єкти світового бізнесу працюють у межах міжнародної валютної системи.

Міжнародна валютна система (МВС) – форма організації валютних відносин країн, які склалися історично, що закріплена міжурядовими договорами.

В історії людства можна виділити чотири МВС (рис. 4.2).



Рис. 4.2. Розвиток Міжнародної валютної системи



Паризька МВС

Першим проявом МВС був *золотий стандарт*, що полягав у прив'язуванні валют до золота і гарантував конвертованість. Елементи системи золотого стандарту існували у Великобританії ще наприкінці XVIII – початку XIX ст., проте як власне світова система вона остаточно сформувалася у другій половині XIX ст. і отримала юридичне закріплення на міжнародній конференції в Парижі у 1867 р. Золотий стандарт починається з використання золотих монет як засобу обміну, одиниці розрахунків і нагромадження багатства. Тоді за товари, куплені в іншій країні, переважно платили золотом або сріблом. Однак зі зростанням обсягів міжнародної торгівлі напередодні промислової революції зростає необхідність у зручніших засобах обміну. Перевезення значних обсягів золота і срібла з однієї країни світу до іншої стало непрактичним. Було вирішено здійснювати платежі в паперових грошах, а уряди на вимогу повинні були обмінювати паперову валюту в золото за фіксованим курсом.

До 1880 р. золотий стандарт прийняла більшість провідних торгових країн, зокрема Великобританія, Німеччина, Японія та США. За наявності спільного золотого стандарту цінність будь-якої валюти в грошових одиницях іншої країни (обмінний курс) визначити було легко.

Перевага золотого стандарту полягала у потужному механізмі досягнення рівності торговельного балансу всіх країн. Зовнішня торгівля країни вважається збалансованою, якщо одержаний її резидентами дохід від експорту дорівнює сумі, сплаченій за імпорт (тобто поточний баланс платежів зрівноважено) (див. тему 10).

Чи знаєте Ви, у період розквіту золотого стандарту (1885–1913 рр.) сукупна грошова маса в обороті 11 провідних країн світу, за якими є достовірні статистичні дані (США, Великобританія, Франція, Німеччина, Італія, Нідерланди, Бельгія, Швеція, Швейцарія, Канада та Японія), збільшилася на 18 млрд. дол., з яких майже 17 млрд. були представлені банкнотами та банківськими депозитами (забезпеченими лише на 2,5 млрд. дол. банківськими резервами) і близько 1 млрд. – золотими та срібними монетами.



Золотий стандарт виправдовував себе з 1870-х рр. і до початку першої світової війни 1914 р., коли від нього відмовилися. Під час війни уряди декількох держав частково фінансували свої надмірні військові витрати за рахунок емісії грошей. Це призвело до інфляції, і в 1918 р., в кінці війни, ціни всюди зросли.

Внаслідок цього впевненість у системі різко похитнулася. Якщо всі країни починають довільно знецінювати свою валюту, ніхто не має впевненості в тому, скільки золота можна за неї купити. Замість збереження валюти інших країн люди намагалися одразу ж конвертувати її у золото, якщо тільки країна не девальвувала свою валюту в період інтервенції. Це спричинило тиск на золоті резерви різних країн і спонукало їх відмовитися від конвертації своєї валюти в золото. Вади золотомонетної форми, з одного боку, і прагнення до валютно-фінансової стабільності, з іншого, спричинили перехід до модифікованої форми золотого стандарту – золотодевізного (золотозливкового), сутність якого полягала в тому, що поряд із золотом функцію міжнародних платіжних засобів взяли на себе національні валюти ряду західних країн, зокрема Великобританії, Франції, Бельгії та Нідерландів. На відміну від класичного золотого стандарту валюти цих країн обмінювалися вже не на будь-яку кількість золота, а на золоті зливки не менше 12,4 кг кожний.



Генуезька МВС

Систему золотодевізного стандарту було затверджено рішенням міжнародної Генуезької конференції, що відбулася в 1922 р. Однак і після укладення Генуезької угоди грошові

системи майже 30 країн Заходу функціонували в режимі золотого стандарту.

Остаточний відхід країн Заходу від золотого стандарту відбувся в період “Великої депресії” – економічної кризи 1929-1933 рр. – і в перші післякризові роки. З великих промислово розвинутих країн спочатку Англія у 1931 р., а потім у 1933 р. США внаслідок загострення суперечностей не лише грошового обігу, а й усієї системи виробничого відтворення, були змушені відмовитися від внутрішньої конвертованості паперових грошей у золото.



В 1936 р. ліквідувала всі форми золотого обігу Франція. Одночасно перейшли до паперово-грошового обігу Нідерланди та Швейцарія. До початку Другої світової війни практично всі країни Заходу припинили обмін на золото паперових грошей, чим підтримували внутрішні основи функціонування золотого стандарту.

Причини цих дій не пов'язані безпосередньо з кількісною невідповідністю між централізованими запасами золота і масою грошових знаків, що перебували в обігу, як це здається на перший погляд. Якщо в 70-х рр. XIX ст. в умовах функціонування золотого стандарту централізовані запаси монетарного товару становили в переліку провідних країн 35-45 % загальної суми паперових грошей, то в період структурних перетворень грошової системи, забезпеченість золотом паперового обігу була не нижчою. В 1929 р. така забезпеченість досягла в Англії 41 %, Франції – 60 %, США – майже 100 %. В 1937 р., після скасування в цих країнах обміну паперових грошей на золото, цей показник дорівнював відповідно 122 %, 74 %, 230 %.

У 1939 р., перед початком Другої світової війни, золотий стандарт припинив своє існування.

Чи знаєте Ви, що...



в усьому світі (за винятком комуністичних країн) за період з 1934 до 1959 р. щорічно добувалося золота в середньому на суму 950 млн. дол.; за період з 1964 до 1968 р. вартість золота, яке щорічно добувалося, коливалася від 1,4 до 1,45 млрд. дол. Однак споживання золота в промисловості та ювелірній справі збільшувалося набагато швидше, ніж його видобуток: приблизно з 100 млн. дол. у рік у грошовому вираженні до Другої світової війни до 900 млн. дол. у 1970 р. Щорічне використання золота для нагромадження та спекуляцій збільшилося до 330 млн. дол. у грошовому вираженні у 1950-х рр., подвоїлося на початку 1960 рр. і досягло максимального за всю історію рівня – 2,2 млрд. дол. у 1967 р.



Бреттон-Вудська МВС

У 1944 р. у Бреттон-Вудсі (штат Нью-Гемпшир) зібралися представники 44 країн, щоб розробити нову міжнародну валютну систему. Учасники конференції прагнули

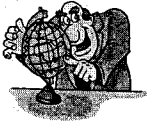
припинити девальвацію, що відбувалася у 1930-х рр., і визнали, що золотий стандарт не може стати надійним гарантом від цього.

За угодою, досягнутою в Бреттон-Вудсі, було створено дві міжнародні установи – Міжнародний валютний фонд (МВФ) та Світовий банк (див. тему 7). Завдання МВФ полягало у підтриманні порядку в МВС. Світовий банк повинен був сприяти загальному економічному розвитку.

МВФ є спеціалізованим представництвом Організації об'єднаних націй (ООН). Він звітує перед Радою з економічного та соціального розвитку, але

не залежить від неї у питаннях членства, фінансів і штатів. МВФ почав діяльність з 1 березня 1947 р. Ресурси фонду формувалися за рахунок статутного капіталу та нагромаджень. Статутний капітал було сформовано з обов'язкових внесків країн-членів. Для кожної держави встановлена вступна квота відповідно до її частки у міжнародній торгівлі. Розмір квоти визначає кількість голосів, які має країна при рішенні валютно-кредитних питань, а також обсяг кредитів, які вона може одержати в ньому.

Чи знаєте Ви, що... відповідно до статуту МВФ, 25 % загального внеску країна повинна надати в золоті, інші 75 % – в іноземній валюті. (У Ямайській валютній системі місце золота зайняла вільно конвертована валюта і СДР). Кожна країна при вступі автоматично отримує 250 голосів плюс один додатковий голос за еквівалент кожних 400 тис. дол. (СДР) позик, наданих на день голосування, за рахунок зменшення голосів у країни-боржника. Для прийняття рішення відповідно до статуту



потрібно, щоб за нього проголосувало 60 % всіх учасників, що мають не менш 85 % усіх голосів. На сьогодні найбільша кількість голосів належить: США – 19,3 %, Великобританії – 6,7 %, Німеччині – 5,8 %, Франції – 4,8 % і Японії – 4,6 %.

Будь-який учасник МВФ має право на одержання кредиту в межах золотої (у Ямайській валютній системі – резервної) і чотирьох кредитних часток, кожна з яких, як правило, дорівнює 25 %. У межах резервної (золотої) частки потрібна валюта надається автоматично. Позики повинні використовуватися лише на покриття дефіциту платіжного балансу, і не можуть поповнювати національні валютні ресурси. Зазначені кредити складають “резерву позицію країни в МВФ” і відносяться до особливої частини міжнародної ліквідності.

Формальна кредитна угода через МВФ не є кредитом у звичайному розумінні цього слова, а обміню національної валюти в МВФ на необхідну валюту (угода “транш” – tranche). А виплата кредитів, тобто викуп власної валюти, може здійснюватися лише у валюті кредитора Фонду, але не його боржника.

До надання позики в межах першої кредитної частки (25-50 % квоти) МВФ підходить ліберально, вважаючи, що країна сама може подолати свої платіжні проблеми. Отримання позик у межах другої частки (50-125 % квоти) є складним. Вона надається тільки тоді, коли МВФ переконаний, що ці ресурси будуть використані в потрібному Фонду напрямі. Він категорично виступає проти того, щоб зазначені позики використовувалися для фінансування програм розвитку.

Надання таких кредитів пов'язано з прийняттям країною “стабілізаційної програми”, тобто комплексу заходів, що повинні поліпшити, на думку МВФ, становище платіжного балансу країни-позичальника. До таких вимог включаються:

- ☞ девальвація національної валюти;
- ☞ “заморожування” заробітної плати;
- ☞ скасування субсидій з боку уряду;
- ☞ підвищення податкових ставок;
- ☞ скорочення обсягу державних кредитів;
- ☞ допуск у країну іноземного приватного капіталу тощо.

Крім того, величина кредиту розбивається на декілька частин і надання кожної наступної частини може відбуватися лише в міру виконання умов Фонду за попередньою. Стандартний термін кредиту МВФ складає 3-5 років.

Крім статутного капіталу і загальних кредитних ресурсів МВФ має ще ряд спеціальних фондів. Ресурси цих фондів, як і вся кредитна практика у 1980-ті рр., була спрямована на кредитування країн, що розвиваються.

Бреттон-Вудська угода поклала початок фіксованим курсам обміну, що повинні були контролюватися МВФ. За цією угодою, всі країни були змушені фіксувати цінність своєї валюти щодо золота, але від них не вимагалось обмінювати валюту на золото. Конвертованість у золото зберіг лише долар – за ціною 35 дол. за унцію. Кожна з країн вирішувала, яким має бути курс її валюти відносно долара, а потім, виходячи з цього обмінного курсу, визначала золотий номінал своєї валюти. Всі країни-учасниці погодилися підтримувати цінність своїх валют у межах 1% золотого номіналу, у разі необхідності купуючи або продаючи валюти. Наприклад, якщо б валютні трейдери продавали більше фунтів, ніж необхідно, уряд Англії втрутився б у діяльність міжнародних валютних ринків, купуючи фунти для підвищення попиту та на підтримання їх золотого номіналу.

Ще один аспект Бреттон-Вудської угоди полягав у зобов'язанні не вдаватися до девальвації як знаряддя конкурентної торговельної політики. Водночас надто слабку валюту дозволялося девальвувати максимум на 10% без одержання офіційної згоди з боку МВФ.

На статтях угоди, присвячених МВФ, суттєво позначився світовий фінансовий крах, серія конкурентних девальвацій, торговельні війни, високий рівень безробіття, гіперінфляція в Німеччині та інших країнах, а також загальна економічна дезінтеграція, що відбулася в період між двома світовими війнами. Метою Бреттон-Вудської угоди, головним опікуном якої став МВФ, було запобігання повторенню подібного хаосу завдяки поєднанню дисципліни та гнучкості.

Режим фіксованих обмінних курсів, що був передбачений Бреттон-Вудською угодою, дисциплінує двома способами:

☞ потреба підтримувати фіксований курс обмежує конкурентні девальвації і вносить стабільність у світове торговельне середовище;

☞ накладає монетарні обмеження на країни, що стримує інфляцію.

Монетарна дисципліна була головною метою Бреттон-Вудської угоди. Але жорстка політика фіксованих валютних курсів надто негнучка. Очевидно, вона зазнала б краху так само, як і золотий стандарт. У деяких випадках спроби країни стримати зростання пропозиції грошей і скоригувати постійний дефіцит зовнішньоторговельного балансу призводили до економічного спаду країни та високих рівнів безробіття. Творці Бреттон-Вудської угоди прагнули запобігти

безробіттю і тому надали системі певної гнучкості, якій сприяли дві головні риси положення угоди про МВФ: позикові організації та скориговані паритети МВФ.

МВФ був готовий позичити іноземну валюту країнам – своїм членам, щоб підтримати їх під час нетривалих періодів дефіцитів зовнішньоторговельних балансів, коли жорсткі заходи монетарної або фінансової політики можуть знизити рівень внутрішньої зайнятості. Золотий і валютний фонд, створений країнами-членами МВФ, надавав кошти для цих позикових операцій. Постійний дефіцит зовнішньоторговельного балансу міг призвести до виснаження валютних резервів країни, змушуючи її девальвувати свою валюту. Надаючи країнам, що обтяжені валютним дефіцитом короткострокові позики в іноземній валюті, МВФ допомагає їм виграти час, для того, щоб сповільнити темпи інфляції та зменшити дефіцити зовнішньоторговельних балансів. Такі позики зменшували потребу в девальвації і дозволили впорядковано скоригувати ситуацію.

Країнам було дозволено позичати у МВФ обмежену суму без підписання угоди. Водночас значні позики МВФ вимагали від країни згоди на суворий контроль з боку цієї організації за макроекономічною політикою в країні. Позичальники значних сум у МВФ були змушені погодитися на монетарні та фіскальні умови, визначені МВФ, до яких переважно належали узаконені МВФ позиції щодо зростання внутрішньої пропозиції грошей, політики обмінних курсів, податкової політики, видатків уряду тощо.

Чи знаєте Ви, першу позику в МВФ Україна здійснила в 1994 р. в межах що...



Програми системної трансформації (Systemic Transformation Facility). У серпні 1997 р. Україна отримала у МВФ позику на суму 542 млн. дол. США з помісячною виплатою залежно від досягнення обумовлених економічних показників. Через невиконання Україною встановлених умов, позику припинено в березні 1998 р.

Система скоригованих паритетів дозволяла девальвувати (знецінювати) валюту країни більше ніж на 10 %, якщо в країні відбувалося стійке зниження попиту на власну продукцію. За відсутності девальвації така країна переживала б високий рівень безробіття та стійкий дефіцит зовнішньоторговельного балансу, доки рівень внутрішніх цін не впав би настільки, щоб відновити рівновагу платіжного балансу.

Співвідношення платежів, що надходять до даної країни через кордон, із грошовими платежами даної країни іншим країнам протягом визначеного періоду (зазвичай року) формують платіжний баланс держави (див. тему 10).

Країна, що має стійкий дефіцит платіжного балансу, може опинитися у ситуації, коли буде змушена девальвувати національну валюту через поступове



виснаження її золото-валютних резервів, однак девальвація валюти однієї країни часто змушує інші країни девальвувати свої національні валюти. З іншого боку, країна, що має стійке активне сальдо платіжного балансу, здатна перешкоджати підвищенню вираженої в золоті вартості своєї валюти, просто продаючи її за золото і збільшуючи свої золото-валютні резерви.

Чи знаєте Ви, усі валютні резерви Європейської системи центральних банків складають 300 млрд. євро, а Федеральній резервній системі США – 60 млрд. дол.



Найбільшими у світі власниками золотовалютних резервів є країни Південно-Східної Азії. У середині 2003 р. офіційні валютні запаси Японії склали до 540 млрд. дол, Китаю – 350 млрд. дол., Тайваня, Південної Кореї та Сянгану – по 100 млрд. Тобто, головні світові валюти емітують одні країни, а основною частиною резервів володіють інші.

Сфера діяльності МВФ за останні 30 років розширилася. До 1997 р. в МВФ налічувалося 182 члени, з яких 75 користувалися його програмами, а фонд впроваджував свої найбільші пакети допомоги, надавши 110 млрд. дол. у вигляді позик трьом азіатським країнам – Південній Кореї, Індонезії і Таїланду. Сфера діяльності МВФ розширювалася через періодичні фінансові кризи, що в постбреттон-вудський період і пізніше вражали багато економічних систем, особливо в країнах, що розвиваються. МВФ неодноразово позичав гроші країнам, що переживали фінансову кризу, вимагаючи натомість від урядів реалізації певної макроекономічної політики. Критики МВФ стверджують, що ця політика виявилася не такою вигідною, як сподівалося керівництво фонду, а в деяких випадках, можливо, й погіршила стан справ.



Інфляційні процеси

Система фіксованих валютних курсів, запропонована у Бреттон-Вудсі, діяла добре до кінця 1960-х рр., коли почали даватися ознаки її недоліки. Одним із таких недоліків

була інфляція, що зростала значними темпами.

Проблема росту доларових резервів закордонних центральних банків була не вирішена і ще більш загострилася. З 1970 до 1972 р. світові резерви більш ніж подвоїлися, і це збільшення відбулося майже винятково за рахунок нагромадження резервних валют, насамперед доларів США. З США інфляція почала поширюватися на інші країни, тому що держави, що володіли значними доларовими залишками на рахунках, обмінювали їх на місцеві валюти, в результаті чого грошова маса в обороті збільшувалася швидше, ніж обсяги виробництва.

Іншим фактором, що обумовив розвиток інфляційних процесів, стало синхронне економічне зростання наприкінці 1972 – початку 1973 рр. в усіх найбільших індустріальних країнах світу. Зростання сприяло величезному попиту на сировину і товари виробничого призначення, на які був дефіцит і на них різко піднімалися ціни. Ситуація ускладнювалася тим, що через несприятливі погодні умови постраждав урожай сільськогосподарських культур і утворився дефіцит деяких товарів.

Інфляція, темпи якої у країнах, що відігравали провідну роль у світовій торгівлі, були різними, призвела до руйнування системи фіксованих валютних курсів. У червні 1972 р. в результаті спекуляцій на міжнародних валютних ринках, спрямованих проти фунта стерлінгів, що стали можливими через інфляцію у Великобританії. Британська валюта знизилася у ціні, а її курс із фіксованого перетворився на плаваючий. У лютому та березні 1973 р. з'явилася чергова валютна криза. Долар США був повторно девальвований, цього разу на 10 %, тому що попередньої девальвації виявилось недостатньо для помітного скорочення дефіциту американського торговельного балансу. На валюти багатьох інших країн було встановлено плаваючі курси валют.

Таким чином, у 1973 р. систему фіксованих валютних курсів було замінено системою “керованого плавання”, при якій валютні курси могли коливатися, однак у випадку надмірно великого розмаху коливань уряди застосовували інтєрвенції на валютних ринках. Деякі країни домовлялися підтримувати стабільні взаємні курси: так, кілька країн Північної Європи обмежили взаємні коливання курсів своїх валют при їх вільному плаванні щодо долара США, створивши систему, що одержала назву “валютної змії”. Курси валют стали визначатися розмірами валютних резервів різних країн і ринковим попитом на конкретні валюти.

Одним із факторів, що спричинили значні темпи інфляції, було збільшення цін на нафту в 1974 р. країнами-членами Організації країн-експортерів нафти (ОПЕК) у чотири рази. Оскільки у світовій торгівлі нафта займає найважливіше місце, стрімке зростання цін на неї стало новим важким іспитом для системи міжнародних платежів.

Незабаром активні сальдо платіжних балансів країн ОПЕК досягли величезних розмірів. Частина грошей, що надходили від продажу нафти, витрачалася на збільшення імпорту, однак обсяги закупівель і темпи їх зростання суттєво варіювалися по країнах. У таких країнах ОПЕК, як Саудівська Аравія, Кувейт, Об'єднані Арабські Емірати і Лівія, чисельність населення та здатність внутрішніх ринків поглинати імпорт дуже невеликі,



тому витрати цих держав на імпорту не могли зростати так само швидко, як їх доходи від експорту. Тільки країни ОПЕК за великою чисельністю населення, такі як Венесуела, Іран, Індонезія та Нігерія, змогли використовувати доходи, що різко збільшилося, в інтересах національного розвитку.

У результаті підвищення цін на нафту країн-нафтоімпортерів неминуче повинен був утворитися стійкий дефіцит платіжного балансу. Кожна з цих країн повстала перед вибором: або скоригувати дефіцит шляхом скорочення імпорту збільшення експорту, або компенсувати його за рахунок зовнішніх позик. Перспектива того, що окремі країни-імпортери нафти спробують ліквідувати дефіцити платіжних балансів шляхом скорочення імпорту і збільшення експорту, викликала серйозні побоювання щодо встановлення нових торговельних бар'єрів. При такому розвитку подій, а також у випадку проведення конкурентних девальвацій багатьма країнами (девальвації з метою підвищення конкурентноздатності національного експорту) і встановлення жорсткої внутрішньої антиінфляційної політики, що стримує інвестиції, світу загрозувала б економічна депресія. Отже, необхідно було знайти спосіб витрачання коштів країнами ОПЕК, що заробляли більше, ніж могли витратити, у країни, що були змушені підтримувати рівень своїх витрат за рахунок кредитів. Цю функцію повинна була виконувати міжнародна валютна система.

Переміщення значних сум грошових коштів могло суттєво вплинути на фондові ринки, валютні курси й обсяги резервів інших країн. Таким чином, необхідно було застосовувати тимчасові заходи, спрямовані на стабілізацію та реформування міжнародної валютної системи.

Розробкою зазначених заходів зайнявся Комітет Двадцяти – група з представників провідних країн світу, сформована 26 червня 1972 р. МВФ для обговорення валютної реформи. Комітет визнав, що на зміну фіксованим валютним курсам прийшла нова система “керованого плавання” курсів. Як наслідок, перший із запропонованих заходів полягав у прийнятті правил, що регулюють інтервенції центральних банків на валютних ринках. Це було спрямовано на запобігання конкурентних девальвацій і зведення торговельних бар'єрів, а також повинно було сприяти глобальній гармонізації кредитно-грошової політики. По-друге, комітет оголосив декларацію, у якій найбільші торговельні держави світу брали на себе зобов'язання не вводити (чи не посилювати) без попереднього схвалення МВФ обмеження на зовнішню торгівлю або міжнародні платежі заради скорочення дефіциту платіжних балансів.



Ямайська МВФ

Першим кроком на шляху до нової валютної системи було створення міжнародних платіжних засобів. Вони одержали назву СДР – з англійської Special Drawing Rights (спеціальні права позички). Цьому сприяла відмова США від обміну доларів на золото для нерезидентів. У липні 1974 р. монетний паритет валют був замінений валютним кошиком СДР.

СДР є безготівковими коштами у вигляді запису на спеціальних рахунках країни в МВФ. Рішення про їх тираж приймається, якщо за це проголосувало 60 % усіх країн-членів МВФ, що розміщують на день голосування 85 % голосів. Існують три основні канали використання СДР:

- ⌘ обмін на іноземну валюту в країні, призначеній МВФ;
- ⌘ операції із двостороннього обміну між країнами;
- ⌘ викуп у МВФ власної валюти в обмін на СДР.

При створенні СДР його курс був прирівняний до курсу долара США. Після скасування монетного паритету СДР стали середньозваженою комбінацією валют п'яти провідних капіталістичних країн. У його кошик входили: долар – 42 %, німецька марка – 19 %, по 13 % припадало на японську ієну, англійський фунт стерлінгів і французький франк. Для розрахунку курсу валюти в СДР використовують наступні дані:

- а) національний внесок валюти в одиницю СДР відповідно до його кошика (вона включає 0,54 дол., 0,46 марки, 0,071 фунта, 0,74 франка та 34 ієни);
- б) “ставка медіан” (середня ставка за придбанням і продажем валют кошика в доларах на 12 годин дня на Лондонській валютній біржі).

Ділення “а” на “б” дає доларовий внесок валют в одиницю СДР. Додавання доларових еквівалентів валют визначає курс СДР у доларах, а через нього й інші валюти. Крім зазначеного валютного курсу, розраховується ефективний валютний курс, який визначається як середньозважена величина щодо валют країн, які виступають основними валютними партнерами даної країни.

Режим плаваючих курсів, що з'явився після краху системи фіксованих валютних курсів, було офіційно проголошено в січні 1976 р., коли члени МВФ зустрілися на Ямайці та узгодили правила для міжнародної грошової системи, які діють і до сьогодні.

Головними результатами Ямайської угоди були:

- ⌘ прийняття плаваючих курсів. Членам МВФ дозволялося входити на ринок іноземних валют, щоб збалансувати “несанкціоновані” спекулятивні коливання;



☞ відмова від золота, як від резервного активу. МВФ повернув свої резерви золота країнам-членам за поточною ринковою ціною, а виручені гроші розмістив у трастовому фонді допомоги бідним країнам. Члени МВФ одержали дозвіл продавати власні золоті резерви за ринковою ціною;

☞ сукупні щорічні квоти МВФ – сума, яку країни-члени відраховували фонду, – було збільшено до 41 млрд. дол. Більший доступ до коштів МВФ одержали слаборозвинуті країни – неекспортери нафти.

Після Ямайської угоди МВФ допомагав країнам подолати макроекономічні труднощі та проблеми обмінних курсів, хоча й в цілком відмінному режимі обмінних курсів.

Ямайська валютна система є *поліцентричною*. В ній роль провідної валюти не закріплена ні за однією з національних валют світу. Мірою вартості вивезеного з країни багатства може виступати будь-яка вільно конвертована валюта.

Сучасна валютна система побудована на базі *плаваючих валютних курсів*. Центральні банки країн не втручаються в роботу валютних ринків для зміни курсів своїх валют. Проте таке втручання не заборонено. МВФ дозволив країнам-учасникам вибирати режим встановлення валютного курсу самостійно. На даний момент використовуються три режими: плаваючий, фіксований, змішаний.

Плаваючий валютний курс зазвичай обирають розвинуті країни. Валюти цих країн є вільно конвертованими, і їх курсоутворення визначається співвідношенням попиту і пропозиції на валютному ринку. Плаваючі валютні курси встановлено на валюти США, Канади, Австралії, Японії та інших країн. Проте іноді центральні банки приймають участь у роботі валютних ринків. Центральні банки проводять *валютні інтервенції* для підтримання курсу своїх валют, для розподілу валютних резервів тощо. Тому часто говорять про “брудне” або “кероване” плавання цих валют.

Валютна інтервенція – купівля-продаж центральним банком іноземної валюти за національну на валютному ринку даної держави.

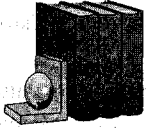
**Чи знаєте Ви,
що...**



уникнути зниження курсу гривні у січні 2004 р. вдалося завдяки інтервенції Національного банку України (НБУ), який впродовж тижня продавав валюту за курсом 5,3361 UAH/USD. Угоди уклалися за курсом, близьким до курсу НБУ. В результаті цього, офіційний курс НБУ залишився незмінним – 5,3311 UAH/USD.

До **твердої фіксації** валютних курсів частіше всього вдаються країни, що розвиваються. Фіксація курсу здійснюється щодо вільно конвертованих валют. Важливою особливістю МВС є скасування всіх монетарних функцій золота. Країни не мають права фіксувати курс своїх валют до золота. Золото перестало виконувати роль світових грошей.

3 книги рекордів Гіннеса



Найбільший золотий запас

У 1996 р. казначейство США володіло приблизно 262 млн. тройських унцій золота, що за ціною червня 1996 р – 382 дол. за унцію, складало 100 млрд. дол. з грудня 1936 р. Федеральним сховищем золотого запасу США є Форт-Нокс, розміщений в штаті Кентукі, де на сьогодні зберігаються 147 млн. тройських унцій. Пік ціни на золото – 850 дол. – прийшовся на 21 січня 1980 р.

Змішане плавання було характерне до початку 1999 р. для валют країн, які входили в Європейську валютну систему (ЄВС). Курси валют цих країн фіксувалися відносно екію, і через цей еквівалент здійснювалася фіксація курсів відносно один одного. **Межі допустимих коливань** встановлювалися на рівні $\pm 15\%$ щодо фіксованого паритету. На практиці були встановлені жорсткіші обмеження на коливання валютних курсів. Неформальне прив'язування курсів здійснювалось на рівні $\pm 2,25\%$ щодо фіксованого паритету. Валюти країн ЄВС спільно плавають відносно до валют країн, які не входять до групи даних країн. Сьогодні на території даних країн в обігу знаходиться єдина європейська валюта *євро*.

В кінці ХХ ст. в умовах глобальної економічної кризи почали розглядатися варіанти **взаємної прив'язки** долара США, євро, ієни та юаня, а також спільного регулювання їх коливань.

Однак режим фіксованих обмінних курсів, модельований за зразком Бреттон-вудської системи, не спрацював. Цю систему врешті-решт підірвала спекуляція. І все ж інша модель системи фіксованих обмінних курсів може виявитися витривалішою та стабільнішою, а отже, сприяти швидкому зростанню міжнародної торгівлі та інвестицій.



Європейська валютна система

Однією з особливостей сучасних валютних відносин є існування поряд з міжнародною валютною системою замкнутого валютного угруповання, що

отримало назву Європейської валютної системи (ЄВС). ЄВС – це певні правила розрахунків між групою країн, що входять у Європейське економічне співтовариство. У створене в березні 1979 р. угруповання входили: ФРН, Франція, Італія, Бельгія, Голландія, Люксембург, Данія та Ірландія. В другому кварталі 1989 р. до них приєдналася Іспанія.

Перед створеною в березні 1979 р. ЄВС було поставлено наступні цілі:

- ☞ утворити в Європі зону монетарної стабільності шляхом зменшення нестабільності обмінних курсів і наближення національних ставок відсотка;
- ☞ контролювати інфляцію через впровадження монетарної дисципліни;
- ☞ координувати політику обмінних курсів відносно неєвропейських валют, таких, як американський долар і японська ієна.

У 1991 р. до цього переліку включили ще одну мету – створення умов для впровадження у 1999 р. спільної валюти. Для досягнення зазначених цілей скористалися двома інструментами: європейською валютною одиницею (екю) та механізмом обмінного курсу (МОК).

Держави-члени ЄВС у розрахунках між собою застосовують фіксовані валютні курси із заданою межею коливань. Щодо курсів інших країн ці валюти знаходяться в стані незалежного плавання. На взаємну торгівлю між собою у країн ЄВС припадає від 55 до 70 % їх зовнішньоторговельного обороту.

Центральною ланкою ЄВС була власна валютна одиниця кошикового типу – екю. Її праобразом стали СДР. Схожим у них є принцип побудови – валютний кошик. Однак, на відміну від СДР усі країни, що входять в ЄВС, мають у ній свою частку, розраховану, виходячи з їх ваги в сукупній торгівлі. Разом з тим відмінною рисою екю є їх матеріальне забезпечення. Для створення екю центральні банки виділили 20 % своїх золотих запасів і 20 % доларових активів. Під це забезпечення вони одержали спеціальні рахунки в екю.

Примусове втручання держав у ринки іноземних валют було обов'язковим кожного разу, коли курс однієї валюти виходив за визначену межу коливання відносно курсу іншої. Центральні банки країн, що випускали обидві валюти, мали втручатися в ринок для того, щоб утримати курси своїх валют у межах 2,25-відсоткової межі. Від центрального банку країни з сильнішою валютою вимагалось купувати валюту з нижчим курсом, і навпаки. Валюта з високим курсом переважно залишалася в країні із слабшою валютою, щоб вплинути на розвиток подій.

Як і СДР, екю є спеціальним записом на рахунках Європейського фонду валютного співробітництва (ЄФВС), що виконує у ЄВС роль МВФ. Доларові нагромадження, у свою чергу, утворюють кредитний фонд Європейської валютної системи. Його обсяг складає для короткострокового кредитування – 14 млрд. екю і для середньострокового кредитування – 11 млрд. екю. Учасники ЄВС можуть одержати кредити трьох видів:

- ☞ короткострокові – терміном до 45 днів. Вони надаються центральними банками в рамках угоди “своп”. Процентна ставка за такими

кредитами визначається як середня всіх дисконтних ставок центральних банків країн-учасників ЄВС;

☞ короткострокові кредити терміном на три місяці. Кожна країна має “дебіторську квоту” (найвищий обсяг отриманих нею позик), “кредиторську квоту” (найбільший обсяг отриманих від неї кредитів). Цей кредит надається з фонду короткострокового кредитування ЄВФС;

☞ середньостроковий кредит розміром до 1 млрд. єкю. Ця позика надається рівними частками протягом п'яти років з розрахунку 3 % річних. Ці кредити повинні використовуватися для фінансування інфраструктурних проєктів і не повинні підривати конкурентні позиції країн співтовариства.

Як вважали члени ЄС, система МОК підтримувала монетарну дисципліну, усувала невизначеність, обмежувала спекуляцію і сприяла торгівлі та інвестиціям у межах ЄС. Протягом часу свого існування ЄВС досягла поставлених цілей. Після впровадження МОК значні розбіжності в національних ставках відсотка і темпах інфляції поступово почали згладжуватися.

З 1 січня 1999 р. в ЄС було введено єдину європейську валюту – євро. На межі 2002 – 2003 рр. євро стало коштувати дорожче долара. Це дало знак інвесторам, що європейська валюта може використовуватися як засіб розподілу їх нагромаджень. Звичайно, і раніше при падінні курсу долара інвестори рятувалися від нього, збільшуючи квоту інших валют. Однак масштаб міжнародного використання колишніх європейських грошових одиниць був меншим, ніж теперішнього євро.

У 2001 р. за даними Банку міжнародних розрахунків у Базелєві, короткострокова мінливість курсу євро відносно долара США була в три рази більша, ніж аналогічний показник для німецької марки в 1998 р. Одночасно збільшилася амплітуда і частота коливань у більшості інших найважливіших валютних пар. У парі долар-єна, євро-британський фунт і євро-швейцарський франк були зареєстровані найвищі показники за останні десятиліття.



**Фінансові кризи у
постбреттон-
вудський
період**

За останню чверть століття відбулася низка широкомасштабних криз, багато з яких потребували втручання МВФ. **Валютна криза** виникає тоді, коли спекулятивна атака

на обмінний курс валюти призводить до стрімкого знецінення цієї валюти, або спонукає органи влади втрачати значні обсяги резервів міжнародної валюти і різко підвищувати відсоткові ставки для захисту панівного



обмінного курсу. **Банківська криза** сприяє втраті довіри до банківської системи, що призводить до закриття окремими особами та компаніями своїх рахунків у банках. **Криза зовнішнього боргу** – це ситуація, за якої країна не може обслужити зовнішні боргові зобов'язання, або потреби свого приватного сектора чи уряду.

Чи знаєте Ви, що...



особливе значення мали чотири кризи (за ступенем участі МВФ): криза країн "третього світу" 1980-х рр., криза, в якій опинилася Росія у період переходу до ринкової економіки, мексиканська валютна криза 1995 р. та азіатська фінансова криза 1997 р. Усі перераховані кризи сталися внаслідок надмірних іноземних позик, слабо або невміло регульованої банківської системи та високих темпів інфляції. Ці чинники спровокували одночасно боргову і валютну кризи. Ліквідація фінансових криз потребувала втручання МВФ.

Всі наведені кризи (валютна, банківська, зовнішнього боргу) переважно мають спільні фундаментальні макроекономічні причини: високі відносні темпи цінової інфляції, дедалі більший дефіцит поточного рахунку, надмірне розширення обсягу вітчизняних позик, а також інфляція цін на активи. Іноді елементи валютної, банківської та боргової криз можуть існувати одночасно, як це було під час азіатської кризи 1997 р.

4.3. Міжнародний ринок капіталу



Сутність міжнародного капіталу

Ринок капіталу поєднує тих, хто хоче інвестувати кошти, з тими, хто хоче ці кошти позичити. До перших належать корпорації, що мають надлишок готівки, окремі особи та небанківські фінансові установи (наприклад, пенсійні фонди, страхові компанії). До других належать окремі особи, компанії та уряди держав. Між цими двома групами перебувають творці ринку, – це компанії фінансових послуг, які зводять разом інвесторів і позичальників у прямий чи непрямої спосіб.

Комерційні банки виконують функцію непрямого зв'язку. Вони беруть готівкові депозити у корпорацій та окремих осіб і сплачують їм відсоткову ставку. Далі вони надають гроші позичальникам за вищою відсотковою ставкою, одержуючи прибуток завдяки різниці між цими ставками. Інвестиційні банки здійснюють функцію прямого зв'язку. Вони зводять інвесторів з позичальниками, призначаючи за цю послугу певну комісійну винагороду.

Позики ринку капіталу для корпорацій можуть бути акціонерними та борговими. Акціонерна позика має місце тоді, коли корпорація продає пакет акцій інвесторам. Гроші, які корпорація одержує в обмін на свій пакет акцій,

можуть бути використані для придбання обладнання, фінансування науково-дослідних проєктів, виплати заробітної плати тощо. Частка в пакеті акцій надає право її власнику претендувати на частину прибутку фірми. Корпорація задовольняє ці претензії, виплачуючи акціонерам дивіденди. Сума дивідендів не фіксується заздалегідь, а залежить від величини прибутків фірми. Інвестори купують пакет акцій як заради одержання дивідендів, так і через прогнозований вигаш від зростання цін на акції. Ціни на акції зростають тоді, коли прогнозується зростання надходжень фірми в майбутньому, що підвищує ймовірність збільшення сум дивідендів.

Боргова позиція зобов'язує корпорацію сплачувати заздалегідь визначену частку позики (основна сума плюс обумовлений відсоток) з регулярними проміжками, незалежно від розміру одержаного прибутку. До боргових позик належать готівкові банківські позики та кошти, одержані від придбання корпоративних облігацій інвесторами. Купуючи корпоративну облігацію, інвестор придбає право протягом певного часу (тобто до дати погашення облігації) одержувати від корпорації певний фіксований дохід.

Від функціонування міжнародного ринку капіталу "виграють" як позичальники, так і інвестори, оскільки він дає змогу отримати прибуток позичальникам, збільшуючи пропозицію коштів, наявних для позик, і зменшуючи вартість капіталу. Він дає вигоду інвесторам, створюючи ширший діапазон інвестиційних можливостей, дозволяючи їм у такий спосіб формувати портфелі міжнародних інвестицій з метою розподілу ризику.

Недоліком обмеженої ліквідності суто внутрішнього ринку капіталу є той, що вартість капіталу, як правило, перевищує його вартість на міжнародному ринку. Вартість капіталу – це норма прибутку, яку позичальники мають сплатити інвесторам (ціна позичання грошей). Це ставка відсотка на боргові позики та суму дивідендів і очікувані доходи від зростання вартості капіталу на акціонерні позики. На внутрішньому ринку обмежене об'єднання інвесторів означає, що позичальники повинні сплатити більше, щоб інвестори погодились позичити їм гроші. Ширше об'єднання інвесторів на міжнародному ринку свідчить про можливість для позичальників заплатити менше.

Діючи на міжнародному ринку капіталу, інвестори мають значно більше інвестиційних можливостей, ніж на внутрішньому ринку. Найголовнішим результатом такого вибору є можливість для інвесторів розподілити свої портфелі в міжнародному масштабі та значно знизити ризик.

Система відносин з акумуляції та перерозподілу капіталу між країнами є міжнародним ринком капіталу, а інституційно – це сукупність кредитно-фінансових установ і фондових бірж, які надають позики та кредити іноземним позичальникам.

Міжнародний ринок капіталу виділився з національних ринків капіталу, однак останні роки межа між ними зникає внаслідок лібералізації (дерегуляції зняття обмежень з боку державних органів) національних ринків капіталу в розвинутих країнах і деяких країнах, які розвиваються. В результаті полегшується діяльність іноземних юридичних осіб на національних ринках капіталу. Міжнародний ринок капіталу, як і національні ринки, поділяється на валютний (короткостроковий) і ринок капіталу (середньо- та довгостроковий).

Валютні ринки та ринки капіталу є частиною фінансового ринку. Місце їх у фінансовому ринку наведено на рис. 4.3.

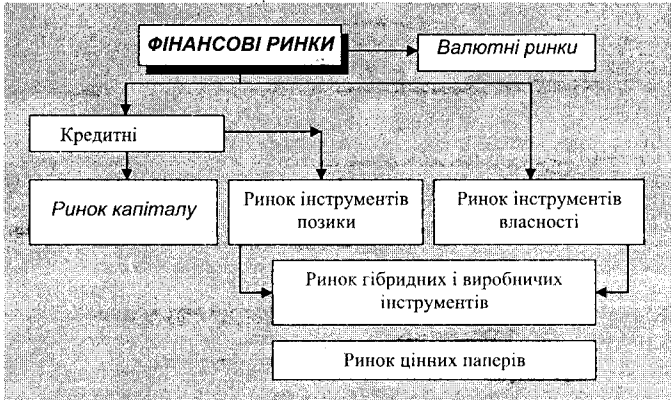


Рис.4.3. Місце валютного ринку та ринку капіталу у фінансовому ринку

Основними видами операцій на міжнародному ринку капіталу є емісія та купівля-продаж цінних паперів переважно у вигляді облігацій (див. тему 6), надання й одержання банківських кредитів. Кредиторами та позичальниками виступають великі фірми та банки (переважно транснаціональні), інституційні інвестори (пенсійні фонди, фінансові, страхові та інвестиційні компанії), а також окремі урядові та муніципальні органи: міжнародні та регіональні валютно-кредитні організації (МВФ і група МБРР, регіональні, міжнародні банки тощо).

За останні роки відбулося швидке зростання масштабів міжнародного ринку капіталу. Існують два фактори, що спричинили процвітання міжнародного ринку капіталу – прогрес в інформаційних технологіях і дерегуляція на державному рівні.

Значні обсяги інформації про ринки, курси обміну, відсоткові ставки, кредитоспроможність може надати сфера фінансових послуг. Зазначена інформація необхідна для прийняття рішення щодо того, скільки та куди інвестувати, під який відсоток надати гроші позичальникам, скільки відсотків

сплатити депозиторам, а також щодо цінності та ступеня ризику фінансових активів, куди входять корпоративні облигації, акції, цінні папери уряду та валюти.

Через насиченість інформацією галузь фінансових послуг з 1970-х рр. під впливом прогресу в сфері інформаційних технологій зазнала радикальних змін. Розширення міжнародних комунікаційних технологій дало можливість миттєвого зв'язку між будь-якими країнами. Водночас швидке опрацювання даних дозволило творцям ринку отримувати та опрацьовувати значні обсяги інформації, одержаної з усього світу.

**Чи знаєте Ви,
що...**

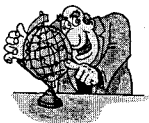


завдяки досягненням у технології реальні витрати на збір, передачу та опрацювання інформації з 1964 р. до початку XXI ст. зменшилися на 95 %.

Серед суб'єктів міжнародного ринку капіталу переважають позичальники та кредитори з розвинутих країн. У 70-ті рр. у зв'язку з енергетичною кризою різко зросла роль країн, що розвиваються, однак досить швидко їх значення тут помітно послабилося.

Плата за кредити міжнародного ринку капіталу виступає у вигляді фіксованих та "плаваючих" відсоткових ставок, які базуються на ставці банків США для першокласних позичальників – "прайм рейт", або на середній ставці. Кошти у позику надаються переважно в доларах. На міжнародному ринку капіталу останнім часом також значну роль відіграє євро та деякі інші валюти, наприклад, фунт стерлінгів.

**Чи знаєте Ви,
що...**



після того як МВФ оголосив вивок долару, у січні 2004 р. серйозно почали говорити про кінець ери долара. У Росії відомий економіст Олександр Шохін навіть нагадав про можливість повернення до "золотого стандарту". Провідні країни світу, перш за все Європа та Японія, готові об'єднатися, щоб здійснювати тиск на США з метою зупинити безпрецедентне зниження американської валюти. Однак МВФ лише констатував те, що давно відомо всьому світу: зростання дефіциту бюджету США загрожує світовій економіці. Для покриття дефіциту американці знижують курс національної валюти.

Але ще в середині 2003 р. голова Федеральної резервної системи США Алан Грінспен заявив, що доларів буде надруковано стільки, скільки буде необхідно. А оскільки 70 % доларів знаходиться поза межами країни, то їх знецінення автоматично зменшує зовнішній борг США.

Фінансові аналітики порадили конгресу США знизити дефіцит бюджету. Вони стверджують, що зниження курсу долара відносно провідних світових валют може стати "безконтрольним". Так, його серйозне зниження з початку 2002 р. призвело до складностей в економіці Європи та Японії.

Багато з експертів вважають, що обвал у долара все ж таки не буде: дуже сильно зав'язані на ньому економіки всіх країн світу. Крім того, його зниження призведе не тільки до довгострокового зниження політичного впливу зараз найбагатшої країни, але й до кризи в середині самих США.

Щодо дерегуляції, то у більшості країн сфера фінансових послуг завжди регулювалася суворіше, ніж будь-яка інша галузь. Уряди держав світу традиційно перешкождали іноземним фірмам фінансових послуг увійти до своїх ринків капіталу. У деяких випадках вони, крім того, обмежували закордонну експансію вітчизняних підприємств фінансових послуг, у багатьох країнах вітчизняна галузь фінансових послуг сегментовано є тільки юридично. Наприклад, у США комерційним банкам забороняється виконувати функції інвестиційних банків, і навпаки. У минулому в багатьох країнах спроможність іноземних інвесторів купувати у вітчизняних компаній акції найважливіших об'єктів обмежувалася. Крім того, обмежувалися суми зарубіжних інвестицій, які могли залучити їх громадяни. Наприклад, у 1970-х рр. через контроль за капіталом британському інвестору було дуже важко придбати американські акції та облигації.

З кінця 1970-х рр. більшість обмежень знято. Частково це було реакцією на утворення ринку євровалют, який із самого початку перебував поза державним контролем. Ще одним фактором є тиск з боку компаній фінансових послуг, які тривалий час прагнули діяти без суворих регулятивних обмежень. Крім того, багато спільного з глобальною тенденцією дерегулювання фінансових ринків має й дедалі ширше сприйняття ідеї вільного ринку. Якими б не були причини дерегуляції, у багатьох провідних країнах вона, поза сумнівом, сприяла зростанню міжнародного ринку капіталу.

На думку деяких аналітиків, через дерегуляцію та послаблення контролю за міжнародним переміщенням капіталу зростає вразливість окремих країн до спекулятивних операцій з капіталом. Вони вважають, що зазначені процеси дестабілізують національні економічні системи.



Ринок євровалют

Основою міжнародного ринку капіталів є євrorинок, на якому операції здійснюються в євровалютах.

Євровалюта – це валюта, яка зберігається в банку поза країною її виникнення. Наприклад, долар США, розміщений на рахунках *Credit Agricole Mutuel* (Франція) буде євродоларом.

Термін “євровалюта” фактично є невдалою назвою, оскільки євровалюта може створюватися в будь-якій країні світу; префікс “євро-” свідчить про європейське походження ринку. Ринок євровалют має важливе значення як відносно малозатратне джерело коштів для міжнародного бізнесу.

Ринок євровалют утворився у середині 1950-х рр., коли

східноєвропейські власники доларових запасів, разом із колишнім Радянським Союзом, не наважувалися розміщувати свої вклади в США з остраху, щоб американський уряд не конфіскував і не повернув їх резидентам США. Ці країни зберігали свої доларові вклади в Європі, зокрема в Лондоні. Крім того, доларові внески надходили з центральних банків різних країн Західної Європи, а також від компаній, що заробили гроші на експорті в США. Ці дві групи вкладників розміщували свої заощадження не в американських банках, а в банках Лондона, оскільки там вони одержували вищий відсоток.

Головним фактором привабливості ринку євровалют для вкладників і позичальників є відсутність державного регулювання. Це дає змогу банкам пропонувати на євровалютні депозити вищі відсоткові ставки, ніж на вклади, у вітчизняній валюті, що робить євровалютні вклади привабливими для власників готівки. Відсутність регулювання, крім того, дозволяє банкам встановлювати для позичальників вищий відсоток за користування євровалютою, ніж на позику у вітчизняній валюті.

**Чи знаєте Ви,
що...**



ринок євровалют існує в усьому світі. Великі операції на цьому ринку проходять в Азії (Гонконг і Сінгапур), Карибському басейні (Багамські та Кайманові острови), Канаді, Лондоні та інших європейських центрах. Ключовим центром ринку євровалют є Лондон, де в 1989 р. було проведено майже 20 % загального обсягу операцій з євровалютами.

На ринку євродоларів різниця між ставками за позиками та кредитами набагато нижча, ніж на національному ринку. Часто вона не перевищує 1 %. Ця відмінність пояснюється багатьма причинами:

↳ ставки закладами на валютному ринку вищі, ніж на внутрішньому, тому що у банках менше обмежень: немає вимоги обов'язкових валютних резервів, немає обмежень кредиту, отже, вони можуть звужувати більший процент депозитів;

↳ ставки за позиками більш низькі, тому що на євrorинках надаються позики на великі суми. Оскільки позичальники, як правило, широко відомі, витрати на збір фінансової інформації та інвестиційний аналіз значно скорочуються.

В той же час ставки на євrorинках головним чином пов'язані з можливістю валютно-фінансового арбітражу між двома ринками. Вони можуть значно відрізнятись від ставок, діючих на національному ринку, при наявності жорсткого валютного контролю.

Ринок євровалют має ряд переваг та недоліків порівняно з національними ринками (див. рис.4.4).



Рис. 4.4. Переваги та недоліки ринку євровалют

Розвиток міжнародних валютно-кредитних відносин залежить від ринку євровалют через наступні фактори (див. рис. 4.5).

ФАКТОРИ ЗАЛЕЖНОСТІ МІЖНАРОДНИХ ВАЛЮТНО-КРЕДИТНИХ ВІДНОСИН ВІД РИНКУ ЄВРОВАЛЮТ

Переміщення євровалют залежить від коливань процентних ставок, економічної політики країни, впливає на національну економіку та суперечить грошово-кредитній політиці країни. Спекулятивні потоки євровалют посилюють нестабільність національної економіки, ускладнюють її вихід із кризи

Обмін євровалют на національні валюти сприяє розповсюдженню кредитування всередині країни

Вплив ринку євровалют на платіжний баланс. Наприклад, переміщення доларів із США на євrorинок збільшує обсяг іноземних вимог до американських банків, що посилює дефіцит платіжного балансу країни з поточних операцій

Ринок євродоларів неоднозначно впливає на розвиток кризи світової валютної системи. Спершу, в 1950–60-ті роки, він гальмував розвиток цієї кризи, поглинаючи доларовий надлишок і розширюючи масштаби використання долара як міжнародного платіжного та резервного засобу. З початку 1970-х рр. функціонування ринку євродоларів почало посилювати кризу Бреттон-Вудської системи. У 1990–2000 рр. ринок євровалют здійснював значний вплив на потоки капіталу і виникнення та розвиток сучасних економічних криз

Євровалютні операції сприяють передачі впливу змін грошово-кредитної та валютної політики однієї країни на іншу. Так, політика високих процентних ставок у США на початку 80-х рр. змусила країни Західної Європи підвищити свої процентні ставки для стримування відпливу капіталу. У 2000 р. зниження процентних ставок у Японії сприяло їх зниженню в Європі

Рис. 4.5. Фактори, що обумовлюють залежність міжнародних валютно-кредитних відносин від ринку євровалют

Ринок євровалют є універсальним міжнародним ринком, який поєднує в собі елементи валютних, кредитних і комісійних операцій. Депозитно-позикові операції, що здійснюються на даному ринку, часто супроводжуються переведенням ресурсів з однієї валюти в іншу. Надзвичайна мобільність коштів на ринку за великих масштабів операцій значно впливає на валютний стан світового фінансового середовища.

Поряд із цим ринок євровалют використовується найбільшими банківськими конгломератами провідних у кредитному відношенні країн (США, Великобританії, Швейцарії) для мобілізації коштів з метою кредитування власного економічного домінування – поглинання компаній.



ТЕМА 5

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ В СВІТОВОМУ БІЗНЕСІ

**5.1. Світові фінанси:
передумови виникнення,
сутність і функції**

**5.2. Поняття і необхідність
капіталовкладення та
інвестування**

**5.3. Класифікація джерел
фінансування**

**5.4. Світове фінансове
середовище та фінансова
структура**

ТЕМИ ДЛЯ РЕФЕРАТІВ

1. Методи управління світовими фінансами.
2. Роль світових організацій в управлінні світовими фінансами фірми.
3. Вплив політики уряду на формування світових фінансових ресурсів.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. Сутність та функції світових фінансів.
2. Характеристика рішень, що належать до сфери управління фінансами.
3. Характеристика міжнародних розрахунків у кредит.
4. Класифікація джерел фінансування фірми.
5. Суть лізингу та факторингу.
6. Характеристика інших форм нетрадиційних джерел фінансування фірми.
7. Характеристика світового фінансового ринку.
8. Фінансова структура фірми: відмінності у різних країнах.

НАША КОМПАНІЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

1. Охарактеризувати прийняття важливого рішення вищим управлінським персоналом компанії у сфері світових фінансів щодо капіталовкладення або інвестування.
2. Обрати одну з форм фінансування, довести її переваги саме для Вашої фірми.
3. Охарактеризувати фінансову структуру Вашої фірми.



5.1 Світові фінанси: передумови виникнення, сутність і функції



Передумови виникнення та сутність світових фінансів

Після Другої світової війни в світовій економіці відбувалися суттєві зміни. В 50-х рр. XX ст. промислові корпорації були зайняті відтворенням внутрішніх ринків, а в 1960-х рр. виробничі та торговельні підприємства під впливом швидкозростаючої міжнародної торгівлі та закордонних ринків почали розширюватися. У 70-х рр. XX ст. підприємства різних форм організації бізнесу перетворилися на багатонаціональні, вкладаючи кошти у виробничі потужності та розподільчі центри за кордоном.

Швидке зростання світової торгівлі та міжнародних потоків капіталу, починаючи з 1980 р., стало причиною того, що більшість великих фінансових компаній, а також підприємств, зайнятих виробництвом і торгівлею, почали пов'язувати перспективи свого розвитку з розширенням до світового масштабу. На сучасному етапі вся світова економіка набула нової форми та нового змісту у зв'язку з процесами глобалізації. Передумовами глобалізації є демографічний вибух, дефіцит природних ресурсів, інтернаціоналізація капіталів, техногенна криза, науково-технічна та інформаційна революція. В основу глобалізації бізнесу та фінансів було покладено:

- ↳ досягнення науково-технічного прогресу;
- ↳ зменшення втручання держави в економіку та фінанси;
- ↳ зростання таких міжнародних потоків капіталу як банківські позики, міжнародні облігації та портфельні капіталовкладення, інвестиційні фонди відкритого типу.

Зміни міжнародної фінансової кон'юнктури зумовили події, пов'язані із серією валютно-фінансових криз (азіатська криза 1998 р., події в Росії, згодом в Україні та інших країнах СНД). Саме в цей час гостро постала проблема необхідності більш чіткого регулювання світових фінансів з метою їх стабілізації. Така необхідність є особливо актуальною в умовах глобалізації світових фінансових ринків.

Однією з новітніх тенденцій у розвитку світових фінансів останнього часу є їх глобалізація, яка є складною, багатоаспектною проблемою.

Сьогодні міжнародний фінансовий капітал може вільно, без будь-яких обмежень, перемішатися з внутрішнього на світовий фінансовий ринок і

навіпаки. Завдяки новітнім технологіям, інноваціям у сфері світових фінансів у світі сформувалися грандіозні потоки “гарячих” грошей, які шукають свого надприбуткового застосування і які сьогодні можуть бути миттєво переказані натисканням на клавіатуру комп’ютера з одного регіону в інший, з однієї валюти в іншу, чим здатні розладнати валютно-фінансову систему будь-якої країни, навіть найрозвинутішу.

Необхідність більш чіткого регулювання світових фінансів з метою їх стабілізації особливо гостро постала після серії регіональних валютно-фінансових криз.

По-перше, як показує світовий досвід, країни, які залучають значні обсяги приватного капіталу, більш вразливі у випадку несподіваної зміни рівня довіри інвесторів.

По-друге, за аналогією з “Великою депресією” (1929-1933 рр.) світова фінансова криза пов’язана з надвиробництвом. Диспропорція, що сформувалася протягом двох останніх десятиліть між постійно зростаючими можливостями нарощування виробництва та невідомим йому рівнем споживання, обернулася неймовірним збільшенням обсягів “гарячих” грошей. Завдяки цьому індустріальні країни Південно-Східної Азії, створивши найбільш динамічний виробничий потенціал, отримали змогу протягом тривалого часу абсорбувати у свою економіку стільки грошей, скільки було необхідно для потреб інвестиційного розвитку. Це дало можливість цим країнам завантажити світові ринки дешевою товарною масою, яка за обсягами значно перевищувала масштаби світового платоспроможного попиту.

По-третє, світова фінансова криза з ряду причин вплинула, насамперед, на основних конкурентів США, зокрема, Японію. Наслідком кризи стало те, що до США надходили значні потоки світових фінансів.

Світові фінанси – це сукупність відносин зі створення та використання грошових коштів, необхідних для здійснення зовнішньоекономічної діяльності державами, підприємствами, іншими юридичними та фізичними особами.

Суб’єктами світових фінансів виступають приватні юридичні особи, що і приймають участь у кредитно-фінансових операціях: надання банками кредитів, одержання кредитів, у операціях на міжнародних кредитних ринках і ринках цінних паперів тощо.

Розглядаючи світові фінанси, слід зупинитися на чотирьох важливих аспектах їх сутності (див. рис. 5.1).

СВІТОВІ ФІНАНСИ

Здійснюють аналіз фінансового середовища в світовому масштабі, охоплюючи середовище, міжнародні фінансові ринки, міжнародну банківську діяльність, міжнародні фінанси корпорацій, управління портфелями цінних паперів і зв'язку між ними

Пояснюють взаємодію фінансових операцій на світовому рівні, незалежно від того, де вони відбуваються: у великих індустріальних країнах, нових індустріальних країнах, країнах, що розвиваються, або в країнах з перехідною економікою, які нещодавно стали на шлях ринкового розвитку (країни Східної Європи або Китаю)

Дають повний аналіз фінансової діяльності на макро- та мікрорівні. На мікрорівні особливе значення надається детальному вивченню фінансів корпорацій, фінансових ринків, банківських операцій, управління портфелями цінних паперів. Одночасно уважно вивчається фінансова діяльність на макрорівні тому, що для розуміння сутності управління світовою фінансовою діяльністю та фінансовими ринками необхідно скласти більш загальне уявлення

Передбачають безперервність процесу міжнародних фінансових операцій і його постійні зміни. В останні роки міжнародні фінансові операції стали динамічною силою, яка удосконалює фінансові системи окремих країн і зв'язки між фінансовими системами цих країн. Сфера світових фінансів є важливим джерелом розробки нових фінансових методів, що вплинуло на регіональні фінансові системи та сприяло інтеграції регіональних фінансових ринків

Рис. 5.1. Сутність поняття "світові фінанси"

Призначення світових фінансів:

- ☞ ефективне обслуговування міждержавного руху товарів і послуг;
- ☞ перерозподіл грошових коштів між конкуруючими агентами світового ринку;
- ☞ аналіз стану світової фінансової кон'юнктури для швидкого прийняття адекватних рішень суб'єктами світових фінансів.

Рух світових фінансів здійснюється через такі основні канали:

- ☞ валютні операції;
- ☞ валютно-кредитне й розрахункове обслуговування купівлі-продажу товарів (у тому числі й такого особливого товару як золото);
- ☞ операції з цінними паперами та різними фінансовими інструментами;
- ☞ зарубіжні інвестиції в основний і оборотний капітал;
- ☞ перерозподіл частки національного доходу через бюджет у формі допомоги бідним країнам і внесків держав до міжнародних організацій тощо.

Таким чином, *світові фінанси є економічною категорією*, тобто фондами фінансових ресурсів, які утворилися на основі розвитку міжнародних економічних (ринкових) відносин і використовуються для забезпечення

безперервності та рентабельності суспільного відтворення на світовому рівні та задоволення спільних потреб, які мають міжнародне значення.

3 інституційної точки зору – це сукупність банків, валютних і фондових бірж, міжнародних фінансових інституцій, регіональних фінансово-кредитних установ, міжнародних і регіональних економічних організацій та об'єднань, через які здійснюється рух світових фінансових потоків.



Функції світових фінансів

Функції фінансів однакові у всіх країнах світу. Вони базуються на загально визначених функціях:

↳ розподільча – пов'язана з розподілом і перерозподілом частини вартості валового національного продукту в грошовій формі, при цьому формуються та використовуються цільові централізовані та децентралізовані фонди грошових ресурсів;

↳ одночасно з розподільчою виділяють накопичувальну функцію, оскільки акумулюючи та регулюючи світові фінансові кошти, міжнародний ринок здатен активно впливати на формування оптимальних пропорцій між нагромадженням і споживанням, виробничою та невиробничою сферами, окремими галузями економіки та країнами. Призначення розподільчої функції – формування потенційних можливостей для створення фінансової основи функціонування міжнародних відносин;

↳ контрольна – полягає у створенні визначених об'єктивних можливостей для здійснення контролю за формуванням і використанням централізованих і децентралізованих фондів грошових ресурсів міжнародних ринків;

↳ стимулююча – покликана підвищувати ефективність функціонування міжнародних ринкових відносин.

Основою становлення і розвитку світових фінансів є закономірності світового кругообороту функціонуючого капіталу, на одному полюсі якого виникають тимчасово вільні кошти, на іншому – попит на них.

Світове фінансове середовище, з одного боку, обслуговує міждержавний рух товарів, послуг і факторів виробництва, з іншого – відіграє самостійну роль, яка виявляється через функціонування міжнародних фінансових ринків.



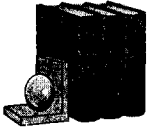
5.2 Поняття і необхідність капіталовкладення та інвестування



Сутність капіталовкладення

Операції на світовому фінансовому ринку з деяким рівнем умовності можна поділити на дві великі групи – кредитні та інвестиційні. Відповідно, можна виділити два сектори цього ринку: сектор кредитів і сектор цінних паперів, за допомогою яких здійснюється процес інвестування. Основним критерієм цього поділу виступає той чи інший тип фінансових інструментів. Якщо їх вільна купівля-продаж неможливі, то маємо справу з кредитним ринком, якщо ж зобов'язання або інструменти продаються або купуються, то, відповідно, покупці й продавці виступають учасниками ринку цінних паперів. Залежно від термінів реалізації майнових прав (короткі (до одного року) і тривалі)-розрізняють грошовий (валютний) і фондовий ринок капіталів.

З книги рекордів Гіннеса



Рекордна кількість інвесторів

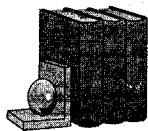
Рекордну кількість інвесторів за одну емісію – 5,9 млн. – привабили акції фонду Mastergain'92, випущені Торговим союзом Індії в квітні-травні 1992 р.

У сфері світового бізнесу рішення щодо інвестування, фінансування та управління коштами ускладнюється багатьма факторами:

- ↳ у різних країнах існують різні валюти;
- ↳ режим оподаткування встановлюється відповідно до потреб здійснення діяльності у кожній країні по-різному;
- ↳ затверджено різні регулятивні норми щодо руху капіталу за кордон і стосовно фінансування ділової діяльності;
- ↳ кожна країна має свій рівень економічного та політичного ризику.

Керівники фінансових відділів повинні враховувати всі перераховані фактори при прийнятті рішення про те, які види діяльності фінансувати, який найкращий спосіб їх фінансування, як найкраще управляти фінансовими ресурсами підприємства, а також як найкраще захистити підприємство від політичного й економічного ризику, в тому числі й ризику, пов'язаного з обміном валют.

**3 книги рекордів
Гіннеса**



Найдорожчі фінансові консультації

Гаррі Шульц, фінансовий консультант з Монте-Карло (Монако), за годинну консультацію бере в будні дні 2400 дол., а у вихідні – 3400 дол. Бюлетень *International Harry Schultz Letter*, який він випускає з 1964 р. має передплатників у 90 країнах і продається по 50 дол. за екземпляр, а постійна підписка коштує 2400 дол. Шульц – автор 22 книг, в основному присвячених інвестиціям.

Належне управління фінансами може стати важливим джерелом конкурентної переваги. До сфери управління фінансами належать три пакети взаємопов'язаних рішень:

- ↳ **інвестиційні** – рішення щодо видів діяльності, які фінансуватимуться;
- ↳ **фінансові** – рішення щодо способу фінансування цих видів діяльності;
- ↳ **щодо управління коштами** – рішення щодо найбільш ефективного способу управління фінансовими ресурсами підприємства.

Детальніше розглянемо сутність і зміст цих рішень.

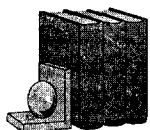


**Інвестиційні
рішення**

При ухваленні рішення щодо інвестицій у бізнес певної країни необхідно враховувати економічні, політичні та культурні фактори.

Одним із обов'язків керівника фінансового відділу міжнародного підприємства є визначення рівня вигоди, витрат і ризику, які можуть виникнути при інвестуванні у певну місцевість. При цьому використовують методіку капіталовкладень, яка передбачає врахування отриманого прибутку, понесених витрати та можливий ризик, що пов'язані з інвестуванням. Це дає змогу керівникам найвищої ланки досить детально порівнювати різні варіанти інвестування в економіку різних країн, а отже, приймати обґрунтовані рішення, щодо того об'єкту, в який доцільніше інвестувати свої фінансові ресурси.

**3 книги рекордів
Гіннеса**



Найбагатший інвестор

Уоррен Баффетт, глава *Berkshir Hathaway*, – найбагатший інвестор в світі. Його статок оцінюють в 28 млрд. дол.

При капіталовкладенні в закордонний проект використовують і теоретичні основи, що й при капіталовкладенні в межах країни. Тобто, спочатку необхідно оцінити грошові потоки, які отримає підприємство в майбутньому. У більшості випадків грошові потоки спочатку матимуть негативне значення, оскільки підприємство інвестуватиме багато коштів у

виробничі потужності. Однак, після завершення початкового періоду, коли інвестиційні витрати зменшуватимуться, а надходження зростатимуть, грошові потоки будуть позитивними. Після оцінки грошових потоків їх необхідно дисконтувати за відповідною ставкою дисконту для визначення їх чистої поточної вартості. Найпоширеніша ставка дисконту – це вартість капіталу підприємства або необхідна норма прибутку. Якщо чиста поточна вартість дисконтованих грошових потоків більша за нуль, підприємству варто продовжувати реалізацію проекту.

До факторів, які ускладнюють для підприємства процес інвестування, належать:

↳ необхідність розмежування грошових потоків до проекту та грошових потоків до холдингової компанії;

↳ політичний та економічний ризик, зокрема, ризик, пов'язаний з обміном валют, який може істотно позначитися на вартості закордонних інвестицій;

↳ необхідність врахування зв'язку між грошовими потоками до базової компанії та джерелом фінансування.



Фінансові рішення

Розглядаючи варіанти фінансування закордонного проекту, міжнародне підприємство повинно враховувати:

↳ яким способом відбуватиметься фінансування проекту. При необхідності зовнішнього фінансування підприємство повинно вирішити, де позичити кошти – у своїй країні чи за кордоном;

↳ яким способом оформлюватиметься фінансова структура закордонної філії підприємства (див. п. 5.4 даної теми).

Якщо підприємство потребує зовнішнього фінансування свого проекту, вона позичатиме кошти з найдешевшого джерела капіталу. Для фінансування своїх інвестицій підприємства звертаються до світового ринку капіталу. Вартість капіталу на світовому ринку менша завдяки його масштабам і ліквідності, які перевищують аналогічні показники багатьох внутрішніх ринків, особливо невеликих і відносно неліквідних. Так, наприклад, американська компанія, що інвестує кошти в Данії, може фінансувати цей проект позицією, заробленою не на датському ринку капіталу, а на розміщеному в Лондоні ринку євробондів.

Однією з головних тенденцій розвитку сучасних світогосподарських зв'язків є значне поширення міжнародних розрахунків у кредит. Ця тенденція значно посилилася останніми десятиліттями. Так, якщо у 1937 р. на умовах розрахунків у кредит експортувалося лише 1,5 % машинно-технічних товарів, то на початку 60-х рр. XX ст. – 50 %, а на початку 90-х рр.

XX ст. – 75 % експорту цієї продукції у світі. Надання кредитів імпортерам є сьогодні досить звичним засобом реалізації продуктів на світовому ринку й однією з найпоширеніших форм сучасних світових господарських зв'язків. Тому, не випадково, на світовому ринку експортні кредити є більш дієвим засобом боротьби за ринки збуту, ніж ціна, якість товару чи строки поставок.

Міжнародний кредит – це надання одними країнами у тимчасове користування грошових коштів і матеріальних ресурсів іншим.

На практиці міжнародний кредит здійснюється шляхом надання валютних і товарних ресурсів на умовах зворотності та виплати відсотків, переважно у вигляді позик.

Залежно від об'єктів кредитування міжнародні кредити поділяються на комерційні та фінансові.

Комерційний кредит – це первинна форма кредиту, в тому числі в зовнішній торгівлі, що називається також фірмовим кредитом, де позикова операція поєднана з купівлею-продажем товару, а рух позикового капіталу – з рухом товарного капіталу.

Саме комерційний кредит, який є найбільш “пов’язаною” формою кредиту, досить широко використовується в міжнародній торгівлі. Однак внаслідок обмеження фінансових можливостей ця форма кредитування практично не використовується при взаємних поставках інвестиційних товарів, які призначені для модернізації та реконструкції виробництва, оновлення його технологічної структури.

Фінансовий кредит – це надання коштів у грошово-валютній формі (облігаційні позики, що розміщуються на міжнародному та національному ринках позикового капіталу за допомогою банків) у валюті країни-кредитора та країни-боржника, а також в інших валютах.

Однією з важливих характеристик сучасних світогосподарських зв'язків є швидкий розвиток міжнародних кредитів, перетворення світового ринку позикових капіталів у центральний елемент міжнародних економічних відносин. Інтернаціоналізація виробництва та капіталу, розширення сфери діяльності транснаціональних корпорацій потребують не тільки вільного обміну однієї валюти на іншу, а й надійних джерел безперервного міжнародного фінансування відносно незалежних від національних систем. Саме тому досить значного розвитку набув міжнародний ринок позикових капіталів як система відносин з приводу акумуляції та перерозподілу позикового капіталу між країнами, що є сукупністю кредитно-фінансових закладів і фондових бірж, які надають позики та кредити іноземним контрагентам.



Світовий ринок позикових капіталів не лише продовжує кількісно зростати, але й характеризується постійною зміною його структури й вдосконаленням свого механізму. Так, ще в 70-х рр. ХХ ст. у зв'язку з енергетичною кризою різко зросла роль деяких країн, що розвиваються, на світових ринках позикового капіталу, однак невдовзі їх значення помітно послабилось. Криза неплатоспроможності переважної більшості країн, що розвиваються, призвела до їх практичного витіснення з міжнародного ринку позикових капіталів, де, як і раніше, переважають представники розвинених країн. Це зумовило появу такого явища як *сек'юритизація* – переважання на ринку позикових капіталів емісії цінних паперів над банківськими кредитами, оскільки останні є менш привабливими для представників промислово розвинутих країн.

5.3 Класифікація джерел фінансування

З поглибленням інтернаціоналізації світових зв'язків розвиваються та посилюються різні форми фінансування на міжурядовому та наддержавному міжнародних рівнях. Джерела фінансування доцільно розглядати у двох аспектах (рис. 5.2).



Рис. 5.2. Класифікація джерел фінансування підприємства



Короткострокове фінансування підприємства

Короткострокове фінансування використовується, як правило, для поповнення оборотного капіталу. Обсяг і структура оборотного капіталу варіюють залежно від галузі, до якої належить підприємство, а також від ефективності управління асортиментом продукції та стратегії управління оборотним капіталом.

Формами короткострокового фінансування підприємства є: внутрішнє (самофінансування) та зовнішнє фінансування.

Перед прийняттям рішення про здійснення короткострокового зовнішнього фінансування, потрібно проаналізувати можливості фінансування за рахунок “внутрішніх” джерел, що, як правило, значно дешевше.

Підприємству необхідно переконатися, що в її розпорядженні немає внутрішньофірмових тимчасово вільних грошових коштів, які один підрозділ

може надати іншому, не зашкоджуючи при цьому загальним фінансовим позиціям і прибутковості.

Внутрішнє короткострокове фінансування – це взаємне надання валютних позик різними підрозділами підприємства, а також надання інівалютних кредитів головним підприємством своїм дочірнім підприємствам і навпаки.

Такі позики можуть бути надані у формах:

- ☞ прямого міжнародного внутрішнього кредиту;
- ☞ компенсаційного внутрішнього кредиту;
- ☞ рівномірного внутрішнього кредиту;
- ☞ торговельного внутрішньофірмового кредиту.

Прямі міжнародні внутрішні кредити оформлюються простим векселем.

Простий вексель – це цінний папір, що містить нічим не обумовлене зобов'язання векселедавця сплатити визначену суму грошей у визначений термін і у визначеному місці векселедержателю. У простому векселі задіяні два учасники: векселедавець, що зобов'язується сплатити за виданим векселем, і векселедержатель, якому належить право на одержання платежу за векселем.

Прямий міжнародний внутрішній кредит надається за ставкою відсотка, наближеною до ринкової, або за ставкою, нижчою за ринкову. Однак подібне фінансування є невигідним для підприємства з декількох причин: 1) податкового планування підприємства; 2) додаткових валютно-курскових ризиків; 3) ризику заблокування валютних фондів за кордоном. Тому частіше підприємства використовують інші форми внутрішнього кредитування, до яких можна віднести кредитну лінію та банківський овердрафт.

Кредитна лінія – договір між банком і його клієнтом, на підставі якого банк надає клієнту на визначений термін певну суму грошей відповідно до встановленого ліміту

Даний договір укладається на 1 рік і щороку підлягає поновленню. Досить часто кредитна лінія поновлюється після того, як банк одержує завірену аудитором річну фінансову звітність підприємства та можливість вивчити результати її діяльності. Обсяг кредиту базується на оцінці банком кредитоспроможності позичальника та його потреб у засобах. Залежно від зміни цих умов кредитна лінія може бути поновлена, починаючи з терміну припинення дії попередньої угоди, або й раніше, якщо виникла необхідність зміни умов.

Чи знаєте Ви, що...



документом, який надає вичерпну інформацію про потребу позичальника в короткостроковому кредитуванні є Cash-Flow. Якщо максимальна потреба позичальника в кредиті на майбутній рік оцінюється у 800 000 дол., підприємство може спробувати укласти угоду на суму 1 млн. дол. для того, щоб уберегти себе від непередбачених ситуацій. Чи піде банк назустріч компанії, звичайно, залежить від оцінки її кредитоспроможності. Якщо банк погодиться, підприємство

може взяти короткострокову позику, зазвичай, на 90 днів, на суму до 1 млн. дол.



Кредитна лінія може бути оформлена у вигляді *письмової* кредитної угоди клієнта з банком або бути результатом *усної* домовленості (звичайно, в країнах з розвинуеною кредитною системою). Кредитна лінія відкривається *під регулярне використання*.

Оскільки деякі банки розглядають цей вид кредитування як сезонне чи тимчасове фінансування, вони можуть вимагати, щоб позичальник у визначений час не користувався кредитом. Найчастіше від позичальника можуть вимагати погашення заборгованості банку за визначений період, який складає 1-2 місяці. Фактично погашення є підтвердженням того, що позика дійсно мала сезонний характер.

Незважаючи на ряд переваг для позичальника, кредитна лінія не є формальним зобов'язанням банку надати кредит. Позичальника часто інформують про висновок щодо угоди за допомогою повідомлення про те, що банк має намір надати кредит на визначену суму, проте, цей лист не є юридичним зобов'язанням банку. У випадку погіршення кредитоспроможності позичальника протягом року, банк може відмовитися від надання кредиту. Однак у більшості випадків банк вважає таку угоду своїм зобов'язанням.

У деяких країнах, у яких дозволено законодавчим і нормативним регулюванням, банки можуть надавати фінансування клієнту у формі овердрафту. Овердрафти активно використовуються у Великобританії.

Овердрафт – це кредитна лінія, проти якої клієнт може виписати чек у сумі, що не перевищує встановленого ліміту.

Тобто, овердрафт можна розглядати як своєрідну позику клієнту, яка повинна бути погашена в короткий термін і за відсотковою ставкою, що перевищує середньоринкову. Овердрафтні лінії часто надаються щорічно, перетворюючись у такий спосіб у форму середньострокового фінансування. Клієнтам банку надається право в певних межах розраховуватися чеком в сумі, яка перевищує залишок на його поточному рахунку.

Надання овердрафту має ряд переваг:

- 1) проста система відкриття і проведення операцій з ним;
- 2) прийнятна відсоткова ставка. Внаслідок щоденного розрахунку відсоткової ставки мінімізуються відсоткові платежі й не потрібно додаткових засобів для їх сплати. Це одна з найбільш дешевих форм фінансування, доступна для підприємства;
- 3) гнучкість у двох аспектах:

☞ пов'язана зі схемою виплат підприємства та відображає щоденні потреби в коштах;

☞ будь-яка невикористана частина овердрафту є прямим резервом коштів. Це дуже важливо при розгляді можливого ризику, що є обов'язковою умовою планування потоку коштів.

Поряд з перевагами, овердрафт має і ряд недоліків:

1) погашається за вимогою. Банк може заявити, що він рідко використовує право вимоги погашення овердрафту, але існують три обставини, при яких банк зможе скористатися цим правом:

☞ коли сам банк знаходиться під тиском і йому необхідно зменшити свої зобов'язання;

☞ коли регулюючі органи приймають рішення про скорочення кредиту, то, насамперед, припиняють надання овердрафту;

☞ коли погіршується фінансове становище підприємства.

У перших двох випадках рішення пов'язані з причинами, що цілком виходять за межі впливу підприємства, тому це може позбавити підприємство життєво важливих засобів у критичний період. У третьому випадку відкликання засобів фінансування здійснюється у найважчий для підприємства час і може перешкодити їй самостійно знайти вихід з такої ситуації.

2) якщо процентні ставки зростають, то ставка овердрафту буде зростати швидше, ніж за іншими формами фінансування. Протилежне явище відбувається при зниженні відсоткових ставок.

Крім того, підприємства використовують зовнішні джерела фінансування, одержуючи довгострокові грошові кошти у вигляді банківських кредитів і прибутку від розміщення капіталу й боргових цінних паперів на фінансових ринках. Таке фінансування мобілізується фінансовими менеджерами підприємств, як і у випадку довгострокового міжнародного фінансування, на іноземних фондових і кредитних банківських ринках, а також на євровалютних (офшорних) ринках.



**Довгострокове
фінансування
підприємств**

Довгострокове міжнародне фінансування, як і короткострокове, здійснюється за рахунок внутрішніх (самофінансування) та зовнішніх джерел.

До внутрішнього фінансування у довгостроковому аспекті, в основному, відносяться нерозподілений прибуток і накопичена амортизація. Такий тип фінансування називається самофінансуванням, тому що джерелом грошових коштів виступають фінансові нетто-надходження, генеровані



діловими операціями самої фірми, тобто її грошові потоки за визначений період за винятком її операційних витрат, платежів за відсотками на залучені фінансові ресурси, податків, дивідендів і деяких інших грошових виплат. Тобто, внутрішніми джерелами довгострокових фондів для фірми (джерелом її самофінансування) є накопичені нетто-грошові потоки, генеровані міжнародними угодами.

Так, величину прибутку ми можемо визначити наступним чином:

$$NP = TR - OC - I_{pmt} - T,$$

де NP – нетто-прибуток (за винятком процентних платежів і податків);

TR – загальна грошова виручка від операцій фірми;

OC – операційні витрати;

I_{pmt} – процентні платежі;

T – податки.

Для того, щоб одержати нетто-грошові надходження, фірмі необхідно від величини прибутку після оподаткування відняти суму грошових дивідендів, виплачених акціонерам фірми (що є для неї грошовими витратами, так як зменшують суму залишку на банківських поточних рахунках), потім необхідно додати суму амортизаційних відрахувань (що є грошовими надходженнями для фірми). Тобто, визначити величину нетто-грошового потоку фірми можна наступним чином:

$$NCF = NP - DIV + am,$$

де NCF – нетто-грошовий потік фірми;

DIV – виплачені дивіденди;

am – амортизаційні відрахування.

Нетто-грошовий приплив фірми за певний період формує приріст нетто-вартості (капіталу) фірми. З огляду на те, що звичайною метою будь-якої фірми (її менеджменту) є збільшення вартості капіталу акціонерів (власників), можна підкреслити “наскрізну” (для міжнародних фінансів) важливість поняття “нетто-грошові надходження”.

Довгострокове зовнішнє фінансування для фірми надходить із двох основних джерел: від інвесторів і від кредиторів.

Інвестори купують цінні папери, що привселюдно емітовані фірмою та обертаються на фондових ринках. Інвестиційні довгострокові (чи безстрокові) цінні папери емітуються у формі боргу (переважно облігацій) чи капіталу (акції).

Боргові цінні папери, що фірма випускає для акумулювання довгострокових фінансових ресурсів, випускаються у вигляді облігацій. Вони можуть бути забезпеченими та незабезпеченими.



Перший випадок – фінансування, що базується на активах. У другому випадку незабезпечені облігації цілком підтримуються лише довірою до фінансового стану фірми та забезпечуються всім її майном.

Крім того, облігації поділяються за рівнем субординованості. Так, фірми можуть випустити субординовані боргові зобов'язання, тобто облігації більш низького рангу у порівнянні з іншими (більш пріоритетними) борговими зобов'язаннями емітента. Подібні цінні папери при банкрутстві емітента оплачуються в другу чергу, мають підвищений ризик і, відповідно, більш високу прибутковість. “Пріоритетні” облігації мають більш високий рейтинговий статус і відносяться до паперів інвестиційного рівня. Вони більш надійні та, відповідно, приносять менший дохід, ніж субординовані боргові зобов'язання. У той же час субординовані облігації можуть і не мати кредитного рейтингу, тобто відноситися до “малозначущих” цінних паперів.

Інвестиційні цінні папери, які емітуються фірмами для мобілізації довгострокових міжнародних фондів і обертаються на фондових ринках у формі капіталу, представлені різними видами акцій. Вони випускаються у формі звичайних та привілейованих акцій.

Звичайні акції не тільки приносять дохід власнику, але й надають йому право голосу на зборах акціонерів, тобто можливість участі в контролі за діяльністю компанії. Тобто, власники таких акцій несуть підвищений ризик втрати своїх капіталовкладень, претендуючи лише на залишкову вартість фірми після задоволення претензій всіх інших її кредиторів, у випадку банкрутства компанії. Отже, прибутковість на звичайні акції повинна бути найбільш високою за інших рівних умов, з коригуванням на неочікуваний дохід у формі участі в контролі за діяльністю компанії.

Якщо облігації є борговими інструментами, звичайні акції – капітальними цінними паперами, то привілейовані акції займають деяке проміжне положення. Так, з одного боку, вони є капітальними цінними паперами, надаючи компанії інвестиційні засоби, з іншого боку, порівняно зі звичайними акціями, вони не дають своїм власникам права голосу й участі в контролі за діяльністю фірми. Однак, на відміну від звичайних боргових паперів (облігацій), що мають фіксовану дату погашення, привілейовані акції часто є безстроковими, будучи схожими у цьому на капітальні цінні папери. Відповідно, прибутковість на них нижча, ніж на звичайні акції, і вища, ніж на облігації.

Іншим потужним джерелом міжнародного довгострокового фінансування для фірми, поряд з мобілізацією інвестиційних засобів, є одержання від



кредиторів грошових коштів на довгостроковий термін використання.

Кредитори можуть надавати фірмі кошти у таких формах як:

↳ банківські кредити (для середньострокових цілей чи для більш тривалих термінів – на поновлюваній основі);

↳ довгострокові цінні папери (у першу чергу, облігації), що не продаються на відкритих фондових ринках, а розміщуються серед основних інвесторів.

Міжнародне довгострокове фінансування, що мобілізується фірмою у формі банківського кредиту, має, як правило, характер середньострокових позик, що надаються також і на більш тривалі терміни (на поновлюваній основі). Подібні позики відрізняються значними розмірами. Окремі банки, навіть транснаціональні, як правило, не беруться поодиночі надавати такі великі суми – або через законодавчі обмеження, або через підвищений кредитний ризик при такому типі фінансування. Тому міжнародні довгострокові позики приймають форму синдикатних банківських кредитів, наданих одиничному, великому корпоративному позичальнику (чи уряду) групою (синдикатом) комерційних та інвестиційних банків.

Структура довгострокового фінансування дуже різна для фірм із різних країн. Так, у структурі довгострокових фондів компаній з одних країн стійко переважають внутрішні джерела фінансування, тоді як у інших – зовнішні. У свою чергу, серед зовнішніх джерел фінансування можуть переважати фонди кредиторів, а можуть – фонди інвесторів.

Так, характерним для США та Японії є самофінансування. В структурі зовнішніх довгострокових фондів цих країн переважають інвестиційні засоби, що мобілізуються за допомогою емісії публічних цінних паперів та цінних паперів приватного розміщення на фондовому ринку.

Банківські фонди відіграють переважаючу роль як джерело довгострокового фінансування для великих компаній Німеччини та Франції. Це зумовлено тісними історичними зв'язками промисловості з банками, а також із тим, що законодавство цих країн, на відміну від американського, не перешкоджає цьому, і, крім того, розвиток фондового ринку в цих країнах порівняно з англосаксонськими країнами і Японією, значно повільніший.



Нетрадиційні форми фінансування фірми

Поряд із традиційними джерелами, що складають основу формування фінансових ресурсів фірми, поступового поширення на світових ринках набувають нетрадиційні

форми фінансування, значна роль яких у фінансовій діяльності більшості фірм є досить відчутною та розглядається як додаткове джерело

забезпечення потреб у фінансових коштах. Видами таких нетрадиційних форм фінансування є:

- ↳ лізинг;
- ↳ факторинг;
- ↳ венчур;
- ↳ селенг;
- ↳ франдрейзинг;
- ↳ сконто;
- ↳ консигнація.

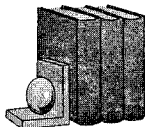
Розглянемо детальніше кожен з форм нетрадиційного фінансування.

Лізинг – це комплекс економічних відносин, який полягає в наданні лізингодавцем у виключне користування на визначений строк лізингоодержувачу майна, що є власністю лізингодавця або набувається ним у власність за дорученням і погодженням з лізингоодержувачем у відповідного продавця майна, за умови сплати лізингоодержувачем періодичних лізингових платежів.

Лізинг є особливою формою руху позикового капіталу, яка надається, насамперед, у формі кредиту з наступним правом купівлі товару.

Серед різних форм лізингу найбільш поширеним є *фінансовий лізинг* як різновид довгострокового кредитування, що рівнозначний продажу товару в розстрочку. Фінансовий лізинг здійснюється, як правило, при придбанні дорогавартісних машин та обладнання. Основна частина вартості машин і обладнання, які здаються в оренду, береться у третьої сторони (зазвичай у банку) в кредит.

З книги рекордів Гіннеса



Орендоване житло

Країною з найвищою часткою орендованого житла є Естонія, де в 1995 р. було орендовано 81,5% всього житлового фонду.

При здійсненні міжнародних лізингових операцій важливою проблемою є валютні умови, зумовлені тривалістю лізингових контрактів, особливостями валютного законодавства, необхідністю страхування валютних ризиків і можливими ускладненнями, які можуть виникнути в майбутньому за відсутності необхідної валюти. Широко використовується практика виплати орендних платежів у двох валютах, а також передача від лізингодавця до орендатора податкових пільг, одержаних в країні лізингодавця у відповідній валюті. Учасники міжнародного лізингу використовують також податкові пільги тих держав, підприємства яких беруть активну участь у лізингових операціях.



3 практики світового бізнесу



У розвинутих країнах Заходу лізингові операції монополізовані великими банками й компаніями-орендаторами. Наприклад, у Великобританії на частку "Асоціації з лізингу обладнання", куди входять великі банки та крупні орендатори, припадає до 90 % операцій на ринку лізингу.

Наступним методом фінансування підприємницької діяльності є факторинг.

Факторинг – це кредитування клієнта банком, різновид комісійної операції, універсальна система фінансового обслуговування клієнтів, включаючи бухгалтерське, інформаційне, рекламне, збутове, транспортне, страхове, кредитне й юридичне обслуговування.

Факторингові операції пов'язані з придбанням у постачальника права на одержання платежу з платника за поставлені товари (виконані роботи, надані послуги). Такі операції сприяють прискоренню розрахунків, економії оборотних коштів підприємств, а також виконанню контрактів у міжнародній торгівлі.

3 практики світового бізнесу



Вперше факторингові послуги було надано в промисловій компанії "First National Bank of Boston" у 1947 р. У Західній Європі, перші факторингові фірми з'явилися дещо пізніше – у 1970-1980 рр. і характеризувалися високими та стабільними темпами зростання (на 40-50%) факторингових операцій практично в усіх розвинутих країнах.

Факторингова фірма (факторинг-компанія) укладає тристоронні договори на певний строк з постачальниками і платниками, відповідно до яких гарантує постачальникам оплату рахунків, що відкриваються на даних платників через рахунок факторингу. Факторинг-компанія може також укладати договори з постачальниками на здійснення разових розрахункових операцій з оплати інкасових платіжних доручень, виписаних на визначеного платника, з наступним одержанням від останнього коштів за даними платежами.

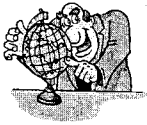
Останнім часом розвивається якісно новий засіб фінансування (інвестування) ризикованого підприємства, яке працює над втіленням у виробництво певної ідеї або проекту, – **венчурний капітал**. Такі фірми не повертають вкладені у них інвестором кошти і не виплачують відсотки за них.

Венчурний капітал – це капітал, вкладений в акціонерну компанію з великим ризиком банкрутства.



Більшість підприємств венчурного капіталу існує у формі товариств з обмеженою відповідальністю, оскільки у випадку банкрутства є можливість зберегти свої заощадження, які не вкладені в акції підприємства-банкрута, їх мета – отримати від різних фінансових інститутів кошти для створення ризикованих підприємств. У них працює переважно незначна кількість працівників. Венчурне фінансування стимулює розвиток науково-технічного прогресу, сприяє прискоренню впровадження новітніх досягнень науки у виробництво. Створення венчурних підприємств вигідне великим компаніям, банкам, страховим компаніям, оскільки таким чином вони використовують підприємницький талант дрібних бізнесменів, їх енергію і творчу ініціативу, частково перекладають на них ризик нововведень. Кожна п'ята технічна й наукова новинка, успішно впроваджена великими компаніями розвинутих країн світу, запозичена у невеликих підприємств і дає високий комерційний результат. На венчурні підприємства часто перекладається ризик дослідно-конструкторських розробок, освоєння нової продукції, випробування нововведень та ін.

**Чи знаєте Ви,
що...**



у США в середині 90-х рр. XX ст. майже 20 тис. невеликих фірм здійснювали інтенсивні наукові розробки. У повоєнний період на дрібні фірми (в т.ч. ризиковані підприємства) припадало до 24 % нововведень, причому вони використовували лише 3 % загальних витрат країни на дослідження й розробки та впровадили в 17 разів більше нововведень на 1 дол.

Значна частина венчурних підприємств є окремими складовими великих компаній і фінансових груп. Ці групи використовують їх також для того, щоб обійти антитрестове законодавство, підвищити свою конкурентоспроможність. Венчурні підприємства, що досягли успіху, інкорпорується, що дає змогу їх інвесторам отримувати стабільний прибуток. У середині 90-х рр. обсяг венчурного капіталу становив у США до 40 млрд. дол. Середній прибуток на нього майже вдвічі перевищує величину середнього прибутку промислових корпорацій країни.

Ще однією формою залучення фінансових коштів є *селенг*. Метод селенгу вперше було застосовано у США в 1970 р. Державною національною асоціацією іпотечного кредиту.

Селенг – це безумовне повернення своїх прав на використання грошей чи майна та розпорядження ними за першою вимогою.

За договором селенгу власник коштів чи майна за декілька років повинен отримати премію, сума якої в десятки разів перевищує суму



початкового внеску (вартість внесеного майна), за рахунок прибуткових промислових інвестицій фірми, передачу коштів у позику тощо.

Некомерційні організації можуть знаходити джерела фінансових ресурсів через систему фандрейзингу.

Фандрейзинг – це діяльність зацікавленої сторони із залучення спонсорських, благодійних й інших фінансових ресурсів, необхідних для неприбуткової діяльності, що має соціальне значення.

Фандрейзинг базується на таких принципах:

↳ процес пошуку коштів повинен проводитися на основі цілої системи планових заходів;

↳ у некомерційній організації повинна бути спеціальна служба із координації системи пошуку коштів;

↳ прийоми фандрейзингу мають свої особливості, що залежать від категорії вкладників. Джерелами надходження коштів можуть бути пожертвування комерційних організацій, доходи від власної комерційної діяльності, гранти закордонних благодійних фондів, кошти закордонних партнерів, благодійні внески приватних осіб;

↳ основою успіху одержання грошових внесків некомерційною організацією є сприяння розвитку іміджу комерційної організації (реклама її продукції, допомога в суспільних зв'язках тощо).

Отже, є різні форми та методи фінансування, проте кожна фірма самостійно вирішує, яку із них їй доцільно обрати, виходячи із виду діяльності та можливостей.

5.4 Світове фінансове середовище та фінансова структура



Передумови виникнення фінансового середовища

Історично склалося, що розвитку фінансового середовища передувало ряд подій. Серед них можна виділити:

↳ 1957 р. – виникнення ринку євродоларів у Лондоні, як відповідь на введення контролю зі сторони британського уряду над фунтом стерлінгом;

↳ 1971 р. і 1973 р – світова фінансова криза, що призвела до краху Бреттонвудської системи, і, як наслідок, формальний перехід від системи фіксованих валютних курсів до плаваючих валютних курсів;

↳ лютий 1987 р.—7 країн (“велика сімка”) досягли Луврської угоди у Парижі. Тобто, вони вели свою економічну політику, підтримуючи падаючий долар США та штучно наближаючи обмінний курс своїх валют до долара;

↳ 1987 р. – прийняття Європейським економічним співтовариством (ЄЕС) Єдиного європейського акту, що вимагав створення єдиного уніфікованого ринку в 1992 р., який би міг суттєво змінити економічне та фінансове становище Західної Європи;

↳ 1989-1992 рр. – перехід Східноєвропейських комуністичних країн від комуністичних до багатопартійних урядів, від централізовано-планованої економіки до ринкової економіки;

↳ 1992 р. – поява уніфікованого європейського ринку;

↳ листопад 1993 р. – набрання чинності Північноамериканської угоди про вільну торгівлю, а також конференція про азіатсько-тихоокеанську співпрацю з США в 1993 р.

Ці зміни вплинули на світову політику, економіку та фінанси в цілому та прискорили регіональний розвиток в 90-і роки ХХ ст.

Світове фінансове середовище необхідно розглядати у розрізі наступних складових (рис. 5.3).

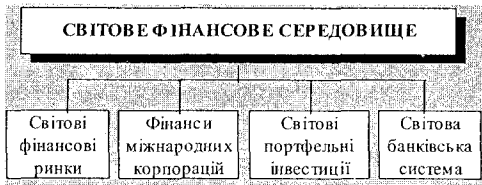


Рис. 5.3. Складові світового фінансового середовища

Співробітництво тієї чи іншої країни з світовими фінансовими структурами здійснюється через міжнародні організації універсального характеру системи Організації об'єднаних націй (ООН); міжнародні кредитно-фінансові інституції (Міжнародний валютний фонд (МВФ) та групу Світового банку (СБ)); міжнародні організації регіонального характеру – регіональні банки розвитку та тощо.

Розглянемо детальніше становлення і розвиток світового фінансового ринку як складової фінансового середовища.



**Роль
світового
фінансового
ринку**

Світовий фінансовий ринок виник на основі інтеграційних процесів між національними фінансовими ринками. Інтеграція ринків окремих країн розпочалася приблизно в середині 60-х років ХХ ст. і згодом почала розвиватись



прискореними темпами. Вона проявлялася у зміцненні зв'язків, розширенні контактів між національними фінансовими ринками, їх прогресуючому симбіозі. Банки почали надавати, а їх клієнти одержувати фінансові послуги за межами країн, де вони розташовані, одночасно в декількох валютах. Умови таких угод, наприклад, відсоткові ставки за кредитами почали вирівнюватися і ставали привабливими для позичальників та інших одержувачів банківських послуг порівняно з умовами національних ринків. Крім того, це було пов'язано з тим, що в міжнародних фінансових операціях не було таких жорстких вимог державного регулювання, як в окремих країнах.

Розвиток процесу інтеграції національних фінансових ринків поступово призвів до початку їх глобалізації. Це призвело до виникнення й швидкого зростання світової фінансової системи, де циркулюють валютні, кредитні та інші фінансові ресурси. Ринки різних країн, де можна мобілізувати кошти, не тільки взаємодіють, а й залежать один від одного. У сукупності вони розвиваються в глобальну цілісну систему, об'єднану спільними умовами функціонування і закономірностями еволюції. Тому сьогодні інвестор, приймаючи те чи інше рішення, бачить перед собою не ізольовані національні ринки, а різні сегменти єдиної світової фінансової системи.

Розвиток сучасного світового фінансового ринку перебував під рядом об'єктивних економічних факторів, найважливішими з яких є:

- ↳ розвиток міжнародного поділу праці;
- ↳ інтернаціоналізація суспільного виробництва;
- ↳ концентрація і централізація фінансового капіталу.

На сучасному етапі світовий фінансовий ринок – це міжнародні фінансові центри, які мобілізують і перерозподіляють у всьому світі значні обсяги фінансових ресурсів. У цих центрах здійснюється переважна більшість усіх міжнародних валютних, депозитних, кредитних і страхових операцій.

Для того, щоб дійсно називатися розвинутим світовим фінансовим центром, який здатний обслуговувати зростаючі світові потоки капіталу між собою та іншими міжнародними, регіональними та місцевими фінансовими ринками, потрібно володіти необхідними елементами підтримки як національних, так і міжнародних операцій. До таких елементів відносяться:

- ↳ стійка фінансова система і стабільна валюта;
- ↳ інститути, що забезпечують функціонування фінансових ринків;
- ↳ гнучка система фінансових інструментів, які забезпечили б кредиторам різноманітність варіантів щодо витрат, ризику, прибутку, термінів ліквідності та контролю;

↳ відповідна структура та достатні правові гарантії, які здатні викликати довіру в міжнародних позичальників і кредиторів;

↳ людський капітал, що вільно володіє спеціальними фінансовими знаннями як результат систематичного навчання і перепідготовки. Жоден світовий фінансовий центр не зможе контролювати значний обсяг міжнародних операцій без освічених людей, які працюють на фінансових ринках, і необхідної техніки та засобів зв'язку (у тому числі комп'ютерних), які безперерійно з'єднують фінансовий центр з іншими центрами всередині країни і за кордоном для здійснення безготівкових розрахунків і готівкових платежів;

↳ здатність спрямовувати іноземний капітал через активні, всеохоплюючі й мобільні ринки – комплексні ринки як довгострокові, так і короткострокові, які надають позичальникам та інвесторам великі можливості;

↳ економічну свободу: фінансовий ринок не може існувати без свободи діяльності, споживання, накопичення й інвестування.

Головне призначення світового фінансового ринку полягає у забезпеченні перерозподілу між країнами акумульованих вільних фінансових ресурсів для сталого економічного розвитку світового господарства й одержання від цих операцій доходу. Тобто, світовий фінансовий ринок виступає основним механізмом перерозподілу фінансових ресурсів як на національному, так і на глобальному рівнях.

Характерні риси світового фінансового ринку:

↳ великий обсяг фінансових ресурсів та операцій;

↳ глобальність, тобто відсутність, територіальних обмежень;

↳ цілодобовий режим функціонування;

↳ залучення до операцій суб'єктів із високим рейтингом (репутацією);

↳ широкий діапазон фінансових інструментів, що використовуються;

↳ уніфікація правил і стандартів операцій;

↳ високий рівень використання інформаційних технологій.

Світовий фінансовий ринок – це система ринкових відносин, що забезпечує акумуляцію та перерозподіл міжнародних фінансових потоків.

Через структуру світового фінансового ринку тимчасово вільні фінансові ресурси переміщуються із тих секторів світового господарства, де вони з'являються, у ті сектори, де на них у даний момент виникає потреба. Завдяки цьому стає можливим валютне, кредитне, розрахункове обслуговування міжнародної торгівлі товарами та послугами, закордонних інвестицій, урядових запозичень тощо.



Головною функцією світового фінансового ринку є забезпечення міжнародної ліквідності, тобто можливості швидко залучати достатню кількість фінансових засобів у різних формах на вигідних умовах на наднаціональному рівні. Залучення ресурсів на світовому фінансовому ринку значно розширює фінансові можливості кожної країни і сприяє вирівнюванню економічного розвитку країн і створенню умов для підвищення суспільного добробуту.

Світовий фінансовий ринок нині є глобальною системою акумулювання вільних фінансових ресурсів та надання їх позичальникам з різних країн на принципах ринкової конкуренції. Сьогодні цей ринок набув величезних масштабів і перетворився в одне з найважливіших джерел фінансових ресурсів, є визначальним фактором господарського життя всіх без винятку країн світу.

Функціонування світового фінансового середовища нерозривно пов'язане з фінансовою структурою фірми, оскільки саме фірма є основним об'єктом розвитку відносин у світовому середовищі.

З практики світового бізнесу



Між фінансовими структурами фірм, розміщеними у різних країнах світу, існують істотні відмінності. Коли ми кажемо "фінансова структура", ми маємо на увазі комплекс боргових зобов'язань та акціонерного капіталу, з якого фінансується бізнес. Добре відомо, що японські фірми покладаються на позикове фінансування значно більше, ніж американські. Наприклад, середній коефіцієнт боргових зобов'язань фірм, розміщених в Італії, більше ніж удвічі перевищує цей показник для фірм, розміщених у Сінгапурі.

У різних країнах фінансова структура фірм значно відрізняється. Різні режими оподаткування визначають відносну привабливість боргових зобов'язань та акціонерного капіталу в країнах. Наприклад, якщо дивіденди оподатковуються за високою ставкою, слід очікувати переваги боргового фінансування над випуском акцій. Водночас, відмінності фінансових структур різних країн ніяк не пов'язуються з відмінностями у податкових структурах.

Важливим питанням для міжнародної фірми є доцільність її підпорядкування місцевим нормам структури капіталу. Підпорядкування місцевим нормам має свої переваги.

↳ керівництво фірми може легко оцінити суму свого прибутку від акцій порівняно з місцевими конкурентами в тій самій галузі;

↳ підпорядкування вищим борговим нормам країни-господаря може покращити імідж закордонних філій, що беруть надто малі позики, а тому

видаються нечутливими до місцевої монетарної політики. Але важливість цього аргументу досі не визначена. Найкраща рекомендація міжнародному підприємству – у закордонному підрозділі запровадити фінансову структуру, яка б мінімізувала вартість її капіталу, незалежно від узгодженості цієї структури з місцевою практикою.

З практики світового бізнесу



"Join Venture" в приблизному перекладі означає "спільний ризик". Це підприємство, яке представляє асоціацію декількох осіб, які, вступивши у відносини, скріплені контрактом, хочуть зайнятись спільним бізнесом. З цією метою вони об'єднують зусилля, грошові кошти, навички та знання так, як це робиться при оформленні партнерства або корпорації, з тією тільки різницею, що ні партнерство, ні корпорація в даному випадку не формуються.

При всій схожості такого "спільного підприємства" з партнерством необхідно враховувати наступні відмінності ними: спільне підприємство може бути створено тільки для однієї ділової операції; елемент рівного поділу прибутків і рівної відповідальності за втрати не є необхідним; корпорації можуть бути учасниками "ризикованих підприємств"; смерть одного з членів ділової асоціації не призводить до автоматичного припинення діяльності, оскільки суть контракту більша за суть форми відносин.

Слід зазначити, що термін "спільне підприємство" не одержав в США єдиного тлумачення. СП може вважатись будь-яка самостійна компанія, створена двома або більше фірмами для проведення нової, постійної економічної діяльності з метою одержання прибутку. Кожен учасник здійснює значний внесок у вигляді капіталу, технології, досвіду маркетингу, особистої власності або нерухомості. З правової і податкової точок зору СП частіше всього розглядаються в США як різновид партнерств з необмеженою відповідальністю. В окремих випадках (наприклад, коли двоє учасників створюють корпорацію і є єдиними держателями її акцій) організоване СП може мати статус корпорації.



ТЕМА 6

ЦІННІ ПАПЕРИ В СВІТОВОМУ БІЗНЕСІ

6.1. Поняття та характеристика цінних паперів у світовому бізнесі

6.2. Структура та механізм функціонування ринку цінних паперів

6.3. Сутність міжнародного ринку цінних паперів

6.4. Особливості функціонування найвідоміших бірж світу



ТЕМИ ДЛЯ РЕФЕРАТИВ

1. Історія виникнення цінних паперів.
2. Синтетичні і похідні цінні папери.
3. Нью-Йоркська фондова біржа: історія виникнення.
4. Тенденції розвитку світового ринку цінних паперів.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ



1. Назвати класифікаційні ознаки цінних паперів.
2. Охарактеризувати основні види цінних паперів.
3. Навести основні відмінності між ф'ючерсним і форвардним контрактами.
4. Охарактеризувати структуру ринку цінних паперів.
5. Розкрити особливості державного регулювання ринку цінних паперів в різних країнах світу.
6. Охарактеризувати найбільші фондові біржі світу.

НАША КОМПАНІЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ



1. Ваша фірма за кордоном вирішила розмістити свої цінні папери на фондовій біржі. Обґрунтувати вибір.
2. Вибрати фондову біржу і проаналізувати правила допуску цінних паперів на неї.
3. Підготувати відомості і документи (статут, зразки сертифікатів тощо) для одержання допуску на котирування цінних паперів на біржі.



6.1. Поняття та характеристика цінних паперів у світовому бізнесі



Історія виникнення цінних паперів

Поява цінних паперів і здійснення з ними операцій має багатовікову історію. Прообразом фондових договорів є процес обміну валюти на іншу між торговцями на ярмарках. Внаслідок розвитку торгівлі та збільшення кількості строкових договорів, які укладалися, об'єктом фінансових операцій поступово стали боргові розписки – векселі. Вексель – це перший класичний цінний папір, який сприяв виникненню та розвитку фондового ринку.

Розвиток вексельного обігу призвів до безготівкових грошових розрахунків: витісненню з грошового обігу золота та срібла, заміни еквівалентів мінового обороту паперовими символами.

Виникнення векселя пов'язують з політичними подіями. Однак вексель виник завдяки природній потребі торгового обороту.

Поява векселя у XII-XIII ст.ст. була викликана потребами торгівлі, особливо ярмаркової, яка в той час швидко розвивалася, та з обміном монет однієї середньовічної держави на монети іншої. Його винахідниками можна вважати середньовічних банкірів, які займалися обміном монет, що знаходилися в обігу та їх зберіганням. В результаті таких операцій виник переказний вексель.

Початок епохи великих географічних відкриттів став поштовхом для формування організованої торгівлі цінними паперами і появи їх класичних типів. Спорядження морських експедицій і великих торгових караванів в країни Нового Світу вимагало значних капіталовкладень. А покриття витрат на освоєння нових ринків збуту і джерел сировини виявилися не під силу окремим особам. Це сприяло об'єднанню купців, судновласників, банкірів, промисловців у товариства для створення спільного капіталу. Всі засновники такого товариства (фізичні та юридичні особи), які вклали в нього свої гроші ставали його власниками. Внесення учасниками товариств паю оформлювалося спеціальним документом, який засвідчував право власності на свою частку в спільному капіталі та право на отримання частини прибутку. Цей документ отримав назву "акція", а товариство почало називатися акціонерним.

Відсутність великих грошових внесків для будівництва залізних доріг також сприяла утворенню акціонерних товариств. Фінансові можливості індивідуального капіталу були обмежені, тому будівництво залізних доріг, як

і створення багатьох інших капіталомістких виробництв, стало можливим лише завдяки об'єднанню індивідуальних капіталів у спільний капітал у формі акціонерних товариств.

Першими відомими у світі акціонерними товариствами були Голландська і Англійська Ост-Індійська компанії, компанії Гудзонової протоки.

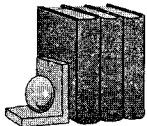
**Чи знаєте Ви,
що...**



у 1553 р. група лондонських купців на чолі із Себастьяном Коботом утворила перше публічне акціонерне товариство, яке називалося "Загадкові подорожі купців для відкриття невідомих регіонів, домініонів, місць і островів".

Спочатку договори з цінними паперами (акціями) уклалися на товарних біржах та інших оптових ринках, але з часом виникла необхідність до відокремлення подібних операцій, внаслідок чого і сформувався ринок фондових цінностей. Завдяки виникненню акції з'явився ринок цінних паперів, на якому вже пізніше з'явилися всі інші види цінних паперів.

**З книги рекордів
Гіннеса**



Найстарша фондова біржа

Фондову біржу в Амстердамі (Нідерланди) для операцій з цінними паперами заснувала в 1602 р. в приміщенні капели Оуде Зайдс Об'єднана голландська Ост-Індійська компанія.

Акціями цінні папери стали тоді, коли почали вільно обертатися поза межами акціонерного товариства, тому що вільний обіг на ринку є обов'язковим атрибуту цінного паперу. Обіг акцій був пов'язаний зі зміною складу учасників акціонерного товариства, оскільки з часом одні виходили з товариства, інші – вступали. При виході з акціонерного товариства засновник забирив свою частку капіталу, тобто хто продавав свій документ, той виходив з акціонерного товариства, хто його купував – вступав до нього.

Несподіваною властивістю майбутньої акції виявилася її ринкова вартість. Однак діапазон коливань ринкової вартості акцій на загальному фоні цінних коливань за різними товарами виявився безпрецедентним. На відміну від інших товарів, при купівлі-продажу акцій об'єктом купівлі-продажу виступали не самі акції, а прихована за ними ринкова вартість акціонерного товариства.



Зміна ринкової вартості акції викликала до неї підвищений інтерес азартних людей, оскільки дозволила їм швидко і багато заробляти на зміні цін на них. З часом сформувався прошарок професійних гравців, які в основному займалися купівлею-продажем акцій. Зростаючі масштаби такої діяльності призвели до створення фондової біржі та виникнення ще однієї властивості акцій – ліквідності, під якою розуміють легкість її обміну на гроші, тобто можливість її продажу власником у випадку необхідності.

Вперше торги цінними паперами таких країн, як Голландія, Німеччина, Франція, Англія, Бельгія, Іспанія відбулися в Антверпені в XVI ст.

Пізніше з'явилися державні цінні папери – казначейські векселі та облигації, які стали об'єктом купівлі-продажу на фондових біржах.

Активізація ринку фондових цінностей і бурхливе зростання біржової торгівлі припадає на XVII ст. Так, в другій половині XVII ст. на перше місце в Європі виходить Лондонська фондова біржа (заснована в 1773 р.). У США початком функціонування фондової біржі вважається 1792 р. (але статут і назва “фондова біржа” були прийняті у 1817 р.). Між біржами різних країн формувалися тісні взаємозв'язки.

Наприкінці XVIII – початку XIX ст. зростає роль фондової біржі. Відбувається процес первісного накопичення капіталу в країнах Європи і Америки, з'являються перші акціонерні банки та промислові корпорації, хоча на той час операції з цінними паперами ще суттєво не впливали на економічні процеси.

Вже на початку XX ст. світовий ринок фінансових активів починає помітно змінюватися. З виникненням монополій, великих об'єднань підприємств і збільшенням емісії цінних паперів зростають біржовий і позабіржовий обороти фінансових активів. Велику роль при цьому відіграють комерційні банки, які здійснюють первинне розміщення акцій корпорацій. Фондовий ринок стає все більш регульованим.

Особливо широкого розвитку набув ринок цінних паперів у США. Якщо в континентальній Європі бізнесмени в основному надавали перевагу зберіганню вільних грошових коштів на рахунках в банках, придбавати страхівку чи нерухомість, то в США переважна більшість підприємців інвестували капітал у фінансові активи. Таким чином, національний фондовий ринок США помітно випередив у своєму розвитку європейський, на ньому склався більш сучасний механізм здійснення фінансових операцій, і на сьогоднішній день він вважається найбільш організованим і демократичним ринком цінних паперів.

**Класифікація цінних паперів**

Нові умови функціонування фінансових і товарних ринків у розвинутих країнах ринкової економіки призвели до потужного інноваційного прориву в розвитку фінансових продуктів.

На зарубіжних ринках фінансові продукти називають фінансовими інструментами. Основою фінансових інструментів є цінні папери.

Фінансові інструменти – це товари та послуги фінансових інститутів, що стають доступними для клієнтів завдяки супутнім і підтримуючим товарам.

У 90-х роках ХХ-го ст. фінансові інструменти стали об'єктами біржової торгівлі, причому настільки широко застосовуються, що для їх обігу були створені спеціалізовані біржі.

За ознакою ціноутворення фінансові інструменти поділяють на основні (реальні, базові), ціни або курси на які визначаються на ринку з врахуванням попиту і пропозиції на них, та похідні, ціни на які є похідними від цін базового активу. В Україні вживаються терміни “похідні інструменти” і “деривативи”. У країнах ЄС не вживається термін “похідні”, а використовується термін “строкові фінансові інструменти”.

Фінансові інструменти, які сьогодні широко використовують у світовій практиці поділяють на п'ять груп:

1. Дольові цінні папери (акції, сертифікати інвестиційних фондів).
2. Боргові зобов'язання (облігації, казначейські зобов'язання, комерційні папери, векселі, депозитні сертифікати).
3. Похідні фінансові інструменти (форварди, ф'ючерси, свопи, опціони, варанти).
4. Гібридні інструменти (конгломерати простих інструментів, наприклад гібрид процентних та валютних інструментів).
5. Синтетичні інструменти (опціон на ф'ючерсний контракт, стреди, спреди, свопціони, спренгли, двовалютна облігація, перкс, синтетична акція тощо).

Класифікацію цінних паперів за різними ознаками наведено в табл. 6.1.

Таблиця 6.1. Класифікація цінних паперів

№ з/п	Класифікаційна ознака	Види цінних паперів
1	2	3
1	За економічною природою	<ul style="list-style-type: none"> ↳ основні (дольові (акції), боргові (облігації, векселі)); ↳ похідні (опціони, ф'ючерсні та форвардні контракти, варанти, райти, свопи)

1	2	3
2	За характером передачі прав власності	<ul style="list-style-type: none"> ↳ іменні; ↳ на пред'явника; ↳ ордерні
3	Залежно від способу випуску	<ul style="list-style-type: none"> ↳ документарні (у вигляді узагальнених документів); ↳ бездокументарні (у вигляді записів на рахунках)
4	За територіальною ознакою	<ul style="list-style-type: none"> ↳ міжнародні (єврооблігації, євроакції, євроноти, короткострокові європапери); ↳ національні
5	За строком дії (погашення)	<ul style="list-style-type: none"> ↳ короткострокові; ↳ середньострокові; ↳ довгострокові; ↳ безстрокові
6	За рівнем ризику	<ul style="list-style-type: none"> ↳ безризикові; ↳ ризикові
7	За доходністю	<ul style="list-style-type: none"> ↳ доходні; ↳ бездоходні
8	За способом виплати доходу	<ul style="list-style-type: none"> ↳ з фіксованим доходом; ↳ з доходом, що коливається
9	За правовим статусом емітента	<ul style="list-style-type: none"> ↳ державні; ↳ муніципальні; ↳ корпоративні; ↳ цінні папери інших емітентів
10	За способом реєстрації	<ul style="list-style-type: none"> ↳ емісійні; ↳ неемісійні

Розглянемо найтипівіші види цінних паперів ав різних країнах світу.



Акції

Акцію можна розглядати як найризикованіший цінний папір, який дозволяє інвестору найповніше реалізувати свої економічні інтереси.

Акція – це цінний папір без встановленого строку обігу, що засвідчує дольову участь у статутному капіталі акціонерного товариства, підтверджує членство в акціонерному товаристві та право на участь в управлінні ним, дає право його власникові на одержання частини прибутку у вигляді дивіденду, а також на участь у розподілі майна при ліквідації акціонерного товариства.

Дивіденди – частина прибутку акціонерного товариства, розподілена між акціонерами у вигляді певної частини від вартості їх акцій.

Даний вид цінного паперу випускається з метою залучення капіталу. Випускаючи акції, підприємства набирають фінансову міць, яка дозволяє їм здійснювати великі інвестиційні проекти. Купуючи акції, фізична або юридична особа стає співвласником акціонерного підприємства, що їх випустило. Для власника акція – це безстроковий цінний папір, вона не може бути пред'явлена корпорації, акціонерному товариству або підприємству з метою повернення грошей, якщо ці підприємства не ліквідуються. Акції існують доти, доки існують ці підприємства. Якщо власник акції не

задоволений доходами або йому потрібні гроші, він може продати акції на вторинному ринку, але за ринковою ціною. Акція має цінність лише тоді, коли хтось здатен заплатити за неї в той момент, коли її збираються продавати.

Існують два основних типи акцій: прості (звичайні) та привілейовані (преференційні).

Прості (звичайні) акції – це акції, доход від яких залежить від чистого прибутку корпорації і від її дивідендної політики.

Прості акції, окрім вказаного права співволодіння майном та одержання частки доходу, пропорційної кількості акцій, забезпечують їх власникові ще й право голосу в прийнятті найважливіших рішень та право бути обраним у керівництво акціонерного товариства.

Доходи за звичайними акціями виплачуються з чистого прибутку, тобто після сплати податків, залежно від розміру отриманого товариством прибутку. Розподіл прибутку між власниками даних акцій проводиться пропорційно вкладеному капіталу залежно від кількості куплених акцій. Мінімальна величина вкладеного капіталу – номінальна вартість акції.

Недоліком простих акцій є те, що виплата дивідендів за ними здійснюється після сплати податків, відсотків за облігаціями та дивідендів за привілейованими акціями. Окрім того, при розділі майна внаслідок ліквідації товариства виплати за простими акціями здійснюються в останню чергу.

З практики світового бізнесу



Розрізняють першокласні акції, випущені в обіг великими стійкими компаніями, яким властиве постійне збільшення у вартості капіталу та розміру дивідендів, і акції росту, що випускаються невеликими маловідомими компаніями.

Держателі простих акцій є постачальниками первинного капіталу. Перспектива багаторазового збільшення невеликих вкладів притягує до них багатьох інвесторів. Але якщо фірма стає банкрутом, держателі звичайних акцій можуть втратити всі свої вклади.

Чи знаєте Ви, що...



власниками цінних паперів можуть бути не лише люди, але й тварини. За повідомленням програми "Сьогоднічко" російського телеканалу НТВ, громадянин Росії Олег Кірсанов придбав акції акціонерного товариства "Термес" і подарував їх своєму улюбленому спанієлю. Поштовою до цього став випадок, коли собака врятував життя дочці О. Кірсанова, витягуючи її з яру, де стався обвал ґрунту.

Привілейовані (преференційні) акції – це цінні папери, що документують інвестиції і гарантують одержання частини прибутку корпорації у вигляді встановленого при випуску акцій дивіденду.

Вони дають власникам переважне право на одержання зазвичай фіксованого (при випуску) дивіденду, що розраховується у вигляді відсотка до її номінальної вартості, і пріоритет перед власником простої акції на одержання частини майна у випадку ліквідації акціонерного товариства. Однак власник привілейованої акції не має права голосу у вирішенні питань, що стосуються діяльності акціонерного товариства.

Відсоток, що виплачується по таких акціях, не залежить від розподілу прибутку та виплачується з чистого прибутку перед виплатою дивідендів за звичайними акціями. Якщо прибутку недостатньо, то виплата відсотків може бути затримана та накопичена у відкладених сумах із подальшою виплатою разом з поточними відсотками при черговому оголошенні про виплату дивідендів.

Акціонерні компанії випускають привілейовані акції для мобілізації капіталу, “не розбавляючи” права володіння майном компанії, оскільки не мають голосу.

Привілейовані звичайні акції продаються фізичним особам. Як правило, вони є іменними і продаються за номінальною вартістю, однак за рішенням Правління акціонерного товариства привілейовані акції можуть продаватися за курсовою вартістю.

У світовій практиці існують наступні різновиди привілейованих акцій: пільгові; кумулятивні; з часткою участі; з плаваючим дивідендом; відкличні; ретрективні; конвертовані; з ордером. Ці види привілейованих акцій можуть комбінуватися, тобто можуть існувати конвертовані, кумулятивні привілейовані акції з часткою участі.

Діяльність акціонерних товариств з випуску цінних паперів обмежена законом і не надає прав акціонерному товариству самостійно вирішувати питання випуску необхідної їм кількості цінних паперів, зокрема акцій, відповідно тій кон'юктурі, яка склалася в даний час на ринку, і яка є найвигіднішою.

Більшість привілейованих акцій у США є непогашеними і без участі. У Великобританії найбільш поширеним типом привілейованих акцій є кумулятивні, акції без участі та акції, що не погашаються. В Японії емісія акцій не відіграє помітної ролі у фінансуванні економіки, так, у 1995 р. частка інвестицій, профінансованих за рахунок емісії акцій, склала всього 0,7%. Основна маса випущених акцій в Японії – звичайні.

В Україні привілейовані акції не можуть бути випущені на суму, що перевищує 10 % статутного капіталу акціонерного товариства, а в Росії – 25 %.

Залежно від способу передачі від одного акціонера до іншого акції поділяються на **іменні та акції на пред'явника**.

Більшість країн використовують іменні (zareєстровані) акції, однак у Німеччині, Швейцарії переважну більшість складають акції на пред'явника.

Використання іменних акцій передбачає якісно іншу технічну інфраструктуру фондового ринку – існування розвинутої реєстраційної мережі (ведення реєстрів, поіменний облік переходу права власності, розвиток функції номінального утримувача).

Акції на пред'явника не реєструються акціонерним товариством. Як правило, товариство не знає, хто є власником їх акцій. Лише фактичне володіння цими акціями служить юридичною основою того, що це акціонер товариства.

З боку акціонерного товариства зручніше випускати іменні акції – це дає можливість контролювати процес руху акціонерного капіталу, концентрацію пакетів у окремих осіб, регулювати їх обіг, в т.ч. і поза межами країни. Але іменна акція дещо ускладнює для акціонера можливість у будь-який момент перетворити акцію на готівку.



Боргові цінні папери

В західних країнах ринок боргових зобов'язань, особливо державних, складає основну частину фондового ринку. Боргові інструменти є головними складовими інвестиційних портфельів

портфельних інвесторів, у той час, коли частка акцій, як ризикових цінних паперів є незначною. В Україні цей ринок починає поступово відновлюватися з 2001 р., що пов'язано з борговою кризою 1998 р., коли збудована державними фінансистами фінансова піраміда короткострокових державних облігацій ОВДП (облігацій внутрішньої державної позики) зруйнувала банківську систему.

До боргових цінних паперів належать:

- ☞ облігації (державні та корпоративні);
- ☞ державні казначейські зобов'язання;
- ☞ депозитні сертифікати банків;
- ☞ векселі.

Боргові цінні папери класифікують за різними ознаками. До основних ознак належать: терміни існування боргового зобов'язання; характер отриманого доходу; забезпеченість повернення суми боргу тощо (див. рис. 6.1).

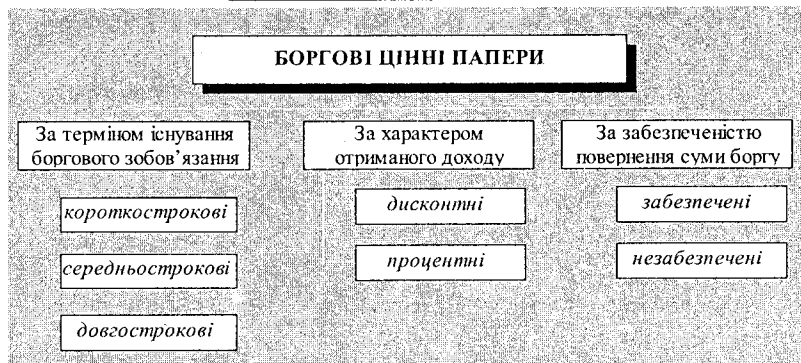


Рис. 6.1. Класифікація боргових цінних паперів

Державні казначейські зобов'язання – державні цінні папери на пред'явника, що засвідчують внесення їх держателями грошових коштів до бюджету і дають право на одержання фіксованого доходу протягом всього строку володіння цими паперами.

Вексель – встановлена законом форма боргового зобов'язання про безумовне повернення боргу. Векселі бувають прості та переказні (соло-векселі та тратти).

Депозитний сертифікат банку – письмове свідчення банку щодо депонування номінальної суми позички з умовою її повернення у вказані у сертифікаті строки з виплатою твердо фіксованих відсотків доходу, нарахованих на номінал.

Облігація – це цінний папір, що засвідчує внесення її власником грошових коштів і підтверджує зобов'язання щодо відшкодування йому номінальної вартості цього паперу в передбачені строки з виплатою фіксованого проценту.

Облігації належать до процентних цінних паперів і випускаються корпораціями під заставу майна або активів з метою залучення позикового капіталу. Муніципальна влада випускає комунальні позички, промислові компанії – облігації з фіксованим доходом. У деяких випадках облігації випускаються без застави. При цьому корпорація, що їх випускає, повинна або володіти високим кредитним рейтингом, або мати поручництво солідної фінансової установи.

Облігація випускається під фіксований відсоток на визначений строк (від 10 до 20 років), по закінченню якого облігація має бути погашена.

* Детально порядок дії векселя розглянуто в лекції 6 посібника "Основи бізнесу: Навчальний посібник. / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця, К.В. Романчук. – 2-е вид., доп і переробл. – Житомир: НП "Рута", 2004.– 364 с."



У практиці світового бізнесу зустрічаються облигації з відкликанням, тобто такі, що дають підприємству право погасити облигації раніше обумовленого строку.

Облигації бувають купонними, з нульовими купонами, з фіксованою або плаваючою процентною ставкою.

Купонні облигації – це облигації на пред'явника, доходи за якими сплачуються шляхом пред'явлення відрізних купонів емітенту або його агенту. Дохід за купонними облигаціями вимірюється купонною ставкою, тобто величиною проценту від номінальної вартості облигації. Він сплачується раз на рік або через рівні проміжки часу протягом року.

Облигації з нульовим купоном випускаються з великою знижкою відносно номінальної вартості, тобто ціни погашення. Різниця між ціною випуску та ціною погашення є накопиченим процентом за інвестиції (іноді його визначають річною ставкою відсотку).

За купонними облигаціями сплачують як **фіксований (незмінний)**, так і **плаваючий (змінний) процент**, останній, як правило, вищий за базову ставку.

Чим вище рейтинг облигації, тим надійнішою вона вважається, тим менший процент за нею виплачується. Чим нижче рейтинг, тим вона більш ризикована – може виплачуватись більш високий відсоток.



**Похідні
цінні
папери**

Похідні цінні папери – це цінні папери “другого порядку”, які не створюють жодних майнових претензій до емітента, а дають право на придбання визначеної кількості цінних паперів. До похідних цінних паперів відносять опціони, варанти, форвардні та ф'ючерсні контракти, райти, свопи.

Опціон – це контракт, який дає його власнику право купити чи продати визначену кількість фінансових інструментів (цінних паперів) за встановленою ціною (ціною виконання) протягом обумовленого часу в обмін на сплату певної суми (премії).

Опціон є різновидом термінової угоди, що не потребує обов'язкового виконання, і як правило, укладається на акції, облигації, індекси, процентні цінні папери, валюту, ф'ючерсні контракти. Він дає одній зі сторін угоди право вибору виконати контракт або відмовитись від його виконання. Одна особа купує опціон, тобто отримує право вибору. За це право покупець опціону сплачує продавцеві деяку винагороду, яка має назву премія. Продавець опціону повинен виконати свої зобов'язання за контрактом, якщо покупець (отримувач) опціону вирішує його виконати. Покупець має право



виконати опціон, тобто купити або продати актив, тільки за тією ціною, яка зафіксована в контракті. Цю ціну називають ціною виконання.

За строками виконання опціон поділяється на 2 типи: американський і європейський. *Американський* опціон може бути виконаний у будь-який день до строку закінчення контракту або в день його закінчення; *європейський* – тільки в день закінчення строку контракту.

Існують два види опціонів: *опціон на купівлю, або “опціон-кол”*; *опціон на продаж, або “опціон-пут”*. Опціон-кол дає можливість покупцеві опціону купити актив, який лежить в основі контракту, або відмовитися від його продажу.

Інвестор купує опціон-кол, якщо розраховує на збільшення курсу активу, і купує опціон-пут, якщо розраховує на зниження курсу. Виписуючи опціон, продавець відкриває в даній угоді коротку позицію, а покупець – довгу. Відповідно до цього поняття “короткий кол” або “короткий пут” означають продаж опціонів кол або пут, а “довгий кол” або “довгий пут” – їх купівлю.

З точки зору фінансового результату, який опціони принесуть власнику в разі негайного виконання, вони поділяються на *опціони з виграшем, без виграшу та з програшем*.

Опціонні контракти укладаються як на біржовому, так і на позабіржовому ринку. До 1973 р. торгівля опціонами велася тільки на позабіржовому ринку. З початком укладання біржових угод обсяг позабіржової торгівлі значно скоротився.

Варант – документ, який дає право його власнику придбати цінні папери даного емітента за фіксованою ціною протягом визначеного періоду часу.

Варант є довгостроковим фінансовим інструментом, що випускається, зазвичай, на строк 3-5 років (в США) чи 5-10 років (у Великобританії); інколи строк може досягати 20 років.

Варанти, зазвичай, випускаються як додаток до певного боргового інструменту, щоб зробити його привабливішим для інвестора. Іноді варанти відділяються від таких активів, в таких випадках вони обертаються самостійно.

Від опціонів варанти відрізняються тим, що випускаються на триваліший період, а деякі взагалі можуть бути безстроковими.

Варанти, як похідні від реальних цінних паперів (акцій та облігацій), у цілому становлять новий механізм ринку цінних паперів, який призначений

для перерозподілу діючих капіталів, а не для їх мобілізації для масового фінансування економіки.

Райт (підписний варант) – це похідний цінний папір, який дає його власнику право придбати акцію даного емітента за фіксованою ціною, яка, як правило, нижча ринкової протягом визначеного часу.

Райти можуть бути іменними і на пред'явника. Вони дають акціонерам переважні права придбання нової емісії звичайних акцій до їх публічного розміщення. Кожна випущена в обіг акція отримує одне право. Райти відрізняються від варантів тим, що мають значно менший строк обігу (2-10 тижнів від моменту емісії), вони не захищені від дроблення акцій і виплати дивідендів акціями.

Корпорація може мати декілька випусків варантів, але лише один випуск райтів.

Форвардний контракт – це контракт між двома сторонами про майбутню поставку предмета договору.

Він укладається поза біржею і не є стандартним, тому вторинний ринок для нього є дуже вузьким або взагалі відсутнім. Ліквідність таких контрактів, як правило, невисока. Предметом форвардного контракту можуть бути різні активи (акції, облігації тощо).

Ф'ючерсний контракт – це контракт на купівлю чи продаж стандартної кількості певного виду цінних паперів на певну дату в майбутньому за ціною, раніше встановленою при укладанні угоди.

Особливості ф'ючерсних контрактів наведені на рис. 6.2.

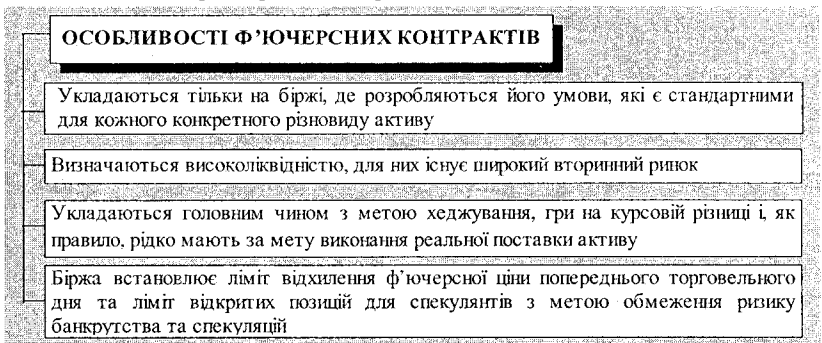


Рис. 6.2. Особливості ф'ючерсних контрактів

В Росії ф'ючерси та опціони є інструментами товарного ринку. Саме тому там передбачено обіг опціонних свідоцтв, які є іменними цінними

паперами (як фінансовий інструмент аналогічний своїми можливостями опціону).

На міжнародному ринку з початку 80-х рр. XX ст. значного поширення набули валютні свопи (детальніше див. тему 4).

6.2. Структура та механізм функціонування ринку цінних паперів



Структура ринку цінних паперів

Важливим для аналізу ринку цінних паперів є поділ ринку на первинний і вторинний (рис. 6.3).



Рис. 6.3. Структура ринку цінних паперів

Первинним ринком цінних паперів є економічний простір, на якому цінний папір проходить від свого емітента до першого покупця.

Цей простір називається економічним не лише тому, що на ньому діють емітент та інвестор, але й тому, що він раціонально організований, виконує певне економічне завдання і тільки в межах цього простору емітент може одержати необхідний йому капітал.

На первинному ринку будь-яка особа (емітент), що має необхідний для цього юридичний статус, може одержати позиковий капітал шляхом випуску.

Випуску цінних паперів повинна передувати публікація спеціального проспекту емісії (особливої декларації), що містить достовірну та повну інформацію про характер діяльності емітента – акціонерного товариства, його керівників, капітал, дохід, заборгованість та інші показники його фінансового стану. В більшості країн державні органи здійснюють контроль



за тим, щоб проспекти емісії надавали детальну інформацію про стан справ акціонерних товариств, які випускають цінні папери.

Також емісії проводяться через андеррайтинг.

Андеррайтинг – купівля чи гарантування купівлі цінних паперів при їх первинному розміщенні для продажу емітенту.

Розміщення цінних паперів на ринку може здійснюватися: безпосередньо їх емітентом; через посередників; на аукціонах.

Вторинний ринок цінних паперів – це сфера обігу цінних паперів, куди вони потрапляють після продажу першим власником, що купив ці папери у емітента (безпосередньо або через посередника).

Цей ринок може бути біржовим (організованим) та позабіржовим (неорганізованим). Історично позабіржовий ринок передре біржовому. У країнах з ринковою економікою кількість бірж збільшилась із зростанням масштабів фондових операцій, збільшенням кількості емітентів цінних паперів, вдосконаленням техніки брокерської справи.

На позабіржовому ринку обертаються цінні папери щойно створених, маловідомих, невеликих компаній, які з тієї чи іншої причини віддають перевагу позабіржовому ринку.

У більшості зарубіжних країн на позабіржовому ринку обертається основна маса (приблизно 85 %) цінних паперів, на біржовому – відносно мала їх частина (15 %), однак, саме біржовий ринок, де зосереджені найбільш якісні, а тому й найважливіші цінні папери, визначає кон'юнктуру та процес розвитку фондового ринку.

Позабіржовий ринок характеризується наступними особливостями:

- ↳ чисельності продавців цінних паперів;
- ↳ відсутністю єдиного курсу на однакові цінні папери (питання про курс цінного паперу вирішується під час переговорів між його продавцем і покупцем);
- ↳ торгівля цінними паперами відбувається в різних місцях і в різний час;
- ↳ не існує єдиного центру, який організовує цю торгівлю і відпрацьовує її методологію. Торгівля може відбуватися як у відповідності до чинного законодавства, так і з його порушенням.

Структура цінних паперів, що обертаються на позабіржовому та біржовому ринках, в різних країнах є різною. Наприклад, у США, на відміну від Франції, Англії, державні цінні папери обертаються головним чином на позабіржовому ринку. На цей же ринок у США, як правило, потрапляють і корпоративні облігації, навіть якщо вони випущені великими корпораціями.



Охарактеризуємо роль та значення позабіржових ринків різних країн світу в табл. 6.2.

Таблиця 6.2. Характеристика найбільш розвинутих позабіржових ринків різних країн

Країна	Позабіржові ринки
1	2
Австралія	“Другий” ринок для невеликих і середніх компаній.
Велика Британія	USM – ринок цінних паперів, що не входять у лістинг*. Регулюється Лондонською фондовою біржею
	Ринок цінних паперів “третього рівня”. Призначений для цінних паперів, що не можуть бути включені у котирування на фондовій біржі та USM. Регулюється Лондонською фондовою біржею
	Позабіржовий ринок
	Ринок акцій “Gilt-Edged”
Італія	Офіційний “другий” ринок
	Неофіційний “третій” ринок – для цінних паперів, що ще не пройшли лістингу на біржовому та на “другому” ринках
Канада	COATS – ринок, створений Канадською системою позабіржової автоматичної торгівлі, операційна та регулююча діяльність якого керуються Торонтською фондовою біржею
Німеччина	“Другий” ринок, створений фондовими біржами, з полегшеними правилами включення цінних паперів у лістинг для невеликих компаній
	“Третій” ринок, створений фондовими біржами з вільним допуском будь-яких цінних паперів на ринок
	Позабіржовий ринок – ринок, на якому здійснюється торгівля, недопущеними до торгівлі на біржовому ринку цінними паперами; цінними паперами, емітенти яких не виконали вказівок офіційної торгівлі; цінними паперами нещодавно заснованих компаній; іноземними цінними паперами
США	NASDAQ – ринок, створений Системою автоматичного котирування національної асоціації інвестиційних дилерів, головною метою якого є обслуговування обороту цінних паперів які потрапляють на фондові біржі США
	NMS – ринок створений Системою Національного ринку, сформован й Національною асоціацією інвестиційних дилерів
	“Третій” ринок (позабіржові угоди з акціями, що котируються на Нью-Йоркській біржі)
	“Четвертий” ринок (позабіржові угоди між інституціональними інвесторами)
Франція	“Другий ринок”, який регулюється фондовими біржами, створений для цінних паперів середніх та невеликих компаній, що не входять до лістингу (подібно USM у Великій Британії)
	“Третій” (позабіржовий) ринок, для дуже маленьких компаній (для цінних паперів, що не котируються на основному та “другому” ринках). Ринок функціонує за правилами, встановленими Асоціацією французьких бірж

* Лістинг – сукупність процедур з допуску цінних паперів до обігу на фондовій біржі чи через організатора позабіржової торгівлі у порядку, що затверджений організатором торгівлі відповідно до встановлених вимог.

1	2
Швейцарія	Неофіційний ринок (прибіржовий) – ринок, де проводиться торгівля цінними паперами, що не входять у лістинг, але які готують до допуску на офіційний біржовий ринок. Працює протягом окремих біржових сесій
	Неофіційний позабіржовий ринок – ринок, де проводиться торгівля цінними паперами, що включені до лістингу фондових бірж
Японія	Другі секції фондових бірж у містах Токіо, Осака, Нагоя
	“Japan Over-Counter Securities Co., Ltd” – ринок, створений Японською компанією позабіржових цінних паперів, регулюється Асоціацією інвестиційних дилерів Японії
	JASDAQ – позабіржова система торгівлі акціями нових емітентів, аналогічна американській NASDAQ

До сфери позабіржового обігу входять первинне розміщення, вторинні облігаційні ринки, обіг інших боргових інструментів, а також акцій компаній, що не задовольняють вимог лістингу фондових бірж.



Характеристика інфраструктури фондового ринку

Інфраструктура фондового ринку поєднує інтереси інвесторів і емітентів, забезпечуючи акумуляцію грошових коштів інвесторів і направляючи фінансові потоки

на придбання цінних паперів емітентів, що дає невелику доходність.

Загальна структура фондового ринку наведена на рис. 6.4*.

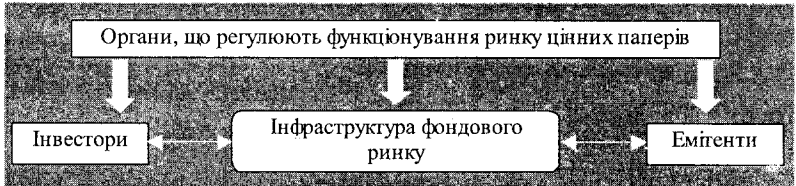


Рис. 6.4. Загальна структура фондового ринку

На фондовому ринку працюють професійні учасники, за характером виконуваних ними функцій яких можна поділити на наступні групи:

- ☞ основна група – оператори, які укладають угоди купівлі-продажу цінних паперів на фондових торгових площадках;
- ☞ організатори роботи торгових площадок;
- ☞ клірингові організації, банки і депозитарії, які здійснюють облік взаємних обов’язків і рух прав власності на цінні папери між учасниками угоди;
- ☞ реєстратори, які здійснюють відповідні записи в реєстрі акціонерів про нових власників цінних паперів.

* Детально інфраструктура фондового ринку розглянута в лекції 6 посібника “Основи бізнесу: Навчальний посібник. / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця, К.В. Романчук. – 2-е вид., доп і переробл. – Житомир: ПП “Рута”, 2004. – 364 с.”



Торгівля цінними паперами здійснюється спеціально уповноваженими юридичними та фізичними особами. Членами Нью-Йоркської біржі можуть бути лише фізичні особи, на Токійській біржі членами є маклерські фірми, які отримали дозвіл Міністерства фінансів на здійснення біржових операцій. Фізичні особи не можуть працювати на біржі, а біржові фірми діють через своїх уповноважених. На Лондонській біржі оперують дві групи діячів:

↳ брокери – яким дозволено укладати угоди безпосередньо з приватними вкладниками чи компаніями. Вони зобов'язані дотримуватися вказівок своїх клієнтів і задовольняти їх інтереси, а також контролювати передачу прав на цінні папери від продавця до покупця;

↳ джобери, в ролі яких виступають члени біржі, які купують цінні папери за власний рахунок і укладають угоди з брокерами й іншими джоберами. Здійснюючи такі операції, джобери формують курс цінних паперів.

В США операції з цінними паперами здійснюють спеціальні фірми, керівники яких можуть стати персональними членами біржі, у випадку придбання місця на ній.

Розробка та здійснення політики фондової біржі проводиться керуючим органом (правлінням або радою), до складу якого входять президент і досвідчені брокери. Президент є головною посадовою особою на біржі, його призначає керівництво. Брокери стають губернаторами біржі на визначений термін. До складу керівництва також входять зовнішні губернатори, які обираються або призначаються з числа досвідчених осіб, і не пов'язаних з брокерським бізнесом. Для допомоги керуючому органу та персоналу біржі створюються різноманітні комітети: аудиторський, бюджетний, за системами (комп'ютерний), за біржовими індексами, опціони (який частково встановлює певній фірмі права на купівлю або продаж цінних паперів за певною ціною в певний момент і протягом визначеного строку). Кількість і склад комітетів на біржі відрізняються, але два з них є обов'язковими: комітет з лістингу (розглядає замовлення на включення акцій до біржового списку та має право вносити постанови, які скасовують рішення персоналу біржі) та комітет з процедур проведення роботи в торговій залі (який спільно з адміністрацією визначає режим роботи в торговій залі, улагоджує диспути, слідкує за дотриманням встановлених вимог).

В багатьох країнах біржі мають багато прав, зокрема, члени біржі можуть самостійно встановлювати мінімальний розмір капіталу фірми,

стандарти “поведінки” для компаній, розробляють процедуру лістингу, слідкують за звітністю компаній, які пройшли лістинг.

Біржовий крах 1929-1930 рр. показав, що сподіватися на те, що біржову діяльність можна обмежувати тільки саморегулюванням, не доводиться. Тому контролююча функція держав Заходу за біржовою діяльністю закріплена в законодавчих актах.



Регулюван- ня ринку цінних паперів

В США цими функціями наділений спеціальний орган – Комісія з цінних паперів і фондових бірж. Реальний державний контроль біржової торгівлі встановлено у 1933 р. з прийняттям закону “Про товарні біржі”. Сьогодні в США діють такі закони: Закон “Про товарні біржі” (1936 р.), Закон “Про ф’ючерсну торгівлю” (1976, 1982, 1986, 1989, 1991 рр.). З моменту заснування, більше 50 років ф’ючерсні ринки США практично не регулювалися державою, кожна біржа встановлювала свої правила.

В Канаді не існує національних агентств з регулювання ринку цінних паперів, в кожній провінції є своя комісія. Контроль ринком цінних паперів, який здійснюється зазначеними комісіями – не жорсткий, тому в Канаді протягом багатьох років процвітали операції з “агресивної реалізації”, предметом яких часто ставали купівля-продаж сумнівних акцій.

У Великобританії основними принципами діяльності бірж були самоуправління та самоконтроль. Кожна біржа мала свої правила регулювання. Неодноразові спроби встановити державний контроль, запровадити регульовану біржову торгівлю впродовж значного періоду були безуспішними.

У 1986 р. у цій країні після прийняття спеціального законодавчого акта було створено Раду з цінних паперів та інвестицій і Управління з цінних паперів та ф’ючерсів, завданням яких стало постійне спостереження за діяльністю товарних та фондових бірж. Головною метою існування цього контрольного державного органу стало забезпечення захисту інтересів інвесторів, розробка єдиних стандартів біржової торгівлі, заохочення торгівлі як традиційної, так і електронної, без торгових сесій. Саме до таких торгів перейшла Лондонська фондова біржа в кінці 2000 р. Була вироблена система обміну ф’ючерсних угод за часом їх укладення.

Сучасне біржове законодавство дозволило створення організацій з правом саморегулювання, що й сприяло утворенню Асоціації ф’ючерсних



брокерів і дилерів. Правила цієї організації стосуються порядку ведення, збирання та переказу депозитів.

У *Німеччині* біржова торгівля базується на Торговому кодексі та Законі “Про біржі та біржові угоди” (1989 р.). Укладання строкових угод, починаючи ще з кризи 1931 р., і до 1990 р., було заборонено, і стало можливим лише у 1990 р., з відкриттям Німецької строкової біржі.

Нагляд за діяльністю фондових бірж здійснює уряд землі, на території якої вона розташована.

У *Швейцарії* у 1995 р. прийнято “Федеральний закон про біржі та фондову торгівлю”, якими регулюється біржова торгівля. Створена єдина електронна Швейцарська біржа. Наглядові функції передані Об’єднаній банківській комісії.

У *Франції* держава контролює діяльність фондових бірж і маклерів через Комісію біржових операцій.

В *Італії* діяльність фондових бірж визначається низкою законів, які встановлюють загальний порядок обігу цінних паперів і порядок їх реалізації на біржах. Контрольні функції за діяльністю бірж здійснюють Міністерство фінансів, місцеві торгові органи і спеціальний орган – Національна комісія у справах компаній та бірж.

Регулювання ринку цінних паперів в *Польщі* здійснюється на основі Закону про публічний обіг цінних паперів (1997 р.). Основним органом, що здійснює регулювання є Комісія по цінних паперах, її функції багато в чому схожі з функціями Комісії по цінних паперах і біржах США.

Угорський ринок цінних паперів регулюється Комісією по цінних паперах, створеною у 1998 р. в результаті об’єднання Комісії по цінних паперах і біржах і банківського регулятивного органу.

У *Чехії* ринок цінних паперів з 1998 р. регулюється Незалежною державною комісією по цінних паперах.

В *Японії* регулювання фондового ринку покладається на Міністерство фінансів, яке видає державну ліцензію для здійснення професійної діяльності на ринку цінних паперів. Всі професійні учасники ринку цінних є членами саморегульованої організації – Японської асоціації дилерів фондового ринку, але вона має достатньо вузькі повноваження.

На японському ф’ючерсному ринку, що характеризується високим рівнем держаного регулювання, є окремі режими регулювання стосовно



фінансових ф'ючерсів, оскільки контролюються різними відповідними міністерствами, які практично не мають тісних взаємозв'язків між собою.

У **Сінгапурі** ф'ючерсна біржова торгівля регулюється Міністерством фінансів. Для здійснення торгівлі всі її учасники повинні мати ліцензію. За торгівлю без ліцензії порушники можуть бути оштрафовані на 30 тис. сінгапурських доларів або тюремне ув'язнення до 3 років. Покарання можливе також за порушення правил торгівлі.

Державний контроль за діяльністю фондового ринку виражається в прагненні забезпечити повне, правдиве і ясне оголошення емітентами всіх фактів, які стосуються випуску цінних паперів на вільний продаж.

З практики світового бізнесу



Останні події на фондовому ринку США (мільярдні "неточності" при заповненні річних звітів корпорації "Enron", "WorldCom", які не помітили відомі на ринку аудитори), за "ефектом доміно" зачепили фондовий ринок Європи.

В червні-липні 2002 р. в США були оприлюднені сенсаційні факти. Як виявилось, провідні корпорації країни були у змові з найбільшими банками, які допомагали їм показувати недостовірну бухгалтерську звітність і занижувати витрати. Експерти вважають, що американська економіка коштує у два рази менше, ніж про це заявляють.

Скандали розпочалися з енергетичної компанії "Enron", яка оголосила себе банкрутом (в той час, як її активи оцінювалися у 63,4 млрд. дол.). Скандал набув політичного характеру, оскільки "Enron" був у числі головних спонсорів Республіканської партії Джорджа Буша.

Після "Enron" в липні 2002 р. оголосила про своє банкрутство "WorldCom" – компанія із ще більшими активами – 107 млрд. дол., вона винна банкам 41 млрд. дол. Пред'явленні звинувачення і гіганту американської економіки – телекомунікаційній компанії "Adelphia". Були виявлені не лише приписки та крадіжки, але й незаконні операції з цінними паперами.

Фондові біржі провели переоцінку вартості всіх американських компаній, щоб припинити обман акціонерів в США прийнято "Білль про чесний бізнес".

6.3. Сутність міжнародного ринку цінних паперів

Міжнародний ринок цінних паперів почав формуватися у результаті масового вивезення капіталу з країн, яким належать основні транснаціональні корпорації та банки. Формування цього ринку було прискорено:

- ↳ сучасною науково-технічною революцією, що породила проекти, реалізація яких потребувала використання капіталу різних країн;
- ↳ розвитком інтеграційних процесів;
- ↳ стійкістю валютних курсів;
- ↳ використанням спільних багатонаціональних валют;
- ↳ успіхами у розбудові банківської та біржової справи.



Міжнародний ринок цінних паперів прискорює світовий процес економічного зростання, спрощує доступ різних господарюючих суб'єктів до міжнародного ринку вільних капіталів. Сьогодні він є основним інститутом, який регулює міжнародне інвестування.

Міжнародний ринок цінних паперів – це ринок, на якому здійснюється випуск цінних паперів, виражений у євровалютах, емітентами поза рамками національного регулювання емісії.

Міжнародний ринок цінних паперів відображає сукупність міжнародних і іноземних емісій, тобто випуску цінних паперів іноземними емітентами на національному ринку інших країн. На сучасному етапі міжнародний ринок цінних паперів включає ринок боргових цінних паперів і ринок акцій.



Міжнародний ринок боргових цінних паперів

Формування міжнародного ринку боргових цінних паперів пов'язане з фінансовими діями США, які після закінчення Другої світової війни для забезпечення відбудови західноєвропейських країн почали надавати їм фінансову підтримку шляхом розміщення свого капіталу на їх національних ринках облігацій. Ці емісії, нині відомі як “yankee”-облігації, регулювались лише інвестиційними банками США, які здійснювали андеррайтинг через американські синдикати. Найбільша частина таких емісій (для державних європейських емісій до 90 %) була розміщена поза США.

Одним з видів міжнародних цінних паперів є єврооблігації, які випускаються з другої половини 60-х років ХХ ст. у вигляді єврооблігаційних позик.

Єврооблігаційні позики – позики, що випускаються у вигляді єврооблігацій на ринку євровалют.

Чи знаєте Ви, що...



першим випуском єврооблігацій був випуск, здійснений у 1963 р. італійською будівельною компанією Autostrade. Було випущено 60000 облігацій номіналом 250 дол. США. За облігаціями щорічно 15 липня виплачувався фіксований процентний дохід у розмірі 5,5 % від вартості облігацій. Підменеджерами позики став англійський торговий банк “S.G. Warburg & Co.”, менеджерами – “Banque de Bruxelles S.A.”, “Deutsche Bank A.G.”, “Rotterdamsche Bank N.V”. Лістинг був отриманий на Лондонській фондовій біржі.

Міжнародний ринок боргових цінних паперів може бути поділений на ринки іноземних облігацій та єврооблігацій (євробондів).

1. Іноземні облигації продаються за межами країни позичальника та оцінюються у валюті країни, в якій були випущені. Так, наприклад, французька корпорація, яка поширює облигації у Швейцарії, які випущені в швейцарських франках, вважається фірмою, що поширює іноземні облигації.

2. Єврооблигації, зазвичай, випускаються багатонаціональними корпораціями, великими вітчизняними корпораціями, незалежними державними та міжнародними установами і розміщуються в різних країнах, крім тієї, у валюті якої було випущено облигацію. Наприклад, облигація може бути випущена німецькою корпорацією, оцінена в доларах США і продана інвесторам за межі США міжнародним синдикатом банків або якби французька фірма поширювала облигації, які виражені в євро у Лондоні, то це був би випуск єврооблигацій.

Розміщення єврооблигацій здійснюється під гарантії синдикату банків (андеррайтерів), на чолі якого стоїть інвестиційний банк.

В останні роки частка єврооблигаційних позик становить приблизно 80 % загальної суми міжнародних позик.

Чи знаєте Ви, що...



провідними менеджерами на ринку єврооблигацій традиційно виступають великі американські та європейські інвестиційні банки ("Gredit Swiss First Boston", "Goldman Sachs", "Deutsche Bank", "Morgan Stanley", "Merrill Lynch" і ін.). Але із середини 80-х рр. XX ст. на чолі консорціумів і синдикатів стають японські інвестиційні інститути ("Nomura securities", "Nikko securities", "Daiwa securities" і ін.). Члени синдикатів і консорціумів, що беруть участь у емітуванні облигацій, одержують комісійні в розмірі від 2,5 % і вище від суми позички.

Особливість єврооблигації полягає в тому, що її номінальна та ринкова ціни визначаються в іноземній валюті. Основною валютою єврооблигаційних позик є євродолари, на які в середньому припадає понад 60 % всіх емісій. Середній розмір єврооблигаційної позички складає 20-30 млн. дол., іноді досягає 500 млн. дол. Єврооблигаційна позичка, виражена в доларах, може бути розміщена в будь-якій промислово розвинутій країні.

Вона встановлюється на базі рейтингу позичальників, що привласнюється одним з авторитетних світових агентств (наприклад, "Moody's" чи "Standart & Poor's"). За результатами оцінки на ринку встановлюється процентна ставка (вона коливається від 6 до 12 % річних). Відсотки виплачуються один чи двічі на рік. Прибутковість облигації не обкладається податками на прибуток і на приріст курсової вартості.

Єврооблигації випускаються з єдиною чи з декількома датами погашення, чи з умовою дострокового погашення. При цьому факт



погашення повинен бути заздалегідь оголошений в одному з визнаних фінансових засобів масової інформації (наприклад, Financial Times).

На відміну від традиційних іноземних позик, які розміщуються нерезидентами на національному ринку країни, європозики реалізуються, як правило, на ринках кількох країн.

Єврооблігації бувають різних типів: звичайні (прямі), з плаваючою процентною ставкою, з нульовим відсотком (купоном), з індексованим відсотком, конвертовані, облігації з опціоном. На сучасному етапі 60 % усіх єврооблігацій є звичайними, тобто прямими облігаціями, власники яких отримують фіксований відсоток у вигляді річних купонів. Курс облігацій змінюється, як правило, залежно від зміни процентної ставки за кредитом.

Чи знаєте Ви, форми розміщення єврооблігацій випуску можуть бути різними:



↳ угода на покупку через посередника (гарантований андеррайтинг) - інвестиційний банк зобов'язується викупити в позичальника весь випуск;

↳ "best Efforts Issue" - розміщення здійснюється в порядку задоволення кращих заявок на покупку, гарантії повного викупу немає;

↳ "all or Nothing" - якщо не вдасться розмістити весь випуск, то він не розміщується жодна з акцій.

Використання єврооблігацій різноманітних видів сприяло широкій мобілізації у 80-90-ті рр. ХХ ст. грошових коштів на світовому ринку позикового капіталу. Активному залученню коштів через облігації сприяла наявність диференційованих умов. Нині практикується реалізація облігацій на виплату, завдяки чому покупець сплачує спочатку лише частину курсової вартості облігацій, а згодом – решту. Внаслідок широкого та активного впровадження єврооблігацій їх питома вага зростає за рахунок зменшення банківського кредитування.

На ринку єврооблігацій обертаються облігаційні зобов'язання позичальників євровалюти. Він не має національних меж, хоча його центр знаходиться в Європі. На відміну від більшості випуску звичайних облігацій, єврооблігації реалізують одночасно в декількох фінансових центрах при посередництві транснаціональних синдикатів страховиків. Купівлю їх здійснює міжнародне товариство інвесторів.

Намагаючись розширити коло зацікавлених вкладників капіталу, корпорації-позичальники все більш переходять від простих випусків документів заборгованості до облігацій, які можна перетворити в звичайні акції, при чому вибір способів такого перетворення проводиться на розсуд держателя облігації конвертованого випуску. Для інвестора-нерезидента

один з головних аспектів привабливості конвертованого випуску полягає в тому, що він, як правило, приносить більш високий поточний дохід, ніж дивіденди від володіння самими акціями.

Існують дві міжнародні організації, які впливають на розвиток ринку єврооблігацій: Міжнародна асоціація учасників первинних ринків ("I.P.M.A.") (з 1985 р. є головним учасником ринку євробондів); Асоціація дилерів міжнародних облігацій ("A.I.B.D.") (учасники вторинного ринку, як правило, є її членами). До "I.P.M.A." входять лише банки, які розробляють рекомендації щодо регулювання ринку "A.I.B.D." розглядають питання, що є важливими для ринку цінних паперів.

Чи знаєте Ви що...



на світовому ринку єврооблігацій використовують специфічну термінологію:

↳ Облігація "драгон" – євродоларова облігація, розміщена на азійському ринку і має лістинг на одній з азійських бірж.

↳ Облігація "суші" – єврооблігація, емітована японською корпорацією.

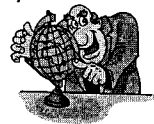
↳ Бельгійські дантисти – загальне найменування заможних приватних інвесторів єврооблігацій. Вважається, що першими інвесторами єврооблігацій були саме бельгійські дантисти, що прагнули шляхом купівлі єврооблігацій уникнути сплати податків.

За останнє десятиліття ринок єврооблігацій набув стрімкого розвитку, що пояснюється наступними причинами:

- 1) цей ринок практично не регулюється жодною;
- 2) ринок майже вільний від оподаткування і проявляє значну гнучкість у випуску облігацій в порівнянні з національними ринками.

Основною проблемою для ринку єврооблігацій в майбутньому може стати відмова держав від регулювання ринків капіталу. Якщо національні ринки не будуть регулюватися, потреба в ринку облігацій може скоротитися.

Чи знаєте Ви, що...



для здійснення розрахунків за угодами з єврооблігаціями існують дві централізовані клірингові системи:

↳ Євроклір (в Брюсселі).

↳ СЕДЕЛ (в Люксембурзі).

Обидві системи здійснюють взаєморозрахунки між собою і надають послуги зі збереження цінних паперів через рахунки банків, що діють як депозитарії.



**Євро-
ноти**

У процесі розвитку ринку єврооблігацій з'явилися нові фінансові продукти, такі як євроноти, комерційні папери. Ринок євронот почав активно розвиватися з кінця 70-х рр. XX ст. На сучасному етапі євроноти не тільки забезпечують будь-яку тривалість



(термін обігу) позики, але й поряд з послугами негарантованої емісії надають гарантовані емісійні послуги.

Євронота – короткострокове чи середньострокове боргове зобов'язання, розміщене на єрвалютному ринку.

Євроноти випускаються з банківськими гарантіями в рамках середньострокових кредитних програм.

Середньострокові євроноти випускаються відповідно до програми, у якій фіксується рамковий опис кількох випусків цінних паперів і максимальний загальний обсяг емісії. Масштаби програми коливаються від 100 млн. до 1 млрд. дол. США і вище. В межах програми євроноти можуть випускатися в будь-який час, але сума позики не повинна перевищувати встановлений у програмі обсяг.

При випуску євронот емітент має більшу свободу дій порівняно з випуском облігацій, оскільки програма середньострокових євронот надає можливість проводити емісію в будь-якій формі.

Програми євронот можуть передбачати одну валюту, наприклад долари США чи японські ієни, але існують також мультивалютні програми. Більш ніж половина випусків євронот нині деномінована в доларах США. Оскільки вартість проведення такої програми достатньо висока, то емітенти часто впроваджують програми в кількох валютах або додають опціон до вже діючої програми. Це дає їм можливість випускати євроноти в будь-якій валюті.

Як і єврооблігації, євроноти випускаються в кількох міжнародних фінансових центрах. Основний ринок програм євронот функціонує у США, але досить розвинуті також азійські та європейські ринки. В Європі ринок євронот охоплює насамперед Великобританію, Німеччину і Швейцарію.



Комерційні папери

Ринок комерційних паперів є конкуруючим ринком позик банків. Основними емітентами комерційних паперів є фінансові компанії, які найчастіше є дочірніми компаніями промислових

корпорацій.

Комерційні папери є короткостроковими зобов'язаннями, що випускаються корпораціями з метою залучення коштів для фінансування поточних операцій.

Визначення комерційного паперу характеризується по-різному і зумовлене відмінностями національних вексельних законодавств. При



регулюванні вексельного обігу виділяють наступні національно-міжнародні системи регулювання вексельного обігу:

- а) міжнародна система, що ґрунтується на Женевській конвенції;
- б) що має в своїй основі норми міжнародного регулювання, але відрізняється особливостями національного законодавства (Україна, Росія);
- в) що ґрунтується лише на національному законодавстві (Великобританія, США).

Тому існують відмінності у визначенні поняття “комерційні папери” в різних країнах світу.

1. В країнах, де діє Женевська система вексельного права, комерційні папери розглядаються не як векселі, а як самостійні цінні папери, різновид короткострокових облігацій, що відрізняються ліберальнішою процедурою випуску.

2. В США і Великобританії під цим терміном розуміють різновид простого незабезпеченого фінансового “векселя на пред’явника”, що випускається з метою залучення грошових коштів на короткий строк. Даний підхід зумовлений специфікою англо-американського вексельного права, що допускає випуск векселів “на пред’явника”, а також існування безумовних пропозицій і боргових документів винятково в рамках інститутів переказного та простого векселя.

В США вони випускаються на строк 5-45 днів, в середньому 30-35 днів. Мінімальний номінал комерційних паперів складає 100 тис. дол., а найбільш типовий – 1 млн. дол. Комерційні папери є дисконтним фінансовим інструментом, що випускається в бездокументарній формі.

У Великобританії строк обертання комерційних паперів може складати від 7 днів до 1 року. Вони випускаються на пред’явника і можуть бути як процентними, так і дисконтними.



Міжнародний ринок акцій

Розвиток міжнародного ринку акцій становить одну з визначальних рис фінансової сфери, хоча його розміри порівняно з ринком міжнародних боргових цінних паперів набагато

менші.

Частка акцій серед основних цінних паперів світового ринку позикових капіталів коливалась у межах від 1,0 % у 1985 р. до 2,1 % у 1990 р. Це пов’язано, по-перше, з тим, що інвестори віддають перевагу акціям відомих національних підприємств, і, по-друге, з відсутністю справжнього міжнародного вторинного ринку, на якому можна перепродавати акції.



Міжнародний ринок акцій складається з трьох сегментів:

- ↳ іноземні акції;
- ↳ євроакції;
- ↳ депозитарні розписки.

Іноземні акції – акції, випущені корпорацією-нерезидентом і розміщені на фінансовому ринку іншої країни.

Ринок іноземних акцій представлений такими ринками:

- ↳ ринок акцій компаній-нерезидентів, які випущені або котируються на національному фінансовому ринку певної країни у валюті цієї країни;
- ↳ ринок акцій, які випущені та отримали біржовий лістинг лише у країнах випуску, але продаються на фондових ринках кількох країн;
- ↳ ринок акцій, які отримали крос-лістинг на біржах різних країн через системи взаємного котирування цін і, відповідно, якими торгують на фондових біржах та позабіржових ринках цих країн.

Найчастіше іноземними акціями торгують і на фондовому ринку країни випуску даних акцій, і на фондових біржах тих країн, лістинг яких вони отримали.

Інвестори, вкладають гроші у ринки іноземних акцій з метою розподілу своїх портфелів. До 1994 р. окремі особи та підприємства інвестували в акції за межами вітчизняних ринків понад 1,3 трлн. дол. Починаючи з 1997 р., ця цифра продовжує зростати.

Торгівля іноземними акціями здійснюється переважно на європейських біржах (включаючи Лондон), які на початку 90-х рр. XX ст. уніфікували стандарти доступу на ринок.

Основними європейськими ринками іноземних акцій є фондові ринки Великобританії (Лондонська фондова біржа/Міжнародна фондова біржа), Німеччини (Франкфуртська фондова біржа/Німецька біржа), Швейцарії (Цюріхська фондова біржа), Нідерландів (Амстердамська фондова біржа), Франції (Паризька фондова біржа/Паризька біржа), а також Люксембургу і Брюсселю.

Євроакції – акції, які пропонуються для продажу одночасно на кількох національних фондових ринках.

Євроакції одночасно доступні для інвестора різних країн. Вони наділені тими ж характеристиками щодо валюти випуску і території розміщення й обігу, що і єврооблігації. Євроакції реалізуються міжнародними банківськими синдикатами і, як правило, купуються за єровалюту.

Котируються вони в офшорних фінансових центрах, переважно в Лондоні, у деяких випадках в Люксембурзі та Сінгапурі. Отримані за євроакціями доходи не підлягають будь-якому національному оподаткуванню.

Чи знаєте Ви що...



перший широкий випуск євроакцій здійснила в 1971 р. американська компанія "Bakster Laboratories", яка через свої закордонні філії випустила 500 тис. привілейованих акцій.

Нині ринок євроакцій надає можливість великим компаніям залучати фінансування на розвинутих ринках капіталу кількох країн одночасно. Випускаються євроакції переважно транснаціональними компаніями.

Нині вихід емітентів акцій на міжнародний ринок відбувається переважно у формі депозитарних розписок.

Депозитарна розписка – це вторинний цінний папір, випущений у формі сертифікату депозитарним банком світового значення на акції іноземного емітента.

Чи знаєте Ви що...



вперше депозитарні розписки було випущено у 1927 р. американським банком "J.P. Morgan", щоб надати можливість американцям інвестувати в акції британської компанії роздрібної торгівлі "Selfridge".

Депозитарні розписки випускаються національним банком як свідоцтво про право володіння акціями іноземних компаній, що перебувають у трастовому управлінні зазначеного банку. Кожна розписка свідчить про володіння однією або групою іноземних акцій.



Національні ринки цінних паперів

На міжнародний ринок цінних паперів мають значний вплив національні ринки. Ступінь впливу залежить від обсягу та розвитку кожного з цих ринків.

У світовій практиці національні ринки поділяють на розвинуті та ті, що виникають.

До розвинутих ринків цінних паперів відносять:

☞ у Європі – Австрія, Бельгія, Великобританія, Німеччина, Данія, Іспанія, Італія, Люксембург, Нідерланди, Норвегія, Фінляндія, Франція, Швейцарія, Швеція;



☞ у Північній Америці – Канада, США;

☞ в Азії, Австралії і Новій Зеландії – Австралія, Гонконг, Ізраїль, Кувейт, Нова Зеландія, Сінгапур, Японія.

До ринків цінних паперів, що виникають відносяться:

☞ у Європі – Греція, Кіпр, Польща, Португалія, Угорщина;

☞ в Азії – Бангладеш, Єгипет, Індія, Індонезія, Йорданія, Іран, Китай, Корея, Малайзія, Оман, Пакистан, Таїланд, Туреччина, Філіппіни, Шрі-Ланка;

☞ у Латинській Америці – Аргентина, Барбадос, Бразилія, Венесуела, Еквадор, Колумбія, Коста-Ріка, Мексика, Панама, Перу, Уругвай, Чилі, Ямайка;

☞ в Африці – Ботсвана, Зімбабве, Кенія, Марокко, Намібія, Нігерія, ПАР, Свазіленд, Туніс.

Деякі національні ринки за традицією вважаються ринками облігацій, деякі – ринками акцій.

На ринках облігацій уряд, банк чи корпорація можуть збільшити обсяг своїх грошових коштів. Національний ринок, євроринок та іноземний ринок облігацій відрізняються валютою, місцезнаходженням валюти, місцезнаходженням позичальника та технологією емісії:

☞ національні облігації випускаються в місцевій валюті. Позичальниками є андеррайтингові синдикати та інвестори, що знаходяться в середині цієї ж країни;

☞ єврооблігації (свробонди) випускаються не в тій країні, у валюті якої вони були визначені. Поширюються ці облігації через міжнародні синдикати;

☞ іноземні облігації випускаються в національній валюті через місцеві синдикати, але для іноземних позичальників.

Сьогодні декілька національних ринків облігацій найбільш впливають на масштаби, структуру та динаміку функціонування міжнародного інвестиційного ринку. Це ринки Японії, Швейцарії, Великобританії, Німеччини та США.

Ринок облігацій *Японії* можна поділити на три частини: довгостроковий/середньостроковий, короткостроковий та облігацій “Samurai”. Випуск і торгівля облігаціями контролюється Міністерством фінансів.

Ринку довгострокових/середньострокових облігацій притаманна різноманітність державних і корпоративних облігацій, випущених за посередництвом національних та іноземних організацій.

Короткостроковий ринок облігацій складається з цінних паперів зі змінним і постійним відсотком доходу, до яких відносять цінні папери “Gensaki” та депозитні сертифікати.

Облігації “Samurai” випускаються для японського ринку в ієнах на строк 3-20 років з піврічними купонами, а й емітентами є іноземні позичальники.

Цінні папери, номіновані в швейцарських франках, надзвичайно привабливі для іноземних інвесторів через відносну стійкість цієї валюти, що пояснюється тим, що Швейцарський Національний банк запровадив певні обмеження на купівлю швейцарських цінних паперів інвесторам, які перебували за межами *Швейцарії*. Нині на цьому ринку не існує практично жодних обмежень.

Основними категоріями цінних паперів в швейцарських франках є “Schweizerobligationen” і “Kassenobligationen”. Перші – це національні облігації зі строком погашення 8-15 років, вони випускаються за посередництвом державних, корпоративних, фінансових і нефінансових інститутів Швейцарії. Другі – це середньострокові євроноти, які випускають національні банки зі строком погашення 3-8 років.

Національний ринок цінних паперів *Великобританії* в основному складається з:

- ☞ грошового ринку (дисконтованих векселів та оборотних депозитних сертифікатів);

- ☞ урядових цінних паперів (акції “Gilt-Edged”, “Gilts”);

- ☞ облігацій місцевих органів влади;

- ☞ іноземних облігацій (“Bulldog”-облігації).

Існує також ринок корпоративних облігацій (він не є основним джерелом фінансування корпоративного сектора Великобританії). Він представлений борговими зобов'язаннями і незахищеними позиками банків. Цей ринок та ринок “Bulldog”-облігацій починає поступатися більш гнучкому і ліквідному ринку євростерлінгів.

Найбільш важливими представниками грошового ринку є дисконтовані векселі – векселі Казначейства Великої Британії та переказні комерційні векселі.

Національний ринок облігацій *Німеччини* складається із сектора громадських облігацій, облігацій банків, “Schudscheme” – переказних коротко-, середньо- і довгострокових кредитів та корпоративних облігацій. Остання категорія дуже невелика, тому що німецькі корпорації традиційно позичають кошти в банках, а не через ринок облігацій. Ринок іноземних облігацій трактується як частина євrorинку.



Іноземні інвестори можуть купувати державні й банківські облигації лише на вторинному ринку. Термін погашення деяких довгострокових облигацій минулих випусків до 40 років. Нині строк погашення досягає максимум 10–12 років.

Випуски облигацій громадських організацій (Федерального уряду та його агентств, таких як Федеральні залізниці, Федеральна пошта, Німецькі землі та міста) здійснюються через фіксовані синдикати, які складаються з усіх основних німецьких банків. Випуски облигацій Федерального уряду, Залізниць і поштової служби виконуються через “Bundesbank”.

На ринку цінних паперів *Франції* обертаються всі види класичних цінних паперів (акції, приватні і державні облигації), похідні цінні папери. Ринку цінних паперів (первинному і вторинному) тут властиве переважання державних цінних паперів. Важливе місце серед них займають облигації місцевих органів влади, зокрема облигації, що випускаються префектурами для поповнення фінансових ресурсів і покриття місцевих дефіцитів бюджету. Важлива особливість розвитку ринку цінних паперів – порівняно невелика участь населення в ролі інвестора.

На ринку цінних паперів у Польщі обертаються: казначейські облигації; фінансові бони Національного банку; комерційні і торгові векселі; банківські депозити; акції компаній, як у формі на пред'явника, так і іменні, в готівковій та безготівковій формі тощо.

Національний ринок капіталу *США* з фіксованим доходом знаходиться в Нью-Йорку, є найбільшим у світі та має шість секторів:

- ↳ урядові цінні папери;
- ↳ муніципальні облигації;
- ↳ корпоративні облигації;
- ↳ іноземні облигації “yankee”-облигації;
- ↳ цінні папери, забезпечені заставою;
- ↳ інструменти грошового ринку.

Ринок урядових цінних паперів складається з цінних паперів, які випускаються Казначейством США та різними федеральними організаціями. На ньому обертаються цінні папери зі строками погашення 5–40 років. Казначейські векселі можуть мати строки погашення 13 тижнів, 26 тижнів чи рік і продаються з дисконтом.

Муніципальні облигації випускаються локальними та штатними урядовими органами й агентствами зі строком їх погашення до 40 років.

Корпоративні облигації випускаються американськими корпораціями та можуть бути як коротко- так і довгостроковими. Всі випуски мають дохідність вищу (на деяку величину), ніж Казначейські облигації аналогічних строків погашення. Різниця в доході залежить від кредитної якості емітента. Після проведення лібералізації цей сектор конкурує безпосередньо з ринком євробондів.

“Yankee”-облигації – це цінні папери, які випускаються іноземними позичальниками за допомогою американських синдикатів. Вони реєструються Комісією з цінних паперів і фондових бірж США. Нині вони мають строки погашення 5-8 років. Емітентами є міжнародні інститути, іноземні уряди чи їх агентства, хоч існує невелика кількість постійних корпоративних позичальників.

6.4. Особливості функціонування найвідоміших бірж світу

Маючи яскраво виражений міжнародний характер провідні фондові біржі функціонують у певному “національному” режимі.



**Амери-
канські
біржі**

В США існують такі фондові біржі: “the New York”, “Philadelphia”, “Boston”, “American”, “Cincinnati”, “MidWest”, “Pacific, Intermountain”, “Spokane”, “Chicago”, перші сім з них – національні.

Останнім часом збільшується обсяг торгів через найбільшу позабіржову систему США – Національну асоціацію фондових дилерів (National Association of Security Dealers – NASD), де застосовується автоматизована комп’ютерна система (National Association of Security Dealers Automated Quotations – NASDAQ), яка надає дилерам інформацію про курси цінних паперів, торгівля якими відбувається на позабіржовому ринку.

Для того, щоб відкрито пропонувати свої акції на американському ринку, компанія повинна зареєструвати їх в комісії з цінних паперів і фондових бірж США. Компанія також повинна відповідати певним параметрам щодо власних розмірів та іншим вимогам.

**Чи знаєте Ви,
що...**



альтернативою повної реєстрації акцій на американському ринку є приватне розміщення акцій. Це дає можливість продажу невеликої кількості акцій інституційним інвесторів на суму менше 1,5 млн. дол. будь-коли протягом 12 місяців.



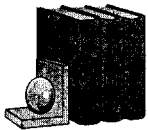
Відкриті корпорації можуть випускати звичайні або привілейовані акції. Акцій на пред'явника не існує – всі акції повинні бути зареєстрованими.

Неамериканська компанія, яка бажає зареєструвати свої акції в США, може зробити це двома шляхами:

- 1) зареєструвавши їх відповідно до вимог Комісії цінних паперів і фондових бірж США;
- 2) у формі американських депозитарних розписок.

Нью-Йоркська фондова біржа (NYSE - New York Stock Exchange) Заснована у 1772 р., вона представляє собою акціонерне товариство і є найбільшою фондовою біржею США, а також є найбільшим вторинним ринком цінних паперів у світі. На долю цієї біржі припадає близько 75 % операцій з акціями у державі. З усіх індивідуальних вкладників США близько 70 % володіють акціями компаній, які зареєстровані на NYSE, а 47 % загальної кількості власників акцій володіють тільки такими акціями. Портфелі американських інституціональних власників акцій на 80 % складаються з подібних акцій. З 1792 р. діяла як “добровільна організація”. Лише у 1972 р. була перетворена на неприбуткову корпорацію.

**3 книги рекордів
Гіннеса**



Найбільша ринкова вартість активів

В травні 2000 р. на Нью-Йоркській фондовій біржі було зареєстровано більше 3025 компаній із загальним капіталом 16 трлн. дол. Кількість їх акцій загальною вартістю в 12,3 трлн. дол. склало 2089 млрд.

Найбільший денний оборот акцій

За один день – 7 січня 2000 р. – на Нью-Йоркській біржі було продано 136846600 акцій компанії “Lucent Technology”.

Робота біржі та діяльність її членів регламентується статутом, внутрішніми правилами та інструкціями, а керівництво здійснює Рада директорів, яка обирається її членами.

У 1979 р. Нью-Йоркська фондова біржа відкрила відділення фінансових ф'ючерсів, яке й стало згодом **Нью-Йоркською ф'ючерсною біржею**.

Американська фондова біржа (AMEX - American Stock Exchange). Друга за значенням та величиною фондова біржа США, створена у 1908 р., працює з акціями тих компаній, які не можуть витримати лістингу на Нью-Йоркській фондовій біржі. На AMEX котируються акції закордонних компаній, переважно канадських та англійських.

Середньозахідна фондова біржа. Створена у 1960 р. шляхом злиття окремих бірж Чикаго, ця біржа розміщена у центрі Чикаго, лістинг біржі витримала лише 31 акція.

Тихоокеанська фондова біржа. Утворена в результаті об'єднання бірж Лос-Анджелеса і Сан-Франциско у 1956 р. Особливістю біржі є те, що акціями торгують у Лос-Анджелесі, а опціонами – у Сан-Франциско.

Філадельфійська фондова біржа. Найстаріша біржа США, організована у 1790 р. Здійснює торги опціонами на іноземну валюту.

Бостонська фондова біржа. Через значну територіальну наближеність до Нью-Йорка виникають проблеми. Винятковий лістинг на цій біржі витримали 95 акцій.

Активно працюють біржі **Канади**. Найбільшою з п'яти канадських бірж є фондова біржа в Торонто. З точки зору обсягів торгівлі біржі, виражених в доларах, на ній укладається вдвічі більше угод, ніж на всіх інших біржах цієї країни. Майже 30 % укладених угод фігурують цінні папери, зареєстровані на інших фондових біржах Канади.



Азіатські біржі

У 50-х рр. ХХ ст. надзвичайно швидкими темпами розвивається фондовий ринок Азії. Важливе місце на ньому займають японські біржі.

В **Японії** функціонує вісім фондових бірж і головною з них є **Токійська** (TSE – Tokyo Stock Exchange), яка є гігантом серед фондових бірж Азії. Вона була заснована у 1878 р., однак лише після Другої світової війни за своїми обсягами виходить на друге місце у світі. На її долю припадає більше 80 % біржового обороту держави. Основні продавці та покупці на Токійській фондовій біржі – інституціональні власники цінних паперів. В Японії індивідуальні власники володіють лише 20 % акцій на біржі, а 80 % належить фінансовим установам, страховим компаніям та корпораціям.

Ця біржа є високоавтоматизованим ринком, торговельна практика якого відрізняється від практики американських та європейських бірж. На першій секції торгують акціями великих промислових корпорацій – 1052 корпоративних акцій; другу секцію репрезентують малі та середні компанії. З 1,3-1,5 млн. існуючих у Японії акціонерних фірм на ТФБ зареєстровано 1517 акцій, однак на них припадає більше 25 % всіх товарів, що виробляються, та послуг, які надаються. Торги ведуться акціями національних компаній, іноземних акцій небагато, незначним є й обіг відсоткових цінних паперів.



Європейські біржі

В останні роки швидкими темпами повертають втрачені позиції європейські біржі. Найбільшою у світі біржею, за обсягами торгів



похідними фінансовими інструментами, сьогодні є Європейська електронна біржа деривативів (EUREX – Deutsche & Swiss). Ця біржа створена у 1998 р. в результаті злиття німецької “Deutsche Termin Bourse” (DTB) та швейцарської “SOFFEX”. Успіх EUREX зумовлений наявністю активного грошового ринку, використанням сучасної електронної системи торгівлі.

Лондонська фондова біржа (LSE – London Stock Exchange), заснована у 1773 р., посідає третє місце після бірж Нью-Йорка і Токіо за обсягами операцій з акціями. У 1986 р. біржа перейшла до системи NASDAQ, яка була придбана в США. Сьогодні ця біржа повністю переведена на комп'ютерні (електронні) торги.

У порівнянні з біржами інших держав, на Лондонській фондовій біржі здійснюється більша кількість операцій з акціями іноземних емітентів: більше 40 % її обороту припадає на ці акції.

На сьогодні в біржових торгах беруть участь цінні папери більше ніж 3000 компаній. Більше 500 іноземних компаній офіційно пройшли лістинг на біржі (тобто акції цих компаній можуть бути подані для купівлі чи продажу на біржі), причому 190 з них також пройшли лістинг і на Нью-Йоркській біржі.

Швейцарія відіграє важливу роль у міжнародному інвестуванні, особливо через прямі інвестиції. У Швейцарії існує 7 фондових бірж, найбільші з них у Цюриху (тут розміщена найважливіша фондова біржа **Швейцарська** (SSE – Swiss Stock Exchange), Женеві та Базелі. Лістинг на швейцарських біржах дуже привабливий для іноземних компаній, тому що дає їм великий доступ до швейцарського інвестиційного співтовариства, до якого належать національні інвестори та інвестиційні портфелі, що управляються швейцарськими банками й інституційними фондами, такими як страхові компанії.

Американські, канадські та великобританські акції купуються і продаються у формі сертифікатів, зареєстрованих в одному з трьох основних швейцарських банків – “Union Bank of Switzerland” (UBS), “Swiss Bank Corporation” (SBC) та “Credit Swiss” (CS).

Найпоширенішими типами акцій швейцарських компаній є звичайні акції на пред'явника, іменні та акції без права голосу. Звичайні акції часто мають обмежене право голосу.

Найбільшою фондовою біржею **Німеччини** є Франкфуртська біржа цінних паперів. У Німеччині лише банки мають право продавати цінні

папери споживачам. Банки надсилають замовлення на біржу, де їх виконують офіційні брокери – “курс-маклери”.

У **Франції** існує 7 фондових бірж, найбільшою з яких – **Паризька**, заснована в 1724 р. Тут реєструються ціні папери 1500 великих паризьких компаній, річний оборот яких повинен складати не менше 500 млн. франків.

На біржі котируються акції, емітовані акціонерними товариствами, боргові зобов'язання держави, прибутковість яких визначається процентом Центрального банку, інші облигації, а також опціони та контракти САС-40. Цінні папери, що обертаються на французькому ринку, належать до однієї з трьох категорій: цінні папери, що офіційно котируються; цінні папери, що входять в другий список котирування; цінні папери, що котируються поза біржею.

Французька фондова біржа (SBF – Bourse de Paris) відіграє другорядну роль на міжнародному фондовому ринку. Її брокерів називають агентами з обміну, вони мають право монопольної торгівлі цінними паперами, їх фірми винятково приватні. Брокери об'єднуються у асоціацію, подібну до NASDAQ, а керує ними спеціально обраний орган – Chambre Syndicale, що також керує біржею.

Помітне місце займає ф'ючерсна біржа, розташована в Парижі – MATIF, утворена у 1986 р. У 1989 р. вона перейменована на Міжнародний строковий ринок Франції (Paris – Chambre de Compensation des Instruments Financiers de Paris, FFE – France Futures Exchange). На вказаних біржах котируються ф'ючерсні контракти на певні види активів.

В **Італії** фондові біржі є у Флоренції, Генуї, Неаполі, Римі, Турині, Трістелі, але найбільшою є Міланська біржа, на якій котируються до 500 видів цінних паперів, третина з яких – акції.

Важливими факторами, який визначає зростання ролі європейських фондових бірж є створення єдиного інтегрованого європейського ринку цінних паперів. У 2000 р. відбулося злиття 5 європейських фондових бірж, а саме – Амстердамської, Брюссельської, Мадридської, Паризької і Цюріхської, до яких пізніше приєдналася Лісабонська у Euronext. Утворення Euronext було завершено у вересні 2000 р., і нині це найбільша європейська торговельна система, яка надає можливість торгувати акціями, облигаціями та деривативами.



ТЕМА 7

КРЕДИТНІ СИСТЕМИ ПРОВІДНИХ КРАЇН СВІТУ

**7.1. Сутність
і структура кредитної
системи**

**7.2. Сучасні кредитні
системи окремих
країн**

**7.3. Міжнародні
банківські організації**



ТЕМИ ДЛЯ РЕФЕРАТІВ

1. Кредитна система як елемент інфраструктури ринку.
2. Особливості функціонування банківської системи Швейцарії.
3. Міжнародні банківські організації як механізм регулювання міжнародних відносин.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. Розкрити сутність кредитної системи.
2. Навести та охарактеризувати основні елементи кредитної системи.
3. Розкрити структуру та склад кредитної системи Великобританії.
4. Навести особливості банківської системи Франції.
5. Охарактеризувати структуру банківської системи Німеччини.
6. Вказати особливості функціонування Федеральної резервної системи США.
7. Охарактеризувати регіональні та місцеві банки Японії.
8. Назвати переваги та недоліки організації банківських систем провідних країн світу.
9. Навести основні міжнародні фінансово-кредитні установи.
10. Охарактеризувати склад групи Світового банку.
11. Розкрити головні цілі регіональних банків Америки, Азії та Африки.



НАША КОМПАНІЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

1. Обґрунтувати вибір банку, що обслуговуватиме Вашу компанію в Україні та філію у країні її розташування.
2. Навести коротку характеристику діяльності банку.





7.1. Сутність і структура кредитної системи

У вітчизняній науці прийнято розглядати кредитну систему з позиції функціонального та інституційного аспекту. Функціональний аспект передбачає, що кредитна система – це сукупність кредитних відносин, форм і методів кредитування, тобто кредитна система представлена банківським, споживчим, комерційним, державним і міжнародним кредитом. У свою чергу, з позиції інституціонального аспекту під кредитною системою розуміють сукупність кредитних або ж фінансово-кредитних установ, які накопичують, акумулюють тимчасово вільні кошти, а потім перетворюють їх у кредит.

Якщо говорити про інституційну форму організації кредитних відносин, тобто розглядати структуру потенційних кредиторів, які мають і (або) акумулюють тимчасово вільні кошти, а потім перетворюють їх на кредит, то необхідно врахувати такі інститути, як держава, підприємства та домогосподарства, які теж можуть бути кредиторами. Ці інститути ніколи не фігурують у структурі кредитної системи, про їх існування можна лише здогадатися із назви кредитів: державний, комерційний.

При побудові структури кредитної системи також необхідно не забувати про надзвичайно важливу ланку, ігнорування якої на сьогодні неприпустиме з точки зору впливу цих інститутів на національну економіку більшості країн світу, а саме – ланку міжнародних фінансово-кредитних інститутів.

Зважаючи на вищевикладене, структура кредитної системи набуває наступного вигляду (див. рис. 7.1).



Банківська система

Банківська система існує в будь-якій країні та є основною складовою кредитної системи.

Сьогодні банківська система відіграє важливу роль у державі та стає інструментом впливу на економічні процеси як у її внутрішній, так і зовнішній політиці. Від її ефективного функціонування залежать розподіл внутрішнього валового продукту і національного доходу, регулювання грошового обігу, кредитування, фінансування та досягнення інших економічних і соціальних успіхів у країні.

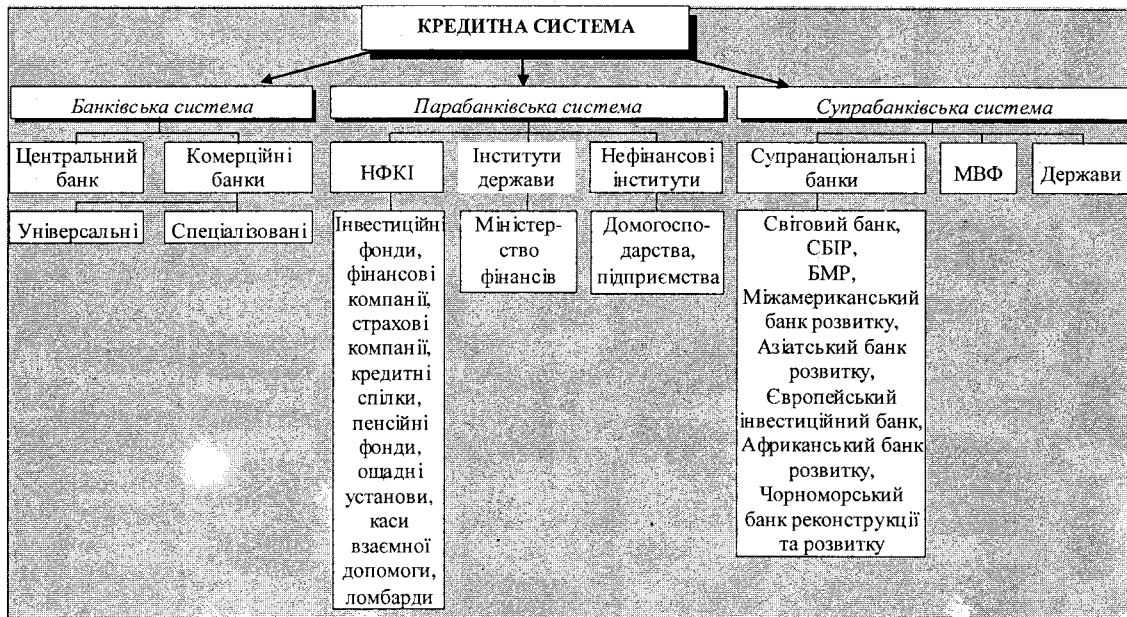


Рис. 7.1. Структура кредитної системи



Банківська система – це сукупність різних видів банків і банківських інститутів і їх взаємозв'язки, які існують в тій чи іншій країні в певний історичний період.

Сучасні банківські системи мають складну, багатоланкову структуру. За характером послуг, які установи фінансового сектору надають своїм клієнтам, можна виділити два елементи банківської системи:

- ↳ центральний (емісійний) банк;
- ↳ комерційні банки: універсальні та спеціалізовані.

В процесі історичного розвитку виникли сегментовані та універсальні банківські системи.

Сегментована система передбачає жорсткий законодавчий поділ сфер операційної діяльності та функцій між окремими видами кредитних установ. Подібна система сформувалася в США та Японії.

При універсальній структурі закон не містить обмежень відносно окремих видів операцій і сфер фінансового обслуговування. Всі кредитні установи можуть здійснювати будь-які види угод і надавати клієнтам повний набір послуг. Прикладом універсальної банківської системи є банківська система Великобританії.

На практиці відомо декілька типів банківської системи:

- ↳ розподільча (централізована);
- ↳ ринкова;
- ↳ система перехідного періоду.

На відміну від розподільчої системи, банківська система ринкового типу характеризується відсутністю монополії держави на банки. Кожний суб'єкт відтворення будь-якої форми власності може створити банк. В ринковій економіці функціонує багато банків з децентралізованою системою управління. Емісійні та кредитні функції розподілені ними між собою. Емісія сконцентрована в центральному банку, кредитування підприємств і населення здійснюють різні ділові банки – комерційні, інноваційні, іпотечні, ощадні тощо. Ділові банки не відповідають за зобов'язаннями держави, так само як і держава не відповідає за зобов'язаннями ділових банків; ділові банки підпорядковуються своїй Раді, рішенню акціонерів, а не адміністративному органу держави.

Відмінності між банківськими системами планової та ринкової економіки наведені на рис. 7.2.

Розподільча (централізована) банківська система	Ринкова банківська система
<i>I. За типом власності</i>	
Держава – єдиний власник банків	Різноманітність форм власності на банки
<i>II. За ступенем монополізму</i>	
Монополія держави на формування банків	Монополія держави на банки відсутня, різні фізичні та юридичні особи можуть створити банк
<i>III. За кількістю рівнів системи</i>	
Однорівнева банківська система	Дворівнева банківська система
<i>IV. За характером системи управління</i>	
Централізована (вертикальна) схема управління	Децентралізована (горизонтальна) схема управління
<i>V. За характером банківської системи</i>	
Політика єдиного банку	Політика багатьох банків
<i>VI. За характером взаємовідносин банків з державою</i>	
Держава відповідає за зобов'язання банків, і навпаки	Держава не відповідає за зобов'язання банків, так само як і банки не відповідають за зобов'язаннями держави
<i>VII. За характером підпорядкованості</i>	
Банки підпорядковуються уряду, залежать від його оперативної діяльності	Центральний банк підпорядковується парламенту, комерційні банки підпорядковуються своїм акціонерам, Раді спостерігачів, але не уряду
<i>VIII. За виконанням емісійних і кредитних операцій</i>	
Кредитні та емісійні операції сконцентровані в одному банку (крім окремих банків, які не виконують емісійні операції)	Емісійні операції сконцентровані тільки в Центральному банку, а операції з кредитування юридичних і фізичних осіб виконують тільки комерційні банки
<i>IX. За способом призначення керівників банку</i>	
Керівник банку призначається центральною чи місцевою владою, вищими органами управління	Керівник Центрального банку затверджується парламентом. Президент комерційного банку призначається Радою банку

Рис. 7.2. Порівняльна характеристика банківських систем ринкової і планової економіки за О.І. Лаврушиним



Історія банківських систем різних країн свідчить про наявність таких видів банківських систем, як:

- ☞ дворівнева банківська система;
- ☞ централізована монобанківська система;
- ☞ універсальна децентралізована банківська система.

За моделлю централізованої монобанківської системи була побудована банківська система СРСР і багатьох соціалістичних країн. Банківська система СРСР складалась з 3-х державних банків (Держбанку, Будівельного банку, Зовнішньоторговельного банку) і системи ощадних кас.

Прикладом універсальної децентралізованої системи є Федеральна Резервна Система США, яку формують 12 федеральних резервних банків, що знаходяться в різних регіонах країни.

Сукупність діючих у країні банків можуть також мати однорівневу організацію. Однорівневий варіант побудови банківської системи можливий у випадках, коли:

- ☞ у країні ще не створений центральний банк;
- ☞ у країні є тільки центральний банк;
- ☞ центральний банк виконує всі банківські операції, конкуруючи з іншими банками.

Нерідко на сторінках економічної літератури зустрічаються поняття про триврівневу (і більше) банківську систему. Такий підхід припускає віднесення до банківської системи також кредитних інститутів небанківського типу (наприклад, страхових компаній, інвестиційних фондів, фінансових компаній тощо).

Головною ланкою банківської системи будь-якої держави є центральний банк країни. Центральним банком є фінансово-кредитна установа, яка покликана виконувати функції: єдиного емісійного центру, банку держави, банку "банків", органу банківського нагляду. У різних державах такі банки називаються по-різному: народні, державні, емісійні, резервні, Федеральна резервна система (США), Банк Англії, Банк Японії, Банк Італії та ін.

Чи знаєте Ви, що...



до XIX ст. між банками не існувало розподілу функцій. Одні й ті ж банки виконували функції комерційних банків і емісійних банків. У створенні емісійних банків ще не було потреби, так як банкноти в грошовому обігу займали відносно незначне місце. Швидкий розвиток кредитної системи після промислового перевороту супроводжувався зростанням значення банкнотного обігу. Що, в свою чергу, об'єктивно

вимагало заміни банкнотної емісії багатьох комерційних банків емісією одного спеціального банку. Створення емісійного банку було необхідним за наступних причин:

↳ банкноти окремих, нерідко маловідомих, банків не могли користуватись загальною довірою у населення. Банкноти комерційних банків могли обертатися лише в межах їх діяльності. А ринок потребував універсального купівельного і платіжного засобу, який би обертаяся в масштабах країни.

↳ банкноти комерційних банків не завжди користувались достатньою довірою навіть з боку населення, яке проживало на території їх діяльності. Це було пов'язано з тим, що децентралізована емісія банкнот не піддавалась контролю і регулюванню з боку держави. А це сприяло зловживанню банками правом банкнотної емісії.

До початку ХХ ст. централізація банкнотної емісії була завершена в основному тільки в країнах Європи. Емісійні банки були в деяких країнах Азії та Африки. В більшості ж країн емісійні банки були створені в ХХ ст., головним чином, в період між двома світовими війнами, а в колишніх колоніях – після Другої світової війни після отримання ними політичної незалежності.

Емісійні банки створювались на підставі спеціального банківського законодавства. В окремих випадках законом надавалось великому комерційному банку країни переважне право банкнотної емісії, в результаті чого він поступово перетворювався на центральний емісійний банк. Таким чином, наприклад, утворився емісійний Банк Англії та Банк Франції.

За формою організації емісійні банки бувають акціонерні та державні. На сьогодні майже у всіх країнах емісійні банки є державними. Так, статутний капітал Центрального банку перебуває у державній власності Німеччини, Франції, Великобританії, Ірландії, Швеції, Іспанії, Фінляндії, Норвегії, Нідерландів, Канади, Австралії, Аргентини. Лише в деяких країнах збереглися ще так звані напівдержавні банки, основний капітал яких частково належить кредитним установам і окремим особам. Наприклад, Федеральні резервні банки та Банк Японії функціонують на акціонерних засадах.

Вагоме місце в банківських системах займають комерційні банки.

Комерційні банки за характером виконуваних операцій поділяють на універсальні та спеціалізовані. Універсальні банки можуть надавати всі банківські послуги, обслуговувати клієнтів незалежно від направленості їх діяльності, як фізичних, так і юридичних осіб. На відміну від універсальних банків спеціалізовані банки виконують певні види операцій. До спеціалізованих банків відносяться банки, які спеціалізуються на зовнішньоекономічних операціях, іпотечні банки, інвестиційні банки, облікові банки, ошадні банки тощо.



Парабанківська система

Парабанківська система, передусім у розрізі фінансово-кредитних інститутів, сформувалася на початку ХХ століття. Її виникнення було зумовлено:

↳ зростанням доходів населення;



↳ розвитком фінансових ринків і відповідно фінансових інструментів у які б можна було вкласти кошти;

↳ неспроможністю банків повною мірою задовольняти постійно зростаючі потреби виробників товарів і послуг у кредитах довгострокового характеру;

↳ труднощами з реалізацією товарів інвестиційного призначення підприємствами, що зумовили появу фінансових компаній;

↳ складністю доступу до дешевих кредитних ресурсів комерційних банків з боку домогосподарств і дрібних підприємств, яка призвела до появи кредитних спілок тощо.

Парабанківська система включає: небанківські фінансово-кредитні інститути, інститути держави, що мають у своєму розпорядженні кредитні ресурси, а також нефінансові інститути – підприємства та домогосподарства.

В останні роки на національних ринках позикових капіталів розвинутих країн важливу роль відіграють спеціалізовані небанківські кредитно-фінансові інститути, які посіли важливе місце в накопиченні та мобілізації грошового капіталу.

Чи знаєте Ви, що...



в Росії сукупні активи небанківських фінансово-кредитних установ становлять приблизно 4 % ВВП, у найуспішніших країнах з перехідною економікою досягають навіть 15-20 % від ВВП, а в розвинених країнах вони майже дорівнюють ВВП (Німеччина – 72,2 %) або значно перевищують його (Великобританія – 250 %, США – 261,8 %). Сукупні активи небанківських фінансово-кредитних установ України ледве перевищують 1,5 % від ВВП.

До числа небанківських фінансово-кредитних установ слід віднести інвестиційні, фінансові та страхові компанії, кредитні спілки, пенсійні, благодійні фонди, позиково-ощадні асоціації, будівельні товариства. Ці інститути суттєво потіснили банки в акумуляції заощаджень населення і стали важливим джерелом позикового капіталу.

Основні форми діяльності цих установ на ринку позикових капіталів зводяться до акумуляції заощаджень населення, надання кредитів через облігаційні позики корпораціям і державі, мобілізації капіталу через всі види акцій, надання іпотечних і споживчих кредитів, а також кредитної взаємодопомоги. Вказані інститути конкурують між собою як за залучення грошових коштів, так і у сфері кредитних операцій.

Інвестиційні компанії здійснюють кредитування малих і середніх підприємств. Їх інвестиційні програми розраховані, як правило, на короткостроковий період і здійснюються в невеликих масштабах на відміну від інвестиційних банків. Інвестиційні компанії бувають двох видів:

відкритого та закритого типу. В першому випадку інвестиційні компанії зобов'язуються викупити свої акції у акціонерів, в другому – ні.

Фінансові компанії здійснюють кредитування клієнтів шляхом придбання їх боргових зобов'язань. Серед фінансових компаній важливе місце посідають холдингові компанії. Придбання зобов'язань дозволяє їм утримувати великі пакети акцій компаній і здійснювати контроль за їх діяльністю. До фінансових компаній відносяться і кредитні установи, що обслуговують оптову та роздрібну торгівлю, зокрема, ті що діють у сфері споживчого кредиту.

Страхові компанії здійснюють страхування життя або майна (див. тему 8).

Кредитні спілки є різновидом кооперативів, створених окремими групами населення з метою об'єднання коштів для вирішення практичних проблем. Кредитні спілки утворюються на паях для короткострокового кредитування їх учасників (для будівництва або ремонту будинку, купівлі автомобіля тощо).

Чи знаєте Ви, що...



батьківщиною кредитних спілок вважається Німеччина, де в 1848 р. Ф.В. Райфайзен заснував товариство для допомоги незаможним селяням. Згодом такі товариства в Німеччині та за її межами почали називати "райфайзенками". Аж у 1909 р. було створено першу кредитну спілку на території США.

В Україні перше ощадно-позикове товариство з'явилося у 1869 р. у м. Гадяч на Полтавщині.

У світі зараз нараховується понад 40 тис. кредитних спілок. Лише у США діє понад 10 тис. кредитних спілок, які мають у своїх активах більше, ніж 360 млрд. доларів. Членами спілок у США є майже 30 % населення, в Австралії і Канаді, відповідно, – 20 і 16 %. Утворена у 1971 р. Всесвітня рада кредитних спілок об'єднує спілки 84 країн.

Кредитна спілка за своїм офіційним статусом є неприбутковою організацією, але, оскільки внески (депозити) приймаються під нижчий, а позики (кредити) надаються під вищий відсоток, виникають так звані "пасивні" доходи, звільнені чинним законодавством від оподаткування. Ці доходи, за винятком витрат на виплату відсотків за залученими коштами та інших витрат, пов'язаних із забезпеченням поточної роботи, розподіляються наприкінці року між членами спілки пропорційно до їх членських внесків, що зайвий раз підтверджує як неприбутковість, так і кооперативність спілки.

Пенсійні фонди створюються підприємствами для виплати пенсій працівникам і службовцям. Створення таких фондів дозволяє зменшити податкові платежі фірми та використовувати їх на придбання акцій інших компаній, що забезпечує зміцнення фінансової стійкості певної компанії. У західних країнах пенсійні фонди створюються приватними та державними



корпораціями та підприємствами для виплат пенсій та допомоги працівникам. Кошти зазначених фондів формуються за рахунок внесків працівників, службовців, підприємств, а також прибутків від інвестицій самих пенсійних фондів. У пенсійних фондах західних країн акумулюються значні кошти, які інвестуються переважно в акції акціонерних компаній як на національному, так і на міжнародному ринках капіталу.

Особливо багаточисельною групою є ощадні установи.

Ощадні установи – це державні установи, які належать місцевим органам влади (муніципалітетам) або створюються при державних поштових установах. Вони залучають внески дрібних вкладників, придбаючи на них облігації державних позик.

Так, в США існують три види ощадних установ: ощадні банки, ощадно-позикові асоціації та кредитні спілки.

Особливістю ощадних установ є те, що вони придбають цінні папери (облігації державних і місцевих органів влади). Ощадні банки можуть бути власністю клієнтів (взаємноощадні банки) або функціонувати як акціонерні товариства (фондові ощадні банки). В США існують також гарантійні ощадні банки, вкладники яких або отримують стабільний відсоток за вкладками (“звичайні вкладники”), або відсоток, що залежить від результатів діяльності банку (“спеціальні вкладники”).

Ощадно-позикові асоціації продають сертифікати своїм клієнтам. Вони приймають на свої рахунки ощадні вклади та інші чекові депозити і видають позики під заставу нерухомості. Ощадно-позикові асоціації можуть бути організовані у формі кооперативів (взаємні компанії), або акціонерних товариств (фондові компанії).

В Україні до небанківських кредитних установ відносять також каси взаємної допомоги та ломбарди.

Каса взаємної допомоги – громадська кредитна установа, яка об'єднує на добровільних засадах громадян для надання взаємної матеріальної допомоги.

Каси взаємної допомоги створюються при профспілкових організаціях для працівників – членів профспілки; у відділах соціального забезпечення місцевих рад народних депутатів – для пенсіонерів. Кошти каси взаємної допомоги формуються за рахунок вступних і членських внесків, пені за несвоєчасне повернення довгострокових позик, дотацій профспілкових органів та інших грошових надходжень. За рахунок цих коштів надаються довгострокові (до шести, в окремих випадках до десяти місяців) і короткострокові (до чергового одержання заробітної плати) позик. За рішенням правління каси її членам може бути надана відстрочка повернення



довгострокових позик до трьох місяців. Граничні розміри позик встановлюються правлінням каси, причому розмір довгострокових позик залежить від суми внесків, нагромаджених членами каси.

Позики надаються без стягнення відсотків. При їх несвочасному поверненні стягується пеня у розмірі 1 % від суми залишку боргу за кожний прострочений місяць. Особі, що вибула з членів каси, повертаються її членські внески за мінусом заборгованостей за позиками.

Ломбарди – це кредитні установи, які надають грошові позики під заставу рухомого майна.

В нашій країні вони виникли на початку 20-х рр. ХХ ст. з метою надання можливості населенню зберігати предмети особистого користування і домашнього вжитку, а також брати позику під заставу цих речей.

Ломбарди видають позики на строк до трьох місяців у розмірі 75 % від вартості оцінки заставлених речей і до 90 % – вартості виробів з дорогоцінних металів, каменів, годинників у золотій оправі тощо. Оцінка речей, що здаються на зберігання або під заставу для одержання позики, здійснюється за домовленістю сторін, а вироби з дорогоцінних металів – за державними розцінками.

Як уже зазначалось раніше, елементами парабанківської системи також є інститути держави та нефінансові інститути. До інститутів держави, які мають у своєму розпорядженні кредитні ресурси, віднесено Міністерство фінансів, на яке у більшості країн світу покладено завдання розподіляти і контролювати бюджетні кредити. Крім Міністерства фінансів, до цієї ланки можуть входити будь-які інші державні інститути, що акумулюють кредитні ресурси.

До нефінансових інститутів віднесено домогосподарства та підприємства. Домогосподарства на сьогодні досить активно діють у кредитній сфері, (домогосподарства є кредиторами фінансово-кредитних установ; домогосподарства стають вимушеними кредиторами, коли йдеться мова про заборгованість із заробітної плати; домогосподарства активно кредитують одне одного, що пов'язано з надзвичайно високими процентними ставками за кредитами у фінансово кредитних установах).

Підприємства на сьогодні є активними учасниками кредитних відносин причому не тільки як позичальники. Вони можуть виступати кредиторами у наступних випадках продажу товарів із відстроченням платежу (у країнах із розвинутою економікою до 2/3 кредитного обороту здійснюється саме у вигляді комерційного кредиту): кредитування фінансово-кредитних установ; надання кредитів на споживчі потреби своїх працівників; здійснення



франчайзингу, якому притаманні основні риси кредиту (поверненість, платність, строковість).



Супрабанківська система

Супрабанківська система включає інститути, які не належать до певної нації, тобто є наднаціональними і водночас мають змогу акумулювати й розміщувати таку кількість кредитних ресурсів, яка не під силу більшості банківським системам світу. Однак і ці інститути не можуть діяти без допомоги національних банківських систем, які в цьому випадку є посередниками.

Супрабанківська система в розрізі фінансово-кредитних інститутів була остаточно сформована після Другої світової війни. Поява наднаціональних інститутів зумовлена багатьма факторами, причому не завжди причина виникнення визначала долю того чи іншого міжнародного фінансово-кредитного інституту. Так, Банк міжнародних розрахунків був створений для здійснення репараційних платежів Німеччини, а згодом він став центральним банком головних банків, тобто виникла потреба у координації діяльності центральних банків країн із розвинутою економікою. Крім того, цей банк врегулює також й інші питання, пов'язані із платіжним оборотом. Міжнародний банк реконструкції та розвитку був створений для відновлення економік країн, які постраждали під час Другої світової війни, а на сьогодні його основна мета – надання кредитів країнам, які не в змозі самостійно подолати економічні проблеми. Отже, необхідність супрабанківської системи зумовлена неспроможністю окремих країн задовольняти потреби у кредитах за рахунок власних кредитних ресурсів.

Супрабанківська система включає три ланки: супранаціональні банки, Міжнародний валютний фонд, держава як кредитор інших країн. Під супранаціональними банками розуміють банківські установи, які створені на основі домовленостей певних країн і за їх рахунок та здійснюють виключно міжнародну банківську діяльність. Можна виділити регіональні (ЄБРР, Міжамериканський банк розвитку, Європейський інвестиційний банк, Азіатський банк розвитку, Африканський банк розвитку, Чорноморський банк реконструкції та розвитку тощо) та світові банки (Світовий банк, Банк міжнародних розрахунків).

Міжнародний валютний фонд у складі супрабанківської системи стоїть окремо, оскільки, по-перше, він не є банком, а по-друге, його основним завданням є регулювання валютних відносин, а кредитування – лише метод такого регулювання, у той час як для супранаціональних банків кредитування – це головне завдання.

7.2. Сучасні кредитні системи окремих країн



Велико- британія

Кредитна система Великобританії – одна з найрозвиненіших у світі. Для неї характерні високий рівень поділу праці між різними фінансовими інститутами, всебічна розгалуженість і велика кількість різних типів фінансово-банківських інститутів. Усі фінансово-кредитні інститути Великобританії поділяються на дві групи: банківський і небанківський сектор (рис. 7.3).

КРЕДИТНА СИСТЕМА ВЕЛИКОБРИТАНІЇ

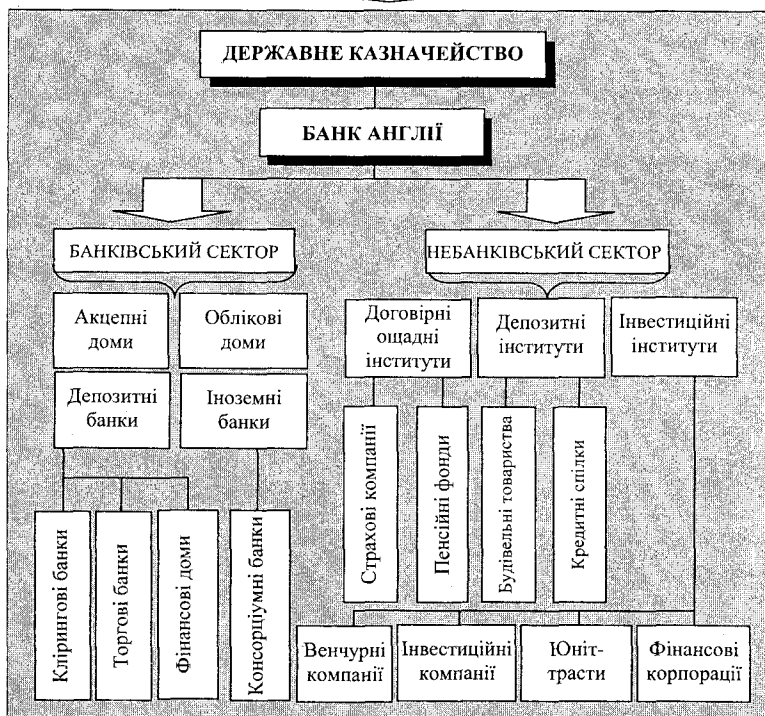


Рис. 7.3. Структура кредитної системи Великобританії



Отже, англійська банківська система є дворівневою і включає наступні рівні:

Перший рівень: Банк Англії.

Головною ланкою банківської системи Великобританії є Банк Англії – центральний банк країни, створений в 1694 р. у вигляді акціонерної компанії з обмеженою відповідальністю з метою надання королю позик для ведення війни з Францією. Позика була видана королю із 8 % річних у вигляді банкнот і векселів. До компанії увійшли 1268 акціонерів, перший внесок яких складав 1200 ф. ст. Банку Англії було дозволено продавати і купувати золото і срібло, випускати переказні векселі, здійснювати операції з комерційними векселями, надавати позики під забезпечення, в тому числі й товарне. Банку не дозволялося надавати позики королю без санкції парламенту. В середині XVIII ст. він почав виконувати ряд функцій центрального банку, а з прийняттям Банківського акту 1844 р. офіційно одержав статус центрального банку. З урахуванням законодавства єдиним банком з правом емісії банкнот він став тільки в 1921 р. після прийняття парламентом країни відповідного рішення. На сьогодні Банк Англії є єдиним емісійним інститутом в Англії та Уельсі.

В 1946 р. Банк Англії було націоналізовано. Акціонерний капітал Банку Англії був переданий казначейству, а колишні власники акцій одержали компенсацію у вигляді державних облігацій.

Націоналізація законодавчо оформила тісні зв'язки уряду і банку, які склались історично: Банк Англії виконував функції банкіру уряду і до його націоналізації. Згідно з Банківським актом 1946 р. казначейство могло після попередньої консультації з управляючим Банку Англії надавати Банку рекомендації, які він зобов'язаний виконувати. Формально відповідальність за прийняття рішень у сфері грошово-кредитної політики покладена на голову казначейства, що підзвітне парламенту. Банк консультує уряд з питань грошово-кредитної політики, координує ці питання з казначейством. Таким чином, законодавчо закріплені широкі права казначейства відносно Банку Англії. Серед центральних банків промислово-розвинених країн Банк Англії є одним з найбільш залежних згідно закону від уряду. На практиці Банк Англії працює спільно з казначейством.

Чи знаєте Ви, що...

не дивлячись на те, що першим банком, який здійснив емісію, був Банк Стокгольму (в 1650 р. він випустив депозитні сертифікати на золоті монети, які виписувалися на пред'явника й оберталися на рівні з іншими видами грошей на всій території королівства Швеції), першим емісійним банком вважається створений у 1694 р. Банк Англії, оскільки він почав випускати банкноти і проводити облік векселів.



Другий рівень:

☞ **депозитні банки.** Комерційні банки у Великобританії називаються депозитними банками (перший з них – The London & Westminster bank – був створений в 1834 р.). Вони складають основу банківської системи.

Більша частина операцій депозитних банків зосереджена в 6 лондонських клірингових банках. Домінують чотири: “National Westminster”, “Barclays”, “Midland” і “Lloyd’s”. Ці банки відносяться до найбільших банків світу. Свою назву вони одержали в результаті укладання між собою угоди про залік взаємних вимог (клірингові угоди). Клірингові банки активно працюють в системі заліків платіжних документів і цінних паперів, що здійснюються через Лондонську розрахункову палату. Згідно із законодавством всі розрахунки між звичайними банками та іншими фінансовими організаціями можуть проводитись тільки через клірингові банки.

Депозитні банки часто називають “роздрібними”, оскільки вони обслуговують не тільки промислові компанії і фінансові інститути, але й окремих осіб. Сучасні депозитні банки виконують практично всі види банківських операцій. Основний вид їх пасивних операцій – приймання вкладів, або депозитів: до вимоги, негайних ощадних. Серед активних операцій депозитних банків домінують традиційні для комерційних банків обмінно-позикові операції і вкладення в цінні папери. Найбільш поширеною формою надання позик у Великобританії є овердрафт. Також дедалі частіше депозитні банки надають небанківські послуги: підготовка та фінансування будівництва й експорту; здача в оренду різної техніки підприємствам тощо.

На відміну від “роздрібних” депозитних банків, інші банки Великобританії (крім ощадних) називають “оптовими”, тому що вони укладають угоди на значні суми переважно з компаніями та інститутами, а не окремими особами.

Фінансові доми – спеціальні банки споживчого кредиту. Близько 2/3 їх активних операцій припадає на споживчі кредити в розстрочку, в свою чергу, більше 60 % цих кредитів складає фінансування придбання автомобілів. Останнім часом активно займаються лізинговими операціями та кредитними картками.

Торгові банки діють у сфері зовнішньої торгівлі та міжнародних фінансово-кредитних операцій. Деякі сучасні торгові банки поряд з банківськими операціями виконують промислові та торгові функції.



Відмінністю торгових банків і одночасно їх привілеєм є те, що вони не зобов'язані публікувати детальні відомості про фінансовий стан і свої операції. Завдяки цьому торгові банки протягом багатьох років могли вільно розвиватись.

Торгові банки головним чином діють в 3-х основних сферах: банківські операції, зокрема акцептно-кредитні операції; надання послуг підприємцям (поради підприємцям, наприклад, при злитті підприємств, виявлення для них найбільш сприятливих можливостей фінансування; поради щодо доцільності придбання акцій) і управління цінними паперами;

↳ **банки Співдружності** – офіційна назва приблизно 30 колишніх колоніальних банків. За кількістю закордонних відділень банки Співдружності не мають собі рівних не тільки в Англії, але й у інших країнах світу (наприклад, англійський банк “Standard Chartered” володіє мережею із 1360 відділень);

↳ **іноземні банки**, які у Великобританії за балансовою сумою відносяться до великих банківських груп. Вже у 1978 р. в Лондоні нараховувалося 308 іноземних філій з 63 країн. Зараз лише у Лондоні сконцентровано вдвічі більше іноземних філій, ніж в Нью-Йорку;

↳ **консорціумні банки** – інститути, де беруть участь банки двох країн, з яких жодна не має контрольного пакету;

↳ **облікові доми**. До 80-х рр. XX ст. у Великобританії правом одержання кредиту в Банку Англії користувалися лише облікові доми. Свою назву вони одержали у зв'язку зі спеціалізацією на обліку векселів. Поряд з вексями облікові доми займаються купівлею-продажем короткострокових державних облігацій, зобов'язань місцевих органів влади. Облікові доми також діють як посередники між Банком Англії та іншими представниками банківської системи Великобританії. Через них Банк Англії забезпечує банківську систему фінансовими ресурсами та вилучає їх. Після численного злиття в кінці 80-х рр. XX ст. у Великобританії сформувались 9 облікових домів.

Що стосується кредитних установ небанківського типу, то до їх складу включаються: страхові компанії; установи, що займаються ощадними операціями; кредитні спілки; будівельні товариства; пенсійні фонди, довірчі пайові фонди тощо.

До *договірних ощадних інститутів* традиційно належали довірчо-ощадні каси, будівельні товариства та Національний ощадний банк. Основне джерело їх ресурсів – невеликі внески населення. Довірчо-ощадні банки в минулому здебільшого відігравали роль місцевих ощадних кас. Пізніше вони були реорганізовані в 16 великих регіональних установ, але їх правовий статус залишався невизначеним. Наприкінці 1986 р. вони перетворилися на єдиний акціонерний Довірчо-ощадний банк. Він об'єднав довірчі ощадні банки, які виникли у XIX ст., скоріше, в якості ощадних кас, ніж банків. Назва банків пов'язана з тим, що ними управляли довірені особи, які призначались місцевими органами влади.

Довірчо-ощадний банк виконує всі основні операції комерційних банків.

Національний ощадний банк (НОБ) був створений у 1861 р. як Державний ощадний банк. За своїм правовим статусом НОБ є підрозділом міністерства національних заощаджень. Його відділеннями є поштові відділення. За кількістю вкладів цей банк є одним з найбільших ощадних установ у світі.

Особливий статус характеризує діяльність ще двох великих банків: Трастового ощадного банку та Національного жиробанку (квазідержавної установи, послугами якої користуються тільки державні відомства та місцеві органи влади при розрахунках з населенням).

Будівельні товариства акумулюють найбільшу частину заощаджень населення. Серед будівельних товариств триває процес централізації, але вони залишаються кооперативними інститутами. Ресурси будівельних товариств ідуть переважно на довгострокове кредитування будівництва або придбання житлових будинків на вклади у цінні папери. Згідно з чинним британським законодавством товариство може бути створене за наявності не менше 10 членів, кожен з яких має зробити внесок у сумі 10000 ф. ст. протягом 5 років.

Характерною ознакою небанківського фінансового сектора Великобританії є значний розвиток недержавних пенсійних фондів. Пенсійний ринок Великобританії – найбільший у Європі (40 % від усіх пенсійних накопичень). Важливу роль відіграють також страхові компанії.

Страхові компанії і пенсійні фонди направляють акумульований позиковий капітал у довгострокові інвестиції. Фінансово-кредитна діяльність



є вторинною відносно їх професійної спеціалізації – страховій справі та приватному пенсійному забезпеченню. Мобілізовані ними кошти вкладаються в операції на строк 20-25 років.

Великого розвитку у Великобританії набули юніт-трасти (пайові трасти) та інвестиційні трасти.

Юніт-трасти – це аналоги американських взаємних фондів, в яких інвестор передає у довірче управління свої кошти й отримує свідоцтво про внесення паю. У Великобританії існує можливість передавати право власності на гроші іншій особі. Юніт-трасти займаються: вкладенням коштів в акції вітчизняних чи іноземних компаній або державні цінні папери; купівлею-продажем ф'ючерсів та опціонів; інвестуванням у нерухомість.

Інвестиційні трасти – закриті інвестиційні фонди, які, на відміну від юніт-трастів, не мають права постійно випускати чи викуповувати власні паї, і володіють постійним статутним капіталом.

Інвестиційні трасти займаються виключно операціями з цінними паперами. Залучений капітал через емісію акцій і облігацій вкладають у цінні папери інших компаній.

Довірчі пайові фонди за спеціалізацією подібні до інвестиційних трастів, вони акумулюють грошовий капітал і вкладають його у цінні папери.

Представляє інтерес і розвиток правового регламентування банківської справи у Великобританії. До 1979 р. у Великобританії було відсутнє спеціальне законодавство, яке б регулювало банківську діяльність, офіційний список банків не публікувався, не було законодавчого визначення банку. Контроль центрального банку за банками носив неофіційний характер.

Згідно з існуючим підходом банками вважали установи: які приймають внески від підприємств і громадян; пропонують чекові книжки своїм клієнтам з метою здійснення останніми грошових розрахунків; забезпечують деякі інші фінансові послуги своїм клієнтам, включаючи надання кредитів і операцій з цінними паперами. Будь-яка установа, яка могла продемонструвати наявність цих трьох операцій в своїй діяльності, мала право називати себе банком.

У 1979 р. з прийняттям нового закону про банки особливу увагу було приділено визначенню терміну “банк”. Відповідно до закону всі кредитні інститути, які приймають депозити (вклади), класифікуються банком Англії

або як “визнані банки”, або як “ліцензовані компанії з приймання депозитів”. Банкам не потрібно ліцензії, але вони повинні бути “визнані” Банком Англії. Банк Англії визнає в якості “банку” кредитну установу, яка користується бездоганною репутацією у фінансових колах і надає широкий набір банківських послуг або спеціалізується на будь-якій категорії послуг. До банківських послуг відносяться акумуляція коштів приватних осіб і компаній у фунтах стерлінгів та іноземній валюті або залучення коштів з оптових грошових ринків, кредитування приватних осіб і компаній або розміщення коштів на оптових грошових ринках; операції з іноземною валютою; фінансування зовнішньої торгівлі з допомогою акцептних кредитів; надання консультаційних послуг з проблем інвестиційної політики, здійснення емісійно-установчої політики. Банк Англії на підставі огляду діяльності кредитної установи робить висновок про те, чи можна йому присвоїти статус банку.

До другої категорії установ, які могли вважатися банківськими установами з обмеженими функціями, належать ліцензовані компанії, які приймали депозити. На практиці, перед тим, як одержати статус банку, будь-яка організація повинна була пройти випробний термін в якості ліцензованих організацій, які приймають депозити.

Банк Англії володіє правом надання та анулювання статусу банку щодо різних фінансових корпорацій.

Найбільш значні кредитні установи, які одержали статус банку – це депозитні банки (лондонські та шотландські клірингові банки, банки Північної Ірландії), торгові, іноземні, ощадні банки, облікові дома.



Франція

Особливістю кредитної системи Франції є те, що за ступенем розвитку державного регулювання в банківській сфері вона посідає перше місце.

Це проявилось, по-перше, у передачі після Другої світової війни ряду банків у державну власність. Після Другої світової війни було націоналізовано крім Банку Франції ще 4 найбільших депозитних банки.

До державних кредитних установ відносяться також депозитно-ощадна каса, ощадні каси, Французький банк зовнішньої торгівлі тощо (див. рис. 7.4).

У 1980-1982 рр. було націоналізовано ще 36 банків із 90 філіями.



Рис. 7.4. Структура кредитної системи Франції

По-друге, держава має частку у капіталі ряду банків. Такі кредитні установи можна вважати “напівдержавними”. Питома вага державного та напівдержавного сектору у зведеному балансі кредитних установ Франції складає близько 80 %.

По-третє, державне регулювання банківської справи здійснюється як через Банк Франції, так і через Національну кредитну раду, президентом якої є міністр фінансів, а віце-президентом – управляючий Банком Франції. До ради, яка складається із 46 членів, входять 8 представників різних міністерств, список кандидатів більшості інших членів, які представляють різні галузі економіки, затверджується Міністерством фінансів. Національна кредитна рада має право контролю за кредитом і банками (визначення умов кредиту, мінімальних обов’язкових банківських резервів). Крім того, існує банківська контрольна комісія в складі 6 членів, які є представниками уряду.

По-четверте, банки приймають активну участь у фінансуванні держави через облік казначейських векселів і купівлю державних цінних паперів.

Основними ланками банківської системи Франції є наступні:

Перший рівень: Банк Франції.

Банк Франції відіграє роль центрального емісійного банку країни. Він був заснований у 1800 р. як приватна акціонерна компанія з капіталом 30 млн. фр. У 1803 р. Банк Франції одержав монопольне право банкотної емісії у Парижі, а в 1848 р. – в усій Франції, поглинувши та перетворивши на свої філії 9 провінційних емісійних банків.

Після Другої світової війни згідно закону від 2 грудня 1945 р. Банк Франції було націоналізовано. Зараз акціонерний капітал банку повністю належить державі. Управляючий банком і два його заступники призначаються Радою міністрів. Генеральна рада банку складається із управляючого, його заступників і 12 членів (радників), з яких 7 призначаються міністром фінансів; інші директорські посади займають генеральні директори або президенти державних кредитних інститутів.

При банку є обліковий комітет, який включає представників великого бізнесу Парижа. В своїй грошово-кредитній політиці Банк Франції керується постановками Міністерства фінансів і Національної кредитної ради – спеціального державного органу для регулювання кредиту в країні.

В якості єдиного емісійного банку країни Банк Франції випускає в обіг банкноти, причому з 1939 р. його емісія не обмежена будь-якими раніше встановленими контингентами.

В Банку Франції зберігаються золотовалютні резерви країни. Він виконує також функцію банку держави.

Банк Франції виступає “банком банків”, що виражається в зосередженні у нього банківських резервів і наданні ним кредитів банкам. Згідно з декретом від 9 січня 1967 р. введена система обов’язкових банківських резервів: банки повинні були мати на своєму рахунку в Банку Франції 4,5 % загальної суми своїх поточних рахунків і 2 % суми негайних депозитів.

В подальшому ці норми не одноразово змінювалися.

Чи знаєте Ви, що...



організаційна структура Банку Франції не має аналогів у світі й характеризується яскраво вираженою розгалуженістю: Банк Франції має у своєму розпорядженні 211 відділень. Для порівняння: “Deutsche Bundesbank” має 145 відділень, Банк Італії – 99, Банк Англії – тільки 2.

Ці особливості зумовлені двома факторами. Перший фактор пов’язаний з історією Банку Франції. На початку



створення банку його завданням було сприяти шляхом надання кредитів розвитку ділової активності в країні після закінчення Великої французької революції. Банк Франції повинен був поступово поширювати свою діяльність всюю територією країни в обмін на право здійснювати грошову емісію. Другий фактор носить прагматичний характер. Банк Франції завдяки мережі своїх філій адаптується до змін, що виникають в фінансовій та економічній системі країни, і швидко реагує на них за допомогою "Корпоративного плану Банку Франції", який складається щорічно та визначає цілі структурних підрозділів Банку, що повинні бути реалізовані в наступному році, та засоби для їх досягнення.

Організаційна мережа територіальних установ Банку Франції побудована за географічним принципом. Кожна територіальна установа Банку Франції побудована в межах певної географічної зони, які, як правило, співпадають з межами адміністративних одиниць на території країни (департаментів, округів). Однак, при цьому враховуються розміри території, в рамках якої діє відповідне територіальне відділення. Так, в кожному з 66 департаментів функціонують декілька територіальних установ, а в 30 департаментах – тільки одна.

Другий рівень:

↳ **депозитні банки**, що спеціалізуються на короткострокових кредитних операціях;

↳ **інвестиційні банки**, що називають "діловими банками", фінансують промисловість шляхом емісійно-установчих операцій.

У Франції діють 25 ділових банків. Згідно закону від 2 грудня 1945 р. найменування "ділові" присвоєно банкам, які займаються засновницькою діяльністю та довгостроковим кредитуванням підприємств, у яких вони беруть участь.

Спеціалізація французьких банків носить відносний характер: спостерігається все більша універсалізація банків. З одного боку, ділові банки широко розвивають депозитні операції і конкурують з депозитними банками як у відношенні залучення внесків, так і з обліково-позикових операцій. З іншого боку, депозитні банки не обмежуються тільки короткостроковими кредитними операціями, а розвивають операції з довгострокового кредитування та фінансування промисловості;

↳ **банки середньо- та довгострокового кредиту** займають проміжне місце між депозитними та діловими. Їх особливістю є те, що згідно закону вони можуть приймати депозити тільки строком не менше 2 років і надавати кредити на строк не менше 2 років.

У банківській системі Франції тривалий час також існували колоніальні банки. Вони виникли у Франції ще в XIX ст., але набули значного розвитку



на початку ХХ ст. У 1904 р. нараховувалось 20 колоніальних банків с 136 відділеннями, а в 1950 р. – вже близько 40 із 708 відділеннями.

Французькі колоніальні банки зіграли важливу роль в експансії французького капіталізму в Африці та Азії. Шляхом надання позик для колоніальних володінь французькі колоніальні банки сприяли розширенню вивезення позикового капіталу у Францію.

До Другої світової війни національних емісійних банків у колоніях не було й емісія банкнот здійснювалась французькими колоніальними банками.

**Чи знаєте Ви,
що...**



10 найбільших універсальних банків Франції зосередили у 1998 р. 4/5 сукупного балансу фінансово-кредитних інститутів країни, тому Франція за концентрацією банківського капіталу посідає перше місце у світі.

На початку 70-х рр. ХХ ст. кількість *іноземних банків* у Франції була порівняно невеликою. Здебільшого це були англійські та американські банки і банки деяких країн континентальної Європи. У 1834 р. в країні нараховувалося 145 відділень і філій банків 34 країн, або 36 % усіх зареєстрованих у Франції комерційних банків.

У 90-х роках ХХ ст. кількість іноземних банків становила 168 із 40 країн.

До *спеціальних фінансово-кредитних установ* належать державна Національна ощадна каса, Депозитно-ощадна каса, “Kredit National”, Банк зовнішньої торгівлі, “Kredit Foncie”, кооперативні кредитні установи, каси муніципального кредиту, фінансові та страхові компанії, пенсійні фонди.

За розмірами активів найбільшою із зазначених установ є *Депозитно-ощадна каса*. Її створено в 1916 р. для управління коштами *державної Національної каси*, яка об'єднує каси при поштових відділеннях, а також коштами приватних ощадних кас. Ощадні каси власні ресурси, якщо вони перевищують необхідний резерв, передають Депозитно-ощадній касі, джерелом ресурсів якої є також кошти страхових компаній і пенсійних фондів. Зазначені кошти вона вкладає в облігації державних позик і казначейські векселі, а також використовує для надання позик місцевим органам влади, державним підприємствам і для переобліку середньострокових зобов'язань іншим кредитним установам, зокрема “Kredit National”.

“Kredit National” – акціонерний напівдержавний банк. Його акціонерами є промислові компанії, банки та приватні особи, але діяльність банку контролює держава. Крім власного капіталу його пасиви складаються з



позикових коштів, залучених у результаті випуску облігацій, і позик казначейства.

Основними активними операціями Національного кредиту є надання середньо- та довгострокових кредитів державним і приватним підприємствам, а також гарантій, завдяки яким зобов'язання боржників можуть бути враховані кредитором прямо й опосередковано у Банку Франції. З 1950 р. Національний кредит бере активну участь у кредитуванні експорту, надаючи середньо- та довгострокові кредити. Довгострокове кредитування він здійснює разом з Банком зовнішньої торгівлі.

Банк зовнішньої торгівлі – державний акціонерний банк, акціонерами якого є державні кредитні установи. Він виконує функції, пов'язані з кредитуванням експорту. Найважливішими із зазначених функцій є безпосереднє кредитування зовнішньої торгівлі та надання гарантій щодо експортних кредитів, що значно полегшує облік векселів у Національному кредиті та Банку Франції.

“Kredit Foncie”, заснований у 1852 р., спеціалізується на наданні іпотечних позик. За формою організації він є приватним акціонерним банком, але керуючий банку і його заступник призначаються державою, тому фактично це напівдержавний банк. Капітал банку складається з акціонерного та позикового, який мобілізується через випуск облігацій.

Основне місце в активних операціях належить середньо- та довгостроковим позикам будівельним компаніям і землевласникам на промислове та житлове будівництво. “Kredit Foncie” надає також позики місцевим органам влади. Через дочірній банк він кредитує приватне будівництво.

У Франції досить розвинена **система кооперативних кредитних установ**.

Кредитні кооперативи – це установи, що об'єднують дрібних промисловців і торговців та називаються народними (популярними) банками. Кредитні кооперативи об'єднані Національною касою сільськогосподарського кредиту та Центральною касою народних банків. У 1996 р. до цієї системи входило 400 банків. Перший такий банк було засновано у 1878 р.

Національна каса сільськогосподарського кредиту є фінансово-адміністративною державною організацією. Її кошти складаються з капіталу, який мобілізується через випуск облігацій, вільних коштів регіональних кас, кредитів держави та позик Банку Франції, одержаних за рахунок переобліку коротко- та середньострокових зобов'язань членів кредитних кооперативів.



До активних операцій цієї каси належать операції з надання позик регіональним касам.

Центральна каса народних банків управляє вільними коштами народних банків, надає їм позики, є розрахунковим центром і виконує інші операції.

Після Другої світової війни набули розвитку фінансові компанії, які спеціалізуються на фінансуванні окремих галузей і регіонів країни, лізингові компанії, а також компанії, які фінансують продаж споживчих товарів у кредит. Наприкінці 1996 р. в країні налічувалося 1042 фінансові компанії.

Щодо *кас муніципального кредиту*, то у 1996 р. вони склалися з 21 установ і не відігравали значної ролі у кредитній системі Франції. Їх активи становили в тому ж році 0,1 % активів усіх кредитно-фінансових установ.

Провідна роль належить установам, що спеціалізуються на інвестуванні коштів у цінні папери. У Франції ці установи поділяються на дві категорії – *інвестиційні товариства зі змінним капіталом і фонди спільного розміщення*.

Перші інвестиційні товариства зі змінним капіталом з'явилися в 70-х рр. ХХ ст., а перші фонди спільного розміщення – 80-х рр. ХХ ст. Їх призначення передусім – дозволити широкому загалу вкладати кошти у цінні папери. Зазначені фінансово-кредитні інститути рівномірно розподіляють ризики. На ринку державних боргових зобов'язань у 1998 р. французькі фонди посідали друге місце у світі з сумою коштів понад 500 млрд. дол.

Для того, щоб полегшити інвесторам вибір, французькі законодавці поділили інвестиційні товариства зі змінним капіталом і фонди спільного розміщення на такі категорії:

- ☞ установи, діяльність яких спрямована на роботу з акціями;
- ☞ заклади, орієнтовані на роботу з облігаціями та подібними борговими зобов'язаннями;
- ☞ установи, що спеціалізуються на короткострокових внесках;
- ☞ багатопрофільні установи;
- ☞ гарантовані (власники таких установ гарантують вкладникам обумовлений в угоді результат).



Німеччина

Серед кредитних систем держав сучасної Європи особливої уваги заслуговує кредитна система Німеччини (див. рис. 7.5). Після закінчення Другої світової війни кредитна система Німеччини набула здатності не тільки конкурувати з кредитною системою Великобританії, але й стала визнаним європейським фінансовим лідером.



КРЕДИТНА СИСТЕМА НІМЕЧЧИНИ

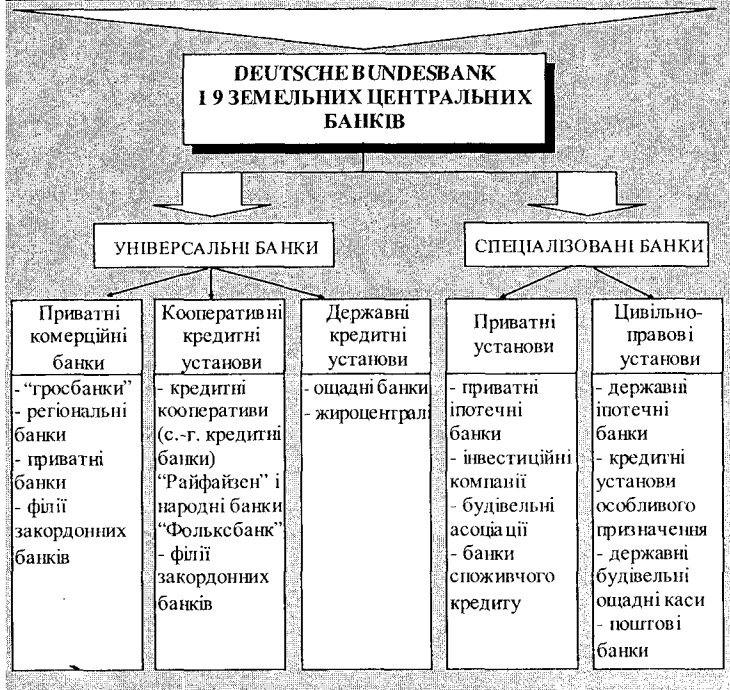


Рис. 7.5. Структура кредитної системи Німеччини

До банківської системи сучасної Німеччини належать: система Центрального банку та мережа комерційних банків, а також правові установи, що здійснюють нагляд за кредитною діяльністю банків і виконанням Закону про кредитну систему.

Перший рівень: "Deutsche Bundesbank".

Вищий рівень системи представлений двома самостійними суб'єктами: Німецьким федеральним банком ("Deutsche Bundesbank") і Федеральним відомством нагляду за кредитною справою. Згідно з німецьким банківським законодавством адміністративну функцію управління в основному виконує відомство з нагляду за банківською справою, а економічну – Німецький федеральний банк. "Deutsche Bundesbank" має правління у Франкфурті-на-Майні. Головними регіональними управліннями "Bundesbank" у є центральні банки земель. У 1992 р. число центральних банків земель було скорочено до

дев'яти. До цього, кожна земля мала окреме головне управління Центрального Федерального Банку. 5 таких регіонів обслуговування тепер охоплюють по 2-3 федеральні землі.

Чи знаєте Ви, що... система емісійних банків Німецької імперії – один із найцікавіших прикладів розвитку системи емісійних банків кінця XIX ст. – початку XX ст. В Німеччині до часу об'єднання німецьких земель (70-ті рр. XIX ст.) діяло 33 емісійних банки. В 1848 р. були видані загальні правила, які дозволяли їх відкриття. З 1875 р. розширення емісійного права стало прерогативою держави. Поступово кількість правил із обмеження емісії зростала. Це призвело до того, що



значна частина банків відмовилася від свого права емісії на користь імперського.

Крім Німецького Імперського банку, емісію могли здійснювати ще чотири банки в окремих державах, що входили до складу Німецької імперії. Система емісійних банків Німеччини свого часу вважалася найбільш ефективною та життєздатною. У період Першої світової війни німецька банківська система виявилася однією з найстабільніших фінансових систем.

Характерною рисою банківської системи Німеччини є повна конституційна незалежність “Bundesbank” від Федерального уряду (Федеральний банк згідно з наданим йому законом правом не зобов'язаний виконувати вказівки федерального уряду, але надає йому підтримку в проведенні загальної економічної політики). Члени Федерального уряду користуються лише правом брати участь у консультативних нарадах Ради центральних банків, але не мають права голосу, хоча можуть подавати заяви або навіть вимагати, щоб будь-яке рішення Ради Центрального банку не вступало в силу протягом двох тижнів.

Другий рівень представлено, в першу чергу, *комерційними або кредитними банками*, серед яких можна виділити *гросбанки, провінційні комерційні банки, відділення іноземних банків і приватні банкіри* (банки, що діють на основі одноособового приватного капіталу).

Провідна роль в банківській системі Німеччини належить *гросбанкам* – Німецькому, Дрезденському та Комерційному банкам.

Кожний гросбанк очолює фінансово-промислову групу, що виникла на підставі їх злиття з промисловими концернами країни. Головним серед “великої трійки” є “Deutsche Bundesbank”, або Німецький банк, який очолює провідну в країні фінансово-промислову групу.

До комерційних банків відносяться також *провінційні комерційні банки*, які за своїми активами перевищують активи гросбанків, але поступаються їм за роллю в економіці, концентрації і централізації капіталу.



Найбільшими серед провінційних банків є Баварський іпотечний і вексельний банки, а також Баварський об'єднаний банк.

До комерційних, або кредитних, банків відносяться і 76 відділень іноземних банків. Вони обслуговують торгово-промислову діяльність цих країн в Німеччині.

До групи комерційних банків відносяться також і приватні банки, які здійснюють операції з комерційного обслуговування промисловості та сфери послуг обраного кола клієнтів. В результаті злиття дрібних і середніх банків кількість їх постійно зменшується: за 40 років, з 1957 до 1997 рр., кількість їх скоротилась з 245 до 60, тобто майже в 4 рази.

Особливістю банківської системи Німеччини є те, що в країні немає чіткого розмежування між комерційними та інвестиційними банками. Банки історично поєднують короткостроковий депозит – позикові та довгострокові інвестиційні операції. Комерційні банки можуть бути власниками капіталу корпорацій, здійснювати емісію та розміщувати цінні папери, створювати і володіти інвестиційними фондами.

У Німеччині поширене *кооперативне кредитування*. У кооперативному секторі функціонує 64 % всіх кредитних інститутів. Німецькі кооперативні фінансово-кредитні установи надають своїм членам, представникам середніх верств населення універсальні фінансові послуги.

Кооперативний сектор банківської системи Німеччини включає 4 кооперативних центральних банки, кредитні товариства.

Спеціалізовані банки включають банки з особливими завданнями або державні кредитні установи, іпотечні банки, ощадні каси та їх центри – жироцентралі, кредитні товариства та кооперативні центральні банки.

Банки з особливими завданнями є державними. Вони були створені після війни з метою надання допомоги приватному сектору з боку держави та посилення впливу останнього на процес суспільного відтворення. Ці банки безпосередньо підпорядковані уряду країни.

Особливе місце в цій групі займають Банк відновлення та Експортний банк.

Банк відновлення – це державний інвестиційний банк, який був створений згідно закону від 5 листопада 1948 р. Метою його створення було забезпечення всіх галузей економіки середньо- та довгостроковими кредитами та відновлення господарства. Сьогодні Банк відновлення займається кредитуванням інвестицій і експортних операцій, а також виконує функцію банку розвитку.



Експортний банк спеціалізується на наданні середньо- та довгострокових кредитів з експорту, головним чином, німецького обладнання.

До групи банків з особливими завданнями відносяться державний Промисловий кредитний банк, Сільськогосподарський рентний банк тощо.

В Німеччині вперше почали розвиватися іпотечні банки. Першим з них був державний іпотечний банк в Сілезії, створений у 1770 р. Він надавав фінансову допомогу великим господарствам. У XIX ст. іпотечні банки стали обслуговувати дрібні поміщицькі володіння та селянські господарства. У другій половині XIX ст. створювались іпотечні банки для кредитування міської нерухомості.

Перший приватний іпотечний банк (акціонерний) був створений у 1862 р. в Франкфурті-на-Майні.

Найбільшими приватними іпотечними банками є Німецький центральний земельний банк, Франкфуртський іпотечний банк, Рейнський іпотечний банк і Німецький іпотечний банк у Бремені.

Іпотечні банки надають довгострокові позики під заставу нерухомості за рахунок коштів від емісії та реалізації іменних закладних акцій і акцій на пред'явника.

Контрольний пакет акцій багатьох приватних іпотечних банків Німеччини належать гросбанкам, які займають також посади в апараті управління у державних іпотечних банках.

Ощадні каси виникли в Німеччині у другій половині XVIII ст. Перші приватні ощадні каси було створено в Гамбурзі в 1778 р., а потім створенням ощадних кас почали займатися місцеві органи влади. Таким чином, сьогодні майже всі ощадкаси в Німеччині є державними. Вони займаються залученням внесків населення.

Із жироцентралеї є центральними банками ощадних кас, вони допомагають ощадним касам в наданні великих за обсягами кредитів. Жироцентралі створені в кожній землі. На чолі їх знаходиться Німецька жироцентралі.

Систему ощадних кас і жироцентралеї очолює Німецький комунальний банк.

Таким чином, можна зробити висновок, що для кредитної системи Німеччини характерне створення великого державного сектору, до якого



входять Німецький федеральний банк, державні банки з особливими задачами, ощадні каси, жироцентралі та 12 іпотечних банків.



Японія

Японія має одне із наймолодших банківських законодавств. Воно одержало значний розвиток тільки після Другої світової війни та побудовано за американським зразком.

Сьогодні кредитна система Японії – одна із найсильніших і найбільш розвинутих не тільки в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, але і в усьому світі. Зростає кількість японських банків, які входять до складу провідних банківських установ світу. Посилюються тенденції до інтернаціоналізації кредитно-позикової діяльності японських банків за кордоном з метою перетворення ряду з них на центри міжнародного фінансування та кредитування. Спостерігається розширення масштабів діяльності японських кредитно-банківських установ, які займаються емісією цінних паперів на ринку країн Західної Європи і США, де вони розміщують акції, облигації та інші фінансові й боргові зобов'язання.

З практики світового бізнесу



За післявоєнний період в Японії не було відмічено жодного випадку неплатоспроможності або банкрутства банку як результату політики держави у сфері банківського контролю та нагляду, а також підтримки слабких банків. Потрібно підкреслити, що одержати державну ліцензію на право здійснення банківських операцій в Японії дуже складно. Однак дефіциту банків в країні немає.

За формою власності кредитна система Японії складається з приватних, державних і кооперативних інститутів. За характером їх функцій вони поділяються на емісійні, комерційні банки та спеціальні фінансово-кредитні інститути (див. рис. 7.6).

Виникнення перших банків у Японії належить до XVII ст., що зумовлено необхідністю обслуговування банківським капіталом торгівлі, промисловості та сільського господарства. У 1617 р. в м. Осака вперше були випущені паперові гроші, забезпечені сріблом, і утворена Асоціація банкірів, яка гарантувала забезпеченість банкнот. У 1880 р. був створений Йогогамський банк золота і срібла.

КРЕДИТНА СИСТЕМА ЯПОНІЇ



Рис. 7.6. Структура кредитної системи Японії

Для фінансування будівництва нових промислових підприємств в 1890 р. був організований Промисловий банк, а для фінансування сільського господарства – Банк довгострокового кредиту і Сільськогосподарський кооперативний банк. Одночасно йшло формування мережі комерційних банків. Був прийнятий закон про банки. Особливістю розвитку банківської системи Японії в XIX ст. було те, що вона була не як основа для розвитку індустріалізації країни, а як доповнення до неї.

Перший рівень: Банк Японії.

Банк Японії – центр кредитної системи, емісійний банк країни, який був створений у 1882 р. у формі акціонерної компанії 55 % акцій Банку Японії належить державі. Приватні акціонери в управлінні банком участі не брали. Статутний капітал Банку Японії складає 100 млн. ієн.



Банк Японії, штаб-квартира якого розташована в Токіо, має 45 філій і відділень у Японії, а також представництва у Нью-Йорку, Лондоні, Парижі, Франкфурті-на-Майні та Гонконгу.

Банк Японії очолюється президентом банку та директором, до якого входять віце-президенти банку, радники президента, інспектор з нагляду за веденням справ і директор.

До основних функцій Банку Японії, крім грошової емісії, належить грошово-кредитне регулювання економіки, в тому числі здійснення міжнародних розрахунків, проведення операцій на валютному ринку, а також касове обслуговування казначейства.

Другий рівень: кредитні банки

Комерційні банки в Японії – основні банки – виконують більше 300 видів операцій і послуг для своїх клієнтів, зокрема: приймання коштів на депозити (вклади до вимоги та негайні); надання коротко-, середньо- та довгострокових позик малому і середньому бізнесу, великим корпораціям, федеральним і місцевим органам влади; фінансові та трастові послуги, електронні послуги, брокерські послуги, операції з дорожніми чеками.

Для Японії характерні дві категорії комерційних банків: міські банки та місцеві (регіональні) банки.

Міських банків 12, саме серед них знаходяться найбільші банки в світовому масштабі. Традиційним міським банком також вважають **Банк Токіо**.

Міцеві (регіональні) банки – це найчастіше дрібні та середні за масштабами операцій банки. Вони мають обмеження діяльності в географічному плані – їх діяльність обмежується розмірами префектури. Основу їх клієнтури складають дрібні та середні підприємства, вони відіграють важливу роль у фінансуванні органів місцевого управління.

Спеціальні фінансово-кредитні інститути складають велику групу різноманітних за характером їх функцій приватних, державних і кооперативних установ.

Приватні фінансово-кредитні інститути включають: інвестиційні компанії (траст-банки), банки довгострокового кредиту, страхові компанії, брокерські компанії з операцій з цінними паперами, лізингові компанії.

Інвестиційні компанії крім інвестиційних операцій виконують довірчі, а також здійснюють контроль за діяльністю брокерських компаній з операцій з цінними паперами. Більшість з них знаходиться в тісному зв'язку з великими комерційними банками країни щодо взаємного володіння акціями.

Невід'ємна частина кредитної системи Японії – 47 страхових компаній, які акумулюють значні фінансові ресурси, що використовуються ними в основному для інвестицій в цінні папери, а також 220 фондових компаній. Наявність компаній, які спеціалізуються на операціях з цінними паперами, – одна з головних особливостей банківської системи Японії. На відміну від інших країн світу в Японії чинним законодавством чітко розмежовуються повноваження між банками та фондовими компаніями, не дозволяючи їм втручатися у сферу операцій один одного.

Страхові компанії займають третє за сумою активів місце серед фінансово-кредитних інститутів. Основна частина активів страхових компаній належить компаніям зі страхування життя.

Брокерські компанії займають незначне місце серед фінансово-кредитних установ, є учасниками децентралізованого ринку цінних паперів.

Лізингові компанії є універсальними (надають в оренду різні машини та обладнання), спеціалізованими (надають в оренду певні види машин і обладнання).

Паралельно з *приватними банками* було відновлено розгалужену мережу урядових інститутів. Для кредитування зовнішньої торгівлі у 1950 р. був заснований *Експортний банк*, головною функцією якого на цьому етапі було кредитування експорту продукції японського суднобудівництва та машинобудування, експорту чорних і кольорових металів. Капітал банку належить державі, а контроль за його діяльністю здійснює Міністерство фінансів. У 1951 р. був створений *Японський банк розвитку* з передачею йому засобів і функцій Банку фінансування відновлення та Еквівалентного фонду, який діяв до 1949 р. для зарахування виручки від реалізації товарів, які надійшли в порядку допомоги від США. Діяльність банку зосереджена на пільговому кредитуванні галузей економіки, на видачі кредитів яким не зацікавлені приватні банки.

Необхідно також відзначити особливий статус *державних фінансових корпорацій* (Народна фінансова корпорація, Фінансова корпорація малого бізнесу).

Державні фінансові компанії відповідають за цільове й ефективне використання державних коштів, призначених для фінансування пріоритетних проектів, в тому числі з розвитку сільського господарства, малого бізнесу, пріоритетних регіонів країни.



Фактично державні функції виконує й один з великих **комерційних банків країни – Банк Токіо**, який підтримує кореспондентські відносини з 2000 банків у різних країнах світу. На Банк Токіо відповідно до японського законодавства покладено ведення валютних операцій.

Поштово-ощадні каси призначені акумулювати дрібні заощадження населення. Цією ж сферою діяльності займаються й великі міські банки, місцеві банки. Однак японські ощадні каси при поштових відділеннях надають індивідуальним клієнтам набагато більший набір послуг, ніж приватні банки, дозволяють на більш вигідних умовах людині середнього достатку одержувати кредити і зберігати заощадження. Завдяки цьому державні поштово-ощадні каси, які адміністративно підпорядковуються поштовому відомству, змогли акумулювати значні фінансові ресурси.

Залучені кошти ощадні каси використовують шляхом переведення їх у розпорядження Бюро довірчих фондів Міністерства фінансів.

Бюро довірчих фондів – один з найбільших фінансових інститутів країни. Його кошти складаються з внесків населення в державні поштово-ощадні каси та державні пенсійні фонди, які використовуються як джерело кредитування підприємств і кредитних інститутів.

Особливість розвитку банківської системи Японії в післявоєнний період – утворення **промислово-фінансових груп**. На чолі кожної з них стоїть великий приватний комерційний банк, а навколо нього групуються промислові компанії. В Японії діють 6 основних фінансово-промислових груп, ядром яких виступають великі міські банки – “Mitsui”, “Mitsubishi Bank”, “Sumitomo Bank”, “Fuji Bank”, “Dai Ichi Kangyo”, “Sanwa Bank”.



США

Кредитна система США складається з наступних основних елементів: банківської системи (Федеральна резервна система, яка виконує функції Центрального банку країни; комерційні банки; інвестиційні банки; ощадні банки; позиково-ощадні асоціації) і небанківських кредитних інститутів: поштових ощадних кас; фінансових компаній; кредитних кооперативів; страхових компаній; пенсійних фондів; фондів соціального страхування; товариств взаємного кредиту; інститутів страхування депозитів (див. рис. 7.7).

Американська банківська система має ряд унікальних особливостей в побудові й організації її роботи.

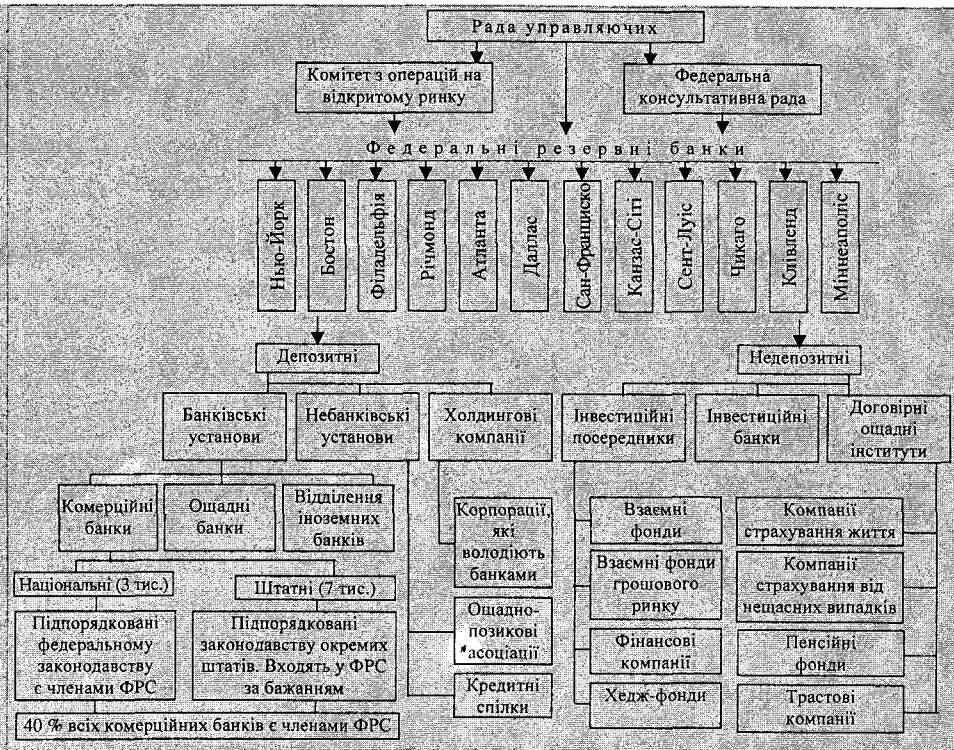


Рис. 7.7. Структура кредитної системи США



Перший рівень: Федеральна резервна система.

Функції центрального банку в США виконує Федеральна резервна система (ФРС).

На сьогодні структура ФРС наступна:

- ↳ рада управляючих;
- ↳ 12 регіональних федеральних резервних банків у відповідних округах;
- ↳ банки – члени ФРС;
- ↳ депозитні установи – не члени ФРС;
- ↳ комітет з операцій на відкритому ринку;
- ↳ федеральна консультативна рада;
- ↳ апарат ФРС.

Рада управляючих.

Відповідно до Закону про банки 1935 р. Рада управляючих складається з 7 членів, кожний з яких займає посаду протягом 14 років. Строки повноважень побудовані таким чином, що кожні 2 роки один з членів ради виходить з її складу. Члени ради призначаються президентом США. Ні контролер грошового обігу, ні міністр фінансів не можуть стати членами ради. Ні один із членів ради не може бути призначений вдруге, якщо він перебував на посаді повний строк. Одночасно тільки один представник федеральних резервних банків може бути членом ради. Один з членів ради призначається президентом США в якості головуючого, інший – в якості його заступника. Призначення кожного із 7 членів ради здійснюється після консультацій і погодження сенату Конгресу. Хоча кожен член ради може перебувати на посаді 14 років, голова ради може знаходитися на посаді тільки 4 роки.

ФРС володіє незалежністю на трьох рівнях: 1) незалежне джерело доходу ради; 2) сходинокві строки повноважень; 3) звільнення від контролю Головного бюджетно-контрольного управління.

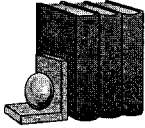
Поряд з іншими повноваженнями Рада управляючих може:

- ↳ ухвалювати або не ухвалювати облікові ставки, встановлені федеральними резервними банками різних округів;
- ↳ визначати в межах, встановлених Конгресом, резервні вимоги для всіх депозитних установ;
- ↳ дозволяти федеральному резервному банку одного округу видавати позику банку іншого округу та вимагати надання кредиту при згоді хоча б 5 членів ради;

☞ визначати типи позик, які федеральні резервні банки будуть надавати;

☞ здійснювати нагляд над федеральними резервними банками шляхом перевірки їх рахунків.

З книги рекордів Гіннеса



Найбільший банк

Найбільший банк у світі – "Citigroup" (США). Ринкова вартість його активів склала в березні 2000 р. 207,1 млрд. дол.

Федеральні резервні банки

Закон про Федеральну резервну систему 1913 р. встановив 12 окремих федеральних резервних округів, в кожному з яких є свій федеральний резервний банк.

Кожний федеральний резервний банк є корпорацією з чартером федерального уряду. В нього є акціонери, директори та президент. В кожному з 12 округів банки-члени ФРС є акціонерами свого федерального резервного банку. Кожний банк-член ФРС купує акції федерального резервного банку свого округу на суму, що дорівнює 3% від власного капіталу. Зі збільшенням власного капіталу він повинен купувати додаткові акції федерального резервного банку. Банки-члени ФРС обирають 6 із 9 директорів федерального резервного банку свого округу.

Важливим правом Ради управляючих ФРС є можливість обирати голову ради директорів і його заступника для кожного федерального резервного банку.

Федеральні резервні банки знаходяться у власності банків-членів ФРС відповідних округів, однак їх контроль обмежений. Теж саме стосується контролю за розміром прибутку федеральних резервних банків, який перерозподіляється банками членами ФРС. Федеральні резервні банки не одержують прибутку, а здійснюють нагляд за банками-членами ФРС і приймають участь у реалізації грошово-кредитної політики, розробленої Радою управляючих.

Комітет з операцій на відкритому ринку ФРС (КОВР)

У законі про банки 1935 р. Конгрес створив КОВР для розробки стратегії купівлі та продажу державних цінних паперів і її здійснення. Після появи КОВР окремим федеральним резервним банкам уже не дозволялось проводити угоди з державними цінними паперами без дозволу КОВР.



Оскільки 7 членів Ради управляючих ФРС складають більшість із 12 членів КОВР, створення КОВР ще більше посилило домінуючу роль Ради управляючих.

Голова Ради управляючих також є головою КОВР. Президент Федерального резервного банку Нью-Йорку – єдиний постійний член КОВР і завжди є заступником голови КОВР. Чотири посади в КОВР, що залишилися, розподіляються між президентами федеральних резервних банків. Насправді всі 12 президентів відвідують практично кожне засідання КОВР. Вони всі приймають участь у дискусіях, але тільки 5 з них мають право голосу. Засідання КОВР проводяться 8 разів на рік у Вашингтоні.

Федеральна консультативна рада (ФКР)

Відповідно до Закону про Федеральну резервну систему 1913 р. була заснована Федеральна консультативна рада (ФКР). Її створення стало частиною компромісу в суперечці про те, кому потрібно контролювати ФРС. ФКР складається з 12 представників федеральних резервних округів. Конгрес спочатку задумав її для здійснення зв'язку між банківською галуззю і ФРС. Всі члени ФКР є відомими банкірами.

Члени ФКР зустрічаються кожний квартал з членами Ради управляючих ФРС. Роль ФКР має консультативний характер. Рада управляючих не зобов'язана дотримуватись порад ФКР.

3 практики світового бізнесу



В США спроба створити ЦБ була зроблена ще в кінці XVIII ст., однак її успішному здійсненню заважав опір комерційних банків.

Засновники США були проти створення центрального банку незалежно від того, буде він в приватному чи в державному володінні. До того ж існуючі банки були проти домінування сильного національного банку, а уряди штатів вважали себе важливішими федерального уряду. Тому діяльність банків регулювалась урядами штатів, за винятком періодів існування Першого і Другого банків США.

*У 1907 р. Т. Рузвельт і Конгрес оголосили про вивчення проблеми заснування інституту центрального банку.**

Один з проектів – план Варбурга – пропонував заснувати централізовану банківську систему, нагляд за якою покладалася на Раду управляючих, яка складалася із 42 членів, до якої ввійшов би міністр фінансів, контролер грошового обігу, казначей США, 6 членів Конгресу, 20 голів правління філій центрального банку, 12 членів, обраних банками – держателями акцій, і керуючий радою. Відповідно до цього плану передбачалось, що всі призначені члени ради будуть працювати протягом одного року.

Другий проект – план Фаулера – передбачав просту систему, яка управляється Фінансовим судом, що складалася б з 17 членів, які б призначалися президентом. Вони повинні були представляти певні регіони країни.

Після паніки 1907 р., врахувавши деякі рекомендації, що містилися в планах Варбурга та Фаулера, Конгрес прийняв Закон Олдріча – Роланда в 1908 р. Цей

законодавчий акт вимагав від Конгресу створення Національної комісії з грошового обігу. Конгрес керував діяльністю цієї комісії, на чолі з сенатором Нельсоном Олдрічем, яка розробляла рекомендації реформ, необхідних для заснування центрального банку. 9 конгресменів і 9 сенаторів проводили тривалі слухання, які в 1911 р. вилились в план Олдріча зі створення центрального банку США.

План Олдріча рекомендував створення єдиного центрального банку з 15 філіями в різних регіонах країни. Члени Національної комісії з грошового обігу вважали, що така система виявиться надто централізованою. Тому вони запропонували, щоб центральний банк управлявся Об'єднаною резервною радою включаючи міністрів фінансів, торгівлі, праці та сільського господарства; контролера грошового обігу; 14 членів, що обираються держателями акцій центрального банку; 12 членів, що представляють фермерів і підприємців; голови та його заступника.

Цей добре продуманий план, який в 1913 р. набув форми законопроекту Оуена, став правовою основою централізованої банківської системи. Передбачалось, що нагляд за цією системою буде здійснювати Рада управляючих національним грошовим обігом із семи членів, які будуть призначені президентом. Трьох з них – міністри фінансів і сільського господарства та контролер грошового обігу; інші четверо будуть призначатись президентом і представляти національні інтереси в торгівлі, виробництві, банківській і кредитній справі.

Цей план став основою закону, прийнятого Конгресом пізніше в тому ж році. Це був закон про Федеральну резервну систему.

Другий рівень

За організаційною ознакою в банківській системі можна виділити **безфілійні банки, банки, які мають відділення, і банківські групи**. В більшості країн банківські системи представлені одним із типів, для американської ж системи характерна наявність всіх видів банківських організацій, хоча історично найбільш типовою формою були безфілійні банки (Unit Bank). Причиною цього є закон Манфедена, який був прийнятий Конгресом США у 1927 р. Згідно із законом банкам дозволялося відкривати свої відділення (філії) тільки в межах міста, де знаходилась головна контора банку. І дотепер у деяких штатах (Техас, Іллінойс) заборонено відкривати свої філії, а у Каліфорнії та Північній Кароліні, дозволяють відкривати відділення на всій території штатів. В інших штатах мережа відділень обмежена місцем розташування головної контори: селищем, містом, округом; інколи припускається відкриття відділень в сусідніх округах. Тому кількість банків у США перевищує їх кількість у будь-якій країні (приблизно нараховується 14 тис. комерційних банків, якщо врахувати й інші банківські установи, то їх кількість зростає до 40000).

Другою особливістю банківської системи США є те, що всі комерційні банки можуть обирати або статус національного банку, або банку штату.



Чи знаєте Ви, що...



першим комерційним банком США, який отримав чартер (документ на право ведення банківських операцій) став Банк Північної Америки, створений у Філадельфії у 1781 р. У 1900 р. в США було відкрито 29 банків. А у 1820 р. їх кількість сягала вже 300.

Перші законодавчі акти, що регулюють діяльність банків (1863 р. – Національний валютний акт, у 1864 р. – Національний банківський акт) надали федеральному уряду право видавати чартер.

Банки, які отримують чартер від уряду штатів, називаються штатними, а ті, які отримували чартер від федерального уряду – національними банками. Згідно зі статусом Національного банку, банк повинен вступити в ФРС (всі національні банки обов'язково є банками-членами ФРС) і зберігати там свої резерви та підпорядковуватися його правилам, а також зобов'язаний вступити до Федеральної системи зі страхування депозитів (Федеральна корпорація страхування депозитів була створена згідно із законом Гласса-Стагалла (закон “Про банківську діяльність” (1933 р.)) з метою відновлення та зміцнення довіри вкладників до банків (гарантувала повернення внесків у разі банкрутства застрахованого банку).

Отримавши статус банку штату, діяльність банку регулюється кожним штатом країни. За своїм бажанням банк штату може вступити до Федеральної системи (стати банком-членом ФРС) або до Федеральної системи зі страхування депозитів.

Відповідно до банківського законодавства США усі фінансово-банківські інститути поділяються на депозитні та недепозитні.

Пенсійні фонди виступають головними інституційними інвесторами на ринку капіталу. Свої кошти вони інвестують у корпоративні акції та акції взаємних фондів, корпоративні облигації, державні цінні папери, заставні. Близько 27 % усіх фінансових активів США перебуває під контролем пенсійних фондів. Недержавні пенсійні фонди виконують дві основні функції: роль соціального стабілізатора й основного джерела “довгих грошей”, за рахунок яких фінансуються довгострокові інвестиції.

Характерною особливістю американських **взаємних фондів** є велика різноманітність, породжена спеціалізацією діяльності фондів. Нараховується понад 60 різних видів цих фінансових посередників, проте виділяють 4 основних залежно від джерел інвестування коштів, які, у свою чергу, поділяються на: фонди акцій, взаємні фонди грошового ринку, облигаційні взаємні фонди та гібридні фонди.

Специфічним фінансовим інститутом, який виник в США у 1949 р., є *хедж-фонд*. Найчастіше під цим терміном розуміють фонд, організований у формі закритого партнерства, орієнтований на інвестиції у спекулятивні активи, який застосовує леверидж і різну техніку хеджування. Хедж-фонди відрізняються від взаємних фондів певними ознаками: взаємні фонди підлягають жорсткому регулюванню, відкриті для всіх інвесторів, хеджеві – відкриті для обмеженого кола заможних акредитованих інвесторів (99 членів, мінімальний внесок 250 тис. дол., мінімальний дохід інвестора – 1 млн. дол.), доходність взаємних фондів вимірюється у відносному вимірі, хеджевих – у абсолютному, на відміну від взаємних фондів, вони ефективно використовують методи хеджування, тому не піддаються впливу ринкових коливань, інвестують завжди та намагаються отримати прибуток за будь-яких обставин. Розміри активів хедж-фондів оцінюються у 300 млрд. дол., при цьому їх зростання становить приблизно 20 % на рік.

Важливу роль у фінансуванні новостворених підприємств, особливо в галузях нових технологій, відіграють *венчурні фонди*. Капітал вони мобілізують із різних джерел, але понад половини надходить від інших фінансових посередників, таких, як пенсійні фонди та страхові компанії, тобто венчурні фонди виступають посередниками між колективними інвесторами та підприємствами. Підвидом підприємств венчурного капіталу є інвестиційні компанії для малого бізнесу. Вони функціонують як інвестиційні трастові фонди закритого типу, що ліцензуються та контролюються Управлінням у справах малого бізнесу США. Більшість із них є філіями банків чи страхових компаній.

Ще одним важливим інвестиційним посередником на американському ринку виступають *фінансові компанії*, які спеціалізуються в основному на видачі споживчих кредитів населенню та середньо- і короткострокових кредитів для підприємств. Свій капітал фінансові компанії формують за рахунок банківських позик, продажу комерційних цінних паперів, емісії довго- та середньострокових боргових зобов'язань. Вони належать до фінансових інститутів із високою часткою позикового капіталу: відношення позичених коштів до власного капіталу становить майже 10 до 1.

Для фінансових компаній характерний досить високий ступінь спеціалізації. Так, одні компанії спеціалізуються на споживчому кредитуванні, зокрема на дрібних позиках, інші – займаються кредитуванням підприємств, купівлею дебіторської заборгованості (факторингом), лізингом. Виділяють три види фінансових компаній: компанії, що надають позики



споживачам для купівлі товарів у дрібних торговців або виробників; компанії, що надають позики для купівлі окремих товарів тривалого користування; факторингові та лізингові компанії.

Традиційно у США велика роль у споживчому кредитуванні відводиться **кредитним спілкам**. У США створено Національний фонд пайового страхування кредитних спілок, який страхує паї (депозити) членів спілок у сумі до 100 тис. дол.

Аналізуючи розвиток кредитних спілок США, можна виділити три тенденції: 1) концентрація капіталу (дрібні кредитні спілки зливаються або ліквідуються, кількість спілок зменшилася на сьогодні утричі у порівнянні з 1970 р.); 2) кредитні спілки стали технологічно конкурентоспроможними при порівняно невеликих розмірах; 3) розподіл ресурсів між кредитними спілками стає скоординованішим, кошти переміщуються між відділеннями за допомогою централізованої системи кредитних спілок.

Значними активами володіють **урядові фінансові інституції**. Уряд залучається до фінансового посередництва шляхом заснування федеральних кредитних установ і забезпечення урядовими гарантіями приватних позик. Федеральні кредитні установи відіграють важливу роль у підтриманні житлового будівництва, кредитуванні сільського господарства, наданні студентських позик тощо.

7.3. Міжнародні банківські організації



Світовий банк

Світовий банк є багатосторонньою неурядовою кредитно-фінансовою установою, мета якої надавати допомогу країнам-членам на шляху до економічного та соціального прогресу. Ним було профінансовано понад 6000 операцій у 164 країнах на суму 340 млрд. дол. США.

Група Світового банку складається з наступних фінансових інституцій: Міжнародного банку реконструкції та розвитку (МБРР), Міжнародної асоціації розвитку (МАР), Міжнародної фінансової корпорації (МФК), Багатостороннього агентства з гарантій інвестицій (БАГІ).

Офіційні цілі усіх членів Групи Світового банку – зниження рівня бідності та підвищення життєвих стандартів країн-членів шляхом сприяння економічному розвитку останніх і залучення ресурсів з розвинутих країн до країн, що розвиваються.

Втім, кожна з установ Групи Світового банку було засновано з метою розв'язання певних конкретних завдань, отже, кожна з них має свої функції і відіграє самостійну, якісно відмінну роль. МБРР кредитує уряди країн, що розвиваються, з середнім рівнем доходу, МАР надає кредити на концесійних умовах урядам найбідніших країн. БАГІ надає гарантії від некомерційних ризиків іноземним інвесторам, які спрямовують власний капітал в економіки країн-членів Світового банку, що розвиваються. МФК сприяє економічному розвитку цих країн шляхом інвестування в їх приватний сектор.

До завдань МФК входить сприяння зростанню приватного сектора в країнах, що розвиваються, шляхом надання консультацій та інвестицій без гарантії з боку держави. Корпорація фінансує створення нових компаній, бере участь у розширенні існуючих або модернізації діючих компаній у різноманітних секторах економіки – від агробізнесу до видобутку вугілля. Певні проекти МФК стосуються розвитку фінансового сектора у країнах, що розвиваються, наприклад, шляхом фінансування у створення таких установ, як інвестиційні банки та страхові компанії. Фінансуючи переважно приватні підприємства, МФК може також інвестувати підприємства з частковою державною власністю за умови, що управління залученого приватного сектора і підприємства здійснюється на комерційній основі. Для фінансування проекту з боку МФК необхідно виконати дві основні умови: він повинен бути корисним для країни та прибутковим для інвесторів.

МАР надає позики урядам країн, що розвиваються, під гарантії державним і приватним господарюючим суб'єктам цих країн. Значна частина цих ресурсів надається на пільгових умовах. Тільки держави, в яких річний прибуток на душу населення становить менше 1305 дол. США, мають право отримати позику МАР. Проте на практиці більшість позик МАР було надано країнам, які мають дохід на душу населення 800 дол. США і нижче. Позики МАР, відомі як "кредити", мають 10-річний термін відстрочки й оплачуються протягом 35-45 річного періоду (відповідно до кредитоспроможності країни-одержувача). Грошові надходження, які потім МАР дає у борг, формуються за рахунок внесків найрозвинутіших країн.

БАГІ було засноване для залучення іноземних інвестицій у країнах, що розвиваються, страхуючи їх у випадку політичного ризику.

БАГІ пропонує чотири типи покриття страхових випадків:

☞ відсутність конвертованості валюти. Забезпечується захист від втрат, які виникають через неможливість конвертації прибутку від іноземних інвестицій, отриманих у місцевій валюті, у вільноконвертовану валюту;



↳ експропріація. Забезпечується захист від втрат, що виникають у зв'язку з діями уряду, які можуть скоротити або обмежити права власності чи контролю та права на страхування інвестицій;

↳ війна та громадянська непокоря. Забезпечується захист від втрат, які виникають у зв'язку з воєнними діями чи громадянською непокорюю, що руйнують або виводять з ладу майно проекту підприємства;

↳ розривання контракту. Забезпечується захист від втрат, які виникають у разі неспроможності інвестора вплинути на рішення країни-акцептанта, яка відмовилася від контракту або розірвала його.

БАГІ допомагає країнам розробляти напрями політики та створювати установи, необхідні для отримання прямих іноземних інвестицій.



**Банк
міжнародних
розрахунків**

Банк міжнародних розрахунків (БМР) – найстаріша з міжнародних фінансових організацій, – був створений у 1930 р. Окрім більшості країн Західної та Північної Європи, а також шести країн Східної Європи (Угорщина, Польща, Болгарія, Румунія, Чехія, Словенія, Югославія), до нього входять США, Канада, Австралія та Південно Африканська Республіка. Штаб-квартира банку розташована в м. Базель. Незалежність БМР гарантується його капіталом, який становить 1500 млн. золотих франків (золотий франк еквівалентний 0,290 г чистого золота чи 1,94 дол. за курсом 108 дол. за унцію золота, зафіксованому в річному звіті Банку в червні 1989 р.).

БМР передусім є центром співробітництва центральних банків. Його адміністративна рада складається з голів 5 центральних банків держав-засновників (Німеччина, Бельгія, Франція, Великобританія, Італія), з 5 інших адміністраторів того ж підданства та з керівників центральних банків Швейцарії, Швеції і Нідерландів.

БМР покликаний обслуговувати центральні банки. Він приймає як депозити частину їх ліквідних активів, в разі необхідності надає їм кредити, розміщує на ринку кошти, які перебувають у його розпорядженні.

Крім банківської діяльності, БМР відіграє роль великого координаційного центру. Збори його адміністративної ради дають привід для регулярних зустрічей керівників центральних банків провідних промислово розвинутих країн. Американський, канадський та японський керівники періодично приєднуються в м. Базель до своїх європейських колег, щоб обмінятися думками з приводу міжнародної валютної ситуації і розглянути питання, які викликають загальний інтерес. Так, центральні банки доручили



БМР стежити за міжнародною банківською діяльністю та євrorинками, які, за принципом утворення, не підходять до жодної національної регламентації.

Діяльність банку призвела до розробки перших правил міжнародних банківських операцій, які містяться в опублікованій у 1975 р. Хартії нагляду за міжнародними банками. Ці правила були систематизовані та доповнені Базельською угодою 1983 р.

Під егідою БМР проводив свою роботу Комітет Кука, в результаті чого у червні 1988 р. було сформульовано чіткі, обов'язкові для виконання рекомендації, які стосувалися величин показників платоспроможності міжнародних банків.

В усіх зазначених сферах БМР відіграє роль не тільки координаційного центру, а й секретаріату. Таким чином, він робить значний внесок у підготовку рішень. БМР не має законодавчої влади: сформульовані під його егідою рекомендації можуть бути втілені в життя тільки власними рішеннями кожної країни, інтересів яких вони стосуються. Але досвід показує, що сила вільного, неформального консенсусу, досягнутого в рамках БМР між керівниками центральних банків, найчастіше виявляється вагомішою від багатьох національних рішень.

Аналогічно БМР відіграє значну роль в європейських і міжнародних валютних справах. Йому належить посада адміністратора в Тимчасовому комітеті Міжнародного валютного фонду і в "Групі десяти"; з моменту створення у 1964 р. Комітет керуючих ЄС БМР виконує функції його секретаріату, а також секретаріату адміністративної ради Європейського фонду валютного співробітництва (ЄФВС).



**Європейський
банк
реконструкції
та розвитку**

Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР) – міжнародна організація,

створена на основі Угоди від 29 травня 1990 р. Засновниками ЄБРР є 40 держав – всі

європейські країни (крім Албанії), США, Канада, Мексика, Марокко, Єгипет, Ізраїль, Японія, Нова Зеландія, Австралія, Південна Корея, а також ЄС і Європейський інвестиційний банк. Його членами можуть бути, крім європейських країн, всі члени МВФ. На 1 січня 1994 р. акціонерами ЄБРР були 57 країн. Штаб-квартира ЄБРР розташована в Лондоні. Статус і привілеї ЄБРР та пов'язаних з ним у Великобританії осіб визначені в Угоді про штаб-квартиру між урядом Великобританії та Північної Ірландії і ЄБРР, підписаній 15 квітня 1991 р.



Головне завдання ЄБРР – сприяти переходу європейських постсоціалістичних країн до відкритої, орієнтованої на ринок економіки, а також розвитку приватної та підприємницької ініціативи. Основними об'єктами кредитування ЄБРР є приватні фірми та державні підприємства, що приватизуються, а також нові компанії, включаючи спільні підприємства з міжнародними інвестиціями. Головна мета банку полягає в заохоченні інвестицій у регіони. ЄБРР співпрацює з іншими інвесторами та кредиторами в наданні кредитів і гарантій, а також інвестуванні коштів в акціонерні капітали. Ця діяльність повинна доповнюватися кредитуванням інфраструктури або інших проектів у державному секторі, які орієнтовані на підтримку ініціатив приватного сектора. ЄБРР заохочує регіональне співробітництво, і проекти, які підтримуються ним, можуть охоплювати декілька країн.

Керівництво діяльністю ЄБРР здійснюють: Рада керуючих, Рада директорів і Президент. Рада керуючих – вищий розпорядчий орган ЄБРР – включає 2 представники (керуючого та його заступника) від кожного учасника банку (країни чи міжнародної організації). На щорічному засіданні Рада обирає одного з керуючих як голову, який виконує обов'язки до обрання наступного голови. Всі повноваження ЄБРР є прерогативою Ради керуючих, яка вирішує принципові питання діяльності банку.

Рада директорів – головний виконавчий орган, у компетенції якого знаходяться поточні питання роботи ЄБРР, а також здійснення важливих повноважень, делегованих їй Радою керуючих. Переважно це підготовка роботи Ради керуючих, в межах наказів Ради – визначення політики та прийняття рішень стосовно кредитів, що надаються, гарантій, інвестицій в акціонерний капітал, заохочення кредитів, надання технічної допомоги, затвердження бюджету ЄБРР.

Президент ЄБРР обирається на 4 роки Радою керуючих більшістю голосів із загальної кількості керуючих, які мають не менше половини від загальної кількості голосів. Президент ЄБРР керує поточною діяльністю ЄБРР під наглядом Ради директорів. Він не бере участі у голосуванні, але в тих випадках, коли голоси розділяються порівну, має право вирішального голосу; може брати участь у засіданнях Ради керуючих і головує на Раді директорів.

Країни Європейського інвестиційного банку та власне ЄС мають у статутному капіталі ЄБРР квоту розміром 51 %, країни Центральної і Східної Європи – 13 %, інші європейські країни – 11 %, неєвропейські країни – 24 %. Найбільші частки в капіталі мають США (10 %), Італія, Німеччина, Франція,

Великобританія та Японія (по 8,5 %). Розмір статутного капіталу переглядається не рідше, ніж раз у 5 років. Сукупна частка країн-членів ЄС, Європейського інвестиційного банку та власне ЄС при перегляді розміру капіталу не повинна бути нижчою, ніж 50 % загальної суми дозволеного до підписки капіталу.

Сукупні кредитні ресурси ЄБРР представлені звичайними ресурсами та коштами спеціальних фондів. Звичайні ресурси включають:

- 1) дозволений до випуску статутний капітал ЄБРР, в тому числі акції, які оплачуються, і акції, які підлягають оплаті за вимогою;
- 2) заохочені позикові кошти;
- 3) кошти, отримані за рахунок погашення позик чи за гарантіями, а також виручка від реалізації інвестицій в акціонерний капітал;
- 4) інші кошти та прибутки ЄБРР, які не є частиною ресурсів спеціальних фондів.

Із звичайних ресурсів ЄБРР надає кредити на ринкових умовах країнам на реалізацію рентабельних проектів розвитку.

Спеціальні фонди включають кошти, спрямовані до відповідного спеціального фонду, та прибутки, отримані від інвестицій, утворених з ресурсів спеціальних фондів. Перші два відкриті спеціальні фонди були створені у квітні 1992 р. в рамках Балтійської інвестиційної програми, прийнятої Міністрами економіки та фінансів північних країн (Данія, Ісландія, Норвегія, Фінляндія і Швеція). Головна мета програми – сприяти розвитку приватного сектору шляхом підтримки малих і середніх підприємств у Латвії, Литві та Естонії.



Європейський інвестиційний банк

Європейський інвестиційний банк (ЄІБ)

був створений відповідно до Римського договору як автономна організація, капітал якої поділений між державами-членами, а штаб-квартира знаходиться в Люксембурзі. Його місія полягає в тому, щоб, “звертаючись до ринку капіталів і до своїх власних ресурсів, сприяти збалансованому та рівномірному розвитку Спільного ринку в інтересах Співтовариства”.

ЄІБ значно розширив свою діяльність з моменту створення. Його інтервенції всередині Співтовариства сконцентровані у географічному плані, але диверсифіковані з галузевої точки зору. У цьому ж розумінні ЄІБ керує механізмами позик за рахунок інших організацій Співтовариства. Він також створює інтервенції, хоча й обмежені, в країнах АКТ за свій рахунок і особливо за рахунок ЄС.



У Європі метою діяльності ЄІБ є спрощення фінансування інвестицій в інфраструктуру чи промислових інвестицій за проектами, які викликають регіональний, галузевий або загальноєвропейський інтерес. На практиці банк надає перевагу проектам, які викликають регіональний інтерес і стосуються найменш розвинених областей або сфер конверсії.

У галузевому плані основна увага приділяється проектам з інфраструктури, особливо в галузі енергетики (30 % фінансування у 1987 р.), а також транспорту і телекомунікацій. Протягом кількох останніх років набуло розвитку фінансування проектів з охорони навколишнього середовища (21 % фінансування). Модернізація промисловості, звичайно, займає важливе місце, з недавнього часу орієнтуючись на малі та середні підприємства, високотехнологічні інвестиції і співробітництво між європейськими підприємствами, які стосуються декількох держав-членів.

Основну зону інтервенцій ЄІБ становлять країни АКТ. Він також надає позики середземноморським державам (особливо Туреччині).



Регіональні банківські інститути

Регіональні банки розвитку створені в 60-х рр. ХХ ст. в Азії, Африці, Латинській Америці для рішення специфічних проблем і розширення співробітництва країн цих

регіонів, що розвиваються.

Міжамериканський банк розвитку (МаБР, Вашингтон, створений у 1959 р.), Африканський банк розвитку (АфБР, Абіджан, створений у 1963 р.) і Азіатський банк розвитку (АзБР, Маніла, створений у 1965 р.) переслідують єдині цілі: довгострокове кредитування проектів розвитку відповідних регіонів, кредитування регіональних об'єднань. Загальною рисою цих банків є істотний вплив на їх діяльність розвинутих країн, яким належить значна частина капіталів банків і вони складають приблизно 1/3 їх членів. У регіональних банках розвитку встановлений однаковий принцип формування ресурсів, залучення позикових засобів у соціальні фонди, проводиться кредитна політика багато в чому за зразком групи МБРР

Разом з тим існують розходження в діяльності регіональних банків розвитку. Вони визначаються різним рівнем економічного, культурного розвитку країн трьох континентів – Латинської Америки, Африки й Азії, особливостями їх історичних традицій.



Міжамери- канський банк розвитку

Міжамериканський банк розвитку (МаБР) – міжнародний фінансовий інститут, затверджений для фінансування програм економічного розвитку в країнах Латинської Америки.

Проект угоди про створення МаБР був підготовлений Спеціальною комісією Міжамериканської соціально-економічної ради Організації американських держав у січні – квітні 1959 р. за активної участі США. МаБР розпочав операції 1 жовтня 1960 р.

Число членів МаБР сягає 43 членів. Членами банку є 26 регіональних країн, у тому числі США і Канада, і 16 нерегіональних країн, розташованих в Європі та Азії.

Основна мета діяльності МаБР, сформульована в угоді про його створення, полягає в тому, щоб сприяти прискоренню процесу економічного розвитку країн-учасниць.

Для досягнення цієї мети перед МаБР поставлені такі завдання:

✧ сприяти інвестуванню державного та приватного капіталу для цілей розвитку;

✧ використовувати свій власний капітал, кошти, отримані Банком на грошових ринках, та інші доступні ресурси для фінансування розвитку країн-учасниць;

✧ заохочувати приватні капіталовкладення в проєкти, які сприяють економічному розвитку, і доповнювати приватні вклади, коли приватний капітал виявляється недоступним за нормальних умов;

✧ співпрацювати з країнами-учасницями для кращого використання їх ресурсів і координації розвитку їх економік;

✧ допомагати розвитку зовнішньої торгівлі країн-учасниць;

✧ забезпечувати технічну допомогу для підготовки, фінансування та здійснення планів економічного розвитку.

Управління МаБР здійснюють Рада керуючих, Директорат і Президент. Рада керуючих уповноважена вирішувати всі питання організації і діяльності цієї установи. Представник кожної країни в Раді управляючих може дати 135 голосів плюс один голос на кожні 10 тис. дол. внеску в МаБР. Найбільшу кількість голосів мають США – 34 %, Аргентина – 12,7 %, Бразилія – 12,07 %, Мексика – 7,76 %, Венесуела – 6,47 %, Канада – 4,73 %.

Для надання кредитів Банк безпосередньо використовує оплачений капітал, кошти фонду для спеціальних операцій і довірчих фондів, резервний капітал і заохочувальні кошти. Із фонду спеціальних операцій фінансування здійснюється на пільгових умовах. Довірчі фонди засновані в межах МаБР окремими країнами чи організаціями. Найбільша частина наданих Банком кредитів була спрямована на розвиток ключових галузей економіки



Латиноамериканського континенту – сільського господарства (23 %) та енергетики (25 %), а також на розвиток інфраструктури портів цих країн. МаБР надає кредити на таких умовах:

☛ зі звичайних ресурсів і міжрегіонального капіталу на строк від 15 до 30 років за ставками: за кредити у вільно конвертованій валюті – 7,9 %; за кредити в національних валютах країн-позичальниць – 4 % річних;

☛ з фонду для спеціальних операцій – на строк від 20 до 40 років за ставкою від 1 до 4 % річних залежно від рівня економічного розвитку країни-позичальниці та характеру проекту, що кредитується.



**Азіатський
банк
розвитку**

Угода про заснування *Азіатського Банку Розвитку (АзБР)* була підписана на Конференції, яка відбулася у грудні 1965 р. в Манилі представниками 27 країн, і набула чинності у серпні 1966 р. З 1967 р. АзБР розпочав свою кредитну діяльність. Банк є регіональним інститутом довгострокового кредитування проектів розвитку. У ньому беруть участь 43 країни.

Офіційні цілі АзБР – сприяння розвитку економіки і зовнішньої торгівлі країн Азії, що розвиваються, стимулювання регіонального співробітництва, надання технічної допомоги, допомоги в координації їх економічної політики.

Згідно зі Статутом Банку 67 % його акцій повинні належати регіональним країнам – членам. Однак цей розподіл акцій не відображає співвідношення акціонерів, представлених розвиненими країнами та країнами, що розвиваються, оскільки до числа регіональних членів АзБР належать Японія, Австралія та Нова Зеландія. Враховуючи частки їх акцій, 60 % суми підписного капіталу припадає на розвинені країни. Це є важливим через те, що лише 20 % голосів розподіляється порівну між країнами – членами, а 80 % – пропорційно кількості акцій.

Згідно зі Статутом Банк здійснює капіталовкладення тільки в країнах регіону, що розвиваються. Кредити АзБР виділяються переважно з двох фондів: звичайного та спеціального. Перший призначений для кредитування на комерційних умовах країн, що розвиваються, тобто за високою ринковою процентною ставкою і на більш короткий термін, як правило на 10-25 років. Спецфонд призначений для довгострокового кредитування (25-40 років) за пільговою процентною ставкою (1-3%). Всі кредити АзБР мають пільговий період: у кредитах зі звичайних коштів Банку він становить 3-5 років,

рідше – 7 років; у спеціальних кредитах пільговий термін, як правило, становить 10 років.

Із загальної суми наданих кредитів АЗБР 30 % становили кредити спецфонду і 70 % – звичайні кредити.

Крім кредитів, АЗБР надає країнам регіону, що розвиваються, технічну допомогу у вигляді послуг експертів при підготовці та здійсненні різноманітних проектів.

Участь країн Азії, що розвиваються, в АЗБР дає їм ряд переваг порівняно з безпосереднім позичанням на приватних ринках капіталів. Ці переваги полягають у наступному: по-перше, АЗБР 30 % своїх кредитів надає із спецфонду на пільгових умовах, по-друге, заохочуючи середньострокові кошти на своринку, АЗБР трансформує їх у довгострокові кредити країнам, що розвиваються, передбачаючи в порядку їх погашення пільгові строки.



**Африканський
банк
розвитку**

Африканський Банк Розвитку (АфБР) – регіональна організація країн Африканського континенту. Угода про створення АфБР була підписана у 1963 р. 23 африканськими державами при сприянні Економічної комісії ООН для Африки. Зазначена угода набрала сили у вересні 1964 р. Свою діяльність Банк розпочав з липня 1966 р. На сьогодні кількість країн – членів АфБР становить 50 держав.

Згідно зі Статутом, завдання АфБР полягають у допомозі економічному розвитку та соціальному прогресу африканських країн-членів шляхом фінансування програм регіонального розвитку, заохочування державних і приватних інвестицій, надання технічної допомоги.

У травні 1979 р. на XV щорічному засіданні Ради керуючих було ухвалено рішення про прийняття в члени АфБР 17 неафриканських країн (до цього членами Банку були виключно африканські країни). У зв'язку із цим африканським країнам належить 2/3, нерегіональним членам АфБР – 1/3 капіталу.

За секторами економіки кредити розподілялися таким чином: енергетика, водозабезпечення, телекомунікації – 36,0 %; транспорт – 26,0 %; промисловість – 20,0 %; сільське господарство – 17,2 % і охорона здоров'я – 0,8 %.



ТЕМА 8

СТРАХУВАННЯ В СИСТЕМІ СВІТОВОГО БІЗНЕСУ

8.1. Особливості міжнародного страхового ринку

8.2. Особливості страхування в різних країнах світу

8.3. Інтеграційні процеси в страхуванні України



ТЕМИ ДЛЯ РЕФЕРАТІВ

1. Медичне страхування за кордоном.
2. Історія виникнення страхування в Україні та Росії.
3. Страховий нагляд у країнах Європейського Союзу.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. Вказати особливості міжнародного страхового ринку.
2. Розкрити основні тенденції розвитку страхування в III-му тисячолітті.
3. Охарактеризувати переваги Інтернет-страхування.
4. Навести особливості страхування в країнах Європи.
5. Вказати особливості страхування в країнах Азії.
6. Зазначити особливості страхування в країнах Америки.
7. Навести особливості страхування в Австралії.
8. Охарактеризувати напрями виходу України на міжнародний страховий ринок.



НАША КОМПАНІЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

1. Обрати дві страхові компанії, які будуть обслуговувати Ваше підприємство в Україні та філію за кордоном.
2. Визначити критерії обрання страхових компаній.
3. Охарактеризувати обрану страхову компанію за наступними ознаками:

- структура управління страховою компанією;
- види страхових послуг, що надає дана страхова компанія;
- частка на міжнародному та національному ринках цієї компанії;
- кадрова політика.

4. Розробити страховий договір та поліс із зазначенням виду страхової послуги, який буде отримувати Ваше підприємство в Україні та за кордоном.



8.1. Особливості міжнародного страхового ринку**Особливості організації міжнародного страхового ринку**

В умовах стабілізації економіки, зміни форм власності та механізму управління зростає потреба суб'єктів господарської діяльності у захисті своїх майнових інтересів та інтересів працівників від

різноманітних ризиків.

Економічний простір, в якому взаємодіють страхувальники (формують попит на страхові послуги), страховики (задовольняють попит на послуги), страхові посередники (агенти і брокери), а також об'єднання страхової інфраструктури (асоціації страховиків, консалтингові фірми, навчальні центри), називається **міжнародним страховим ринком**.

Глобалізація світового страхового ринку полягає в усуненні законодавчих та економічних бар'єрів між національними страховими ринками, що відбувається під впливом змін у світовій економіці і завершується формуванням глобального страхового простору.

Особливості організації міжнародного страхового ринку наведено в табл. 8.1.

Таблиця 8.1. Особливості організації міжнародного страхового ринку

№ з/п	Критерій	Характеристика
1	Форми власності та організаційно-правові форми здійснення страхової діяльності	<ul style="list-style-type: none"> ☞ акціонерні компанії ☞ товариства взаємного страхування ☞ державні страхові компанії ☞ приватні страхові компанії ☞ кооперативні страхові компанії ☞ спільні підприємства ☞ корпорації ☞ бюро страховиків (моторне, авіаційне, медичне, морське тощо)
2	Страхове законодавство	<ul style="list-style-type: none"> ☞ законодавчі акти та норми в галузі страхування ☞ система атестацій страховика контролюючими органами
3	Державне регулювання та нагляд	<ul style="list-style-type: none"> ☞ контроль за змістом договорів страхування ☞ порядок регулювання спірних ситуацій ☞ нагляд за виконанням страховиками своїх зобов'язань ☞ ліцензування страхових операцій і реєстрація страхових організацій, компаній, в тому числі фірм, що представляють іноземний капітал ☞ порядок визначення та розрахунку платоспроможності страхових компаній, наявності в них технічних резервів та їх розміщення ☞ умови припинення діяльності страховиків (у випадку відклику ліцензій або банкрутства) ☞ порядок роботи державного страхового нагляду ☞ проведення щорічного аудиту страхової, перестрахової і фінансово-господарської діяльності, порядок затвердження і публікації річних балансів страхової організації
4	Форми страхування	<ul style="list-style-type: none"> ☞ добровільне (здійснює більшість країн) ☞ обов'язкове

Розглянемо основні поняття, наведені в таблиці 8.1.

Товариство взаємного страхування – форма організації страхування на основі створення страхових фондів шляхом пайової участі членів товариства. Страхувальникам належать усі активи товариства.

Для координації діяльності страховиків, захисту інтересів своїх членів та здійснення спільних програм утворюються різноманітні об'єднання страховиків.

Страхові компанії можуть об'єднуватись зі створенням юридичної особи (спілки, асоціації) та без створення юридичної особи (страховий пул).

Страховий пул – це добровільне об'єднання страхових компаній для спільного страхування певних ризиків, що створюється на підставі угоди між зазначеними компаніями з метою забезпечення фінансової стійкості страхових операцій на умовах солідарної відповідальності за виконання зобов'язань за договорами страхування.

Діяльність страховиків жорстко регулюється законодавством і контролюється спеціальними органами державного страхового нагляду. Такі органи існують, зокрема, у Великобританії, Німеччині, Франції та інших країнах.

Облік, збір та накопичення інформації, що стосується ліцензування страхової діяльності та нагляду за страховою діяльністю страховиків, забезпечується створенням єдиного державного реєстру страховиків (перестраховиків)¹.

Організація страхової справи в промислово розвинутих країнах базується на спеціальному страховому законодавстві, судовому прецеденті (рішення суду щодо певної справи, яке в подальшому є взірцем для судів при розв'язанні аналогічних справ) і страхових традиціях. Економічна політика урядів різних країн спрямована на захист інтересів страхувальника, чим і зумовлюється необхідність державного регулювання. Основні напрями державного регулювання були відображені в табл. 8.1.

Нормативною базою страхового регулювання в країнах Європейського Союзу (ЄС) є європейські директиви.

Країни, що входять до ЄС, поетапно усувають розбіжності в законодавстві, що регулює страхову діяльність.

Уніфікованим документом, що засвідчує наявність договору страхування певного класу в країнах ЄС, є європоліс.

Більшість видів страхування є добровільними. Обов'язковим у всіх країнах

¹ Детальніше див. лекція 8 посібника "Основи бізнесу: Навчальний посібник / За редакцією проф. Ф.Ф. Бутинця, К.В. Романчук. – 2-е вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП "Рута", 2004. – 364 с. – С. 174.



ЄС є страхування цивільної відповідальності власників (водіїв) автотранспортних засобів, а в деяких країнах, наприклад у Німеччині, – страхування екологічних ризиків. До інших видів обов'язкового страхування відносять цивільну відповідальність підрядників при будівництві будинків, професійну цивільну відповідальність у фармацевтиці, ядерній енергетиці тощо. Особлива увага у всіх промислово розвинутих країнах приділяється рівню платоспроможності й надійності страхових компаній. Порядок оцінки і вимоги до рівня платоспроможності страхової компанії встановлюються окремо для загальних і довгострокових видів страхування. Поняття надійності компанії передбачає не лише можливість виконання зобов'язань, але й готовність їх виконати.

У світовій практиці існує **дві системи страхування**:

☞ **система першого ризику** – при настанні страхового випадку виплачується страхове відшкодування в межах страхової суми, передбаченої договором, але не більше суми збитку;

☞ **система пропорційного ризику** – відшкодовується лише та частина збитку, якою визначається страхове забезпечення.



Тенденції розвитку страхування

Міжнародний страховий ринок постійно змінюється. Можна виділити 5 основних тенденцій розвитку страхування в ринкових умовах господарювання (рис. 8.1).

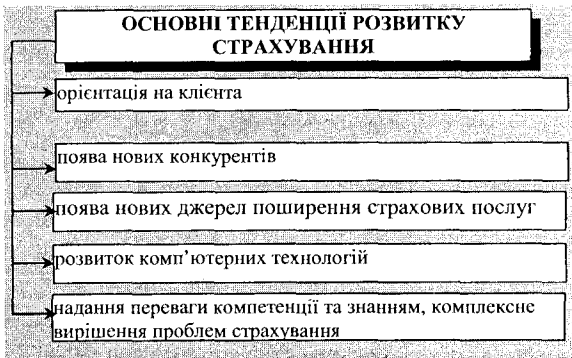


Рис. 8.1. Основні тенденції розвитку страхування

Тенденція 1. Орієнтація на клієнта. Як в особистому, так і в майновому страхуванні потреби страхувальників стають все більш індивідуальними. У зв'язку зі змінами в житті суспільства, зокрема, збільшенням середнього віку населення, підвищенням рівня комп'ютеризації в повсякденній роботі, ці потреби стають більш помітними. Перспективи

росту полягають не в збільшенні обсягів виробництва стандартних продуктів, а в пошуку нових рішень та технологій.

Тенденція 2. Поява нових конкурентів. В світі активно відбуваються процеси зниження рівня втручання держави в регулювання страхової діяльності, що призводить до появи в галузі великої кількості нових конкурентів. Особливо яскраво ця ситуація спостерігається на ринку масових страхових продуктів: страхування автотранспорту, інші види майнового страхування, деякі види страхування життя. Будь-яка компанія, яка має добре відому фірмову марку, є потенційним постачальником страхових продуктів. Окрім того, банки надають такі традиційні види страхування, як страхування життя, за допомогою програм пенсійного забезпечення. Тому страховики повинні підвищувати престиж своїх компаній.

Тенденція 3. Поява нових джерел поширення страхових послуг. Страховальники потребують надання страхових послуг в будь-який час. Як вважає більшість страховальників, це призведе до зниження ролі традиційних страхових посередників, які продають страхові продукти, – агентів та брокерів. З іншої сторони, підвищиться значення прямих продаж, особливо простих страхових продуктів, які не потребують особливих консультацій. Роль таких джерел поширення таких страхових продуктів, як телефон, мережі автоматизованих продавців та Інтернет, значно зростає. Також підвищується роль взаємопов'язаних джерел поширення (наприклад, автоматичне придбання страхового полісу при купівлі автомобіля).

Тенденція 4. Розвиток комп'ютерних технологій. Одна з найважливіших цілей страховиків у всьому світі полягає в отриманні найбільш повної інформації про своїх клієнтів. Це означає інвестування великих коштів в електронні засоби зв'язку, банки даних тощо. Наприклад, у Великобританії існують компанії, що займаються майновим страхуванням. Вони самі телефонують своїм клієнтам і повідомляють про можливість виникнення шторму або іншого стихійного лиха. Результатом цього є значне зменшення можливості шахрайства з боку клієнтів. Така система обслуговування клієнтів стала можливою завдяки створенню банку даних страховальників та занесення його на електронну карту місцевості. Великий потенціал в області інновацій належить Інтернету.

Чи знаєте Ви, що...



складність багатьох страхових продуктів ускладнює використання Інтернету. Це, на перший погляд, абсолютно очевидне твердження сьогодні усе більше піддається сумніву. Так, частина послуг, наприклад, страхування промислових споруд чи страхування життя не можуть бути повністю здійснені через Інтернет. Але, з іншого боку, розвиток сектору банківських послуг показує, що, у міру удосконалення



технології безпечної передачі даних в мережі, індивідуалізована робота з корпоративними клієнтами стає реальністю. Всесвітня мережа використовується і як канал поширення власне страхових послуг, і для поліпшення обслуговування клієнтів.

Провідні компанії здійснюють значні інвестиції в Інтернет-підрозділи, а покупки активно користуються новими перевагами.

Більшість сайтів дають користувачу можливість:

- ↳ ознайомитися з детальним описом послуг, що пропонуються;
- ↳ дізнатися про рівень цін для однієї з послуг;
- ↳ одержати контактні телефони і електронну пошту служби продаж;
- ↳ оплатити страховий поліс по мережі.

На сайтах порталів (*Insure.com, insurence.com, lifeshopper.com* тощо) зібрана інформація від найбільших компаній. Користувач може порівняти ціни різних страховиків на одні й ті ж види послуг, довідатися, що включено, скажімо, у страховку цивільної відповідальності власника автомобіля тієї чи іншої компанії. Можна також ознайомитися з рейтингами страхових компаній, складеними як найбільшими агентствами, так і розробниками порталів. Додаткова зручність для клієнта полягає у наявності “географічної розбивки”. У США, наприклад, Ви можете довідатися про кращі пропозиції щодо медичного страхування, що діють у конкретному штаті. З огляду на те, що людина звичайно страхується нечасто і може детально вивчити існуючі пропозиції, портали вкрай необхідні простому користувачу.

Тенденція 5. Надання переваги компетенції та знанням, комплексне вирішення проблем страхувальника. Страховики стають експертами в області оцінки ризику, а для фізичних осіб – консультантами зі складання планів пенсійного забезпечення. Страхова компанія перетворюється в складну організаційну структуру, яка спеціалізується на визначенні меж безпеки та уникненні збитків. Враховуючи це, відділення особистого страхування багатьох провідних страхових компаній світу вже почали здійснювати програму “Help Point”, зміст якої полягає в тому, що при настанні збитку страхова компанія не тільки сплачує відшкодування, але й надає клієнту інші необхідні послуги. В промисловому секторі страхова компанія стає одним з головних радників. Часто зустрічається, що поряд із традиційним урегулюванням збитку страхова компанія також пропонує послуги, пов’язані з консультуванням та ризик-менеджментом.

Страхування в закордонних країнах є частиною міжнародного страхового ринку. Воно є важливим сектором національних економік, забезпечуючи перерозподіл 8-12 % Валового національного продукту. Кошти, що акумулюються через страхування, служать джерелом значних інвестицій. Фінансові потоки страхових компаній значною мірою орієнтовані на обслуговування державного внутрішнього боргу. Державне регулювання страхової діяльності за кордоном, в основному, спрямовано на контроль за фінансовою діяльністю страхових компаній.



У міжнародній практиці загальноприйнятими вважаються сім основних принципів страхування:

- ☞ наявність майнового інтересу;
- ☞ найвищий ступінь довіри сторін;
- ☞ наявність причинно-наслідкових зв'язків між збитками і подіями, що їх викликали;
- ☞ виплата відшкодування в розмірах реального збитку;
- ☞ *суброгація* – передача страховику, який виплатив страхові відшкодування, правових вимог до особи, відповідальної за заподіяний збиток;
- ☞ *контрибуція* – надає право страховику звертатися до інших страховиків, які за попередніми полісами несуть відповідальність перед одним і тим же страхувальником, з пропозицією поділити витрати на відшкодування збитків;
- ☞ *диверсифікація* – необхідність розширення діяльності страховика за межі основного бізнесу, але в рамках чинного законодавства.

8.2. Особливості страхування в різних країнах світу

Основні підходи до страхування в зарубіжних країнах зводяться до його ролі у різних сферах виробництва та фінансово-кредитній системі. В загальних рисах розглянемо досвід організації і особливості страхової справи в зарубіжних країнах.



Великобританія

Страхова діяльність впродовж багатьох років концентрується в Лондоні як світовому фінансовому центрі. Найбільший Лондонський міжнародний страховий ринок обслуговує фінансові потоки ряду країн і компаній. Авторитет Лондонського міжнародного страхового ринку спирається на значний кадровий потенціал фахівців страхової справи, високорозвинену інфраструктуру ринку, а також наявність тут широко відомої за межами Великобританії страхової корпорації "Lloyd's".

У Лондоні розташовані представництва та дочірні підрозділи найбільших страхових компаній світу, сконцентровані центральні офіси найбільших міжнародних страхових посередників і перестраховиків.

Законодавчою базою страхової діяльності у Великобританії є Закон "Про страхові компанії" (1982 р.), в якому розкрито правові норми, що



регулюють питання ліцензування страхової діяльності, платоспроможності страховика, оцінки активів і пасивів страхової компанії, інвестицій страхових резервів.

Структура страхового ринку Великобританії представлена акціонерними товариствами, що належать їх власникам – акціонерам; товариствами взаємного страхування, що належать страхувальникам; “дружніми” товариствами; відділеннями і представництвами іноземних страхових компаній.

Нині понад 800 компаній уповноважені займатися у Великобританії одним чи декількома видами страхового бізнесу. Майже 450 компаній належать до Асоціації британських страховиків. Деякі компанії є, так званими, взаємними товариствами на правах власності держателів їх страхових полісів. Страхові послуги також надають “дружні” товариства – об’єднання фізичних осіб.

Страхова справа у Великобританії має 2 напрями:

☞ довгострокове страхування життя (контракти можуть укладатися на тривалий період);

☞ загальне страхування (зокрема, страхування від нещасних випадків і короткострокове страхування життя: контракти укладаються на строк не більше одного року).

Чи знаєте Ви, що...



більшість виставкових та музейних експонатів страхується. Ось такий факт: найбільша в світі сигара вагою 110 кг та довжиною понад 4 метри була застрахована при експонуванні на одній з виставок в Лондоні на 18000 фунтів стерлінгів, причому страхова премія склала всього 50 пенсів. Можливо тому, що, як стверджував власник сигари, викурити її можливо лише за 339 дб.

Власник одного італійського ресторану в Лондоні в рекламних цілях замовив фірмі “Мадам Тюссо” свою воскову копію, яка сидить за столом зі склянкою в руці. Лялька йому так сподобалась, що він вирішив взяти її на виставку в Данію. Він не тільки застрахував манекен на 2500 фунтів стерлінгів на період транспортування та виставки, заплативши премію в 5 фунтів, але й придбав для нього окремий білет на літак на місце поряд зі своїм. Хоча страхове відшкодування за цим полісом не виплачувалось, але він отримав багато задоволення.

В “Lloyd’s” був застрахований перший надзвуковий автомобіль. Поліс включав в себе покриття всіх ризиків при його транспортуванні в Неваду і під час його знаходження на полігоні, а також страхування пілота від нещасного випадку. Цікаво, що страхування поширювалось тільки на машину з виключенням двигуном. Тим самим страховик знімав з себе відповідальність за сумнівні експерименти з перевезенням швидкості руху.

Відомі циркові артисти брати Рінліни застрахували слона та носорога, які виступали в їх шоу, на випадок смерті та втрати працездатності у зв’язку з хворобою.

Один чоловік вирішив перепливти протоку Ла-Манш у ванні, попередньо застрахувавшись на 100 тисяч фунтів. Антєррайтер "Lloyd's of London" прийняв цей ризик, поставивши лише умову, що зливний отвір ванної буде закрито пробкою.

Реєстр "Lloyd's of London" просто переповнений "зірками". В ньому присутні Джин Келлі, Мей Вєст, Елізабет Тейлор, Френк Сінатра, Едвард Робінсон, Боб Хоуп, Бінг Кросбі, Лоурєнс Олів'є та багато інших. Південноафриканська актриса Керрі Уєлліс, яка була вимушена для зйомок у фільмі "Стартрек" підстригтись налісо, застрахувалась від того, що її волосся після цієї процедури не виростуть.

Взагалі, страхування унікальних людських можливостей, особливо тих, які дають їх власнику заробіток, перетворюються в повсякденну практику. Блендери віскі і експерти-парфюмери страхують свої носи, продовольчі експерти – смакове відчуття.

Найбільш екстравагантні випадки страхування пов'язані з маркетингом продукції. Це і зрозуміло: тут страхування виконує роль захисту від маркетингових прийомів, наслідки яких можуть бути негативними.

Один продавець автомобілів з Небраски оголосив, що виплатить премію в 10 тис. дол. тому, хто, купивши у нього автомобіль в грудні, представить його на Різдво, засипаним снігом. Зрозуміло, він застрахувався від можливих збитків в "Lloyd's of London" на 1,5 млн. дол. Аналогічним чином зробила і компанія, яка пообіцяла 1 млн. фунтів тому, хто зловить чудовисько озера Лох-Нєсс.

Особисте страхування у Великобританії сконцентровано в спеціалізованих страхових компаніях, пенсійних фондах, а також інвестиційних компаніях (будівельних товариствах), що здійснюють продаж нерухомості населенню. За останні десять років відзначається зростання страхових платежів.

Значний приріст страхових платежів був відзначений в останні роки у зв'язку зі зміною пенсійного законодавства у Великобританії, що створило економічні стимули для придбання працездатним населенням полісів (планів) приватного пенсійного страхування.

Майнове страхування, і, насамперед, страхування легкових автомобілів у приватній власності, домашнього майна, цивільної відповідальності тощо, також характеризується стійкими темпами розвитку.

У Великобританії діє обов'язкове страхування цивільної відповідальності за збиток перед третіми особами, заподіяний власниками автотранспорту, авіаперевезеннями, особами, які займаються верховою їздою, а також особами, які тримають в домашніх умовах тварин, небезпечних для оточуючих. Крім того, передбачене обов'язкове страхування професійної відповідальності для адвокатів, бухгалтерів, страхових брокерів, а також операторів атомної енергетичної установки.



Форми страхових компаній:

↳ приватні компанії – з обмеженою відповідальністю та акціонерним капіталом. У цих компаніях акціонери мають право на отримання прибутку компанії;

↳ спільні компанії – належать власникам страхових полісів та існують для одержання прибутку. Вони створені для задоволення потреб власників полісів. Ці компанії займаються страхуванням життя і складають третину всього ринку страхування життя.

З практики світового бізнесу



Більше трьохсот років своєї діяльності "Lloyd's of London" пишалася високою довірою інвесторів і тих, хто управляв їх внесками. Приватні особи, які інвестували кошти в синдикати, всі повноваження з ведення справ передавали своїм представникам. Гарантією дотримання їх інтересів були чесність і акуратність людей, які управляли синдикатами.

В результаті небувалого припливу інвесторів грошовий фонд "Lloyd's of London" істотно виріс. Однак ці кошти не були зарезервовані для оплати майбутніх "азбестових" претензій. Значна їх частина була залучена до "спіралі перестраховок" – коли один синдикат страхував іншого від можливих збитків, і так далі – по колу.

Головна зміна: у 1994 році "Lloyd's" відкрила доступ для корпоративних інвесторів. Зараз уже 70-80 % страхового капіталу "Lloyd's" забезпечується компаніями з обмеженою відповідальністю.

На сьогодні членами "Lloyd's" є близько 30000 чоловік у 70 країнах світу. Члени "Lloyd's" згруповані в 370 синдикатів, кількість яких постійно змінюється. Синдикати формуються за видами страхування: страхування морського транспорту, вантажів, атомних ризиків тощо. На чолі кожного синдикату стоїть андеррайдер – особа уповноважена страховою компанією або синдикатом "Lloyd's" приймати на страхування (або перестраховання) ризики. Андеррайдер відповідає за формування страхового (перестрахового) портфеля страховика (перестраховика). Перед прийняттям в члени товариства андеррайтери проходять довгостроковий випробувальний строк, їх професіоналізм поєднує в собі навик оцінки ризику, готовність до нового і здатність приймати рішення. Підпис андеррайтера на талоні брокера означає безспірне зобов'язання – брокер знає, що обґрунтовані вимоги страхового відшкодування можуть бути задоволені навіть в тому випадку, коли вони висунуті до оформлення страхового полісу. Членство корпоративної структури "Lloyd's" відкрите для всіх громадян Великобританії та іноземців.

Договори страхування у Великобританії укладаються безпосередньо страховими компаніями, а також з участю андеррайтингових агентств і страхових носередників (агентів і брокерів).

Андеррайтинг – це процес оцінювання та прийняття ризиків на страхування (перестраховання).

Висококваліфікована й відповідальна особа страховика, уповноважена виконати необхідні процедури з розгляду пропозицій і прийняття ризиків на страхування (перестраховання), а також оцінює ризик, визначає ціну та інші умови страхування, оформлює страхові поліси, називається **андеррайтером**.



Прямий продаж страхових полісів потенційним клієнтам значною мірою здійснюється через рекламу в засобах масової інформації, адресне поштове розсилання інформаційних матеріалів населенню з пропозицією укласти договір страхування, а також відповідні телефонні дзвінки, що мають за мету встановити безпосередній контакт із можливими майбутніми страхувальниками. Форми прямого продажу страхових полісів переважно використовуються в особистому страхуванні. Користуються попитом комерційні банки і будівельні товариства, за допомогою яких їх клієнти мають можливість оформити договори страхування життя і домашнього майна.

Агентства андеррайтингу створюються для продажу страхових полісів у регіонах у тому випадку, якщо економічно невигідно створювати там страхову компанію, філію чи дочірнє підприємство.

Значну роль на страховому ринку Великобританії відіграють великі національні страхові брокери, а також незалежні страхові агентства, що працюють на комісійній основі. Приблизно 50 % усіх договорів страхування і перестрахування у Великобританії укладаються за посередництвом страхових агентів і брокерів.

Страхові компанії Великобританії не мають права займатися будь-яким іншим видом бізнесу, окрім страхування.



Німеччина

Страховий ринок Німеччини характеризується динамічним розвитком при наявності жорсткого типу державного регулювання страхової справи. В даний час діє закон "Про державний страховий нагляд" (1983 р.).

Щорічний приріст обсягу надходження страхових платежів складає в Німеччині 10 %. Особисте страхування в структурі національного страхового ринку займає 37 %. Медичне страхування, що користується трохи меншою популярністю, ніж в інших країнах Західної Європи, складає близько 12 % загального обсягу надходжень страхових платежів. Майнове страхування займає 51 % національного страхового ринку в Німеччині.

Страхування в цій країні поділене між системою державного соціального забезпечення і приватним сектором страхових послуг. Соціальне страхування (страхування за віком, на випадок безробіття, страхування на випадок тимчасової втрати працездатності) обов'язкове для всіх працівників, якщо вони не охоплені сектором приватних страхових справ.



Приватний сектор страхових послуг у Німеччині представлений акціонерними страховими товариствами, товариствами взаємного страхування та державними страховими корпораціями.

Значним джерелом залучення клієнтів є робота незалежних страхових брокерів і агентів. Страхові брокери працюють з юридичними особами, у той час як страхові агенти – з фізичними.

Ряд великих страхових компаній у Німеччині здійснюють страхову діяльність без залучення страхових посередників, інформуючи потенційних клієнтів про перелік страхових послуг шляхом розсилання відповідної інформації через пошту. Але заощаджуючи на оплаті праці страхових посередників, такі страхові компанії витрачають кошти на рекламні заходи й оплату поштових послуг.

Усі діючі в Німеччині національні та іноземні страхові компанії підлягають обов'язковому державному страховому нагляду з боку Федерального відомства нагляду за діяльністю страхових компаній, розташованого в Берліні. Основною метою діяльності федерального органу державного страхового нагляду є захист інтересів страхувальників, оскільки в Німеччині не створюється централізований гарантійний фонд з відшкодування збитків страхувальником через непередбачене банкрутство їх страховиків. Єдиним винятком є гарантійний страховий фонд цивільної відповідальності власників автотранспортних засобів. З цього фонду відшкодовуються збитки учасникам дорожнього руху, які постраждали в результаті дорожньо-транспортних пригод, якщо автовласник з певних причин не мав полісу, що засвідчує наявність у нього договору обов'язкового страхування цивільної відповідальності.

Федеральне законодавство Німеччини встановлює обов'язкове страхування роботодавця за збиток найманим працівникам, заподіяний виробничою травмою чи шкідливими умовами праці, обов'язкове страхування цивільної відповідальності власників автотранспортних засобів за збиток перед третіми особами в результаті дорожньо-транспортної пригоди, обов'язкове страхування професійної відповідальності авіаційних перевізників і диспетчерів з керування рухом цивільних повітряних суден, бухгалтерів, мисливців, операторів атомних енергетичних установок, споживачів атомної енергії і радіоактивних ізотопів, товаровиробників фармацевтичної продукції. Крім того, у деяких федеральних регіонах Німеччини встановлено обов'язкове страхування будівель від вогню.

Система страхування Німеччини відіграє важливу роль в стимулюванні експорту товарів шляхом захисту від різних ризиків, які можуть виникнути під час укладення торговельних договорів (починаючи з вивчення іноземного ринку і закінчуючи постачанням товару за кордон). В сучасних умовах страхування є не тільки захистом експортерів від можливих ризиків, але й важливою умовою отримання банківського кредиту і укладання експортного контракту.

Великий досвід має Німеччина в справі перестраховання. Найбільшою з компаній можна назвати Кельнське перестрахове товариство, створене ще в 1846 р.

Серед числа великих страхових компаній можна назвати страхове товариство “Колонія”, концерн “Герлинг”, страхову компанію “Альянс”, що відзначила у 1990 році своє сторіччя. Ця компанія входить до десяти найбільших компаній світу.

Страховики в Німеччині не мають права займатися будь-якого іншою діяльністю, крім страхування.

Характерною рисою останніх років є інтернаціоналізація діяльності німецьких страхових компаній. Іноземні страхові компанії, які мають намір здійснювати операції прямого страхування в Німеччині, повинні пройти процедуру ліцензування.



Франція

Особливою рисою розвитку французького ринку страхування є надзвичайно швидке його зростання у післявоєнний період: із середини 50-х до початку 80-х рр. XX ст. його оборот збільшився в 25 разів, тоді як ВВП країни – у 15 разів. У Франції, на відміну від Великобританії, промислові групи практично не беруть участі у діяльності страхових компаній. Акціонерами страхових компаній є місцеві та іноземні банківські фінансові установи, приватні особи, держава. У свою чергу, страхові компанії беруть участь у капіталі банківських груп, сприяючи переплетенню страхового і банківського бізнесу.

Французький страховий ринок (ФСР) – один з найбільших у світі і найбільш динамічних в Європі. Сьогодні він займає 5 місце в світовому рейтингу. За майновим страхуванням займає 2 місце після Німеччини, а за страхуванням життя – поступається лише Великобританії. В останні роки відбувається його бурхливий розвиток, насамперед, в галузі особистого страхування. На ФСР немає чітко вираженого лідера, однак приблизно 10

найбільших страхових груп збирають велику частину загальних преміальних надходжень і належать до числа найбільших світових і європейських компаній. Незважаючи на високий рівень конкуренції, французький ринок відкритий і достатньо привабливий для іноземних страховиків. Французькі страхові компанії надають велике значення розширенню своєї закордонної діяльності, і, насамперед, в Західній Європі.

За організаційно-правовою формою французькі страхові компанії утворені, в основному, у формі акціонерних.

Страхове законодавство зведено до Страхового кодексу, який передбачає обов'язкове розмежування страхування життя та страхування інших видів ризиків.

Нагляд за страховою діяльністю здійснює незалежний орган – Комісія з питань контролю за страхуванням, до функцій якої входить перевірка господарських операцій, контроль за технічними резервами, аналіз платоспроможності компаній і контроль за їх інвестиційною діяльністю.

Традиційно у Франції існує 4 основних типи посередників:

- ☞ брокери (курти) – фізичні особи або представники брокерських фірм;
- ☞ генеральні агенти;
- ☞ фізичні особи – службовці страхових товариств, зайняті поширенням контрактів зі страхування;
- ☞ фізичні особи, що не відносяться до категорії генеральних агентів.

Для посередників французького страхового ринку існує віковий ценз (мінімум 21 рік). Крім того, посередником не може працювати особа, яка була притягнута до кримінальної відповідальності (наприклад, в результаті банкрутства), а також існують і національні обмеження (французьке громадянство, або приналежність до однієї із країн Європейського Союзу або країни, з якою укладено угоду про взаємне визнання посередників страхового ринку).

До нових форм реалізації страхових полісів у Франції належать:

- ☞ **прямий маркетинг**, прикладом якого слугує рекламний проспект з доданим до нього купоном;
- ☞ **рекламування контракту страхових компаній по телефону**, що дозволяє швидко обслуговувати велику кількість клієнтів. Є певні переваги порівняно, наприклад, з розсиланням рекламних проспектів поштою, так як у клієнта формується уявлення, що компанія зацікавлена саме в ньому;

↳ *послуги міняли* – за допомогою послуг міняли можна дізнатися детально про види контрактів, розміри премії та ін.

Також існує і така форма, як *розповсюдження страхових продуктів поштою*.

У Франції керівники страхових компаній великого значення надають освіти свого персоналу і підвищенню його кваліфікації.

Страховим бізнесом можуть займатися:

- ↳ націоналізовані корпорації;
- ↳ відкриті компанії з обмеженою відповідальністю;
- ↳ фонд національного забезпечення;
- ↳ компанії взаємного страхування;
- ↳ іноземні компанії та ін.

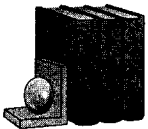
Основними видами страхування у Франції є автострахування і страхування життя.

Підвищення кваліфікації страхового персоналу передбачає:

↳ навчання щодо продажу страхового продукту (полісу) за всіма видами страхування;

↳ спеціалізоване стажування, яке відбувається за напрямками реалізації групових страхових продуктів, страхування життя, пенсій, супровідних ризиків, страхування юридичної відповідальності тощо.

З книги рекордів Гіннеса



Найбільша страхова компанія

Дохід компанії "АХА" за 1998 р. склав 78,7 млрд. дол.
Ринкова вартість її акцій в травні 2000 р. оцінена в 49,7 млрд. дол.

Представники приватних страхових компаній можуть пропонувати всі види страхування, окрім гарантій соціальної безпеки, які контролюються державою.

Більшість страхових компаній володіють власним капіталом і ресурсами, які перевищують необхідний мінімальний рівень.



Бельгія

Страховий ринок Бельгії характеризується високим ступенем інтернаціоналізації. Багато компаній контролюються великими іноземними групами. Бельгійські страхові компанії не мають

значного обсягу діяльності за кордоном.

У Бельгії існує професійна асоціація страховиків, метою діяльності яких



є захист та розвиток професійних інтересів страхових компаній, а також управління регулюванням страхової діяльності та яка займається захистом прав страхувальників.

Страхове середовище Бельгії представлено, в основному, приватним сектором Бельгії, який пропонує всі види страхування, включаючи схеми компенсаційних виплат службовцям. Існують чотири основних типи підприємств, що здійснюють страхування:

- ✦ компанії з обмеженою відповідальністю;
- ✦ філії іноземних компаній;
- ✦ некомерційні компанії для взаємного страхування;
- ✦ кооперативні компанії, якими володіють держателі полісів.

Ринкова частка прямого продажу страхових послуг складає 20 %. Обсяг продаж страхових послуг, які реалізуються посередниками, становить більше 80 % загального страхового ринку Бельгії, що впливає безпосередньо на обсяги комерційних премій. Основними посередниками є брокери, незалежні агенти або агенти, що працюють за наймом.

З введенням вільного обміну послугами (ВОП) страхові компанії впроваджують нові методи компенсації страхових послуг. Загальна кількість витрат страхових компаній становить приблизно 25 % прибутку від премій на бельгійському ринку.

Також в Бельгії існує державне соціальне страхування.

Чи знаєте Ви, що...



у Бельгії для страхування великих індустріальних ризиків часто застосовується спільне страхування, лише в 1976 р. результатом погодження бельгійським правлінням Перших Європейських Директив, було прийняття першого закону, який регулював цю індустрію як ціле та Королівський наказ щодо застосування закону. В 1992 р. був затверджений новий закон, який регулював морське страхування. Він замінив закон від 1874 р.



Італія

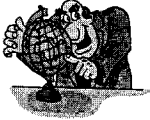
Основними рисами сучасного страхування в Італії є консерватизм системи страхування, повільне впровадження нововведень, відсутність диверсифікованості діяльності страхових компаній у суміжні області фінансово-кредитної системи, тверде державне регламентування всіх сторін діяльності страхових компаній.

У 1984 р. в Італії діяло 211 страхових товариств, з яких 6 займалися винятково операціями перестрахування, 25 – тільки страхуванням життя, 27 – страхуванням життя і майновим страхуванням, інші 135 – тільки

майновим страхуванням. Причому 163 були створені за участі національного капіталу і 48 – іноземного. Близько 50 % загального збору припадає на страхування ризиків, пов'язаних з володінням автомобілем. Більшість страхових компаній – приватні акціонерні товариства.

Найбільшою страховою компанією Італії є “Assicurazioni General”, яка заснована в 1831 р. Вона входить у десятку провідних страхових товариств світу та капітал розподілений між 52 тис. передплатників. Ця компанія займається усіма видами страхування, включаючи майнове страхування, страхування життя, перестраховання. Контролює 12 % ринку страхування життя в Італії і 8 % ринку майнового страхування. Має широку мережу іноземних відділень.

Чи знаєте Ви, що...



історичні корені страхової справи в Італії ведуть у середину XIV століття. Перший з відомих у світовій практиці договір страхування був оформлений у Генуї в 1347 р. (предметом страхування був морський транспортний ризик).

У 1751 р. для здійснення морського страхування було створено перше страхове товариство, у 1752 р. – перше товариство зі страхування від пожеж, а в 1826 р. – перша компанія зі страхування життя.



Швейцарія

Ця країна характеризується високим рівнем розвитку страхової справи. Швейцарія має найвищий показник збору страхових премій на душу населення. У Швейцарії страхові поліси поглинають майже 15 % середнього сімейного бюджету. Середня швейцарська родина витрачає на страхування більше коштів, ніж на харчування. Великий розвиток одержало і страхування в сфері підприємницької діяльності (майна, зобов'язань і тощо). Клієнтами страхових компаній є практично всі промислові, торговельні, транспортні та інші підприємства.

Однією з умов успішної діяльності страхових компаній є їх активна інвестиційна діяльність на ринку капіталів. Більше половини всіх активів страхових компаній розміщено у формі позичок та інвестицій в облігації.

У страховій справі концентрація капіталу досягла високого рівня. У зв'язку з обмеженою економічною базою невеликої за розмірами країни розвиток міжнародних операцій має для швейцарських компаній велике значення. Найбільш міцні позиції на світовому страховому ринку швейцарські компанії займають в області перестраховання. На нього припадає більше половини всіх премій, що надійшли через кордон. У середині країни більше половини валових премій дає особисте страхування.



Характерним для Швейцарії є тісне переплетення національного та іноземного капіталу. Страхові компанії часто є транснаціональними корпораціями.



Росія

Для російського ринку характерною є тенденція до збільшення сукупного статутного капіталу страховиків, однак темпи його приросту істотно уповільнилися, незважаючи на те, що саме 1999 р. був законодавчо наданий страховим компаніям як пільговий період для приведення у відповідність їх статутних капіталів до мінімальних розмірів, встановлених Законом “Про організацію страхової справи в Російській Федерації”.

Як за чисельністю зареєстрованих у регіонах страхових організацій, так і за обсягом страхової премії, що збирається, з великим відривом лідером є страхові організації м. Москви, де зареєстровано 27,5 % від загальної чисельності компаній в Росії.

В Росії зареєстровано 1442 страхові організації, з них 1212 – проводять страхові операції. В табл. 8.2 наведено список компаній-лідерів за видами страхування.

Таблиця 8.2. Компанії-лідери в Росії за видами страхування за I-ше півріччя 2003 р.

№ з/п	Вид страхування	Компанія, група компаній
1	Автострахування	“Ингосстрах”, “РЕСО-Гарантия”, система “Росгосстрах”, РОСНО, група “НАСТА”, група “АВЕСТ” та ін.
2	Добровільне медичне страхування	Група “СОГАЗ”, “МАКС”, “РЕСО-Гарантия”, “Прогресс-Гарант”, страховий дім “ВСК” та ін.
3	Майнове страхування підприємств	“Ингосстрах”, система “Росгосстрах”, Національна страхова група, “Согласие”, СК “Природа” та ін.
4	Страхування вантажів	“Согласие”, “Прогресс-Гарант”, СК “Природа”, “Русский страховой центр”, “Оранта” та ін.

Група лідерів ринку дуже різномірна за своїм складом. Перше і друге місця в Росії за збором страхової премії посідають компанії, що займаються страхуванням життя, тобто на так зване “зарплатне” страхування. Частка страхування життя в загальній премії 10 найбільших компаній складає 55 % при тому, що дві з них практично не здійснюють таких операцій.

Структура російського страхового ринку достатньо сильно відрізняється від тієї, що характерна для розвинутих ринків Європи, США, Японії. Його специфікою є орієнтація російських страховиків на співпрацю з корпоративними клієнтами, де переважають доходи з великими страховими

сумами. Відповідно, страховики, які працюють з великими ризиками, повинні володіти значним реальними фінансовими ресурсами. Але не кожен потенційний клієнт в змозі самостійно проаналізувати страховий ринок і оцінити фінансову стійкість працюючих на ньому компаній. Комплексний аналіз надійності компаній можливий лише при наявності великого обсягу інформації про діяльність цієї компанії, дуже часто недоступної та конфіденційної.

В Росії створене перше національне рейтингове агентство "Експерт РА" (займаються оцінкою та розрахунком відносних показників надійності банків страхових компаній). На сьогодні процедуру рейтингування в агентстві пройшли більше 30 страховиків, які займають близько 40 % російського страхового ринку.

Компанії з іноземним капіталом в цілому розвиваються більш динамічно, ніж інші страхові компанії, хоча їх роль на російському страховому ринку незначна. Якщо в цілому по Росії приріст премії зі страхування життя склав 174,1 %, то в групі компаній з іноземною часткою – 299,6 %.

Відносно низькими темпами розвитку характеризуються операції з добровільного страхування (окрім страхування життя), насамперед, зі страхування відповідальності. Якщо в середньому по Росії збір премії зі страхування відповідальності зріс у 3,2 рази, то компанії з іноземним капіталом збільшили його в цілому лише вдвічі.

Найбільш значним за обсягом є страхування майна. Загальний збір страхової премії зі страхування майна 100 найбільшими страховими компаніями склав 22,6 млрд. руб., що дорівнює 86,6 % загального збору в галузі.

На російському ринку страхових послуг за минулі десять років спостерігались і піднесення, і падіння, але страхування ще не стало тим важливим фінансовим інститутом, яким воно є в розвинутих європейських країнах.

За даними Бюро економічного аналізу, послугами страхових компаній в Росії користуються менше 5 % громадян, що витрачають на страхові послуги приблизно 0,5 % своїх доходів.

Чи знаєте Ви, що...



за оцінками Швейцарського перестрахового товариства, сума страхових внесків на душу населення дуже низька та з урахуванням обов'язкових видів страхування складає 43 дол. На душу населення (з добровільних видів – лише 18 дол.). Це один із найнижчих показників у Східній Європі. Україна і Білорусь знаходяться ще на нижчому рівні, ніж Росія – менше 10 дол. на душу населення, а лідером є Словенія – близько 350 дол.



Сучасний російський страховий ринок з безліччю приватних страхових організацій, мільярдними оборотами страхової премії, без сумніву, відіграє важливу роль у світовому страховому господарстві. Незважаючи на те, що, згідно статистичних даних, частка отриманої російськими страховиками страхової премії не перевищує 0,4 % від світового обсягу страхових послуг, без сумніву, ринкові перетворення в області страхування знаходяться під пильною увагою закордонних економістів, політиків, страхових і перестраховувальних товариств.



Японія

Десятки років національні страхові компанії слугували символом японської фінансово-економічної сили, гарантом і, можливо, синонімом стабільності.

В Японії страхування здійснюється приватними страховими компаніями, державними організаціями і кооперативами. При цьому приватні компанії та державні організації зайняті пошуком найбільш прибуткових сфер для вкладання коштів, накопичених від страхових внесків. Вони діють на національному та міжнародному рівнях, і метою їх діяльності є збільшення власних доходів. Тому вони страхують лише “надійних” партнерів.

До 1956 р. активи японських страхових компаній досягли 300 млрд. ієн (833 млрд. дол.). Страховий бізнес задовольнив потреби народного господарства в капіталі. Страхові компанії надавали кредити, гарантії, придбавав цінні папери (до 30 % від своїх резервів), допомагав фінансувати зведення інфраструктурних об'єктів, залізних доріг, підприємств хімічної та інших галузей важкої промисловості (де якраз і потрібні були “довгі гроші”). З середини 50-х років XX ст. накопичені страховою індустрією фонди використовуються для житлового будівництва, шляхом надання кредитів на придбання або будівництво житла, а також через створення будівельних фірм, що співпрацюють зі страховими компаніями.

Страховий ринок країни залишається на другому місці за обсягом страхових виплат в світі. В 1999 році, за даними “Lloyd's Japan”, на частку японських компаній припадало 2,3 % вартості всіх угод зі страхування, які здійсненні на страховому ринку. Половина експортно-імпортних вантажів, які вивозяться і ввозяться в країну, страхуються в національних страхових компаніях.

Організація страхування в цій країні має ряд особливостей. Однією з них є те, що в страховій справі домінують компанії зі страхування життя. Разом з відділеннями іноземних страхових компаній (всього 3) їх число складає 23. За всіма показниками вони випереджають компанії загального страхування. Сума одержуваних ними страхових премій більш ніж у 2 рази перевищує суму премій, одержуваних компаніями загального страхування. Причиною домінуючих позицій компаній є відсутність у Японії протягом тривалого часу системи соціального страхування і забезпечення, у зв'язку з чим більшість населення була змушена користуватися послугами страхових компаній.

Держава жорстко регламентує діяльність страхових компаній. Без згоди Міністерства фінансів не можуть змінюватися ставки страхових премій. Конкуренція між страховими компаніями обмежена завдяки відсутності страхових брокерів. Система страхування складається з великої кількості відділень і агентів, кількість страхових агентів у великих компаніях досягає декількох десятків тисяч.

До особливостей японського страхування належить страхування населення через систему поштових відділень (поряд із доставкою кореспонденції вони займаються також прийомом заощаджень та продажем страхових полісів). Кошти з поштового страхового фонду надходять на спеціальні рахунки Міністерства фінансів, а потім через державні кредитні інститути і капіталовкладення – в різні сектори та галузі японської економіки.

Сьогодні головна проблема японської страхової індустрії полягає у відновленні довіри з боку споживачів, а основні труднощі – в практичній неможливості коригувати оголошені раніше доходи за страховими полісами. Деякі національні страховики вважали, що, оскільки саме уряд своєю фінансовою політикою створив цю проблему, то він повинен прийняти компенсаційні заходи, і випустити державні купонні облигації з рівнем доходності, достатнім для виконання страховиками їх зобов'язань.

Деякі страхові компанії вирішили зупинитись на помірному підвищенні тарифів, тобто вартості страхових полісів. Паралельно національні страхові компанії стали на шлях надання нових страхових послуг та просування тих страхових продуктів, на які існує попит. Зокрема, набули популярності комбіновані договори страхування, які покривають різні види ризиків, з наданням страхового права страховику самому розподіляти між



страхувальниками нараховану їм премію. Однак, впровадження нових програм потребує значних коштів, тривалого часу та кваліфікованого персоналу, які є далеко не у кожній, навіть великій страховій компанії.

Найважливішим кроком у стимулюванні конкуренції та ділової активності в страховому секторі, стало усунення бар'єрів між страхуванням життя та іншими видами страхування. Не відмовляючись від спеціалізації, страхові компанії можуть створювати дочірні фірми для проведення операцій в суміжній області, включаючи так званий "третій сектор" (за японською класифікацією – це страхування від раку, медичних витрат та витрат на медичний догляд).

Експерти вважають "третій сектор" досить перспективним та очікують збільшення його обсягу в майбутні 10 років на 10 трлн. ієн, виходячи з вікової структури суспільства та недослідженості цієї сфери страхування. Відкриття "третього сектору" забезпечує залучення додаткових фінансових ресурсів в загальнонаціональну систему медичного страхування, у якій в останні роки виник дефіцит коштів, ще примушує підвищувати вартість страхування та скорочувати рівень наданого страхового захисту.

Зіштовхуючись з труднощами при розробці нових полісів, японські страховики йшли шляхом розширення переліку ризиків, які покриваються вже діючими договорами страхування.

Інші зміни в системі регулювання та нагляду за страховою діяльністю передбачають:

- ↳ завершення переходу на міжнародні стандарти обліку та звітності;
- ↳ приватизацію поштової системи страхування, яку вважають пережитком "фінансового соціалізму";
- ↳ розвиток інституту страхових брокерів (раніше, в умовах приєднання до певної страхової компанії, в брокерах не було особливої необхідності);
- ↳ впровадження більш гнучкої системи зміни тарифів та модифікації страхових продуктів;
- ↳ усунення обмежень на діяльність страховиків у сфері пайових інвестицій.

Страхові продукти через Інтернет місцеві страховики почали розповсюджувати з вересня 1999 р. (першою це зробила фірма "Sony Assurance", дочірня страхова компанія "Sony Corp."). Продаж через мережу Інтернет дає можливість знизити витрати на збут страхових продуктів, ціну

придбання страхування, а також зменшити залежність японських споживачів від страхових агентів.

З 1998 року знято ряд обмежень на діяльність іноземних страхових компаній в країні. Для отримання дозволу на проведення страхових операцій іноземний страховик повинен бути зареєстрований і не менше трьох років працювати на японському ринку, а також закінчити попередній фінансовий рік з прибутком.

Іноземні компанії на сьогодні активно займаються поглинанням та об'єднанням, що робить можливим збільшити клієнтську базу та відпрацювати канали збуту страхових продуктів.

Крім процесу поглинання, страхові компанії створюють альянси або стають партнерами із західними страховиками, використовуючи передові методи менеджменту, новітні технології страхування та значні фінансові ресурси. Однак під впливом іноземної конкуренції їм довелося в ряді випадків суттєво знижувати тарифи. Так, фірма "Yasuda Fire & Marine", яка займає друге місце зі збору премій в Японії, зробила 10 % знижку на вартість своїх страхових полісів з автострахування.

Свої можливості на японському ринку шукають, окрім великих компаній, й інші страхові компанії. Прикладом цього є компанія "Manulife", яка не входить в число 10-ти провідних компаній своєї країни (в Канаді домінуючі позиції займають іноземні страхові корпорації). В Японії, а також на інших азійських ринках, канадська компанія стала отримувати навіть більші прибутки, ніж у своїй країні, що призвело до підвищення вартості її акцій в Новому світі.



Китай

Управління сферою страхування покладено на Народний банк Китаю (НБК). Він наділений правом контролювати страхові поліси та розміри премій. НБК заснував інспекційні відділи, вповноважені проводити ревізії поточних рахунків та інших документів страхових компаній, застосовувати економічні санкції чи пред'являти ордера на призупинення їх діяльності.

Народна страхова компанія (НСК) здійснює всі види страхування та перестрахування (передачі прийнятого на себе ризику або частини ризику іншому страховику), надає консультаційні послуги іншим страховим установам та бере участь від імені держави у міжнародній страховій діяльності. Відповідно до чинного законодавства НСК має монополію на



деякі специфічні категорії страхування: обов'язкове страхування, страхування діяльності, пов'язаної з використанням іноземної валюти, міжнародне перестрахування, страхування підприємств з іноземним капіталом та державних підприємств центрального підпорядкування.

Важливим напрямом міжнародного страхування є зовнішня торгівля та зовнішньоекономічне співробітництво.

Чи знаєте Ви, що...



навіть в двадцятиріччя (1959-1979 рр.) згорання страхової діяльності внутрішнього характеру керівництво Китаю активно підтримувало страхування міжнародних угод. Таким чином, НСК накопичено 40-річний досвід міжнародного страхування. На початку 50-х років компанія розпочала страхування морських вантажних перевезень, океанських вантажних суден, міжнародних залізничних перевезень і міжнародних авіарейсів. Особливо бурхливий розвиток

страхування зовнішньоекономічних відносин отримало з проголошенням відкритої зовнішньоекономічної політики. Кількість видів страхування збільшилось у 80-ті рр. з 12 до більш ніж 80, включаючи страхування нафторозробок у зоні континентального шельфу, побудови об'єктів, будівництва суден тощо. Прибутки Китаю від міжнародного страхування збільшились за той період майже втричі.

Основними джерелами прибутків від міжнародного страхування є:

☞ страхування вантажних перевезень. На частку цієї категорії припадає більше половини всіх доходів НСК від міжнародного страхування. Сюди входять: страхування морських вантажних перевезень, морських рефрижераторних вантажоперевезень, наземних вантажоперевезень, вантажоперевезень авіатранспортом, поштових і контейнерних перевезень;

☞ страхування вантажних суден, головним чином, океанських. Тут передбачається страхування від аварії чи від усіх ризиків;

☞ страхування автотранспорту, при якому об'єктами страхування є автомобілі, які належать посольствам, іноземним фірмам, спільним підприємствам, повністю заснованим на використанні іноземного капіталу;

☞ страхування майна, в основному, підприємств за участю іноземного капіталу, функціонуючих на території Китаю, підприємств у сфері поручительської переробки сировини, посольств іноземних держав та іноземних громадян, які проживають у Китаї;

☞ страхування об'єктів, що будуються.

В останні роки розвиток страхової справи у Китаї характеризується широкою диверсифікацією та активним пошуком нових форм страхового обслуговування підприємств та приватних осіб, у тому числі іноземних громадян. Так, НСК доповнила страхування від нещасних випадків страхуванням на випадки пошкоджень чи гибелі, пов'язаних з військовими

ризиками, страйками, хвилюваннями суспільства, повстаннями та заколотами. Ці зміни були внесені значною мірою за поданням іноземних фірм, які знаходяться на території Китаю.



Ізраїль

У Ізраїлі державна політика в галузі страхування спрямована на запобігання зловживанням при обігу досить великих коштів.

Так, закони цієї держави чітко окреслюють не тільки сферу діяльності, але й обмежують свободу використання грошей осіб, що страхуються. Страхові компанії мають право вкладати кошти, одержані від населення у вигляді страхових внесків, тільки в державні облігації.

Не менш суворі і правила реєстрації компаній. Крім обов'язкової застави в 25 млн. дол., претендент на цей вид діяльності зобов'язаний довести, що він не має кримінального минулого. Перевірки проводяться досить суворо.

Перелік послуг, які надаються страховиками Ізраїлю, досить великий. При цьому страхові компанії намагаються розширити цю сферу, пропонуючи нестандартні види послуг.

Чи знаєте Ви, страхова компанія "Долев" концерну "Фенікс-Ізраїль" спеціалізується на страхуванні житла і автомобілів.

Програма "Доля для дому" поділяється на дві основні частини: страхування будинків, включаючи страхування стін, стелі, підлоги, балконів, труб і каналізаційного обладнання, електричних систем, систем опалення та іншого майна, яке є невід'ємною частиною житла. Інша частина – це страхування вмісту квартири – меблів, побутових електроприладів, аудіо-, відеосистем, одягу, посуду, коштовностей і тощо. Цікаво, що за бажанням клієнта, страховий поліс може бути оформлений як на квартиру в цілому, так і на кожен її частину окремо.



Не менш цікаві і важливі програми страхування дітей. Лозунг "все краще – дітям" в Ізраїлі не пусті слова.

Чи знаєте Ви, програма "Алюмім" страхової компанії "Менолайф-Менора" передбачає придбання страхового полісу для дітей будь-якого віку до 18 років за невелику ціну. Щомісячний внесок залежить від віку дитини і батьків: чим молодші батьки й дитина, тим менший внесок. При цьому, у випадку втрати працездатності страхувальник звільняється від щомісячних виплат, а компанія гарантує щомісячну допомогу на дитину до досягнення нею 21 року. В цьому віці поліс переходить у власність дитини. Посередником між страховими компаніями та їх потенційними клієнтами виступають приватні агенти, як правило, – освічені і добре підготовлені спеціалісти. Працюють вони на договірній основі і можуть співпрацювати відразу з декількома компаніями – агенту це вигідно. Причина



зрозуміла: різні компанії надають чисельні послуги з різних програм і, природно, ціни також різні. Тому агент завжди може підібрати клієнту те, що йому підходить. Оплата здійснюється на розрахунковий рахунок компанії, а агент отримує комісійні з кожної угоди. При цьому, податкові та фінансові служби держави суворо контролюють діяльність не тільки компаній, але й страхових агентів.



США

Американські страхові монополії контролюють близько 50% усього страхового ринку індустріально розвинутих країн світу. У США працює понад 8 тис. компаній майнового страхування і близько 2 тис. компаній зі страхування життя.

Страховий ринок є висококонкурентним, на ньому пропонується близько 3000 видів страхових послуг. Сучасне державне регулювання страхового бізнесу в США здійснюється трьома урядовими агентствами – судами, законодавцями та страховими комісарами або іншими офіційними особами. В США діє децентралізована страхова система, де кожен штат має власну автономну страхову систему, власне страхове законодавство. При цьому страхові товариства мають широкі повноваження в розробці власної страхової політики, визначенні розмірів платежів, практики їх відрахування і відшкодування збитків, що є специфічною особливістю американського страхового ринку.

Кожен штат має свій регулюючий орган – Відділ нагляду за страховими операціями, який очолює комісар. Діє Національна асоціація страхових комісарів, яка здійснює розробку страхового законодавства та координує діяльність комісарів штатів.

Метою діяльності асоціації є підтримка та вдосконалення страхового регулювання в штатах; забезпечення надійності страхових інститутів відносно фінансової стійкості та гарантування втрат.

У США є два типи страхових компаній: акціонерні товариства і товариства взаємного страхування. Державних страхових фірм не існує. Страхові компанії здійснюють три типи страхування:

- ↳ бекіфіти (страхування життя і здоров'я, медичне, пенсійне, ощадне тощо);
- ↳ комерційне (широкий спектр страхових послуг);
- ↳ особисте (страхування будівель, автомобілів та іншого майна громадян).

Законодавчо передбачена спеціалізація страхових компаній на проведення операцій зі страхування життя і майна. Активи всіх страхових

компаній складають приблизно 1,6 трлн. дол. У середньому активи однієї компанії складають 950 млн. дол., а на 12 найбільших компаній припадає 45 млрд. дол.

Страхова індустрія в США є єдиною, яка не підпадає під антимонопольне законодавство.

Особливістю найбільших компаній США зі страхування життя є та обставина, що в силу високого авторитету, у їх розпорядження передаються багатомільярдні кошти, що належать різним пенсійним фондам. Завдання страхових товариств у цьому випадку – шляхом розумної інвестиційної політики забезпечити збереженість і приріст довірених коштів. За розпорядження цими коштами страхові компанії стягують комісійну винагороду.

Інвестиції мають величезне значення для американських товариств зі страхування життя. Так, статистика показує, що в 1984 р. страхові витрати і виплати страхових сум товариств зі страхування життя склали 118 % від зібраної премії, а прибуток цих товариств за підсумками року склав 6,9 млрд. дол.

Величезні інвестиційні ресурси перетворюють страхові компанії в один із найвпливовіших зовнішніх центрів фінансового контролю стосовно промислових корпорацій.

Найбільші страхові компанії США є фінансовими конгломератами: через дочірні компанії вони, крім страхування, займаються наданням кредитів і позик, організовують чекове обслуговування клієнтів, емітують розрахункові кредитні картки, проводять операції з нерухомістю, з цінними паперами, управляють майном і капіталом за дорученням клієнтів.

Чи знаєте Ви, найбільші страхові афери, що розслідувалися Бюро випадків шахрайства, наступні:



"Операція "Ы". Висунуто обвинувачення проти 112 чоловік і 4 юридичних осіб, причетних до злочинної групи, що займалася шахрайством в автострахованні в місті Нью-Йорк. Розслідування багатомільйонних махінацій групи зайняло 14 місяців. Причетними до афер виявилися 2 пролікліники, 7 лікарів, 2 юриста і працівник департаменту поліції Нью-Йорка.

Фіктивні і підстроні аварії супроводжувалися поліцейськими звітами і висновками лікарів про травми, нібито отримані страхувальниками, і про запропоноване лікарями лікування.

"Рекордсмени". Проти 9 чоловік і 4 юридичних осіб висунули обвинувачення за 129 пунктами. Група інсценувала аварії (в основному за участю мотоциклістів) чи просто фабрикувала звіти про аварії. За типовим сценарієм особа, яка керувала мотоциклом і потрапляла в аварію, повідомляла про випадок зі страхувальником і брала на себе усю відповідальність за інцидент. На мотоциклі страхувальника встановлювалися ушкоджені частини і страховику



надавалися фіктивні рахунки за ремонт, евакуацію і збереження транспортного засобу.

Слідчі знайшли більш 200 підозрілих заяв про виплати такого роду на загальну суму приблизно 2 млн. дол. По цій справі заарештовано більше 140 чоловік. Слідство триває.

"Сімейна справа". Дворічне розслідування завершилося арештом п'яťох чоловік. Батьки і троє дорослих дітей, підробляючи підпис лікаря, незаконно одержали від страховика більш 40 тис. дол. відшкодування (допомога на лікування внаслідок непрацездатності). Обвинувачення висунуте за трьома статтями – страхове шахрайство, підробка і розкрадання у великих розмірах.

Найбільший розвиток у США одержало особисте страхування. Воно поділяється на страхування життя, страхування чи ренти пенсії, страхування від хвороб і нещасних випадків. Страхування життя, у свою чергу, поділяється на страхування на випадок смерті і страхування-внесок. На частку цього виду страхування в США припадає 3/4 усіх договорів страхування життя. Страховий внесок здійснюється протягом певного періоду і страхова сума виплачується при досягненні застрахованою особою визначеного (обговореного в договорі) віку. Часто цей вид страхування проводиться в комбінації зі страхуванням на випадок смерті.

Другим за значенням видом страхування в США стало страхування кредитно-фінансової сфери, що значною мірою пояснюється широким поширенням у країні принципів кредитних розрахунків у сфері торгівлі та послуг.

Характерною рисою страхової системи США є участь у процесі страхування різних посередників, тобто страховий поліс приймається через страхового агента чи брокера. Загальне їх число в країні досягає 0,5 млн. чоловік. Страхові агенти діють у рамках довгострокового договору з однією фірмою-страховиком, продаючи поліси від її імені. Незалежні агенти (брокери) одержують від клієнта доручення укласти договір страхування на визначених умовах, а потім підшуковують придатну фірму-страховика.

3 практики Провідні компанії страхового ринку США світового бізнесу



"State Farm Mutual Automobile Insurance Company" (Bloomington, Illinois) – найбільша транснаціональна компанія зі страхування майна, заснована в 1922 р., є компанією зі страхування майна на взаємних початках, тобто має пайовий капітал замість акціонерного. Укладає різні види договорів страхування: індивідуальне і групове; страхування транспортних засобів; страхування на випадок ушкодження чи загибелі майна в результаті аварії, пожежі, вибуху, штурму; страхування від нещасних випадків, здоров'я, на випадок різних небезпек і ризиків, авіаційне страхування, перестраховання тощо. Здійснює діяльність на території США і Канади.

"СИГНА" – одна з провідних широко диверсифікованих страхових корпорацій США, заснована в 1982 р. у результаті злиття "Коннектикут дженерал корп." і

"ИНА корп". На чолі СИГНА знаходиться холдинг зі штаб-квартирою у Філадельфії. Головні інтереси корпорації пов'язані зі страхуванням майна і відповідальності, ряд дочірніх фірм займається пенсійним і особистим страхуванням, брокерськими операціями тощо. Дочірні фірми компанії діють у 160 країнах.

"American International Group" – найбільший у США страховик торгових і промислових ризиків. Діє з 1919 р., є холдинговою компанією зі штаб-квартирою в Нью-Йорку, що контролює 44 дочірні компанії у різних країнах світу. Усі компанії групи об'єднані в шістьох спеціалізованих відділеннях. Самими значими за обсягами операцій є відділення, куди входять компанії страхування майна і відповідальності, що надають послуги великим торговим і промисловим фірмам США.

"All-State Insurance Company" – одна з найбільших транснаціональних корпорацій зі страхування майна. Заснована в 1931 р. у штаті Іллінойс. У 1972 р. утворила дочірню компанію "Нортбрук Іксес энд Серпліс иншуренс компані", яка займається страхуванням у США і за кордоном. Компанія укладає різні види договорів страхування: від пожеж, повені, землетрусів, автомобільних катастроф, нещасних випадків, страхує авіапасажирів тощо. Володіє 15 дочірніми компаніями.

"Continental Corporation" – четверта за величиною страхова група США, заснована в 1853 р., є диверсифікованою корпорацією зі штатом у 16,5 тис. чоловік. Надає широкий спектр страхових послуг майже в 100 країнах світу. Більше 2/3 страхових премій приносять операції за участю промислових, транспортних і торгових компаній. В останні роки "Континентал" послідовно проводить лінію на розвиток ділових зв'язків із транснаціональними корпораціями. Закордонну діяльність здійснює в Західній Європі (насамперед у Німеччині), Канаді, Південно-Східній Азії. Спеціалізується на транспортному страхуванні і перестраховуванні.

"The Prudential Insurance Company of America" – найбільша транснаціональна компанія зі страхування життя. Заснована в 1873 р., з 1943 р. діє як компанія страхування життя на взаємних початках. За свою багаторічну діяльність здійснила безліч злиттів і поглинань.



Канада

Провідним та утворюючим підрозділом загальної системи страхової освіти є Страховий інститут Канади. Це – некомерційна асоціація, яка об'єднує більше 30 тис. індивідуальних членів, які зайняті в страховому бізнесі та представляють провідні, страхові, перестрахові та брокерські компанії, агентства, а також ризик-менеджерів різних фірм та компаній. Страховий Інститут здійснює свою діяльність через мережу, яка складається з 23 уповноважених провінційних інститутів та представництв. Вони обслуговують програми професійного страхового навчання, які визнані на національному та міжнародному рівнях, проводять кваліфікаційні іспити та обирають дипломованих спеціалістів для вступу в Асоціацію дипломованих професіоналів страхування (АДПС), а також в Товариство дипломованих професіоналів страхування (ТДПС).



Інститут також управляє та координує роботу об'єднання випускників АДПС та ТДПС програм, яке називається Співтовариством дипломованих професіоналів страхування. Діяльність Співтовариства зосереджена на забезпеченні професійними та іншими необхідними послугами його членів – найбільш високо кваліфікованих професіоналів страхової індустрії. Крім того, за допомогою різних інформаційних програм Страховий Інститут звертається до різних поколінь професіоналів страхової справи, студентів коледжів та університетів, а також учнів старших класів загальноосвітніх шкіл з інформацією про вакансії в страховій індустрії. Ці програми допомагають як викладачам, так і студентам зрозуміти основи страхування, як страхова індустрія працює у взаємодії з іншими галузями, який її внесок в розвиток економіки країни тощо.

В Канаді існують наступні види страхування:

- ↳ соціальне страхування, яке здійснюється державою;
- ↳ страхування життя від нещасних випадків і медичних витрат, яке здійснюється приватними компаніями;

↳ загальні види страхування (страхування майна, відповідальності).

Діють страхові організації наступних типів:

- ↳ державні;
- ↳ приватні;
- ↳ кооперативні;
- ↳ товариства взаємного страхування;
- ↳ акціонерні товариства (займають 90 % страхового ринку).



Австралія

Страховий ринок Австралії характеризується двома групами страхових компаній – приватними та державними, причому існує чітко виражена спеціалізація страхових компаній зі:

- ↳ страхування життя;
- ↳ загального страхування;
- ↳ страхування здоров'я.

Регулювання страхової діяльності здійснюється на підставі державного законодавства в області загального і пенсійного страхування. Крім того, є три законодавчі акти: страховий, акт зі страхових договорів (права та обов'язки споживача), акт для агентів і брокерів.

Всього в Австралії працює 150 страхових компаній і 20 перестрахових приватних компаній, на частку яких припадає близько 10 млрд. дол. страхової та перестрахової премії.

Більшість страхових компаній тримають кошти в готівці, довгострокових цінних паперах держави, в акціях та нерухомості.

Провідними страховими компаніями Австралії є “Amp Group” (21,2 % ринку), “Went Laose Corp.” (16,5 %), “Nation Mutual Group” (12,7 %). Інші компанії мають менше 10 % ринку страхування. Однак в останні роки спостерігається тенденція втрати ринку цими провідними компаніями, в той час як інші страхові компанії, збільшують свою частку. Однією з причин є те, що більш агресивні страхові фірми забезпечують свій бізнес не тільки через своїх, але й через незалежних страхових агентів.

В останні роки також є помітним укрупнення приватних страхових компаній, багато компаній зливаються, а капітал йде в інші прибуткові компанії. В приватних компаніях близько 50 % премій припадає на операції з особистого страхування та 50 % – на інші види страхування. Близько 40 % зібраних за особистим страхуванням премій забезпечується за рахунок прямого продажу договорів страхування (по телефону та листом) і 60 % – через агентів і брокерів. Причому спостерігається тенденція до збільшення прямих продаж, так як без посередника страховий поліс продається дешевше.

В Австралії є як державне, так і приватне медичне страхування. Державна система страхування здійснюється через систему “Медикар”, яка покриває послуги лікарів як в шпиталі, так і поза ним. Ця система фінансується федеральним урядом за рахунок податків. Всі громадяни країни, крім загального порядку, сплачують спеціальний податок для покриття витрат на медичні послуги. Федеральний уряд розподіляє отримані кошти між штатами, але й вони збирають свої податки, які теж йдуть частково на підтримку системи охорони здоров'я. Однак спеціальний податок покриває лише 10 % загальних витрат на медицину, інша частина фінансується із загального бюджету.

Координація питань медичного страхування покладена на Комісію з медичного страхування, яка є неприбутковою організацією і налічує 4 тис. чоловік.

Перебування в шпиталі безкоштовне. Всі послуги лікарів поза госпіталем розписані в особливій книзі і кожній послугі відповідає рекомендований гонорар, хоч лікарі можуть вимагати і більше. Лікар може



отримати гроші або за рахунком пацієнта, або пославши рахунок в Комісію з медичного страхування. В обох випадках йому відшкодовується 85 % рекомендованого комісією гонорару за даний вид послуг, а не вся сума повністю. У свою чергу пацієнт може оплатити рахунок відразу або після отримання грошей від Комісії в порядку відшкодування за системою "Медикар". В цьому випадку він заповнює спеціальну форму і відсилає її до Комісії, а вона присилає йому чек на гроші.

В ряді штатів до 38 % жителів, окрім державної, мають приватну медичну страховку, щоб покрити витрати на приватне лікування, а також те, що не покривається державною медичною страховкою. Приватне медичне страхування суворо контролюється законодавством. Наприклад, жодна приватна страхова компанія не може відмовити в страховці тяжко хворим. Ці компанії здійснюють контрольні функції за якістю наданих медичних послуг. В штаті обов'язково є лікарі-професіонали, які здійснюють цей контроль.

Чи знаєте Ви, що...



серед страхових компаній особливий інтерес представляє страхова компанія "Меркантиле Мьочел", яка є дочірньою компанією голландської страхової компанії і займає IV місце на ринку. Ця компанія працює у всіх штатах Австралії, має сім офісів, сорок відділень, 1600 штатних працівників і 3620 агентів, консультантів та брокерів. У компанії є шість напрямів діяльності: банківська справа і фінанси; страхування життя і пенсійні фонди; трастова діяльність; інвестиційна діяльність; загальне страхування; брокерська діяльність та розповсюдження акцій інших компаній.

Найбільша частина цієї компанії – страхування життя і пенсійні програми.

Активи компанії складають 7,5 млрд. дол., вкладені в акції, нерухомість, державні цінні папери, іноземні інвестиції.

Компанія веде дуже обережну політику в сфері перестраховування, маневруючи розміром власного утримання залежно від ступеню ризику. Щомісяця компанія відслідковує рівень збитковості за всіма операціями, і якщо він вище запланованого, вживає заходи щодо його зниження.

Переважаюча частина всіх компаній, що займаються загальним страхуванням (в Австралії також є об'єднання страхувальників, що займаються страхуванням життя), входить до Асоціації приватних страхувальників (1975 р.), що функціонує за рахунок відрахувань приватних страхових компаній, бюджет якої складає 5 млн. грн. Вона має свої офіси у всіх штатах. Всього в Асоціації працює понад 70 чоловік.

Основним завданням цієї Асоціації є координація роботи страхових компаній і представлення їх в уряді. Асоціація має тісні зв'язки зі страховим наглядом. Часто проводяться спільні консультації, конференції, вона впливає на отримання страховими компаніями ліцензій.

8.3. Інтеграційні процеси в страхуванні України

Впровадження міжнародних стандартів страхування в Україні є одним із важливих завдань і можливих напрямів входження страхового ринку держави у міжнародне страхове співтовариство. Проте, це можливо лише при врахуванні економічного і політичного становища країни, фінансової стабільності та створенні законодавчої бази страхування.

Одними з основних учасників стратегічних альянсів в світі є страхові компанії. Це обумовлено, насамперед, наявністю у них великих обсягів довгострокових капіталів, потребою ефективного їх використання та об'єктивною необхідністю диверсифікації діяльності і підвищення рентабельності операцій.

Стратегічні альянси відіграють одну з провідних ролей в економіках розвинутих країн світу. Вони є головною складовою глобальної конкуренції, дозволяють швидко досягти стратегічних цілей з невеликими операційними витратами, меншими потребами в інвестиціях та високим потенціалом успіху.

Слід відзначити глибоку інтеграцію страхових компаній у банківській сектор. Наприклад, об'єднання з "Dresden Bank" однієї з найбільших німецьких страхових компаній "Allianz" (в 2000 році дохід компанії за рахунок страхових надходжень склав 68,5 млрд. євро, а обсяг активів в управлінні – 700 млрд. євро, що вивело компанію на 6 місце в світі) створило четверту за величиною в світі фінансову групу. Дана страхова компанія також володіла до об'єднання акціями трьох із чотирьох провідних німецьких банків.

В Україні також прослідковується тенденція створення стратегічних альянсів банків та страхових компаній. Найбільш відомими є альянси Промінвестбанку та АСТ "Вексель", Приватбанку та СГ "ТАС", Укрсоцбанку та АСК "Укрсоцстрах" і НАСК "Оранта", банку "Аваль" та АСК "Еталон" тощо.

Також посилились тенденції проникнення іноземних страхових структур на страхові ринки колишніх республік СРСР та країн Східної Європи, в тому числі й український ринок у формі різних спільних страхових компаній.

Розгляд питань, пов'язаних із залученням страхового ринку України в міжнародні ринки страхування і перестраховання, як і всі питання

страхування, повинно виходити з відповіді на те, які функції і завдання страхування та перестраховування виконують в сучасній економіці.

По-перше, завданням страхування є відшкодування збитків, понесених у результаті подій, які мають ознаки ймовірності та випадковості настання.

Тим самим, страхування перетворює непередбачені витрати фізичних і юридичних осіб з відшкодування збитків та мінімізує їх у фіксовані, заздалегідь визначені і, таким чином, сплановані витрати.

До того ж за допомогою страхового захисту збільшується конкурентоздатність компаній завдяки тому, що із страхуванням різко зменшується ризик фінансових втрат, зростає інтерес до інвестування та розробки нових продуктів чи технологій.

Страхування, таким чином, є істотною умовою для забезпечення безперервності виробничого процесу, торгівлі, безтурботного життя людини.

По-друге, страхування забезпечує дуже важливий “побічний ефект” акумуляції капіталу, збираючи премію у мільйонів страхувальників та інвестуючи отриманий капітал.

По-третє, гарний страховик сплачує “свої” збитки. Але він зацікавлений у тому, щоб “його” збитки і, отже, витрати його страхувальників, були якнайменші. Звідси випливає, крім задоволення інтересів страхувальника, додатковий економічний інтерес у діяльності страховика, а саме – запобігання і мінімізація збитків.

Таким чином, страховик, виходячи з економічних міркувань, зацікавлений у постійному моніторингу застрахованого ним ризику, у його “поліпшенні”. Функцією страховика є також запобігання завдання збитків галузям економіки України.

До того ж, за допомогою страхування держава звільняється від значної частини своїх зобов’язань з відшкодування збитків, що виникли внаслідок природних катаклізмів та техногенних аварій.

Водночас стає очевидним те, що не всі проблеми можна вирішити за допомогою страхування. Так, наприклад, за допомогою страхування неможливо вирішити структурні проблеми економіки. Це стосується, насамперед, актуальної дискусії на Україні щодо питання страхування сільськогосподарських ризиків.

Необхідним елементом залучення страхового ринку України в міжнародні ринки страхування і перестраховування є міжнародне перестраховування національних ризиків.

3 практики світового бізнесу



Перестраховальне товариство "Munich Re" було створене у 1880 р., а вже у 1887 р. відкрило своє представництво в Санкт-Петербурзі, а в 1890 р. – в Лондоні. Надаючи свої послуги більш, ніж 5 тис. клієнтів у 150 країнах, обсяг зібраних перестрахових платежів у 2000 р. склав 16 млрд. євро. З 1991 р. "Munich Re" активно працює і в незалежній Україні, підтримуючи молоді українські страхові компанії. Крім цього, це товариство і безпосередньо директор представництва в Російській Федерації, Україні та Республіці Біларусь д-р П. Мюллер особисто, надають конструктивну допомогу під час підготовки проектів законодавчих актів, які передбачено Програмою розвитку страхового ринку на 2001-2004 рр. Зокрема, проблемні питання впровадження страхування сільськогосподарських та екологічних ризиків, особливості німецького і європейського страхового законодавства та інша допомога, яка надається цим представництвом "Munich Re" в рамках співробітництва з Лігою страхових організацій України.

Перестраховик – надійний партнер страховика. По-перше, за допомогою перестраховування зменшується розмір технічного ризику страховика. Беручи на себе визначену частку ризику чи групи ризиків, перестраховальник виступає для страховика в аналогічній ролі, як і страховик перед страхувальником: розділяючи з ним його відповідальність, перестраховальник перетворює його непередбачені змінні витрати в постійні. Перед більшістю страховиків в умовах спонтанного розвитку попиту, початку роботи з новими ризиками та введення нових видів страхування постає проблема недостатньо збалансованого страхового портфелю.

Перестраховальник, в свою чергу, розширює можливості страховика з вирівнювання ризиків у просторі та у часі, оскільки він приймає на себе ризики різних страховиків. Таке вирівнювання ризиків можливе лише за умови, що вони розподілені по всьому світу (це стосується, зокрема, природних ризиків).

При цьому, мова йде про створення максимально великого портфелю ризиків, де за допомогою закону великих чисел і максимально широкого географічного розподілу ризиків стає можливим забезпечення перестраховальним захистом не тільки окремих великих ризиків, а й особливо кумулятивних ризиків, які виникають, наприклад, у зв'язку з природними катастрофами.

По-друге, більшості страховиків не завжди вистачає власних коштів для покриття великих чи масових ризиків, тому перестраховик допомагає страховику збільшити ємність, тобто можливість прийняття ризиків на страхування. Перестраховик на договірній основі за частину страхової премії бере на себе значну частину відповідальності страховика за договором



страхування. Дуже часто вказують на недостатню капіталізацію українських страхових компаній, що є однією з важливих причин того, що на Україні застраховано так мало ризиків. Той факт, що власний капітал українських страхових компаній на сьогоднішній день складає в середньому 400 тис. дол., підкреслює необхідність цих компаній у перестраховальному захисті.

По-третє, перестраховик надає страховику послуги і свої “ноу-хау”. Як правило, він має особливі знання про страхові продукти та ринки: може співставити їх як між собою, так і в міжнародному масштабі, а також проаналізувати результати роботи окремих страховиків. Перестраховик розробляє спеціальні “ноу-хау”, які необхідні конкретному страховику. При цьому залучення страховиком до своєї роботи власного відповідного фахівця є економічно не виправданим та обтяжливим.

Для українських страхових компаній придбання закордонного перестраховального захисту є неминучою необхідністю.

При реальному перестрахованні за кордоном мова, таким чином, йде не про незаконний чи непогрібний відтік фінансових ресурсів України, а про придбання перестраховального захисту та інших послуг. Головне, що разом із перестраховою премією експортується і сам ризик. Тому мова йде про те, щоб знайти в рамках усього світу страховий захист від таких ризиків, для покриття яких у національних страховиків бракує ємності.

Розмір премії, переданої в перестраховання, спочатку повинен визначити сам страховик, виходячи з розміру та обсягу своїх зобов'язань перед страхувальником, можливостей придбання перестраховального захисту та його вартості. Обмеження передачі ризиків перестраховання за кордон як, наприклад, в Україні, де страховикам пропонується розміщати не менш 90 % страхових резервів на території України, створює великі проблеми.

У світі одержав визнання принцип свободи перестраховання, який з огляду на міжнародний характер перестраховального бізнесу, закріплює свободу перестраховика і його цедента (страховик, що передає за плату частину прийнятого за договором зі страхувальником ризику на перестраховання іншому страховику або професійному перестраховику) відносно вибору партнера при перестрахованні, виду, обсягів і змісту їх договірних перестраховальних відносин (держава не повинна вказувати

страховику і перестраховику будь-які конкретні застереження, тарифи і такі інші, які повинні міститися в договорі перестрашування).

Сторони договору перестрашування повинні мати якнайбільше свободи при здійсненні перестраховальних трансакцій у відношенні платежів (перерахування премій і відшкодувань), а також при розміщенні їх капіталу, у тому числі за кордоном.

Без міжнародного перестрашування український ринок може розвиватися лише дуже повільними темпами, а українські страховики можуть лише в обмеженому масштабі виконувати функцію захисту національної економіки та її суб'єктів.

Зараз на страховому ринку України діє 247 страхових компаній, Моторне, Авіаційне, Морське, Медичне страхові бюро, Ядерний страховий пул. Зросла кількість членів Ліги страхових організацій України, створено Асоціацію професійних страхових посередників.

Разом з тим питома вага страхового ринку нашої країни у світовому страховому ринку складає 0,01 %, а в Європі – менше 0,04 %. Тобто в Україні рівень страхової діяльності слід розглядати як дуже мізерний і не адекватний потребам та можливостям країни.

Україна з огляду на наявність об'єктів, що потребують захисту, має надзвичайно великі потенційні можливості для розвитку страхової галузі в усіх напрямках: страхування майна, відповідальності перед третіми особами, життя і здоров'я громадян.

Розрахунки показують, що страхове поле за основними видами добровільного страхування освоєно здебільшого лише на 5-7 %, тоді як у Великобританії, Німеччині, Нідерландах та низці інших західних країн цей показник вищий за 90 %. Швидкими темпами здійснюється охоплення страховим захистом майна комерційних структур, життя, здоров'я і майна громадян в постсоціалістичних державах, зокрема в Польщі, Угорщині, Чехії, країнах Балтії. Вони розпочали активно працювати на міжнародному страховому ринку. Надійшло ряд пропозицій від підприємницьких структур країн Заходу, Естонії, Польщі про інвестування капіталу в страховий бізнес України. Цьому сприяє політика держав-інвесторів, спрямована на забезпечення розвитку страхового бізнесу, і віра в можливу ефективність співпраці з українськими партнерами.



ТЕМА 9

МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ

**9.1. Сутність, значення та
об'єкти міжнародного
маркетингу**

**9.2. Середовище
міжнародного
маркетингу**

**9.3. Міжнародне
маркетингове
планування**



ТЕМИ ДЛЯ РЕФЕРАТІВ

1. *Історичний розвиток реклами.*
2. *Реклама в різних країнах світу: можливості здійснення.*
3. *Етапи реалізації товарів на міжнародному ринку.*

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. *Розкрити сутність та значення міжнародного маркетингу.*
2. *Охарактеризувати основні етапи переходу до міжнародного маркетингу.*
3. *Пояснити механізм прийняття потенційних рішень експортером під час виходу на міжнародний ринок.*
4. *Дати характеристику об'єктам міжнародного маркетингу.*
5. *Охарактеризувати економічне, політико-правове та культурне середовище міжнародного маркетингу.*
6. *Розкрити етапи планування в міжнародному маркетингу.*
7. *Навести детальну характеристику стратегіям маркетингу продуктів.*



НАША КОМПАНІЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

1. *Обрати вітчизняний товар або послугу, які створена філія буде пропонувати на ринку обраної країни.*
2. *Зробити короткий опис обраної країни, включаючи географічне положення, населення, форму правління, грошову одиницю, мову, рівень грамотності, дохід в розрахунку на одну особу і рівень розвитку засобів зв'язку (кількість телевізорів, радіоприймачів, газет і журналів).*
3. *Дослідити економічне, політико-правове та культурне середовище обраної країни та виділити інші фактори, що можуть вплинути на маркетинг обраного товару в даній країні (зокрема, колір упаковки, назва, можливі сфери застосування товару і суспільні звички країни).*
4. *Здійснити планування майбутньої міжнародної маркетингової діяльності в обраній країні і, особливо, визначити, які зміни потрібно внести для успішної реалізації товару (послуги) на ринку обраної країни.*



9.1. Сутність, значення та об'єкти міжнародного маркетингу



Сутність міжнародного маркетингу

Одна з істин східної економіки стверджує: “Виробити товар просто, продати складно. Виробляти потрібно те, що можна продати.” Велике значення повинно надаватися оформленню та формі товару, простоті експлуатації, належному обслуговуванню, а головною умовою успіху є належний **маркетинг**.

Поняття “маркетинг” є одним з найпоширеніших в лексиконі ділових людей, які живуть в різних країнах і на різних континентах земної кулі. Сьогодні в світі практично немає країни з розвинутою промисловістю і торгівлею, де б не використовувався маркетинг, причому не лише великими багатонаціональними компаніями, але й багатьма середніми і малими підприємствами. Маркетингову діяльність проводять підприємства промисловості, оптової та роздрібної торгівлі, фірми, які спеціалізуються на побутовому обслуговуванні населення, туристичні та транспортні компанії, заклади науки та творчі організації, а також організації некомерційного характеру.

З розширенням в світі інтеграційних процесів, міжнародної економічної інтеграції, яка збільшує економічну та політичну взаємозалежність держав, і розподілу праці, все частіше в економічній літературі та діловій практиці використовується термін “міжнародний маркетинг”, значення якого постійно зростає.

Міжнародний маркетинг передбачає систематичну, планомірну та активну обробку міжнародних ринків на етапах просування товару до покупця, розробку концепції для форм ринкової активності.

З практики світового бізнесу

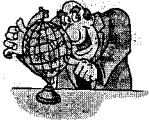


Відомо, що багато великих багатонаціональних компаній отримують більше половини своїх доходів від продажу, який вони здійснюють за кордоном. У нашій країні це “Baf” (Німеччина), “Electrolux” (Швеція), “Procter&Gamble” (США), “Sony” (Японія) та інші.

Міжнародний маркетинг по праву можна вважати “вищою школою маркетингу”. Це пояснюється, перш за все, тим, що експорт у всі часи

відрізнявся високим рівнем організації трудової справи, а підприємства, які працюють на зовнішній ринок, найбільш гостро відчувають необхідність застосування досягнень маркетингу.

Чи знаєте Ви, що...



міжнародний маркетинг – визначальний фактор успішного виходу підприємства на зовнішній ринок. Результати досліджень свідчать, що 70-80 % комерційних невдач на світовому ринку відбуваються через непідготовленість спеціалістів і помилки в маркетинговій діяльності. Маркетингові дослідження і побудовані на них стратегії дозволяють надати експортно-імпорتنій торговельно-економічній діяльності цілеспрямований і скоординований характер, забезпечити максимальне врахування фірмою вимог зовнішнього ринку, тенденцій і перспектив його розвитку з метою формування попиту у вигідному для себе напрямі. Будь-які прорахунки в сфері зовнішньоекономічної діяльності призводять до практично безповоротних втрат.

Не слід ототожнювати поняття “міжнародний” та “експортний” маркетинг. Вони співвідносяться як частина та ціле, причому експортний маркетинг є більш вузькою категорією.

Традиційний експорт полягає в тому, що вітчизняні виробники обмежуються поставкою своєї продукції фірмам іншої країни, тобто імпортерам. Постачальників не цікавить (або ж мало цікавить) те, що відбувається з їх продукцією, наскільки задоволені нею споживачі. Тому, як правило, компанія використовує за межами національних кордонів свою торговельну практику, вносячи в її компоненти мінімальні зміни.

Міжнародна маркетингова діяльність більшості фірм починається з налагодження експортних операцій, але головним стимулом є прагнення збільшити доходи від продажу. Адже, якщо компанія глибоко входить на світові ринки, одного пристосування маркетингових методів і процедур, навіть, якщо вони успішно “працювали” на внутрішньому ринку, не достатньо. В такому випадку фірма використовує міжнародний маркетинг. Нерідко він орієнтований на збут продукції через різні торговельні фірми інших країн, або націлений на освоєння і обробку зарубіжних ринків шляхом розміщення виробництва в інших державах.

Розвиток міжнародного маркетингу відбувається за наступними етапами: традиційний експорт, експортний, міжнародний та глобальний маркетинг (див. рис. 9.1).

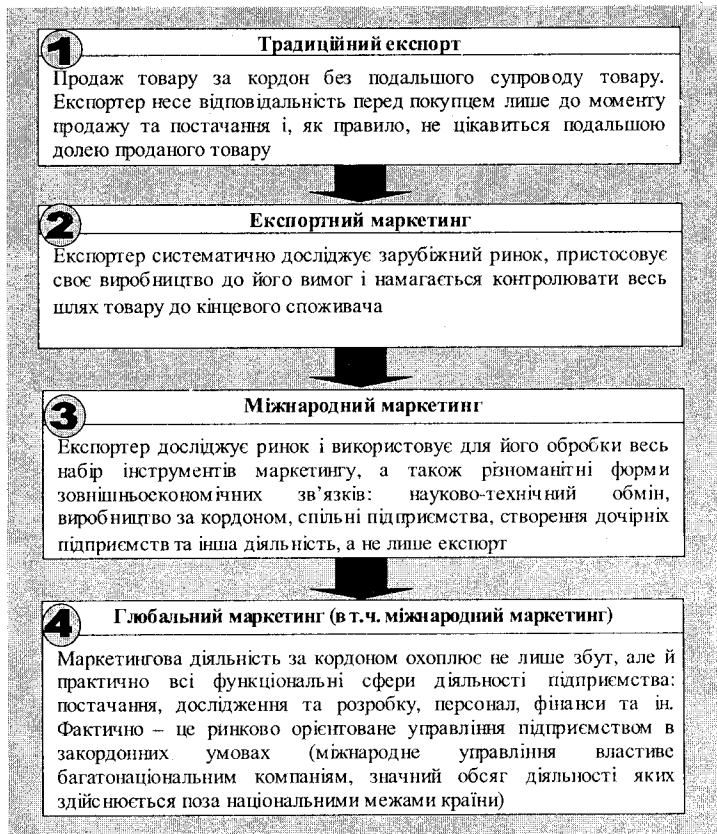
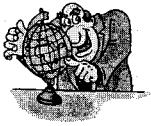


Рис. 9.1. Сутність та етапи переходу до міжнародного маркетингу

Міжнародний маркетинг також може бути охарактеризований як маркетинг на зовнішніх ринках, зазвичай, це маркетинг товарів та послуг за межами національних кордонів, або маркетинг, що реалізується міжнародною компанією. Тобто основним критерієм його виділення є державний кордон. Вся робота з маркетингу, орієнтована на зарубіжні інтереси фірми, належить до сфери міжнародного маркетингу. У книзі Дж. Р. Еванса та Б. Бермана “Маркетинг”, автори дають таке його визначення: “Міжнародний маркетинг – це маркетинг товарів і послуг за межами країни, де знаходиться організація”.

Чи знаєте Ви, що...



державний кордон, як всезагальний критерій для відокремлення міжнародного маркетингу, може мати винятки у тих випадках, коли між суверенними державами є союз, що утворює єдиний економічний простір. Наприклад, Швейцарія і Ліхтенштейн мають єдину валюту і митну систему, і тому для підприємств цих країн вивчення ринків обох держав не належать до сфери міжнародного маркетингу.

Міжнародний маркетинг спирається на принципи маркетингу, що застосовуються всередині країни, і має подібну з ними структуру, але разом з тим є специфічним, оскільки має справу із зовнішньоторговельними та валютними операціями, іноземним і міжнародним законодавством, специфікою соціально-економічних, історичних, природничо-кліматичних, релігійних, правових та інших умов економічної діяльності в різних країнах. Підприємство, яке працює на міжнародному ринку, або планує вийти на нього, зустрічається з фактом різкого зростання потреби в інформації, пов'язаної з тим, що у кожній країні свої звичаї, правила, обмеження і заборони, кожна країна має свою специфіку, тому воно повинно проводити глибокі маркетингові дослідження.

Перше питання, яке повинно вирішити підприємство, чи доцільно взагалі намагатися вийти на міжнародний ринок. Потім слід оцінити можливі ризики, пов'язані з наступними типовими помилками:

- ❖ неправильне розуміння закордонних переваг під час пропозиції своєї продукції (конкуренція на зовнішньому ринку проявляється, як правило, в більш жорстких формах, ніж всередині країни, особливо в епоху глобалізації);

- ❖ неприйнятна для закордонних країн культура ведення бізнесу, невміння ефективно спілкуватися зі своїми іноземними партнерами та клієнтами;

- ❖ незнання правил регулювання бізнесу за кордоном, що призводить до непередбачених витрат;

- ❖ відсутність чи недостатня кількість менеджерів з досвідом ведення справ у міжнародному середовищі.

Механізм прийняття рішення щодо виходу на міжнародний ринок наведено на рис. 9.2.

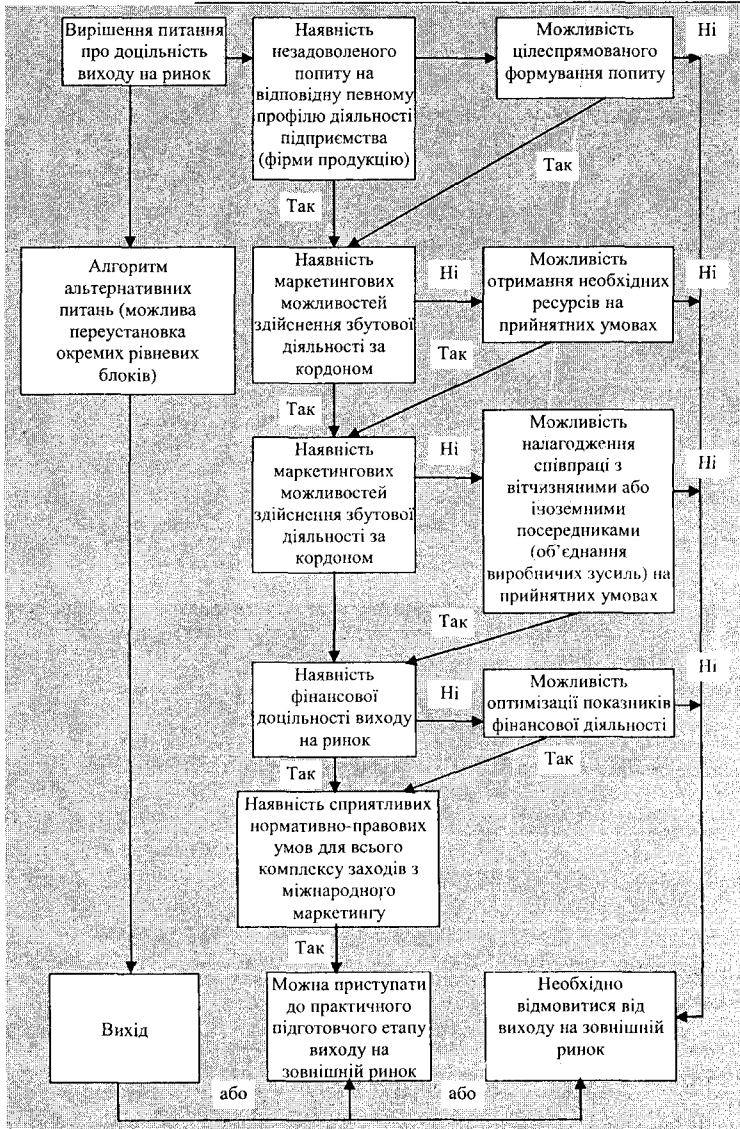


Рис. 9.2. Механізм прийняття потенційних рішень експортером під час виходу на зовнішній ринок¹

¹ Азарян Е.М. Международныи маркетинг. Киев: ИСМО МО Украины, НВФ "Студцентр", 1998. – 200 с.

Специфіка маркетингу на сучасному міжнародному ринку виражається формулою: “Мислити глобально (здійснюючи стратегічний маркетинг) – діяти локально (здійснюючи операційний маркетинг)”. Міжнародний маркетинг включає декілька важливих складових (рис. 9.3).

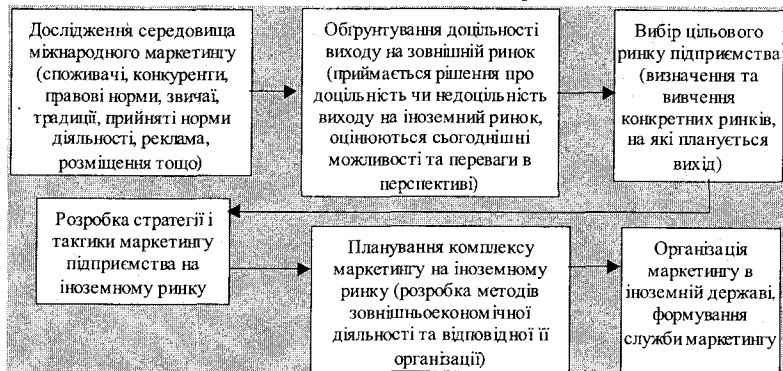


Рис. 9.3. Складові частини міжнародного маркетингу

В сучасній ринковій економіці прийнято виділяти два основних етапи реалізації міжнародного маркетингу:

☛ маркетинг, що використовується компаніями, які здійснюють міжнародну діяльність “каскадного” типу, тобто послідовно освоюють різні зарубіжні ринки;

☛ глобальний міжнародний маркетинг, сутність якого полягає в тому, що підприємства одразу виходять на багатонаціональний ринок.

Чи знаєте Ви, що...



в області міжнародної маркетингової діяльності діють наступні міжнародні організації маркетингу: Європейське товариство маркетингу, Міжнародна федерація маркетингу, Американська асоціація маркетингу.

В Україні існує Торгово-промислова палата – неурядова організація підприємців (юридичних осіб), яка покликана захищати їх інтереси, сприяти розвитку економіки та міжнародних економічних зв'язків.

Секція маркетингу при палаті розв'язує, зокрема, такі завдання:

- ☛ вивчення зарубіжного досвіду в галузі виробництва і збуту на зовнішніх ринках;
- ☛ сприяння підприємствам вивченню технічного інструментарію міжнародного маркетингу;
- ☛ надання методичної та практичної допомоги підприємствам у практичному використанні елементів маркетингової діяльності.

Таким чином, з практичної точки зору поняття “міжнародний маркетинг” можна трактувати як систему заходів, які здійснює підприємство (фірма, корпорація) на закордонних ринках, з вивчення, формування та задоволення попиту на запропоновані товари та послуги для ефективного досягнення поставлених цілей.

Основою для проведення підприємством (фірмою) таких заходів є

спеціально розроблений комплекс міжнародного маркетингу². Комплекс міжнародного маркетингу складають ті ж елементи (функції), які входять до комплексу маркетингу на внутрішньому ринку країни, а саме:

1) вивчення ринку (поведінки споживачів, попиту, конкурентів, конкурентноспроможності товарів і послуг, посередників, які здійснюють транспортування, збут тощо), а також зовнішнього середовища, в якому діє фірма (законодавчому, економічному, політичному, соціальному, технологічному та ін.);

2) формування товарної (асортиментної) та цінової політики підприємства, яка буде відповідати обраним ринковим цілям;

3) розробка та впровадження стратегій просування товарів і послуг на обраних ринках (рекламних компаній, заходів з формування суспільної думки, стимулювання збуту тощо)³;

4) вибір і організація оптимальних каналів збуту товарів, продукції та послуг (через забезпечення ефективної взаємодії між посередниками і партнерами).

Однак здійснення основних функцій маркетингу на закордонних ринках має специфічні особливості, які подягають в тому, що його організація і методи здійснення повинні враховувати такі фактори, як незалежність держави; національні валютні системи, національне законодавство; економічну політику держави; мовні, культурні, релігійні, побутові та інші особливості та традиції (табл. 9.1).

Таблиця 9.1. Комплекс проблем міжнародного маркетингу

1. Чужа культура, інша мова, ділові традиції, стандарти	2. Валютні проблеми	3. Економічні та соціальні відмінності
4. Різноманітні економічні системи і ступені відкритості та замкненості ринків	5. Різноманітні політичні та правові системи	6. Різноманітні умови та передумови використання виробів
7. Різноманітні умови збуту	8. Різноманітні господарські інфраструктури реалізації продукції	9. Умови конкуренції

Отже, при виході на міжнародний ринок необхідно додатково звернути увагу на об'єкти, яких не має внутрішній ринок: наприклад, митне регулювання, валютні курси, баланси міжнародних розрахунків тощо.

Співробітники, які працюють в правлінні фірми і за кордоном, повинні проходити постійне навчання, знайомитися з цілями та вимогами закордонних партнерів на ринку.

Центральне місце займають валютні проблеми, що доводиться вирішувати

² Комплекс маркетингу можна визначити як сукупність взаємопов'язаних елементів, що використовуються для задоволення власних потреб конкретного ринку або його частини (сегмента) з врахуванням даного оточення (політичного, культурного, економічного, інституційного). Він складається нині з двох груп елементів: внутрішні (контрольовані) та зовнішні (неконтрольовані).

³ Перші три перераховані функції реалізують відомі "4P's" комплексу маркетингу (marketing mix): товар (product), ціна (price), розподіл (place), просування (promotion). Ці складові є основними об'єктами, які повинні вивчати маркетологи компаній, фірм як на вітчизняному, так і на закордонному ринках.

фірмі, яка займається міжнародною торгівлею і орієнтується на експорт, адже для неї валюта в кінцевому підсумку визначає весь результат діяльності.

Окремою проблемою виступає хронічний торговий дефіцит багатьох країн, зокрема, тих, що розвиваються. З цим пов'язаний фінансовий ризик, оскільки в тій чи іншій мірі неплатоспроможною може виявитися вся країна та існує імовірність виникнення проблеми переказу валютної виручки.

Експортерам доводиться мати справу з різноманітними політичними та правовими системами. При експорті товарів, і особливо при створенні за кордоном своїх філій, національна компанія більше ризикує втратити свої активи, ніж в своїй власній країні. Війни, революції або гострі соціальні конфлікти можуть призвести до руйнування виробничих приміщень, обладнання, псування товарних запасів, а зміна політичної влади – до конфіскації майна зарубіжного інвестора.

При здійсненні міжнародного маркетингу враховують не тільки соціально-економічні та психологічні особливості попиту, але й національно-історичні. Тому всі підприємства займаються проблемами адаптації товару до умов його споживання в тій чи іншій країні.

Експортери зіштовхуються з невідомими умовами збуту. Значні особливості мають канали збуту, наприклад, їх традиційна багатоступінчатість в Японії, де збут нерідко охоплює декілька рівнів оптової торгівлі. Також при виході з товаром на ринок, підприємство часто зіштовхуються з різноманітними економічними інфраструктурами, наприклад, з відсутністю за кордоном мережі збуту і такого сектору послуг, як рекламні агентства або розвинуті засоби масової інформації.

Отже, для успішної діяльності на зовнішніх ринках необхідно докладати більше зусиль, більш ретельно дотримуватися принципів і методів маркетингу, ніж на внутрішньому ринку, вивчати зовнішні ринки, їх можливості, що є більш складним і трудомістким процесом, ніж вивчення внутрішнього ринку. Не існує стандартних підходів – для ефективної діяльності на зовнішньому ринку необхідно творчо і глибоко використовувати маркетингові методи, дотримуватися вимог світового ринку (а точніше, вимог покупців). Вирішальну роль має розробка і виробництво таких експортних товарів, які навіть через декілька років після виходу на ринок відрзнятимуться б високою конкурентноспроможністю.

Не менш суттєвим є функціонування величезної кількості міжнародних організацій, що регулюють підприємницьку діяльність на світовому ринку в тій чи іншій сфері або в тому чи іншому аспекті. Так, наприклад, Міжнародна організація країн-експортерів нафти (ОПЕК) контролює діяльність підприємств на ринку нафтопродуктів, а Світова організація торгівлі розробляє угоди і стандарти на світовому ринку.



Значення міжнародного маркетингу

Для сучасного світу характерне різке зближення національних економік та їх переплетіння. Період, коли економіку приносили у жертву “політичним амбіціям і догмам”, минає.

Поява потреби у міжнародному маркетингу пов’язана з переходом від епізодичного, заснованого на природному інтересі до товарів і послуг окремих фірм, до міжнародної торгівлі, яка базується на систематичній та інтенсивній обробці зовнішніх ринків. Ця значимість міжнародного маркетингу у даний час значно зросла, ставши найважливішою функцією менеджменту на світовому ринку.

Для бізнесу розвинених країн міжнародний маркетинг – звичайна сфера діяльності, оскільки їм традиційно притаманна широка присутність на іноземних ринках. За висловом Ф. Котлера, “міжнародний маркетинг для фірм цих країн є другою натурою”. При цьому зовнішньоекономічна політика кожної держави будується з урахуванням особливостей її економічного стану і розвитку.

Так, Великобританія, Бельгія, Нідерланди і Нова Зеландія продають за кордоном більше половини всієї продукції, що випускається. Тим самим забезпечується високий рівень зайнятості й оплата імпортованих товарів. США, будучи найкрупнішою у світі країною–експортером за абсолютними показниками, – експортують більше 10 % вартості валового національного продукту. Для американських фірм заняття міжнародним маркетингом визначається двома чинниками. Одним з них є послаблення маркетингових можливостей або зміна кон’юнктури на внутрішньому ринку. У даному розумінні американськими маркетологами враховуються уповільнення темпів зростання валового національного продукту, проведення урядом антипідприємницької політики, введення непомірного податкового тягаря, підштовхування державою підприємців до виходу за кордон з метою надходження іноземної валюти і скорочення зовнішньоторговельного дефіциту. З іншого боку, нерідко залучення американських фірм до зовнішньоторговельної діяльності пов’язане із зростанням можливостей, які відкриваються для їх товарів у інших країнах. При цьому їх не зупиняють проблеми, які належить розв’язувати при здійсненні операцій за кордоном.



Об’єкти міжнародного маркетингу

До об’єктів міжнародного маркетингу відносять: вивчення товару, вивчення покупця, вивчення ринку, вивчення навколишнього середовища.

Вивчення товару. Під вивченням товару розуміють ті напрямки дослідження товару, які мають на меті відповісти на питання: наскільки товари, що виробляються даним підприємством, відповідають потребам, смакам,

бажанням споживача? Якщо виходити з того, що товар – це комплекс корисних властивостей речі, то предметом аналізу товару є його споживчі властивості, переваги та недоліки порівняно зі зразками, що вже існують на ринку. Критерієм оцінки є споживчий попит. Дослідник, який прагне дати об'єктивну оцінку перспектив попиту на товар, повинен на основі опитування представників потенційних покупців дати якісну, а якщо можливо, то і кількісну оцінку споживчих можливостей товару, перспектив його прибуткового збуту.

Вивчення покупця. Метою вивчення покупця є виявлення та детальне дослідження тих категорій осіб (покупців та споживачів), яким адресована продукція фірми, а також їх звичок і мотивів, якими вони керуються у своїй поведінці на ринку. Дослідження такого типу передбачають аналіз основних суб'єктивних та об'єктивних чинників, що формують смак і надання покупцем переваги тому чи іншому товару. Вивчення охоплює демографічну характеристику покупців, розподіл доходу, соціальні фактори, які впливають на поведінку даної групи населення, психологію. Ці напрями зазвичай об'єднують у поняття “дослідження мотивацій”.

Особливістю вивчення покупця у межах дослідження мотивацій є те, що як об'єкт вивчення береться не покупець взагалі. Успішна реалізація політики ринкової сегментації передбачає знання того, хто саме є споживачем продукції фірми. Тому з усіх споживачів виділяються найбільш типові групи, які мають однакову чи подібну споживчу поведінку і становлять окремий спектр суспільного попиту на даний товар. При цьому головним критерієм часто виступає розподіл споживачів за рівнем доходів і соціальним становищем, а додатковими – вік покупця, склад його сім'ї, місце проживання.

Вивчення ринку. Жоден ринок не є однорідним, він диференціюється за різними ознаками. Під вивченням ринку розуміють дослідження галузевих, регіональних, товарних ринків і ринків покупців. Основна мета такого дослідження – визначити (в цілому або щодо кожного ринку окремо) потенціал продажу та скласти прогноз на майбутнє. Інакше кажучи, дати кількісну оцінку існуючих і потенційних можливостей збуту продукції фірми. З погляду фірми, прогноз продажу має першочергове значення для вирішення багатьох питань господарської діяльності. Тому мало підприємств відважуються розпочати операції, не маючи достатньо обґрунтованих припущень стосовно перспектив збуту власної продукції. Для визначення цих перспектив фірма зазвичай проводить дослідження у таких напрямках:

↳ ємність ринку, тобто аналіз поточного суспільного попиту на даний товар (товарну групу);

↳ характеристика ринку даного товару, аналіз стану ринкової конкуренції й оцінка впливу інших економічних чинників на характер попиту та пропозиції;



- ↳ тенденція зміни ємкості ринку та соціально-економічні фактори, що впливають на неї;
- ↳ прогноз продажу чи частки товарного ринку, яку компанія планує контролювати у майбутньому;
- ↳ аналіз регіональних ринків, тобто стан і перспективи збуту якогось товару на певній території.

Це включає досить широке коло досліджень і, насамперед, вивчення приросту та міграції населення, а також пов'язаних із цим змін у купівельній спроможності мешканців даної території. Аналіз регіональних ринків допомагає вибрати найперспективніші напрями, за якими необхідно розширити збутову діяльність, виробити з врахуванням мобільності покупців науково обгрунтовані принципи поділу зарубіжного ринку на територіальні компоненти. При цьому скрупульозно вивчаються особливості ринкової конкуренції на окремому регіональному ринку і т.д.

Вивчення навколишнього середовища. Учаснику міжнародного ринку потрібно розібратися у зарубіжному середовищі та іноземних інституціях і бути готовим до перегляду фундаментальних уявлень про те, як люди реагують на спонукальні прийоми маркетингу. Відмінності та значимість політичного, культурного, економічного та інституційного оточення суттєво впливає на комплекс маркетингу. Набір товарів і послуг, розрахований на задоволення виявлених потреб в одній країні, наприклад, європейській, буде кардинально відрізнятися порівняно з набором для іншої, скажімо, африканської. Середовище є особливо важливим елементом у контексті міжнародного маркетингу, навіть важливішим, ніж для маркетингу у будь-якій окремій країні.

9.2. Середовище міжнародного маркетингу



**Необхідність
вивчення
міжнародного
маркетингово
го середовища**

Здійснення підприємством комерційної діяльності на закордонних ринках ґрунтується на постійному вивченні маркетингового середовища.

Як вже зазначалось, плануючи вихід на зовнішні ринки, фірма повинна досконало розібратися з особливостями міжнародного маркетингового середовища, що знаходиться під впливом великої кількості факторів і є дуже нестабільним та мінливим. Будь-які зміни в політичних та економічних умовах окремих країн викликають зміни і на міжнародному ринку⁴, який функціонує як єдина виробничо-збутова та фінансова система. Приймаючи рішення про

⁴ **Міжнародний ринок** – це сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих національних ринків окремих держав, які беруть участь в міжнародному поділі праці, міжнародній торгівлі та інших формах економічних відносин.

зовнішньоекономічну діяльність, підприємство повинно добре усвідомлювати переваги, які можна використовувати, а також знати обмеження в цій сфері.

Прийняття рішення про вихід на міжнародний ринок базується, перш за все, на вивченні стану навколишнього середовища. Навіть на стадії проектування товару слід врахувати природно-кліматичні особливості (підвищена вологість, низька температура, коливання температури протягом доби).

Міжнародне маркетингове середовище складається з економічного, політико-правового та культурного середовища. При цьому необхідно знаходити шляхи адаптації маркетингової політики і стратегії підприємства до особливостей правового, політичного та економічного середовища країни, в якій фірма здійснює свою діяльність.



Економічне середовище

Плануючи вихід на зовнішні ринки, спеціаліст із міжнародного маркетингу, перш за все, повинен вивчити економіку країни, в якій підприємство планує зайнятись бізнесом.

Фахівець із міжнародного маркетингу розглядає світ як один великий ринок із великою кількістю сегментів. Основне його завдання – визначити подібні характеристики ринків та їх особливості. Інакше кажучи, він повинен класифікувати основний ринок за групами країн, схожими за своїм економічним середовищем.

Для аналізу економічного середовища використовують, як правило, дві характеристики: структуру господарства та характер розподілу доходів в країні (табл. 9.2).

Таблиця 9.2. Характеристика країн з метою аналізу економічного середовища

Ознака	Вид країни	Країни
За структурою господарства	З натуральним господарством	Ефіопія, Судан, ЦАР, Чад
	Що розвивають промисловість	Аргентина, Венесуела, Нігерія, Перу, Чілі, Уругвай
	Експортери сировини	Абу-Дабі, Бахрейн, Венесуела, Індонезія, Росія, Судан, Чілі, Україна
	Промислово розвинуті	Великобританія, Німеччина, США, Японія
За характером розподілу доходів в країні	Країни з дуже низьким рівнем сімейних доходів	Зімбабве, Ефіопія, Чад
	Країни з переважно низьким рівнем сімейних доходів	Афганістан, Куба, Мозамбік, Монголія, Нова Гвінея, Пакистан, Північна Корея, Судан
	Країни з низьким рівнем доходів	Азербайджан, Грузія
	Країни з середнім рівнем доходів	Алжир, Греція, Єгипет, Іспанія, Чехія
	Країни з високим рівнем доходів	Італія, США, Канада, Франція, Японія

Чи знаєте Ви, що...



до числа країн-експортерів відносяться Чілі (олово, мідь), Заір (каучук), Саудійська Аравія (нафта). Основну частину національного доходу вони отримують за рахунок експорту природної сировини, тому вони є хорошим ринком для збуту видобувного обладнання, інструментів, допоміжної сировини, транспортних засобів для обслуговування розробок. В ці країни також можна ввозити предмети розкоші, товари особливого попиту, призначені для заможних людей, що розбагатіли за рахунок продажу сировини, а також дипломатичного корпусу та іноземних спеціалістів.



Політико-правове середовище

При вирішенні ділових питань у сфері зовнішньоекономічних відносин велика увага приділяється вивченню зовнішнього політико-правового середовища держав. Політичні рішення державних діячів можуть як сприяти розвитку міжнародної діяльності цієї країни, так і загальмувати її на довгі роки. Вирішуючи питання про встановлення ділових відносин з тією чи іншою країною, слід враховувати щонайменше чотири фактори.

1. Відношення до імпортих поставок. Деякі країни ставляться до таких закупок досить прихильно, залучаючи іноземні капіталовкладення та пропонуючи вкладникам пільги та послуги при виборі місць розташування підприємств, інші – різко негативно. Зацікавленість уряду в залученні іноземних капіталів і доброзичливе відношення громадян до імпортих товарів робить деякі країни дуже привабливими для співробітництва. До числа таких країн, наприклад, відноситься Мексика, яка протягом багатьох років залучає капіталовкладення з-за кордону. В деяких країнах, навпаки, складається несприятливий клімат для зарубіжних підприємців. Наприклад, в Індії існує багато перешкод для проникнення іноземних товарів, вона вимагає від експортерів дотримання імпортих квот, блокує деякі валюти, ставить за умову введення до керівництва новостворених підприємств великої кількості своїх громадян тощо. Саме через такі “перешкоди” прийняли рішення залишити індійський ринок корпорації “IBM” та “Coca-Cola”.

2. Політична стабільність. Стабільність країни в майбутньому також важлива. Несприятлива політична ситуація, різка зміна політичного курсу можуть спричинити конфіскацію власності іноземної фірми, блокування її валютних резервів, введення імпортих квот чи нового оподаткування. В принципі, і політично стабільні країни, і країни з політично нестабільними умовами можуть бути однаково як привабливими, так і непривабливими для іноземних бізнесменів. Але маркетингові підходи і рішення в таких випадках будуть відрізнятися в залежності від ситуації.

Політична стабільність служить гарантом для залучення надійних інвесторів, діяльність яких націлена на довгостроковий результат. В цих

обставинах не беруться до уваги ризики, пов'язані зі зміною політичного курсу (можливі конфіскації, валютні обмеження, встановлення квот, більш жорстка податкова політика відносно іноземців і т. д.). Іноземні підприємства, працюючи в таких умовах, можуть зробити дуже багато для розвитку інфраструктури, соціальної сфери, науково-технічного потенціалу.

Нестійкі політичні умови в країні можуть вплинути на привабливість інших факторів: наявність дешевих сировинних ресурсів, робочої сили, великої місткості ринку і т. д. Природно, що в цьому випадку надійні компанії не поспішають на такі ринки, оберігаючи свою репутацію, або ведуть дуже обережну діяльність. Такі умови приваблюють невеликі компанії, що можуть швидко заробити капітал, розбагатіти, а потім залишити ринок. Зарубіжним підприємствам, можливо, буде вигідно займатися підприємницькою діяльністю навіть у країні з хиткою політичною стабільністю. Однак це неодмінно вплине на характер їх підходу до фінансових і ділових питань.

3. Валютні обмеження. Третій фактор стосується обмежень чи проблем, пов'язаних з валютним обміном. Іноді уряди блокують власну валюту чи забороняють її переведення в будь-яку іншу, тобто існує валютний ризик. Валютні ризики поділяються на два види: 1) пов'язаний з різкими коливаннями курсу національної валюти; 2) пов'язаний з валютним регулюванням у вигляді обмеження внутрішньої конвертованості, блокування валют або контролю за валютним курсом. Зазвичай продавець намагається отримати доход у конвертованій валюті. Але, якщо це неможливо, він буде використовувати заблоковану валюту, якщо на неї можна придбати або потрібні йому товари, або товари, які він зможе продати десь на іншому ринку за зручну для нього валюту. У гіршому випадку продавцю, який має справу з заблокованою валютою, очевидно, доведеться вивозити свої гроші з країни, де розташована його фірма, у вигляді товарів, що не користуються попитом і які він зможе продати в іншому місці тільки із збитком для себе. Не можна оцінювати обмеження як очевидно погані чи як очевидно хороші, але підприємець повинен знати, в яких умовах йому доведеться працювати.

4. Ефективність державної системи. Цей чинник визначає ступінь ефективності системи допомоги іноземним компаніям з боку держави, що їх приймає. Функціонування державної системи може створити сприятливі умови для розвитку зовнішньоекономічних зв'язків через надання повної ринкової інформації, чітко організованої митної та контрольно-пропускної служби, відсутності бюрократичних перешкод при оформленні документів і т. д.



Культурне середовище

У кожній країні є свої звичаї, правила, обмеження. Перш ніж приступити до розробки маркетингової програми продавцю слід з'ясувати, як сприймає зарубіжний споживач ті



чи інші товари і як він їх використовує. Незнання культурного середовища знижує шанси фірми на успіх.

З практики світового бізнесу



Деякі з найбільш передових американських діячів ринку при виході за кордон зазнавали невдач. Фірма "Kentucky Fried Chicken" відкрила в Гонконзі 11 своїх закладів. Однак через два роки всі вони збанкрутували. Очевидно, мешканцям Гонконгу виявилось незручно їсти смаженого курча руками. Фірма "Mc Donal't's" відкрила свій перший заклад в Європі в одному з передмість Амстердаму, але обсяг продажу виявився невітнішим. Фірма не врахувала того факту, що в Європі більшість громадян живуть в центрі міст і менш рухливі в порівнянні з американцями.

В кожній країні світу в людях з дитинства формуються під впливом оточуючого їх суспільства певні норми поведінки, цінності, переконання та погляди на світ, які і виявляють їх відношення до самих себе, інших людей, природи, а також матеріальних цінностей, що їх оточують (товарів, послуг і т.д.). Набір вказаних цінностей, ідей, поглядів та відносин формують поняття "культура"⁵ і є його абстрактними компонентами, але в нього включаються і матеріальні цінності.

До **матеріальних компонентів культури** відносять будівлі (в тому числі музейні, театральні та інші.), споруди, інструменти, книги, телебачення, комп'ютери, картини, одяг та інші товари, а також різноманітні послуги. Матеріальні елементи культури іноді називають культурними артефактами. **Найголовнішими світоглядними та поведінковими аспектами культури є:** погляди людей на самих себе, взаємозв'язок людей один з одним, відносини між людьми та організаціями, погляди людей на суспільство, відношення людей до природи, відношення людей до світосприйняття, цінності та норми поведінки, мова та спілкування.

В рамках кожної країни і конкретного суспільства люди сповідують конкретні цінності, які мають стійкий характер.

Цінності – це переконання та соціальні норми, що об'єднують індивідів.

Норми – це правила поведінки, сформовані суспільством або групою людей на основі згоди всіх її учасників.

Люди в різних країнах світу можуть мати спільні цінності, але надавати їм різні пріоритети, якщо необхідно зробити вибір. Так, групам американських та азійських бізнесменів було поставлено одне запитання: якщо б Ви були на кораблі, що тоне з жінкою, дітям і матір'ю, які не вміють плавати, кого б Ви рятували, якщо могли б врятувати тільки одного з них? В США близько 60 % опитуваних бізнесменів обрали дитину і близько 40 % дружину, але ніхто не обрав матір. Всі азіати обрали матір.

⁵ **Культура** – спосіб тримати себе, зовнішня форма поведінки і стосунки між людьми; система норм поведінки людей, яка дозволяє оцінити з точки зору моральних критеріїв і параметрів, що добре, а що погано у відносинах між людьми, а також між окремою людиною і суспільством.

Суспільні культурні цінності об'єднують різноманітні суспільні групи, а **індивідуальні** є упередженнями та нормами поведінки конкретних людей. Індивідуальні цінності можуть не визнаватися всіма або деякими членами групи, хоча сімейне, релігійне або національне походження кожної людини впливає на його систему цінностей.

Чи знаєте Ви, що...



навіть в межах єдиної держави окремі регіони відрізняються один від одного національними і культурними традиціями, смаками і звичаями. Один з вітчизняних модельєрів, вивчаючи ринок жіночого одягу, вловив різницю в смаках полтавчанок і киянок. Він стверджує, що полтавчанки більш емоційні і темпераментні, люблять яскравий одяг, але традиційного покрою. Киянки більш стримані у відношенні до палітри фарб, але віддають перевагу одягу з вишуканим, оригінальним кроєм.

Ще більш вражаючі відмінності спостерігаються між окремими країнами. Підприємець повинен знати, що в арабських країнах основну масу питає, пов'язаних із закупівлею товарів для дому вирішує чоловік, що середньостатичний француз споживає майже вдвічі більше косметики і засобів туалету, ніж жінка, а німці споживають більше фасованих макаронних виробів, ніж італійці. Італійські діти люблять в якості легкої закуски з'їсти плитку шоколаду, поклавши її між двома шматочками хліба. В Танзанії жінки не дозволяють дітям їсти яйця, побоюючись, що дитина облісіє або стане безплідною.

Обов'язковим для маркетологів, фірми яких виходять на міжнародний ринок, є вивчення мікро- та макрокультури країни, яку вони обрали.

Макрокультура включає цінності та символи, які стосуються суспільства в цілому або більшості громадян⁶.

Мікрокультура включає цінності і символу обмеженої групи людей, які є частиною суспільства.

Мікрокультури інколи називають субкультурами. Якщо будь-яка субкультура явно виділяється серед інших своєю системою цінностей і споживчою поведінкою, а також значною кількістю прибічників, виникає можливість використовувати її критерій для сегментації ринку.

Культура передається з покоління в покоління, перш за все, такими суспільними інститутами, як сім'я, школа, релігія. Джерелами культурних цінностей також є попередній досвід, спілкування з однолітками та іншими близькими за статусом людьми (див. рис. 9.4).

Чи знаєте Ви, що...



підліткам і в цілому представникам "молодіжної субкультури" приділяється особлива увага, тому що саме вони визначають, яка музика, мода, розваги, ідеї та підходи будуть поширені в суспільстві. Маркетологам відомо, що якщо їм буде надана можливість ще в підлітковому віці звернути увагу людини до деякої торгової марки, то цілком вірогідно, що вона залишиться вірною цій фірмі протягом багатьох років. Так, наприклад, чіпси, що отримали популярність у підлітків, в результаті розпочало купувати доросле населення США.

⁶ Звичайно поняття "суспільство" застосовується до великих та складних, проте організованих соціальних систем, таких як нації або навіть багатонаціональні об'єднання (наприклад, Європейський союз).

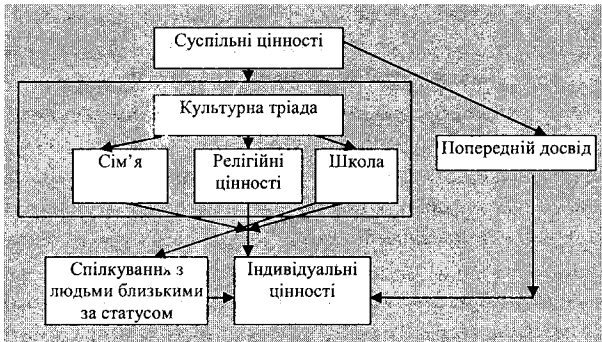


Рис. 9.4. Джерела культурних цінностей

Вплив культури на прийняття рішення щодо придбання дуже велике. При цьому культурні цінності здійснюють вплив як на вибір окремого споживача, так і на структуру споживання суспільства в цілому. Наприклад, американська культура особливе значення надає індивідуальності та конкурентоздатності, в той час як для японської культури більш важливою є узгодженість сфер виробництва та споживання. Цінності такого роду відіграють визначальну роль у розумінні поведінки людей в різних країнах при виборі та придбанні товарів, в тому числі у формуванні споживчих уподобань, і тому відносяться до категорії основних цінностей.

З практики світового бізнесу



Дослідники виділяють вісім основних культурних цінностей жителів США:

- ✦ матеріальний добробут;
- ✦ полюса моралі (гарні – погані);
- ✦ робота важливіша гри;
- ✦ час – гроші;
- ✦ праця, оптимізм, підприємництво;
- ✦ влада на природі;
- ✦ рівноправність;
- ✦ любов до людей.

Ці цінності багато в чому властиві й іншим народам, проте існують відмінності навіть між близькими національними культурами, наприклад, між основними цінностями США та Канади. Так, канадці, порівняно з американцями, більше підпорядковуються владі закону. На думку канадців, бажання досягти успіху – це поганий смак. Американці ж поклоняються успіху. Канадці більш обережні, ніж американці, які більш схильні ризикувати. В Канаді велике значення надається соціальним програмам і державній підтримці, а також державним формам власності. Американці ж роблять ставку на вільне підприємництво і право особи самій вирішувати свою долю і т.д.

Маркетологам необхідно уважно відслідковувати зміни в соціокультурному середовищі тих країн, на які направлені їх інтереси. Так, наприклад, поява в 60-х роках ХХ ст. такого руху, як хіпі, або таких явищ як

бітломанія, внесло великі зміни в моду, образ життя і споживчу поведінку молоді фактично всіх країн Європи та Північної Америки.

При виборі назви марочних виробів (торгових марок) обов'язково повинні враховуватися та оцінюватися мовні відмінності. Так, на основі міжкультурного аналізу при виборі найменування марки товару слід проаналізувати наступні обставини:

1. Чи може назва марки продукту мати інше значення в інших мовах, можливо несприятливе в тій чи іншій країні?

2. Чи вимовляється ця назва на інших мовах? Наприклад, в іспанській та деяких інших мовах в алфавітах відсутня літера "К" – перша літера багатьох торгових марок США.

3. Чи не є близькою назва марки назві аналогічного іноземного товару і чи не дублює вона якийсь інший продукт, що продається в інших країнах?

4. Якщо продукт американський (російський, китайський тощо), чи не буде національна гордість та переконання людей в іншій країні виступати проти прийняття цього продукту?

Чи знаєте Ви, що...



студенти економічного факультету Університету Аляски зібрали колекцію найпарадоксальніших помилок, зроблених американськими компаніями через неточності в перекладах і нерозуміння реалій, які існують в інших країнах. Автомобільний гігант "General Motors" зазнав фіаско, намагаючись вивести на ринки Латинської Америки свій новий автомобіль "Chevrolet Nova". Незабаром з'ясувалося, що "Nova" іспанською означає "не може рухатися". Компанія "Colgate-Palmolive" вивела на французький ринок нову зубну пасту "Cue". А трохи пізніше американці дізналися, що саме таку назву має популярний французький порножурнал. Авіакомпанія "American Airlines" якось встановила у своїх літаках шкіряні крісла і вирішила повідомити про це американським споживачам. Англійською слоган звучав прекрасно: "Fly in Leather" ("Літай у шкірі"). У перекладі вислів набув іншого змісту: "Літай голим!". Виробник товарів для дітей "Gerber" почав продавати дитяче харчування в Африці. На коробках було зображене немовля. Пізніше маркетологи "Gerber" з подивом дізналися, що, оскільки в Африці багато неграмотних, на упаковках місцевих товарів заведено зображувати їхній вміст (наприклад, на упаковці вівсянки зображують кашу). Неписьменні африканці були дезорієнтовані.

Спеціальна лігвіністична техніка, запозичена з міжнародної методології (аналізу), допомагає спеціалістам з маркетингу при перекладі рекламних звернень.

Міжкультурний аналіз – це систематичне порівняння спільних та відмінних рис різних культур (в тому числі мов).

Корисний спосіб подолання мовної проблеми – зворотній переклад. В цій процедурі повідомлення (слово або ряд слів) перекладається з рідної мови на іноземну і навпаки декількома перекладачами. Цей процес часто повторюють декілька разів, а потім перекладачі обмінюються версіями. Ціль таких повторів – досягнення повної адекватності та точності змісту повідомлення шляхом подолання суб'єктивності кожного окремого перекладу. Але в деяких

випадках для підтримки в закордонних споживачів почуття, пов'язаного з особливостями продукту, відомі міжнародні корпорації та фірми рекламують товар в різних країнах без перекладу, на мові своєї країни. Так, наприклад, реклама продукції фірми "Pierre Cardin" в США часто публікується на французькій мові для створення певної атмосфери та іміджу, а також з метою привернути увагу. Річ у тім, що використання слів з іншої мови порушує граматичні норми читача, а значить – привертає увагу.

При виході на глобальний ринок маркетологи часто використовують й інші способи подолання мовних бар'єрів сприйняття своїх марочних товарів. Наприклад, відвідувачам ресторанів "Pizza Hut" в багатьох країнах пропонують меню на декількох мовах. Процедура замовлення при цьому полегшується як для споживача, так і для персоналу ресторану, який може не знати інших мов.

З практики світового бізнесу



Чутливість до культури особливо важлива в країнах, що розвиваються, тому що візуальний ряд може бути набагато важливіше слів. Наприклад, підприємстві намагались експортувати пральний порошок в одну з країн Сходу. В рекламі ліворуч було зображено гору брудного одягу, а праворуч – акуратно складений чистий одяг. Але в деяких східних країнах жителі читають з права на ліво, і зміст реклами виявився протилежним: порошок забруднює одяг.

Але мова не є єдиним засобом комунікації. Люди часто обмінюються інформацією за допомогою невербальних повідомлень, які створюють невербальну або німу мову. Наприклад, кольори, що викликають асоціацію, спираються на культурний досвід людей різних країн. В більшості західних країн чорний колір асоціюється зі смертю, проте білий колір в деяких районах Далекого Сходу і пурпуровий в країнах Латинської Америки мають теж значення. Для того, щоб успішно просувати свою продукцію в різних країнах світу, спеціалісти з маркетингу повинні обов'язково враховувати значення кольору при оформленні товарів та їх рекламі. І те, і інше повинно відповідати системі уявлень споживачів в цих країнах.

Чи знаєте Ви, що...



Невербальна мова також виражається у відстані між людьми під час розмови. Почуття відстані, що відповідає ситуації, в різному суспільстві своє. В США, наприклад, звичайна відстань між людьми в процесі ділової розмови складає від 1,5 до 2,5 м, а при обговоренні особистих питань від 0,5 до 1 м. В Латинській Америці відстань між людьми під час спілкування значно менша. Цю обставину також необхідно враховувати при створенні візуального ряду (образу реклами).

Велике значення в невербальній мові мають рухи тіла та жести. Так, підняті догори брови в Перу означають "гроші" або "заплати мені", а на острові Тонга – "так" або "я згоден". На Тайвані кліпати очима в напрямку когось вважається не ввічливим. Натягування повік в Європі та деяких країнах Латинської Америки означає "будь на сторожі" або "я на сторожі". Триматися за вухо в Індії – знак розкаяння або чесності, схожий жест в Бразилії – висока оцінка. Постукування по носі в Британії означає секретність або конфіденційність, а в Італії – дружнє попередження. Крутити пальцем біля

щокі – італійський жест похвали. Погладження щокі в Греції, Італії та Іспанії означає “привабливий”, а в деяких інших країнах може означати “хворий” або “худий”. Утворення еказівним та великим пальцем букви “О” означає “O’key” в США, “гроші” в Японії і “я тебе об’ю” – в Тунісі.

Відрізняються країни одна від одної і прийнятими у них нормами поведінки у діловому світі. Перед проведенням переговорів в іншій країні бізнесмен повинен проконсультуватися стосовно цих особливостей⁷.

Таким чином, вивчення зовнішнього ринку передбачає проведення досліджень, які охоплюють широкий спектр проблем. Фірми, що вдало використовують результати цих досліджень, мають цілком очевидні переваги у конкурентній боротьбі. Водночас організація маркетингових досліджень на зовнішньому ринку в повному обсязі потребує значних зусиль, коштів і під силу обмеженому колу компаній. Більшість же фірм вимушені, поряд із дослідницькою роботою власного персоналу, звертатися за послугами комерційних фірм для виконання певних дослідницьких програм. Тому одночасно за аналізом цілей, напрямів і конкретних методів дослідження ринку на базі маркетингових служб промислових і торгових компаній доцільно розглядати масштаби й організацію вивчення ринку у межах спеціалізованих дослідницьких (чи, як їх часто називають, маркетингових) фірм та інших подібних організацій комерційного типу.

9.3. Міжнародне маркетингове планування

Кожне підприємство, виходячи на міжнародний ринок, прагне завоювати його, отримати визнання, популярність серед закордонних споживачів. Адже, дуже добре, коли його продукція користується попитом, є конкурентноспроможною на вітчизняному ринку, але найвищим піком успіху є всесвітнє визнання, всесвітня популярність. Для того, щоб досягти цього, не достатньо просто виготовити товар і запропонувати його закордонному споживачеві, спочатку слід здійснити цільове стратегічне планування, тобто поетапно спланувати свою майбутню діяльність на закордонному ринку (див. рис. 9.5).

Отже, наступним кроком після вивчення середовища міжнародного маркетингу, є процес планування, який ідентифікує міжнародні потенціали та визначає засоби для освоєння цих потенціалів. Суттєві етапи планування майже не відрізняються від таких же етапів для своєї країни. Однак, плани міжнародного маркетингу розробляються щодо продуктів та регіонів (багатонаціональне стратегічне планування) на загальнопідприємницькому рівні. На цих планах ґрунтуються національні плани, які стосуються якогось одного продукту або однієї торгової марки в певній країні (стратегії продукт-маркетингу).

⁷ Більш детально питання розкривається в темі 12.

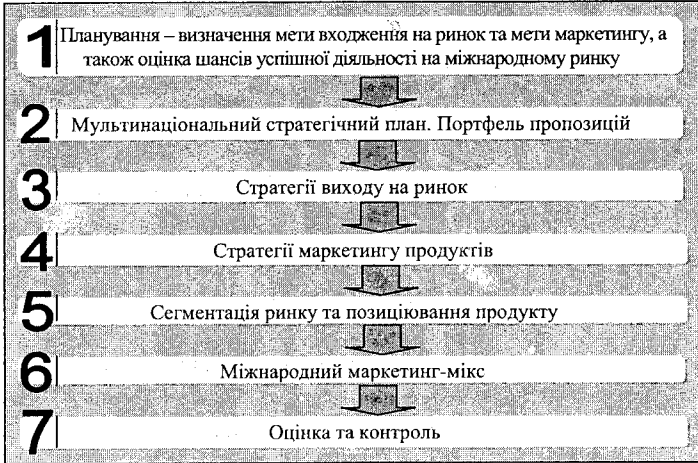


Рис. 9.5. Процес планування у міжнародному маркетингу

Розглянемо кожен з етапів більш детально.



Визначення мети та оцінка шансів

Перший етап полягає у визначенні мети входження фірми на ринок. Суттєвим на цьому етапі є вирішення питання, який обсяг міжнародної діяльності здатна взяти на себе фірма. Підприємство, що розглядає міжнародну діяльність як невід’ємну складову своєї політики фірми, буде ставити перед собою зовсім інші цілі, ніж підприємство, яке відноситься до міжнародних угод як до простого розширення своєї діяльності в межах країни.

Ті підприємства, які з самого початку мислять міжнародно, мають **геоцентричний відтінок**. Підприємства, які вбачають у міжнародній діяльності чистий експорт національних продуктів, визначаються як **етноцентричні** (табл. 9.3).

Таблиця 9.3. Характеристика геоцентрично та етноцентрично орієнтованих підприємств

1	Геоцентрично орієнтовані	Етноцентрично орієнтовані
Причини виходу на ринок	<p>Висока інтенсивність їх діяльності.</p> <p>У визначенні цілей фірми виходять з таких умов:</p> <ul style="list-style-type: none"> – необхідна величина ринку; – потенціал зростання ринку; – ступінь можливого цінового контролю; – стандарти продуктів; – наявні канали дистрибуції, та інші фактори, які пов’язані зі збутом, а не з простим продажем продукту у конкретній країні 	<p>Внутрішні причини, або причини обумовлені внутрішнім ринком:</p> <ul style="list-style-type: none"> – запобігання спаду виробництва; – застій на внутрішньому ринку; – надто потужні конкуренти у своїй країні; – більш низькі виробничі витрати; – пожвавлення циклу життя продукту; – продаж товару, який затримався на складах

1	2	3
Дії фірми	Підприємство складає рейтинг конкретних країн і залежно від своїх ресурсів приймає рішення на користь однієї або декількох країн, в яких очікується успіх	Підприємство не має чітко обумовлених стратегій, а здійснює чистий експорт

Крім визначення мети входження на міжнародний ринок, підприємство визначає мету маркетингу. Для тих підприємств, які займаються питанням інтернаціоналізації, на першому плані буде стояти питання: який продукт і в якій країні продавати? А для підприємств, які вже досягли успіху за кордоном, головними є цілі продажу та отримання прибутку.

Діяльність підприємства на закордонному ринку потребує оцінки ринкових шансів у формі аналізу умов та попиту. Виходячи з цієї оцінки, воно вирішує, чи буде і надалі проникати на існуючий іноземний ринок, чи здійснювати інвестиції в новий ринок.



Мультинаціональний стратегічний план. Портфель пропозицій

Другим етапом є розробка мультинаціонального стратегічного плану зростання, який ґрунтується на аналізі шансів, і який може передбачити розробку однієї із стратегій фірми: проникнення на нові ринки; інтенсифікація інвестицій в існуючі ринки; обмеження присутності на ринках із невисоким зростанням; вихід з нерентабельних ринків. Стратегічне планування, в основному, включає міжнародну стратегію зростання та міжнародний аналіз "портфеля пропозицій".

Міжнародні стратегії зростання. Перш за все, підприємство повинно визначити, на якому ринку воно буде діяти: на обмеженому однією чи декількома країнами або всесвітньому.

Концентрація ринку означає продаж обмеженого асортименту у невеликій кількості країн.

Багато компаній продають окремі продукти чи торгові марки на одному або невеликій кількості ринків. "General Fuks" продає жувальну гумку у Франції, – морозиво в Бразилії і пасту – в Італії. Цей бізнес є незначним, а збут не глобальним. Одним із мотивів концентрації ринку є високий рівень однорідності цільової групи ("Playtex", наприклад, продає свої засоби догляду за волоссям тільки у розвинених країнах, оскільки тут попит жіночої частини споживачів в основному однорідний).

Чи знаєте Ви, що...



виробник годинників "Bulova Watch Company" організувала експорт своєї продукції в більш ніж 100 країнах, розпилила засоби і отримала прибуток лише у двох країнах, втративши 40 млн. дол. А компанія "Amway", виробник споживчих товарів, відома в США системою прямого продажу, протягом десятиліть напрацьовувала досвід закордонних операцій, після чого темпи її виходу на закордонний ринок різко зросли. У 1971 р. компанія вперше вийшла на ринок Австралії, який дуже схожий на американський. В 1980-х рр. її присутність була відмічена на ринку 10 країн, а в 1994 р. компанія утвердилася в 60 країнах і об'єм її обороту склав 5 млрд. дол. США.

Якщо підприємство реалізує продукцію, яка є унікальною або зовсім новою, і може задовільнити попит різних груп споживачів у багатьох країнах, то стратегічною альтернативою концентрації є стратегія розширення ринку. У цьому випадку окремі продукти збуваються у великій кількості країн. Прикладом компаній, які реалізують дану стратегію є "Coca-Cola", "Pepsi-Cola", швейні машинки "Zinger" або паперові фільтри "Melita", та "Mc Donalds", який, не дивлячись на його обмежений асортимент, також можна віднести до цієї групи. За такою маркетинговою стратегією у споживача створюють враження, ніби-то підприємство пропонує більш якісний продукт.

З економічної точки зору, підприємствам вигідно вести ділові операції в декількох країнах з більшим обсягом охоплення ринку в кожній з них. Однак, на практиці, слід обмежувати кількість закордонних ринків, якщо:

- ✦ вихід на нові ринки і контроль за ефективністю діяльності на них пов'язаний зі значними витратами;
- ✦ адаптація продукції, а також засоби комунікації на нових ринках також потребують значних витрат;
- ✦ першочерговою обраною країною характеризується високою чисельністю населення, доходи якого постійно зростають;
- ✦ державні органи і домінуючі на ринку закордонні підприємства встановили високі бар'єри входу на ринок.

Стратегія розповсюдження продукту часто застосовується у тих випадках, коли фірма вже добре зарекомендувала себе на ринку, і досягла значних розмірів, які дозволяють розподілити витрати на більшу кількість продуктів. У цьому випадку нові продукти продаються з використанням існуючих шляхів дистрибуції і вже відомої торгової марки.

3 практики світового бізнесу



Прикладом такої стратегії є "Nivea". Спочатку під цією маркою продавався крем для шкіри за стратегією розширення ринку, згодом "Bayersdorf" почав використовувати цю марку як узагальнюючу назву для цілої низки продуктів. Всі ці продукти суттєво вирають при цьому від "базової" торговельної марки "Nivea", і продаються в основному через ті ж канали дистрибуції, що обумовлює, крім того, ще більш повне завантаження закордонних представництв фірми.

Проведені в різних країнах дослідження свідчать про те, що більшість компаній поступово, етап за етапом, освоюють закордонні ринки. Підприємства з достатніми ресурсами часто розраховують на диверсифікацію. При такому підході ринки захоплюються крок за кроком і одночасно розповсюджуються марки з новими продуктами. Мета такої стратегії – швидке зростання та витіснення конкурентів, вона потребує широкого асортименту продуктів, щоб мати можливість задовольнити різні запити споживачів у різних країнах. "S.C. Johnson", виробник побутових та гігієнічних продуктів, дотримується саме її. В даний час компанія продає свої продукти в 70-ти країнах і розширює ринок на 3 країни на рік.

Аналіз міжнародного портфеля замовлень. Другою важливою складовою міжнародного стратегічного планування є аналіз країни / продукту, як правило у формі портфеля замовлень. Його метою є виявлення позицій продуктів або торгових марок у конкретних країнах за потенціалом прибутку і за ступенем можливого для фірми потенціалу використання. До цього етапу планування здійснюється на мультинаціональній основі. На цьому етапі планування здійснюється на національних засадах. Кожен підприємець із врахуванням відповідного ринку повинен пов'язати конкретне планування з умовами обраної ним країни. Слід обрати форму виходу на новий ринок відповідно до виду діяльності, визначити конкретні стратегії щодо фірмових знаків і продуктів, виявити сегменти, "відфільтрувати" цільові групи та сформулювати маркетингову стратегію.



Стратегії виходу на ринок

На третьому етапі фірма розробляє стратегії виходу на міжнародний ринок. Підприємства, які ще не працювали за кордоном, а також ті, які прагнуть вийти на нові ринки, повинні детально продумати форму виходу на ринок. Основні стратегії виходу на міжнародний ринок розглядалися в темі 1.



Стратегії маркетингу продуктів

Четвертим, і найбільш головним етапом, є розробка стратегії маркетингу продуктів. На сьогоднішній день спостерігається тенденція до збуту продукту стандартизовано на



міжнародних ринках. Але успіх продажу продукту на вітчизняному ринку не обов'язково означає його успіх за кордоном. У кожному конкретному випадку слід спочатку з'ясувати, чи можна збувати товар в країні у незміненому вигляді, або ж необхідно внести зміни до нього. Різні звички споживачів часто призводять до виникнення різних варіацій продукту.

Чи знаєте Ви, після успіху фотоапарату "Polaroid Swinger" в США фірма вирішила продавати його у Франції. Очікуваного успіху не було зовсім, оскільки техніка фотографії "Polaroid" французам була мало знайома і тому продукт не знайшов достатнього визнання. "Ariel", наприклад, виготовляється в США та Німеччини різними формулами, з врахуванням того, що в США білизну перуть за більш низьких температур і з більш коротким попереднім замочуванням, ніж у Німеччині. Смаки французів щодо кави відрізняються від смаків німців, які надають перевагу більш м'яким сортам. Креми "Nivea" у Саудівській Аравії більш ароматизовані, ніж в Таїланді та Кувейті. "Fanta" в Аргентині – це тонік, а не апельсиновий лимонад.



Отже, щоб досягти успіху на ринку, слід пристосувати продукт до нього. Однак, будь-яке пристосування продукту є дорогим для підприємства, адже продаж спочатку невеликих партій (з метою пристосування) або малорентабельний, або нерентабельний взагалі. Тому кожне міжнародно орієнтоване підприємство повинно шукати шляхи мінімізації цих витрат. Досвідчені у міжнародному бізнесі підприємства застосовують при цьому так звану модульну побудову продукту: окремі компоненти або технологічні процеси є однаковими і можуть за необхідності коригуватись з меншими витратами. Прикладом є автомобілебудування, для якого на кожному ринку існує певне законодавче регулювання, або косметична промисловість, чії базові рецептури багато в чому однакові та за необхідності можуть бути розширені відповідними діючими речовинами.

Розробка стратегії міжнародного маркетингу продуктів обов'язково включає визначення:

- ❖ стратегії розподілу;
- ❖ стратегії комунікації;
- ❖ поштової і тягової стратегії;
- ❖ стратегії ціноутворення.

Стратегія розподілу. На цьому етапі підприємство визначає канали доведення свого товару до потенційних споживачів: продавати товар безпосередньо споживачу, або через роздрібних торговців, гуртового дистриб'ютора чи агента-імпортера⁸?

⁸ Агент-імпортер сам визначає стратегію розподілу і продас товар гуртовому дистриб'ютору, роздрібному комерсанту або безпосередньо споживачам.

Стратегія розподілу – засоби, якими користується фірма для постачання продукту споживачу

Оптимальна стратегія визначається в залежності від способу виходу на ринок шляхом порівняння витрат та доходів кожної з альтернатив, які відрізняються в залежності від концентрації роздрібної мережі, довжини каналу та його ексклюзивності:

☛ **концентрація роздрібної мережі.** Мережа роздрібної торгівлі може мати дуже сконцентрований або фрагментований характер. У *концентрованій системі* декілька роздрібних комерсантів забезпечують більшу частину ринку (наприклад, у Німеччині чотири роздрібні мережі контролюють 65 % ринку харчових продуктів). *Фрагментована система* – система, в якій діє багато роздрібних торговців, жодний з яких не володіє найбільшою часткою ринку (наприклад, в Італії мережа роздрібної торгівлі фрагментована, і жодна з компаній не контролює більше 2 % ринку);

3 практики світового бізнесу



Відмінності у ступенях концентрації пояснюються традиціями та історичними чинниками. У Сполучених Штатах важлива роль автомобілів та відносно молодий вік багатьох міських зон призвели до створення роздрібної системи, зосередженої навколо великих універмагів або торгових рядів, до яких люди могли під'їхати автомобілем. Це полегшило процес концентрації системи. Значно густіше населена Японія, де до появи автомобілів утворилися численні міські центри і сформувалась більш фрагментована роздрібна система з багатьох невеличких крамниць, які обслуговують мешканців місцевих кварталів і до яких переважно треба добиратися пішки. До того ж правова система Японії захищає інтереси невеликих роздрібних фірм. Такі фірми можуть заблокувати створення великого центру роздрібної торгівлі, надіславши свою відмову місцевим органам влади.

☛ **довжина каналу** – це кількість посередників між виробником та споживачем. Якщо виробник продає товар безпосередньо споживачу – канал дуже короткий. Якщо ж виробник торгує через агента-імпортера, гуртового дистрибутора та роздрібногo комерсанта – має місце довгий канал. Вибір короткого чи довгого каналу є, як правило, стратегічним рішенням підприємства-виробника і залежить від країни. Найважливішим чинником довжини каналу є ступінь, до якого фрагментовано роздрібну систему. Фрагментовані системи роздрібної торгівлі сприяють зростанню кількості гуртових дистрибуторів, що обслуговують роздрібних комерсантів, тому в країнах з такими системами, як правило, довгі канали розподілу;

З практики світового бізнесу



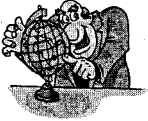
Класичним прикладом є Японія, де між фірмою та пунктами роздрібної торгівлі часто існують два-три гуртових посередники. У таких країнах, як Великобританія, Німеччина та США, де роздрібна торгівля набагато концентрована, канали значно коротші.

❖ **ексклюзивність каналу.** До ексклюзивного каналу розподілу важко потрапити стороннім комерсантам. Нова фірма часто не може знайти доступу до полиць американських супермаркетів. Це пояснюється тим, що роздрібні комерсанти торгують продукцією традиційних виробників харчових продуктів, відомих у всій країні, і не ризикують придбати продукцію невідомих фірм. Високим ступенем ексклюзивності відома Японія. Тут стосунки між виробниками, гуртовиками та роздрібними комерсантами сформувалися десятки років тому. Нерідко вони ґрунтуються на розумінні того, що дистриб'ютори не купуватимуть продукції фірм-конкурентів. В обмін на це виробник гарантує дистриб'юторам чималий прибуток.

Оскільки кожен учасник каналу прагне заробити на продажу продукції, між довжиною каналу, кінцевою ціною продажу та чистим прибутком фірми, як правило, існує тісний зв'язок. Чим довший канал, тим більша сукупна націнка і тим вища ціна, яку має сплатити споживач за кінцевий продукт.

Стратегія комунікації. Ще одним вирішальним елементом комплексу маркетингу є повідомлення про характеристики продукції, адресоване потенційним покупцям. Міжнародна комунікація відбувається кожного разу, коли підприємство використовує маркетингове звернення для продажу своїх продуктів в іншій країні. При цьому можливим є використання багатьох каналів комунікації: прямий продаж, стимулювання продажу, прямий маркетинг та реклама. Стратегія комунікацій фірми частково визначається її вибором каналу. Деякі підприємства покладаються, перш за все, на прямий продаж, інші – на стимулювання збуту в пункті продажу або на прямий маркетинг, інші – на масову рекламу; ще інші використовують декілька каналів одночасно, щоб передати своє звернення до потенційних покупців. Однак найбільш розповсюдженим комплексом комунікації є реклама.

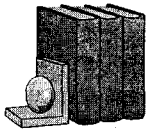
Чи знаєте Ви, що...



потреба в рекламі виникла ще в древніх цивілізаціях. Древні торговці налагоджували зв'язки зі своїми покупцями шляхом прямих мовних звертань. Місця продажу оголошувалися голосними і повторюваними вигуками продавців. Не випадково слово "реклама" походить від латинського *reclamo* (*reclamare*) – відновлювати крик, знову кричати, гукати, голосно заперечувати. Давньоримський мислитель Луцій Анней Сенека (4 р. до н.е. – 65 р. н.е.) в листі Луцілію так описував типову картину місцевого життя того часу: "Зараз навкруги мене з усіх сторін багатоголосний крик: адже я живу над самою лазнею. Ось і уяви собі всю гамму звуків, через які можна зненавидіти власні вуха. До того ж є ще й пірожники, та ковбасники, і торговці всякою їжею, кожен на свій лад викрикує товар".

Важко уявити собі дещо більш національне, ніж реклама країни. Риси, притаманні рекламним матеріалам, дуже тісно пов'язані з відчуттям гумору, повинні бути різними для різних країн. Реклама в Німеччині діловита, раціональна за тематикою, тоді як в Англії вона містить більше гумору і деякий елемент "не сприймай себе надто серйозно". Американська фірма "Remington" зазнала фіаско у спробі реклами нового приладдя для гоління через сюжет, в якому американський президент цієї фірми про гарантії якості говорить по-німецьки з дуже сильним акцентом. Проблема виникла через те, що в Німеччині його практично ніхто не знав, внаслідок чого його гарантії якості нічого не були варті.

З книги рекордів Гіннеса



Найдорожча реклама

Студія "Universal" і її офіційні дистриб'ютори витратили 68 млн. дол. на рекламу фільму Стівена Спілберга "Парк юрського періоду" (1993 р.), що перевищило вартість створення самого фільму.

Найефективніша реклама

На виробництво телереклами "Mackintosh" (режисер Райдлі Скотт), створеної по мотивам новели Д. Оруела "1984", було витрачено 600 тис. дол. і 1 млн. дол. – на просунення її на ринок. Реклама була визнана найефективнішою по впливу на людину, що і „погубило” її: показ відбувся лише один раз – у 1984 р..

Найкоротша телереклама

Реклама солодошів компанії "Бон Марч Франго", показана по каналу "Кінг ТВ" у програмі "Вечірній журнал" 29 листопада 1993 р., містить всього 4 кадри (за 1 с. можна показати 30 кадрів).

Потреби типу "звільнись від болю", "стосунки між матір'ю та дитиною" або "здоров'я", через їх всезагальність, не завжди можуть рекламуватись глобально. Хоча вони є в різних суспільствах і в однаковій мірі, висловлюються вони по-різному. Прагнення до здорового способу життя в Німеччині в силі його вираження можна порівняти хіба що тільки з американським.

Чи знаєте Ви, що...



внаслідок різної міжнародної мотивації покуців автомобілів, фірма "Renault" також позиціонувала свій "R5" аж ніяк не глобально через надто велику різницю у сприйнятті автомобілів. Якщо у Франції "R5" була "автомобілем для задоволення", то в Італії підкреслювались її переваги на шосе, у Фінляндії – її надійність, в Німеччині – її сучасне оснащення, а в Голландії – її якість.

Відрізняються не тільки форми вираження потреб. Поведінка засобів масової інформації, їх доступність у різних країнах також різні. Наприклад, в Португалії практично немає загальнонаціональних журналів, і тому тут слід обрати телевізійну рекламу. В Саудівській Аравії заборонено деякі зображення у телевізійній рекламі, наприклад, оголеної шкіри, і тому там слід віддати перевагу відео. Ці та інші приклади показують, що реклама стандартизації не піддається.

Замість цього є доцільним визначити у міжнародному масштабі основні питання реклами, такі як позиціонування та стиль, щоб створити єдиний образ фірмової марки, а оформлення доручити місцевим рекламним агентствам. Розглянемо бар'єри в міжнародній комунікації.

Культурні бар'єри – це культурні відмінності між країнами, які перешкоджають виходу фірми на міжнародний ринок та ускладнюють процеси комунікації в різних країнах. До них належать ефекти джерела та рівні шуму (рис. 9.6).

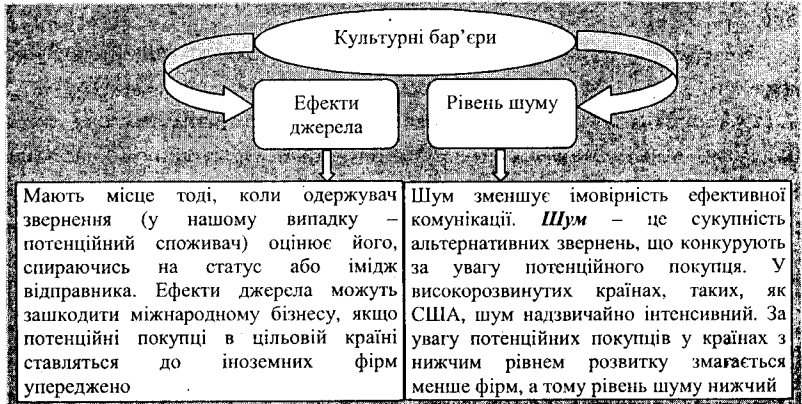


Рис. 9.6. Культурні бар'єри

3 практики світового бізнесу



Коли в 1983 р. "Procter & Gamble" просувала своє мило "Сатау" на ринок Японії, вона зіткнулася з несподіваними проблемами. У рекламному ролику показано, як японець заходить до ванної кімнати, де саме приймає ванну його дружина. Жінка починає розповідати чоловікові про якості нового мила, а він, погладжуючи її плече, натякає, що думає зовсім про інше. Цей ролик здобув велику популярність у Європі, однак зазнав поразки в Японії, де втручання чоловіка у приватні справи жінки вважається поганою манерою.

Поштовхова і тягова-стратегії. Головним рішенням щодо стратегії комунікації є вибір між стратегією поштової і тяговою стратегією. У **поштовоxовій стратегії** акцент у комплексі маркетингу робиться не на рекламуванні продукту в засобах масової інформації, а на методі особистого продажу. Хоча метод особистого продажу й дуже ефективний як знаряддя просування, він потребує інтенсивного використання послуг торгового персоналу і коштує відносно дорого. **Тягова стратегія** ґрунтується більше на рекламі в мас-медіа, адресуючи маркетингове звернення потенційним покупцям.

Одні фірми використовують лише поштовхову, інші – виключно тягову стратегію, а треті – з метою максимізації ефективності звернення – поєднують прямий продаж із масовою рекламою. Чинники, які впливають на вибір поштовоxової або тягової стратегій, – тип продукту порівняно з поінформованістю споживачів, довжина каналу та доступність мас-медіа (див. рис. 9.7).

Стратегія ціноутворення. Міжнародна стратегія ціноутворення є важливим компонентом сукупного комплексу міжнародного маркетингу.

Вибір цінової стратегії залежить від стратегічного бачення фірми. **Геоцентрично орієнтовані** підприємства розглядають ціну як активний інструмент для досягнення своїх маркетингових цілей і будуть використовувати таку цінову стратегію, яка забезпечить відповідне повернення інвестицій або ж захоплення сегментів ринку. Ціна на іноземному ринку визначається за допомогою тих же методів, що і на вітчизняному, включаючи три суттєвих ціноутворюючих фактори: витрати, конкуренцію та попит. Підприємство буде прагнути тримати свої витрати на такому рівні, який дозволить витримати конкуренцію. У цьому зв'язку слід також врахувати фактор "позиціонування товару" або торговельної марки, оскільки хороший фірмовий продукт має свою ціну.

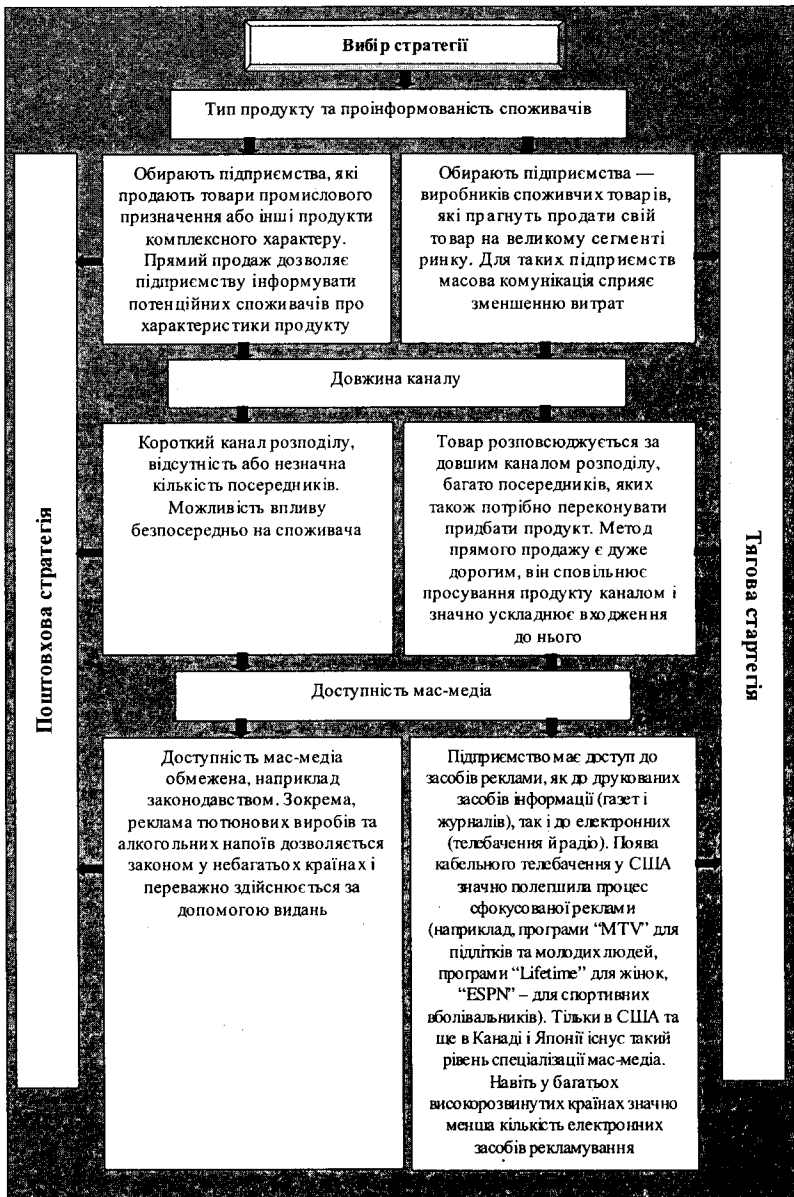


Рис.9.7. Критерії вибору поштової або тягової стратегії

Етноцентрично орієнтоване підприємство розглядає ціну як фактор, який допомагає збути на певному ринку якомога більше продукту, оскільки воно розглядає закордонний бізнес як продовження бізнесу національного. Часто таке підприємство знижує ціни, щоб позбутися товару, який знаходиться на складі, або щоб продати надлишки. Для такої фірми ціна не є гнучким інструментом, оскільки вона і не розробляє справжньої стратегії.

При встановленні ціни також слід дотримуватись правила: важливо не те, яку ціну представляє собі фірма, а важливо те, якої ціни вона зможе досягти, виходячи з конкурентного та споживчого середовища.

Цінова дискримінація існує тоді, коли споживачі в різних країнах змушені сплачувати різні ціни за один і той же продукт. Цінова дискримінація означає встановлення цін, які може витримати ринок; на конкурентному ринку ціни можуть бути нижчими, ніж на ринку, на якому фірма є монополістом.

Призначення різних цін у різних країнах є економічно виправданим. Цінова дискримінація максимізує прибутки підприємства, але для того, щоб вона давала прибуток, необхідні дві умови: 1) підприємство повинно ізолювати свої національні ринки один від одного, якщо вона не зробить цього, окремі особи або фірми можуть, звернувшись до арбітражного суду, змусити компанію вирівняти ціни; 2) попит в різних країнах повинен мати різну цінову еластичність (різне відношення рівня попиту на продукт до зміни в його ціні).

Концепція стратегічного ціноутворення має три аспекти, які називаються хижачьким ціноутворенням, багаторинковим ціноутворенням та ціноутворенням на основі кривої досвіду (див. рис. 9.8).

Як хижачьке ціноутворення, так і ціноутворення на основі кривої досвіду можуть порушувати антидемпінгове законодавство.

Здатність фірми дотримуватись цінової дискримінації або стратегічного ціноутворення може обмежуватися політикою конкурентів, а також національними або міжнародними регулятивними нормами. Регулятивні чинники, такі, як узаконений державою контроль за цінами та антидемпінгове законодавство, обмежують можливість підприємства призначати у певній країні ціни на власний розсуд.

Демпінг – це продаж фірмою свого продукту за ціною, нижчою від вартості його виробництва⁹.

⁹Зауважимо, що регулятивні норми в основному визначають демпінг більш розпливчато. Наприклад, країна може вжити антидемпінгових заходів до імпортера, відповідно до статті 6 ГАТТ, на підставі двох критеріїв: продаж "за ціною, нижчою від обґрунтованої", та „завдання матеріальних збитків вітчизняній індустрії". Проблема цієї термінології полягає в тому, що вона не визначає, що таке "обґрунтована ціна". Ця двозначність дозволила певним особам стверджувати, що продаж товару за кордоном за цінами, нижчими від цін у вітчизняній країні, є демпінгом.

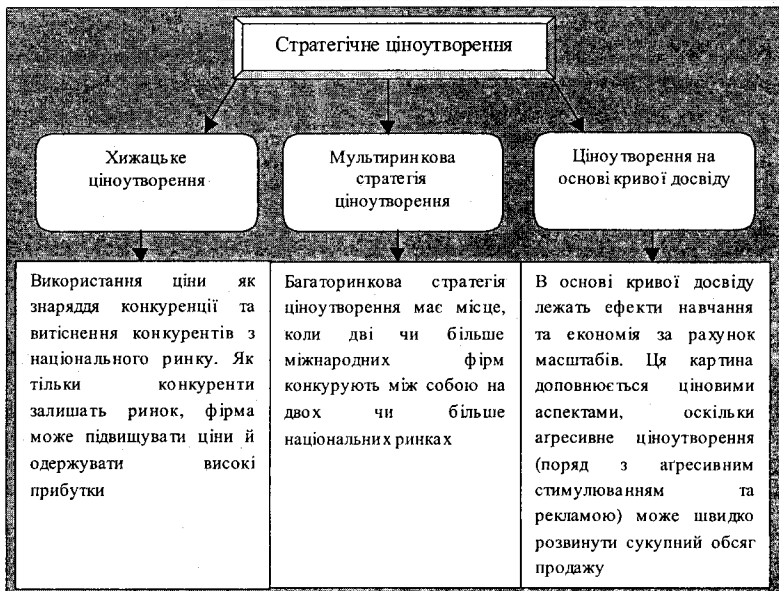


Рис. 9.8. Складові стратегічного ціноутворення

У більшості індустріалізованих країн існують регулятивні норми, що заохочують конкуренцію та обмежують монопольну діяльність і ціни, які призначає підприємство у певній країні.



Сегментація ринку та позиціонування товару

П'ятим етапом є сегментація ринку та позиціонування продукту. Ринки можна сегментувати в різний спосіб: за географічними, демографічними (стать, вік, доходи, раса, рівень освіти тощо), соціально-культурними (суспільний клас, віросповідання, стиль життя) та психологічними показниками (особистість).

Сегментація ринку означає визначення окремих груп споживачів, купівельна поведінка яких істотно відрізняється від поведінки інших.

Здійснюючи сегментацію ринку за кордоном, слід усвідомлювати дві головні проблеми: відмінність між країнами у структурі ринкових сегментів та існування сегментів, що виходять за межі національних кордонів. Структура сегментів ринку може істотно відрізнитися в різних країнах. Важливий ринковий сегмент в іноземній країні може не мати відповідника у вітчизняній країні, і навпаки. Можливо, доведеться розробити унікальний комплекс маркетингу, розрахований на унікальну купівельну поведінку унікального сегмента покупців у певній країні.

Позиціонування продукту обумовлено різними потребами споживачів в

різних країнах в залежності від культури та рівня економічного розвитку, а також від стандартів продукту й технічних норм. Якби потреби споживачів усього світу були однаковими, підприємство могло б просто продавати один і той самий товар у всіх країнах.

Чи знаєте Ви, що... відмінності в технічних стандартах часто є наслідками не дій уряду, а суб'єктивних рішень, прийнятих у далекому минулому. Наприклад, відеоманітофони, що виробляються для ринку Сполучених Штатів, не програватимуть касети, записані на відеоапаратурі, виробленій для продажу у Великій Британії, Німеччині та Франції (і навпаки). У 1950-х рр. з'явилися різні технічні норми частоти телевізійних сигналів, що вимагають пристосування теле- та відеоапаратури до панівних стандартів.



Міжнародний маркетинг-мікс і перевірка обраних стратегій на практиці

Шостим етапом є міжнародний маркетинг-мікс, тобто комплекс міжнародних маркетингових заходів, самостійно сформованих фірмою, спрямований на досягнення визначених на першому етапі цілей.

Останнім сьомим етапом є перевірка обраних стратегій на практиці.

В процесі діяльності на міжнародному ринку підприємство намагається досягнути поставлені цілі. При цьому воно може дотримуватися наступних стратегій (табл. 9.4).

Таблиця 9.4. Стратегії міжнародного маркетингу під час діяльності підприємства на міжнародному ринку

Стратегія	Зміст стратегії	Умови вибору стратегії
Атакуюча стратегія	Передбачає активні дії, направлені на завоювання і розширення ринкової частки	а) частка підприємства на ринку нижча необхідного мінімуму або ж різко скоротилась в результаті дій конкурентів і не забезпечує достатнього рівня прибутку; б) підприємство випускає новий оригінальний товар на ринок; в) воно здійснює розширення виробництва, яке окупиться лише при значному збільшенні обсягу товару; г) конкуренти втрачають свої позиції і створюється можливість розширити ринкову квоту за рахунок невеликих витрат
Оборонна стратегія	Передбачає зберегання наявної ринкової частки і утримання своїх позицій на міжнародному ринку	а) ринкова позиція підприємства задовільна або для проведення атакуючої агресивної політики немає засобів; б) передбачаються відповідні заходи конкурентів чи держави, і підприємство до них готується
Стратегія відступу	Є ніби вимушеним заходом. В ряді випадків, з певних товарів, підприємство свідомо йде на зниження ринкової частки і уступає частину своєї ринкової частки	а) товар, наприклад, технічно та технологічно застарів; б) підприємству терміново необхідні грошові кошти (для покриття заборгованості, виплати дивідендів та ін.)

При виході на міжнародний ринок доцільно рухатися від простого до складного, оброблюючи методи проникнення на більш доступні ринки. Таку старетагію іноді називають стратегією лазерного променя.



ТЕМА 10

РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

10.1. Сутність і необхідність державного втручання у зовнішньоторговельну діяльність

10.2. Методи регулювання зовнішньоторговельної діяльності на національному рівні

10.3. Платіжний баланс як інструмент державного регулювання фінансових потоків

10.4. Багатосторонні інститути регулювання торговельних відносин на світовому рівні

ТЕМИ ДЛЯ РЕФЕРАТІВ

1. Обґрунтування вибору зовнішньоторговельної політики держави.
2. Регулювання державного платіжного балансу країни.
3. Митні союзи та вільні економічні зони: історія, стан і перспективи розвитку.
4. Україні і ВТО: стан стосунків і проблеми.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. Охарактеризувати роль держави в управлінні бізнесом.
2. Назвати органи державного управління зовнішньоторговельною діяльністю і їх функції.
3. Пояснити сутність державного регулювання і впливу бізнесу на державне регулювання.
4. Види зовнішньоторговельної політики держави у світовій практиці.
5. Охарактеризувати економічні методи державного регулювання.
6. Пояснити сутність адміністративних методів державного регулювання.
7. Охарактеризувати сутність, роль і складові платіжного балансу як інструменту державного регулювання фінансових потоків.
8. Пояснити роль Світової організації торгівлі у розвитку міжнародної торгівлі.

НАША КОМПАНІЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

1. Вивчити обмеження України щодо ввезення-вивезення через митний кордон продукції вашої компанії та основної сировини для її виготовлення.
2. Проаналізувати країни, у яких розташовано потенційні ринки збуту, на предмет наявності обмежень з боку держави на ввезення продуктів Вашої компанії.



10.1. Сутність і необхідність державного втручання у зовнішньоторговельну діяльність

Ринкова економіка не може функціонувати без збоїв, вона є недосконалою. Історія свідчить, що ринкових сил саморегулювання недостатньо для подолання складних економічних криз, а тому ринковий механізм може створити серйозні проблеми для окремих людей або груп населення. Слід враховувати, що значна частина суспільства – діти, люди похилого віку, фізично або розумово неповноцінні люди – не в змозі працювати стільки, скільки потрібно для забезпечення відповідного рівня життя для себе. Крім того, навряд чи хто захоче фінансувати за власні кошти діяльність міліції, пожежної охорони; будівництво доріг, ракет або штучних супутників; заходи з охорони здоров'я населення. Вирішення цих проблем потребує державного втручання, яке може бути в чотирьох формах: встановлення правил і обмежень; надання населенню суспільних благ і здійснення трансфертних платежів; підтримка конкуренції; сприяння стабілізації економіки.

З книги рекордів Гіннеса



Найнижчий бюджет охорони здоров'я

У 1996 р. витрати на охорону здоров'я в Сомалі склали близько 1,5 % від ВВП.

Найвищий бюджет охорони здоров'я

У США витрати на охорону здоров'я у 1996 р. склали 12,7 % від ВВП.

Встановлення державою “правил гри” дає змогу всім учасникам мати рівні можливості для виробництва товарів, виходу на зовнішній ринок і отримання прибутку. Розробляючи основоположні норми та правила для бізнесу, держава допомагає уникати конфліктів і полегшує функціонування всієї ринкової системи.

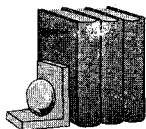
Для обґрунтування необхідності втручання держави використовують наступні аргументи:

☞ **політичні** – передбачають необхідність захисту інтересів, як правило, національного виробника. Політичні аргументи стосуються питань збереження робочих місць, захисту галузей промисловості, важливих з погляду національної безпеки, запобігання “нечесній” зовнішній конкуренції, захисту споживачів від “небезпечних” видів продукції, досягнення перспективних цілей зовнішньої політики, захисту прав людини у країнах-експортерах;

☞ **економічні** – як правило, пов'язані з підвищенням загального багатства нації (забезпечення вигоди як виробникам, так і споживачам).

Отже, держава відіграє визначальну роль у ринковій економіці. Державні органи влади, регулюючи діяльність суб'єктів господарювання, досить часто надають підтримку ринковим суб'єктам, сприяють процвітанню бізнесу. Взаємовідносини між бізнесом і державою – це не ділянка дороги з одностороннім рухом. Держава впливає на бізнес, а бізнес впливає на державу, адже економічний благоустрій країни та окремих її регіонів залежить від успіху окремих підприємств. Прибуткова діяльність підприємств дає змогу поповнювати державний бюджет, створювати нові робочі місця, що є корисним для суспільства в цілому.

З книги рекордів Гіннеса



Мінімальний податок

З усіх незалежних держав найнижчі ставки прибуткового податку у Бахреїні та Катарі, тобто рівні нулю. Основою економіки обох країн є нафта, яка забезпечує понад половину всіх доходів державного бюджету.

Підтримка, яку надає бізнесу держава, може здійснюватися через:

☞ **стимулювання економічного росту.** Для цього держава використовує обґрунтовану фіскальну або монетарну політику, стримуючи таким чином інфляцію та спади економіки. Пом'якшуючи наслідки економічних криз, держава забезпечує сприятливі умови для бізнесу;

☞ **організаційну та фінансову підтримку бізнесу.** Держава реалізує велику кількість програм, призначених допомогти суб'єктам господарювання. Однією з найважливіших функцій держави є надання суб'єктам господарювання необхідної інформації та підготовка відповідних спеціалістів. Крім того, держава може надавати позики та субсидії;

☞ **створення інфраструктури.** Будуючи дороги, мости, дамби, аеропорти тощо, держава непрямо надає допомогу підприємствам у збуті продукції. Заклади державної освіти здійснюють підготовку кваліфікованих спеціалістів для підприємств;

☞ **закупівлю промислової продукції.** Держава щорічно витрачає значні суми бюджетних коштів для закупівлі продукції і послуг, вироблених у приватному секторі: від військової форми та вантажних автомобілів до консультаційних послуг і офісної техніки. Таке різноманіття товарів вимагає злагодженої роботи всіх галузей економіки.

Хоча основою відносин держави та бізнесу є взаємна підтримка, інтереси бізнесу та держави досить часто не співпадають. Це, в першу чергу, стосується конкуренції, яка в цілому є корисною для економіки. Але коли дії певного



підприємства порушують суспільний добробут, люди протестують і вимагають від державних органів влади розробки та прийняття законів, які б обмежували небажану практику. І тоді держава бере на себе обов'язок регулювати конкуренцію і діяльність, яка може бути небезпечною для суспільства.

Держава комплексно впливає на всі сфери суспільної діяльності, регулюючи ринки товарів і послуг, фінансово-кредитну, соціальну сфери, валютний ринок, підтримує малий бізнес, займається охороною навколишнього середовища, безпекою країни, транспортом і зв'язком. Особливості регулювання деяких із цих сфер детальніше розглянуто в попередніх темах (див. теми 3, 4, 7). Крім того, держава безпосередньо впливає на зовнішньоекономічну діяльність країни.

Зовнішньоекономічна діяльність може здійснюватися у таких напрямках (рис. 10.1).



Рис. 10.1. Основні напрями здійснення зовнішньоекономічної діяльності

Традиційною і найбільш розвинутою формою зовнішньоекономічних відносин є торговельна діяльність.

Центральною ланкою у складній системі світових господарських зв'язків, опосередковуючи міжнародний поділ праці та пов'язуючи всі країни світу в єдину міжнародну економічну систему є міжнародна торгівля.

Міжнародна торгівля – це система економічних відносин країн, які передбачають рух товарів і послуг між різними країнами.

Товарами, що реалізуються та купуються на світовому ринку, є готові вироби, сировина, напівфабрикати, об'єкти інтелектуальної власності (патенти, ліцензії, фірмові знаки тощо). Міжнародна торгівля послугами охоплює міжнародний туризм, транспортні послуги, страхові операції, банківські, біржові та посередницькі послуги тощо.

Саме розвиток міжнародної торгівлі створив економічні передумови для розвитку машинобудівельної індустрії, яка могла розвиватися лише завдяки використанню імпортової сировини та масового попиту з-за кордону. Міжнародний торговельний обмін є одночасно передумовою і наслідком міжнародного розподілу праці (спеціалізації країн на виробництві певних товарів для задоволення потреб як світового, так і національного ринків), виступає важливим фактором формування і функціонування світової економіки. У своєму розвитку він пройшов шлях від одиничних зовнішньоторговельних угод до довгострокового великомасштабного торговельно-економічного співробітництва.

Міжнародна торгівля представлена такими видами операцій (рис. 10.2).

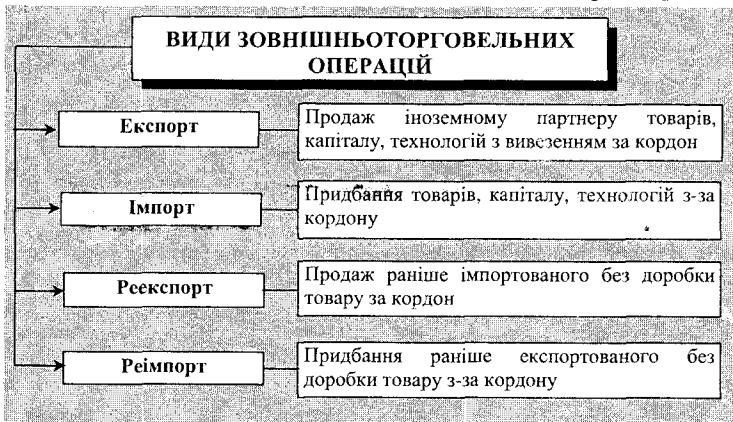


Рис. 10.2. Види зовнішньоторговельних операцій у світовій практиці

Залучення національної економіки до системи світових господарських відносин позитивно впливає на її розвиток. Передусім це сприяє зростанню технічного рівня виробництва, забезпечує можливість використання світових досягнень науки і техніки, більш раціонального використання власних ресурсів, підвищення рівня життя населення.

Збільшення кількості учасників міжнародних торговельних відносин, поява нових форм і методів торгівлі, її ускладнення зумовили формування системи регулювання міжнародного обміну товарами та послугами. Державна політика у сфері зовнішніх торговельних відносин – це певна відповідь на посилення впливу світового господарства на національний економічний розвиток. Її *метою* є створення сприятливих економічних умов для розширеного відтворення всередині країни.

У зв'язку з цим значний інтерес становить вивчення питання державного регулювання торговельних відносин. Державне регулювання зовнішньої торгівлі є об'єктивною необхідністю і спрямоване на забезпечення збалансованості національної економіки та рівноваги внутрішнього ринку, стимулювання прогресивних структурних зрушень в економіці, створення найсприятливіших умов для інтеграції національної економіки до системи міжнародного поділу праці, розвиток конкуренції та обмеження монополізму.

Становлення ринкової економіки потребує активізації зусиль у багатьох країнах світу щодо регулювання зовнішніх торговельних відносин, забезпечення захисту інтересів як країни в цілому, так і окремих суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Особливе значення ця проблема має для України.

На відміну від діяльності на внутрішньому ринку, вихід на зовнішній ринок передбачає більш жорсткі вимоги до укладання міжнародних угод, що потребує оволодіння технікою міжнародних розрахунків, вміння обирати партнерів, визначення вартості контрактів, виконання строків і вимог до якості взаємних поставок, знання всіх нюансів міжнародної торгівлі.



**Державні
органи
управління
зовнішньою
торгівлею**

Інститути, що здійснюють регулювання зовнішньої торговельної діяльності в промислово розвинутих країнах, і в країнах, що розвиваються, подібні. У першу чергу, це

Кабінет Міністрів. Крім того, особливу роль відіграють Міністерство зовнішньої торгівлі (або зовнішньоекономічних зв'язків), Центральний банк, Експортно-імпортні банки, Центральне статистичне управління, Міністерство іноземних справ, торговельні представництва країни в іноземних державах, митні органи, податкові служби.

Функції вказаних органів державної влади наведено в таблиці 10.1.

Таблиця 10.1. Функції органів державного регулювання зовнішньої торгівлі у різних країнах світу

№ з/п	Органи державного регулювання	Функції
1	2	3
1	Кабінет Міністрів	Координує діяльність регулюючих органів, які беруть участь в управлінні зовнішньою торгівлею; керує процесом формування та узгодження стратегічних напрямів зовнішньої торгівлі країни

1	2	3
2	Міністерство зовнішньої торгівлі	Здійснює керівництво, регулює та контролює діяльність підвідомчих установ у сфері зовнішньоекономічної діяльності, виконуючи такі функції: <ul style="list-style-type: none"> ☞ розробка та реалізація заходів, спрямованих на розвиток торговельних відносин країни з іноземними партнерами; ☞ розробка проектів торговельних договорів, угод і конвенцій з питань зовнішньої торгівлі, проведення переговорів з іноземними державами, контроль за виконанням міжурядових торговельних договорів і угод; ☞ складання проектів експортно-імпортних та інших зовнішньоторговельних планів, регулювання і контроль за їх виконанням; ☞ регулювання та контроль за діяльністю експортно-імпортних об'єднань, торгових представництв за кордоном і торгових радників при посольствах і місіях своєї країни тощо
3	Центральний банк	Здійснює регулювання курсу національної валюти
4	Експортно-імпортні банки	Здійснюють кредитні та розрахункові операції від імені уряду
5	Міністерство іноземних справ	Визначає перспективні напрями зовнішньої торгівлі, а також сприяє забезпеченню інтересів національних експортерів та імпортерів
6	Торговельні представництва країни в іноземних державах	Захищають права країни за кордоном через представлення інтересів країни в галузі зовнішньої торгівлі та сприяють розвитку відносин з партнерами, де перебувають торговельні представництва; вивчають загальні економічні умови, кон'юнктуру ринків країни перебування торговельного представництва з урахуванням інтересів зовнішньої торгівлі даної країни
7	Митні органи	Контролюють експортно-імпортні операції на митному кордоні країни; розробляють митні правила та процедури, контролюють і здійснюють стягнення мита, митних зборів
8	Податкові служби	Контролюють надходження до бюджету податків і зборів від зовнішньоекономічної діяльності



Дерегулювання

Разом з позитивними моментами критики необхідності державного регулювання вказують, що державне регулювання збільшує витрати підприємницької діяльності, гальмує його розвиток, заважає впровадженню технічних новинок, знищує економічні стимули, а ряд обмежень, у відношенні підприємницької діяльності, є непродуманими та не можуть використовуватися у практиці господарювання.

На сьогодні відсутні сумніви щодо користі державного регулювання для бізнесу. Однак у деяких сферах діяльності (зокрема, транспорт, система телефонного зв'язку, радіомовлення, телебачення, фінансова сфера) намітилася тенденція дерегулювання.

Дерегулювання – це відмова від існуючих правил та обмежень, які стосуються бізнесу, або їх послаблення.

Позитивними рисами дерегулювання є:

↳ **підвищення конкуренції.** Цей процес стимулює появу на ринку нових підприємств, які є конкурентами для підприємств, що займали домінуючі позиції. У першу чергу це стосується пасажирських і вантажних перевезень;

↳ **тиск з метою зниження цін.** Конкуренція примушує підприємства зменшувати ціни на свої товари й послуги та, відповідно, знижувати витрати. Наприклад, банки багатьох країн світу встановили автовідповідачі з метою скорочення фонду оплати праці. Підприємства, які не в змозі контролювати ціни, не витримують конкуренції і припиняють свою діяльність.

Чи знаєте Ви, що...



у США процес дерегулювання розпочався з часів правління Річарда Ніксона та отримав новий імпульс у період обрання на пост президента Джиммі Картера. Крім спрощення регулюючого законодавства в цілому, уряд послабив свій контроль у деяких галузях, виходячи з того, що ринкові сили більш ефективні, ніж державне втручання.

Однак дерегулювання сприяло появі нових проблем. Наприклад, у сфері автоперевезень у період правління Дж. Картера різко загострилася конкуренція, особливо після того, як Управління цивільної авіації припинило розробляти маршрути рейсів і встановлювати плату за переліт. Літаки нових компаній здійснювали перельоти у переповнених "коридорах", а деякі великі компанії знизили ціни з метою приваблення пасажирів. У результаті деякі невеликі міста залишилися без "повітряних" послуг, а ряд авіакомпаній опинилися на межі банкрутства. З 22 великих компаній, які діяли після дерегулювання, залишилося лише 4.



Вплив бізнесу на державу

Враховуючи, що держава здійснює вплив на бізнес, підприємства зацікавлені впливати на державну політику. Господарюючих суб'єктів цікавить підтримка такого економічного клімату, який би сприяв розширенню їх діяльності, низькій інфляції, дешевим кредитам і низьким податкам, а також можливості отримання стратегічно важливими підприємствами та галузями економіки допомоги. Одним з найбільш поширених засобів такого впливу є створення лобі – груп людей, які намагаються спонукати законодавців при обговоренні різних питань голосувати в інтересах цих груп.

Лобізм – систематичний вплив зацікавленої групи на державну політику.

3 практики світового бізнесу



Прикладами лобізму в США можна назвати Національну організацію виробників, Торгову палату США, Американську асоціацію банкірів, Американську медичну асоціацію, Національну федерацію незалежних бізнесменів. Не дивлячись на те, що члени таких асоціацій конкурують один з одним, їх об'єднують спільні цілі у відносинах з державою. Компанія "Disney", наприклад, активно виступала для захисту своїх планів з розширення "Disneyland", тиснучи на місцеві органи влади, природоохоронні відомства та законодавців штату.

У світі поширеним також є створення галузевих професійних асоціацій – об'єднань підприємств певної галузі для захисту своїх інтересів.

10.2. Методи регулювання зовнішньоторговельної діяльності на національному рівні

Зовнішньоекономічна політика будь-якої країни є реакцією на посилення впливу світової економіки на розвиток окремих країн і, в першу чергу, спрямована на захист національного виробника та забезпечення потреб внутрішнього ринку на високому рівні.

Зовнішньоекономічна політика – це діяльність держави з регулювання економічних відносин країни з іншими країнами, яка формується на основі теорії і практики ринкової економіки. Фундаментом зовнішньоекономічної політики будь-якої держави є її конституція, національні традиції та норми міжнародних угод.

Важливою складовою зовнішньоекономічної політики є політика зовнішньоторговельна, тобто сукупність принципів, методів та інструментів впливу на розвиток зовнішньої торгівлі країни, завдяки яким забезпечується досягнення визначених цілей і реалізація національних інтересів.

Надлишок товарів і сировини, який утворився після задоволення всіх національних потреб, може бути реалізований іншим країнам. Тому особливим завданням держави є посилення контролю за зовнішніми торговельними операціями з метою підвищення ефективності експорту й імпорту.

Кожна країна прагне здійснювати контроль над власними ресурсами, потоком товарів і послуг, протистояти "експлуатації ззовні", а також оберігати вітчизняний бізнес. При цьому переслідуються не лише економічні, а й соціальні та політичні цілі. Обмеження накладаються на ввезення та вивезення товарів. Держава робить все можливе, щоб надати можливість вітчизняним товарам та послугам конкурувати з іноземними як

всередині країни, так і за кордоном. У зв'язку з цим багатьма країнами створюються правові бар'єри, спрямовані на захист інтересів вітчизняних виробників від іноземної конкуренції.

Однією з причин введення обмежень у зовнішню торгівлю є те, що країни таким чином зміцнюють свої економічні та політичні позиції. Втручання у вільне переміщення товарів і послуг між різними країнами зумовлене більш політичними, ніж економічними мотивами, у тому числі намаганням зберегти вітчизняні запаси товарів першої необхідності та завадити потенційним конкурентам отримати товари, які допоможуть їм досягти своїх цілей.

У світовій практиці для регулювання міжнародних торговельних відносин державами використовується певна сукупність правових, економічних і організаційних методів управління. За їх допомогою стимулюється, координується та регламентується діяльність суб'єктів у сфері зовнішньої торговельної діяльності, які визначають вид політики держави. При цьому вагомий вплив мають завдання і рівень втручання окремих держав у зовнішні торговельні відносини.

Державне регулювання зовнішньої торгівлі може бути як одностороннім, так і багатостороннім. *Одностороннє* передбачає застосування певних методів регулювання міжнародної торговельної діяльності з боку однієї країни без погодження з іншими торговельними партнерами. *Багатостороннє* регулювання передбачає попереднє узгодження механізмів регулювання між країнами, з якими укладено торговельні угоди. Прикладом багатостороннього регулювання торговельних відносин є діяльність Всесвітньої торгової організації, яка проводить переговори з актуальних проблем зовнішньоторговельної політики та міжнародної торгівлі (див. п. 10.4).

Міжнародна координація у сфері зовнішньоекономічних відносин передбачає встановлення міжнародних режимів, тобто розробку домовленостей, що визначають норми, правила та процедури, яких зобов'язуються дотримуватися сторони при вирішенні різних питань. Норми національного регулювання та міжнародних режимів взаємодіють між собою і здійснюють вплив один на одного. Міжнародні норми можна використовувати при реформуванні національної економіки. Тому завданням кожної держави є пристосування національного законодавства до сформованих у світовій практиці господарювання прав і зобов'язань.

Залежно від масштабів втручання держави в зовнішньоторговельну діяльність розрізняють чотири види політики (див. рис. 10.3).

ВИДИ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

Політика ізоляції (автаркія)	Політика абсолютного виключення країни зі світових господарських зв'язків. Здійснюється, як правило, з політичних та ідеологічних міркувань і є економічно невинуватеною
Політика протекціонізму	Політика захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції. Супроводжується стимулюванням експортного виробництва
Політика вільної торгівлі (фритредерство)	Політика зменшення до мінімуму обмежень у зовнішній торгівлі. Зазвичай проводиться країнами, які є лідерами на ринку та яким не потрібно турбуватися про зниження конкурентоспроможності своїх товарів
Політика насичення дефіцитного ринку	Обернена політиці протекціонізму. Є ефективною лише за наявності значного дефіциту товарів на національному ринку, відкритому для всіх

Рис. 10.3. Види зовнішньоторговельної політики держави

Найбільш поширеними в світовій практиці є політика вільної торгівлі та протекціонізм.

Політика вільної торгівлі передбачає зняття та зменшення обмежень у зовнішньоекономічній діяльності, вільний доступ до національних ринків товарів, капіталів, робочої сили тощо.

Структура національних ресурсів і рівень технології кожної країни є різними, тому кожна країна може виробляти певні товари з різним рівнем витрат. Дія *принципу порівняльних переваг* змушує країну виготовляти лише ті товари, витрати на виробництво яких нижчі, ніж в інших країнах.

Вільна торгівля стимулює конкуренцію, що сприяє економічному розвитку країни в цілому, примушує національні підприємства підвищувати якість своєї продукції та знижувати ціни. За умов політики вільної торгівлі експортно-імпортні відносини регулює не держава, а кон'юнктура ринку.

Протекціонізм – це вид державної політики, спрямованої на захист внутрішнього ринку від іноземної конкуренції через систему певних обмежень.

Першими теоретиками та практиками протекціонізму були меркантилісти У. Стаффорд, Т. Мен, А. Монкreatьєн, які обґрунтовували необхідність активного втручання в зовнішню торгівлю з метою захисту вітчизняної промисловості від іноземної конкуренції.

Вміло проведена політика протекціонізму за наявності недосконалої конкуренції на світовому ринку є обґрунтованою. Протекціонізм дає змогу: зменшити негативний вплив на національну економіку тенденцій, які



склалися на світовому ринку; захистити від іноземної конкуренції національні галузі економіки, які розвиваються; сприяє зростанню зайнятості населення; збільшує надходження до бюджету. Також існує думка, що протекціонізм корисний з метою захисту нової галузі, оскільки без усунення силами держави конкуренції зі сторони зарубіжних конкурентів деякі галузі не зможуть знизити витрати на виробництво.

Разом з тим протекціонізм, створюючи перешкоди у міжнародному товарообміні, може призвести до застійних явищ в економіці, зменшити її ефективність і конкурентоспроможність. Якщо протекціоністські бар'єри є високими, торговельні партнери можуть застосувати такі ж заходи, а тому ефективність захисної політики може бути нульовою. Результатом економічних протиріч між країнами внаслідок непродуманої політики протекціонізму може бути торговельна війна.

Розглянемо основні негативні наслідки політики протекціонізму:

↳ **тягар на споживачів.** Існуючі у США торговельні бар'єри, за деякими оцінками, примушують споживачів сплачувати додатково 80 млрд. дол. на рік у зв'язку з подорожчанням імпортованих товарів. Лише одяг коштує на 20 млрд. дол. дорожче, ніж міг коштувати за умови відсутності торговельних обмежень;

↳ **здійснення значних витрат на збереження робочих місць у галузях, яким надається підтримка.** Наприклад, у США кожне робоче місце, збережене у молочній промисловості, коштує споживачам 220 тис. дол. щороку;

↳ **втрата робочих місць у галузях економіки, які зіштовхуються з іноземною конкуренцією.** Підприємства, які залежать від поставок дешевих імпортованих комплектуючих, можуть опинитися під загрозою скорочення виробництва, а відповідно, й зайнятості;

↳ **зниження ефективності національної економіки внаслідок неврахування тенденцій, що відбуваються у світовій економіці,** оскільки протекціоністські заходи гарантують розвиток вітчизняної промисловості та збут товарів принаймні на внутрішньому ринку.

3 практики світового бізнесу



У 1970-х рр. Бразилія створила десяту за обсягами у світі автомобільну промисловість, надійно захистивши її тарифними бар'єрами та квотами. Однак наприкінці 1980-х рр. ці бар'єри було знято і в країну ринув потік імпортованих автомобілів. Після того з'ясувалося, що після 30 років протекціонізму бразильська автомобільна промисловість виявилася найменш ефективною у світі.

Прихильники протекціонізму дотримуються позиції, що за відсутності державного захисту національної промисловості від іноземної конкуренції її розвиток неможливий. Посилення економічної могутності країни може відбутися лише при створенні для національних виробників найбільш сприятливих умов порівняно з тими, в яких виробляють і реалізують свою продукцію іноземні конкуренти.

Вільна торгівля з її жорсткою конкурентною боротьбою на рівні світового господарства, на думку прихильників теорії протекціонізму, робить неможливим розвиток потужної національної промисловості. Будь-яка спроба країн, що розвиваються, ліквідувати відставання національної промисловості наштовхується на протидію пануючих на ринках іноземних виробників. Засоби та можливості ведення конкурентної боротьби, якими володіють розвинуті країни, не дають можливості більш слабким країнам розвиватися. Тому, захищаючи переваги вільної торгівлі, все ж таки багатьма країнами широко використовуються захисні обмеження.

Чи знаєте Ви, що...



характер зовнішньоторговельної політики промислово розвинутих країн змінювався на різних стадіях розвитку суспільства. У період становлення капіталістичного способу виробництва інтересам буржуазії, яка розвивалася, відповідала система протекціонізму. Цим пояснюється її використання протягом десятиліть багатьма країнами, насамперед найактивнішими учасниками зовнішньої торгівлі – Голландією, Англією та Францією.

У період домонополістичного капіталізму інтереси великого промислового капіталу вимагали свободи конкуренції на зовнішньому та внутрішньому ринках. У сфері зовнішньоторговельної політики це сприяло розвитку системи вільної торгівлі, ініціатором якої була Англія.

Сьогодні зовнішньоторговельній політиці більшості промислово розвинутих країн протекціонізм властивий, але він суттєво відрізняється від протекціонізму на домонополістичній стадії тим, що останній був спрямований на захист від іноземної конкуренції слабких, відсталих, неконкурентоспроможних галузей промисловості, чим сприяв їх розвитку.

Сучасний протекціонізм спрямований на захист найбільш розвинутих галузей промисловості та має регіональний характер, захищаючи інтереси великих регіональних угруповань Європи та Північної Америки, Південно-Східної Азії та Латинської Америки.

Також у нових умовах господарювання особливої ролі набувають монетарні інструменти регулювання зовнішньоекономічної системи як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Альтернативою політики протекціонізму є **режим найбільшого сприяння для іноземних суб'єктів господарювання (або преференційний торговельний режим)**, який означає, що іноземні суб'єкти господарювання мають такі ж права та пільги стосовно мита, податків і зборів, якими користуються підприємці країни, у якій діє такий режим.



Крім сприяння розвитку торговельних відносин, проявом протекціонізму є дискримінаційні торговельні режими, інструментами реалізації яких є реторсії (обмежувальні заходи уряду у відповідь на аналогічні дії іншої держави) та репресалії (примусові заходи, які застосовуються у відповідь на неправомірні дії іншої держави). Використання реторсій і репресалій може сприяти появі торговельних війн між країнами.

Як правило, країни використовують гнучку зовнішньоторговельну політику, що поєднує елементи вільної торгівлі та протекціонізму. Захист внутрішнього ринку обов'язково передбачає стимулювання виробництва, продукція якого експортується. Сучасний механізм державного регулювання промислово розвинених країн характеризується різноманіттям форм і зростанням витрат держави на розвиток експортних галузей, які покриваються зростанням доходів від зовнішньої торгівлі, сприяють збільшенню виробництва та зайнятості, зростанню надходжень до бюджету та більш раціональному розвитку економіки. Така політика держави отримала назву **активний протекціонізм**, який передбачає стимулювання експорту через: пільгове державне кредитування експорту; державне страхування експортних кредитів; пряме субсидування експорту; надання податкових пільг експортерам; інформаційне та організаційне сприяння експорту; організацію ярмарок і виставок.

Політика вільної торгівлі переважає за умов високого рівня розвитку продуктивних сил і ринкових відносин, а протекціонізм – за умов становлення ринкових відносин і недостатнього розвитку експортного потенціалу країни.

Чи знаєте Ви, що...



американськими дослідниками опубліковано рейтинг економічної свободи 123 країн світу, які досліджувалися за такими критеріями: забезпечення державою права вільного вибору, вільного обміну, вільної конкуренції; захист особистості та власності. Найбільшим рівнем свободи у світі може пишатися економіка Гонконгу. Друге місце займає Сінгапур, третє – США. У першу десятку також потрапили Великобританія, Канада, Австралія, Ірландія,

Швейцарія та Нідерланди. Із країн колишнього СРСР до рейтингу увійшли Естонія (16-е місце), Латвія (51-е), Литва (69-е), Росія (112-е) і Україна (117-е або 7-е з кінця). Інші пострадянські країни не досліджувалися. Після України в рейтингу розташована Демократична Республіка Конго, в якій відбувається громадянська війна. Вище України розмістилися майже вся Африка і Латинська Америка. Навіть Гондурас обігнав Україну на 43 рядки рейтингу, а Папуа Нова Гвінея – на 35. Виходить, що з погляду світового суспільства папуаси – більш вільні, ніж українці.

Політика протекціонізму передбачає використання різних методів для захисту національної економіки, які відрізняються за характером впливу на економічні процеси (рис. 10.4).

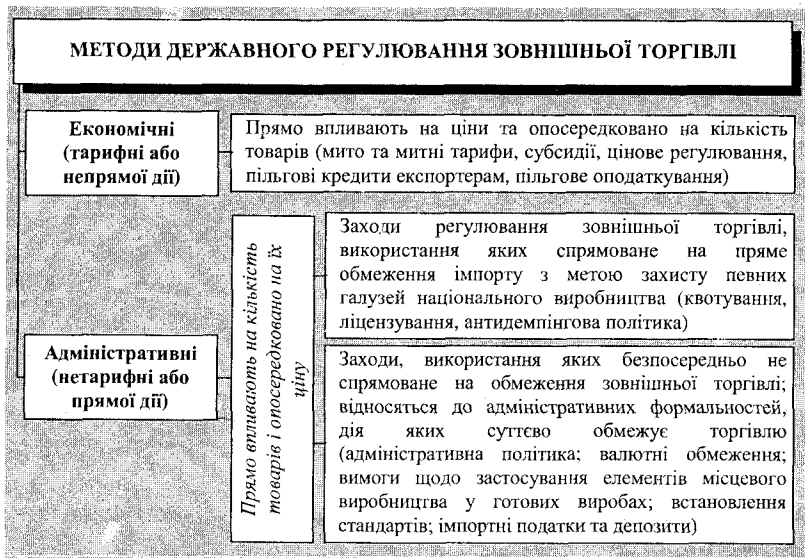


Рис. 10.4. Види методів державного регулювання зовнішньоторговельної діяльності за характером впливу на економічні процеси

Основною правовою базою методів зовнішньоторговельної політики є національне законодавство, яке визначає режими експорту та імпорту товарів і послуг, а також торговельні договори та угоди уряду однієї країни з урядами інших країн.

Характерною рисою більшості економічних методів є те, що вони впливають на вартісні пропорції економіки. Наприклад, за допомогою податків можна знизити рівень споживання певних товарів чи послуг, підвищення відсоткової ставки буде стимулювати зростання заощаджень, а девальвація національної валюти створить сприятливі умови для експортерів.

За деякими оцінками економічні та адміністративні методи обмежують майже половину всієї світової торгівлі.

Оскільки кожна країна використовує протекціоністські бар'єри в торгівлі, то для кожної національної економіки існує рівень *обґрунтованого протекціонізму* (кількість обмежень торгівлі, яка є оптимальною для окремої країни). Обґрунтованим можна вважати такий рівень захисту



національного ринку, який не буде суперечити національним інтересам і буде забезпечувати нормальний доступ іноземних товарів і послуг на ринок країни. Для того, щоб зовнішньоекономічна політика була ефективною, кожна держава повинна обґрунтовано поєднувати адміністративні та економічні методи з урахуванням ситуації, яка склалася на світовому та внутрішньому ринках, а також особливостей національної економіки. Разом з тим ефективність може бути досягнута за умови внесення необхідних коректив у політику держави. Це дає змогу проводити широкомасштабні дії на користь вітчизняної економіки, а не обмежуватися окремими рішеннями. Лише за таких умов зовнішньоекономічна політика буде збалансованою, оперативною та адекватно реагуватиме на всі зміни на світовому ринку.

3 практики світового бізнесу



Обсяг торгівлі між Росією та Україною на січень-липень 2003 р. склав 6,8 млрд. дол., що на 1,7 млрд. дол. або на 33,3 % більше, ніж за аналогічний період минулого року.

На думку українських політиків, можливості подальшого розвитку торгівлі є, але сьогодні цьому заважають нерегульовані питання прикордонного співробітництва, послаблення режиму вільної торгівлі, численні непрямі податки та бар'єри, пов'язані з митом, акцизами тощо.

Вибір інструментів реалізації торговельної політики держави є досить важливим, оскільки на заходи, прийняті однією країною для впливу на зовнішню торгівлю, може бути різна реакція за кордоном, що є потенційним бар'єром на шляху до досягнення бажаних цілей.

В Україні процес розбудови ринкової економіки призвів до поступової відмови від застосування адміністративних методів і переходу до використання переважно економічних методів впливу на економічні процеси у сфері світових господарських зв'язків.

Чи знаєте Ви, що...



у США в період індустріалізації, коли залізничні магнати створювали свої "імперії", держава почала здійснювати регулювання шкідливих виробництв. У ті часи керівники великих залізничних компаній здебільшого турбувалися про збільшення прибутку. Таке зневажливе ставлення до інтересів суспільства зумовило необхідність державного втручання. Закон про торгівлю між штатами, прийнятий у 1887 р., заснував перший у США незалежний регулюючий орган –

Комісію з торгівлі між штатами, – який на сьогодні розширив коло своїх функцій і контролює тарифи вантажних перевезень між штатами та встановлює нормативи торгівлі між ними.

Розглянемо детальніше основні економічні та адміністративні методи.



Мито та митні тарифи

Важливим економічним методом регулювання зовнішньоекономічних відносин є мито та митні тарифи, за допомогою яких держава впливає на відкритість економіки та її економічну безпеку, поліпшує умови доступу національних товарів на зарубіжні ринки.

Митний тариф – систематизований перелік товарів із зазначенням мита, яким вони обкладаються під час перетину митного кордону країни.

Під **митом** розуміють податок, який стягується державними органами влади з експортних або імпорتنних товарів.

Митний тариф встановлюється як на імпорتنні, так і на експортні товари. Метою митних тарифів є захист національних ринків від негативного впливу зовнішньої конкуренції.

Держава повинна створити обґрунтовану гнучку систему тарифного регулювання імпорту, яка б виконувала триєдине завдання:

- ↳ забезпечення раціоналізації імпорту;
- ↳ ефективне регулювання конкуренції;
- ↳ забезпечення наповнення доходної частини державного бюджету.

Для цього необхідно визначити, з одного боку, важливі галузі економіки, які потребують захисту від іноземної конкуренції, а з іншого – галузі, в яких необхідно створити режим повної відкритості для підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробника.

Митний тариф може мати фіскальний або протекціоністський характер, відповідно, використовується для збільшення бюджетних надходжень або для захисту національних виробників.

Основою розробки митних тарифів є **системи тарифної класифікації товарів**. Від рівня розробки цієї класифікації залежить ефективність використання митних тарифів у протекціоністських цілях. На сьогодні застосовуються Стандартна міжнародна торговельна класифікація ООН (1986 р.) і Гармонізована система опису та кодування товарів, розроблена Радою митного співробітництва на основі Брюссельської митної номенклатури.

З митним тарифом пов'язана теорія оптимального тарифу, яка є важливим аргументом на користь державного впливу на торгівлю. За цією теорією вважається, що зарубіжний виробник знизить свої ціни, якщо його продукція буде оподатковуватися. У такому разі країна-імпортер отримає найбільшу вигоду.

Митне регулювання – це регулювання питань, пов'язаних із встановленням мита та митних зборів, здійсненням митного контролю.

Механізм митного регулювання регламентується нормативно-правовими актами країн, які повинні базуватися на визнаних світом нормах і передбачати дотримання загальноприйнятих у міжнародній практиці принципів і правил митної справи. Правові норми визначають принципи митного регулювання кожної країни, ставки митних тарифів, порядок розрахунку різних видів мита, сферу застосування особливих видів мита, надання пільг.

В Україні з 1 січня 2004 р. набрав чинності новий Митний кодекс, за обсягом майже утричі більший за попередній. Це пов'язано з тим, що деякі питання розглядаються детальніше та з'явилося декілька розділів, (яких не було у попередньому кодексі), які зміцнюють законність діяльності митних органів, регулюють процедури митного контролю та митного оформлення товарів, запроваджують технологічні схеми контролю. Митний кодекс України в цілому відповідає Конституції України та міжнародним стандартам, оскільки його розробка здійснювалася з урахуванням положень Митного кодексу Європейського Співтовариства та основних конвенцій і угод, до яких приєдналася або має намір найближчим часом приєднатися Україна. Прийняття такого кодексу не тільки забезпечує подальше удосконалення правового регулювання митної справи в Україні, а й розширює можливості вступу України до Всесвітньої торговельної організації, виходу України на світовий ринок, створює додаткові умови для зміцнення торговельних і економічних зв'язків із зарубіжними країнами.

Чи знаєте Ви, що...



за часів Великої депресії більшість країн робили спроби зберегти робочі місця всередині країни шляхом введення більш високих митних тарифів. Проте вони пригнічували світову торгівлю та сприяли занепаду світової економіки. З метою уникнення цього США після Другої світової війни очолили рух за зниження митних тарифів у світі. Результатом цього стало укладання міжнародної угоди про зниження митних тарифів – Генеральної угоди про тарифи та торгівлю.

При розробці та реалізації зовнішньої торговельної політики слід враховувати наслідки використання митних тарифів (див. рис. 10.5).

НАСЛІДКИ ВИКОРИСТАННЯ МИТНИХ ТАРИФІВ

Виробничий ефект

Виробництво продукції, захищеної митними тарифами, зростає, оскільки імпорتنі аналоги продукції набагато дорожчі та не задовольняють існуючий попит

Споживчий ефект

Споживання продукції, яка обкладається митом, стрімко знижується. Іноді держава спеціально знижує споживання певного товару за допомогою митних тарифів (наприклад, алкогольні напої)

Бюджетний ефект

Митні тарифи є джерелом доходної частини бюджетів країн

Ефект розподілу прибутків

Використання митних тарифів дає змогу національним виробникам, за відсутності конкуренції з боку іноземних фірм, підвищувати ціни на свою продукцію і отримувати, відповідно, вищі прибутки

Конкурентний ефект

За допомогою митних тарифів підвищується рівень конкурентоспроможності продукції національного виробника на внутрішньому ринку

Вплив на платіжний баланс

Сприяють поліпшенню платіжного балансу, оскільки знижується споживання імпоротної продукції у зв'язку з високими цінами на неї, а отже зменшуються витрати на імпорт

Вплив на умови торгівлі

Іноземні конкуренти змушені знижувати ціни на свою продукцію, що впливає на співвідношення експортних та імпорتنих цін

Рис. 10.5. Основні наслідки використання митних тарифів

У світовій практиці застосовують різні види мита, характеристику яких наведено на рис. 10.6.

Особливим різновидом митних тарифів є *плаваючі митні збори*, які отримали широке застосування у країнах Європейського Співтовариства як інструмент аграрного протекціонізму.

У практиці більшості країн найчастіше застосовується адвалорне мито, тому особливого значення набули методи оцінки вартості імпорتنих товарів, від застосування яких суттєво залежить визначення ціни товару для обкладання митом. Ставки митних тарифів змінюються під впливом процесів, що відбуваються в економіці окремих країн і світового господарства в цілому.

КЛАСИФІКАЦІЯ МИТА		
Залежно від державних завдань	Фіскальне	Встановлюється для імпорتنих товарів, які не виробляються національними підприємствами, з метою забезпечення державного бюджету податковими надходженнями
	Протекціоністське	Встановлюється для зменшення переваг іноземного виробника на українському ринку щодо місцевого виробника
	Антидемпінгове	Вводиться для захисту від демпінгу, тобто якщо в країну ввозяться товари за цінами, значно нижчими за ціни або навіть собівартість у країні-експортері
Залежно від порядку розрахунку	Адвалорне	Розраховується у відсотках до тарифної вартості товарів
	Специфічне	Обчислюється у встановленому грошовому розмірі на одиницю товарів, за які сплачується мито
	Комбіноване	Об'єднує адвалорне та специфічне мито
Залежно від ставок оподаткування	Максимальне	Діє щодо товарів країн, з якими не укладені торговельні договори та угоди
	Мінімальне	Поширюється на товари країн, з якими укладені торговельні контракти та угоди, що передбачають взаємне надання режиму найбільшого сприяння
	Преференційне (пільгове)	Встановлюється для оподаткування країн, що розвиваються
	Компенсаційне	Додатковий податок на імпортований товар, на виробництво якого вітчизняному виробнику було надано субсидії (дотації)
За об'єктами регулювання	Імпортне (ввізне)	Стягується митними органами з товарів іноземного походження при імпорті
	Експортне (вивізне)	Стягується державою при перетині вітчизняних товарів через кордон країни
	Сезонне	Встановлюється на визначений період
	Транзитне	Стягується при перетині іноземного вантажу кордону даної країни, який проходить її територією для споживання у третій країні
За походженням	Автономне	Створюється постановою державної влади даної країни незалежно від будь-яких угод з іншими країнами
	Конвенційне	Встановлюється у процесі укладення угоди чи договору з іншою країною та фіксується у цьому договорі

Рис. 10.6. Класифікація мита в світовій практиці

Варто відзначити, що запровадження митних тарифів сприяє загальному зниженню ефективності світової економіки, тому що митні тарифи заохочують національні підприємства виробляти на території своєї країни продукцію, яку ефективніше можна виробляти за кордоном. Відповідно, це спричиняє неефективне використання ресурсів.

3 практики світового бізнесу



Деякі критики США стверджують, що за підтримку митних тарифів розплачуються менш забезпечені верстви населення. Наприклад, жінка із середнім розміром доходу не купуватиме собі норкову шубу, яка (як це не парадоксально) не обкладається митом. Натомість, купуючи дитині светр, вона сплачуватиме мито, яким обкладається цей значно дешевший товар. Або: взуття з каучуковою або пластиковою підшвою коштує не більше 3 дол. за пару, але обкладається митом в розмірі 48 %. Якщо вартість пари взуття перевищує

12 дол., то мито складає лише 20 %.

Дослідження японських економістів підтвердили, що запроваджені у 1989 р. обмеження на імпорт продуктів харчування, косметики та хімікалій до Японії коштували пересічному японському споживачеві близько 890 дол. США на рік за рахунок відносного підвищення цін. Отже, запровадження митних тарифів на імпорт сприяє суттєвому збільшенню витрат місцевих споживачів через встановлення вищих цін на місцевому ринку.



Субсидії

У світовій практиці більшість країн надають перевагу субсидуванню національних виробників (особливо молодій галузі доти, доки вона не зможе конкурувати самостійно), ніж обмеженню імпорту.

Це дає їм змогу встановлювати нижчі ціни на свою продукцію порівняно з цінами на імпортовані товари.

Субсидії – це форма державної підтримки у вигляді виплат бюджетних коштів місцевим виробникам – учасникам міжнародних ринків, які призначені, передусім, для підтримки національних виробників-експортерів.

Джерелом виплати субсидій є бюджетні кошти. За характером виплат субсидії можуть бути **прямі й непрямі** (рис. 10.7).

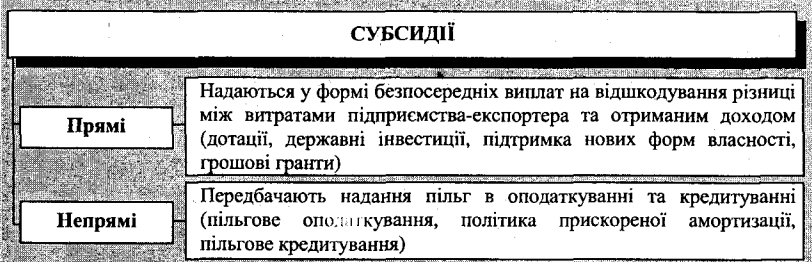


Рис. 10.7. Види субсидій за характером виплат



Субсидування зменшує витрати на виробництво продукції, цим самим підвищуючи її конкурентоспроможність на світовому ринку, та допомагає одержати на ньому певні переваги. Також позитивним моментом надання субсидій є сприяння захопленню національними виробниками домінуючих позицій у тих галузях, де місткість світового ринку недостатня й може забезпечити прибуткову діяльність лише декількох великих підприємств (наприклад, аерокосмічна галузь). Тобто субсидії можуть допомогти підприємству скористатися перевагами “першовідкривача” у новостворених галузях економіки. Подальші вигоди для національної економіки будуть забезпечені за рахунок збільшення зайнятості та податкових надходжень від прибуткової діяльності великої міжнародної компанії.

Разом з тим, питання про вигоди, які отримує країна від надання субсидій, є суперечливим, оскільки на практиці більшість субсидій не забезпечують суттєвих зрушень у підвищенні конкурентоспроможності продукції місцевих виробників на світовому ринку. До того ж, досить часто субсидії не стимулюють ефективну діяльність виробників, а навпаки, захищають неефективні виробництва. Субсидування може викликати суперечки, оскільки виробники часто стверджують, що зіштовхуються з нечесною конкуренцією зі сторони субсидованого експорту.

З практики світового бізнесу



Державні субсидії в індустріальних країнах становлять 2-3,5 % від загального обсягу промислової продукції. Однак ці цифри занижують справжні розміри субсидій, оскільки враховують виключно грошові гранти і не враховують участі держави в капіталах місцевих підприємств, надання пільгових кредитів. Детальніші дослідження субсидій у країнах ЄС були здійснені під патронатом Комісії ЄС. Так, було встановлено, що субсидії промисловим підприємствам на початку 1990-х рр. становили від 2 % усієї доданої вартості у Великобританії до 14,6 % – у Греції. Серед чотирьох найбільших країн-членів ЄС найчастіше субсидії видавалися в Італії.

Фактично субсидії є грошовою винагородою, яка виплачується експортеру для підвищення його конкурентоспроможності. З метою протидії країна-імпортер може застосувати так звані компенсаційні податки, тобто податки на імпорт, спрямовані на зниження конкурентної переваги, отриманої іноземним підприємством завдяки наданій субсидії.

Поряд із наданням субсидій уряди країн надають підприємствам, щоб компенсувати їх збитки, понесені при збуті продукції за кордоном, інші види допомоги з метою зниження ціни на реалізовані товари та підвищення прибутковості експортних операцій. Наприклад, багато країн пропонують

своїм потенційним експортерам набір послуг, у тому числі інформацію, допомогу в організації виставок, налагодженні контактів для ведення справ за кордоном. Надання таких послуг є більш обґрунтованим з економічної точки зору, ніж мито. Сприяння експорту обов'язково повинно бути прерогативою перед введенням обмежень на імпорт.



Цінове регулю- вання

Процес ціноутворення – явище складне, яке в ринкових умовах знаходиться під впливом ряду факторів: конкуренція, попит, собівартість, транспортні витрати, екологічні фактори, знижки посередникам, мито та інші збори, реклама тощо.

Цінова політика підприємств повинна бути обґрунтованою. Ціни можуть бути встановлені з метою одержання прибутку, зростання продажу або збереження існуючого стану. За допомогою цін можна створити образ виробу. Разом з тим слід пам'ятати про правові обмеження в ціноутворенні, встановлені державою.

Економічна теорія часів А. Сміта та Д. Рікардо розглядала вільне ринкове ціноутворення як основний елемент підтримки рівноваги між попитом і пропозицією. Однак ідеальна свобода ціноутворення неможлива.

У зв'язку з цим державне регулювання стосується визначення ступеню та форм обмеження вільного ціноутворення і є невід'ємною складовою системи державного регулювання економіки. Держава здійснює контроль над цінами товарів, які беруть участь у міжнародному товарообміні, для захисту монопольних позицій вітчизняних виробників, не допускає монопольних цін на продукцію зарубіжних фірм, забезпечує вітчизняним споживачам більш низькі ціни, а також змушує закордонних виробників знижувати їх норму прибутку. Спостереженням за цінами можуть займатися також міжнародні організації (див. п. 10.4).

Для запобігання неконтрольованому підвищенню цін держава може встановлювати відповідну систему ціноутворення, використовуючи економічні важелі, податкову, фінансово-бюджетну, кредитну, валютну та митну політики, а також встановлювати ціни на продукцію підприємств-монополістів з урахуванням динаміки інфляції, рівня конкуренції, монополізації виробництва та соціальної політики.

Чи знаєте Ви, що...



у минулому столітті деякі держави намагалися регулювати ціни. За останні 150 років вдавалися до наступних заходів з метою регулювання цін: встановлення тарифів на послуги залізничного транспорту, пошти, телеграфу; державних монопольних цін на "акцизні" товари; продаж продовольчих товарів з державних запасів у невражайні роки; запровадження сприятливої митної політики та непрямого оподаткування, що суттєво впливало на рівень внутрішніх цін.

Ступінь і методи втручання держави у процеси ціноутворення в різних країнах різні. Держава може втручатися у ціноутворення, прямо або опосередковано регулюючи ціни.

3 практики світового бізнесу



Значна увага в розвинених країнах приділяється регулюванню і контролю за цінами на продукцію сільського господарства.

У системі контролю цін і аналізу їх динаміки Міністерством сільського господарства США ведеться щомісячне та щорічне спостереження за фермерськими цінами та цінами на засоби виробництва для сільського господарства, а також їх співвідношенням. У такий спосіб підтримується паритет цін.

Для країн, що розвиваються, досить важливим є забезпечення державного контролю за ціноутворенням з точки зору співвідношення між внутрішніми та світовими цінами.

Важливе значення має систематичний контроль держави за рівнем цін на продукцію базових галузей економіки країни. Контроль повинен здійснюватися, виходячи з аналізу статистичних даних, результатів перевірок контрольними органами підвищення цін, а також декларування зміни цін підприємствами-виробниками. Особливу увагу слід приділяти контролю за цінами на продукцію, що реалізується посередницько-торговельними підприємствами.

3 практики світового бізнесу



ПАР і Колумбія вживають різних заходів для уникнення переповнення світових ринків відповідно алмазами та смарагдами. Австралія більше 50 років забороняла вивезення овечок-мериносів – виробників найбільш високоякісної шерсті в світі. На жаль, такий тип політики стимулює контрабанду та вимагає великих витрат на її усунення. Бразилія втратила свою монополію на природний каучук, коли контрабандою було перевезено каучуконоси в Малайзію. Інша проблема полягає в тому, що, якщо досить довго утримувати ціни на високому рівні, то можуть з'явитися товари-замінники. Наприклад, високі ціни на цукор в середині 80-х рр. XX ст. призвели до створення кукурудзяного цукру.



У світовій практиці ціноутворення недостатньо враховується екологічний фактор. У зв'язку з цим ціни не стимулюють ресурсозбереження та виробництва екологічно чистої продукції, вони не є визначальним фактором підвищення ефективності охорони довкілля та раціонального використання ресурсного потенціалу країни.

Держава може використовувати ряд обмежень з питань ціноутворення. Передусім держава здійснює контроль за фіксуванням цін суб'єктами господарювання. **Фіксовані** ціни є протизаконними і суб'єкти, які використовують їх у практиці господарювання, можуть бути винними у фіксуванні цін навіть тоді, коли між ними не укладено формальної угоди про те, щоб утримувати ціни на певному рівні.

Через такий метод державного регулювання як антидемпінгова політика держава контролює так звані "**грабіжницькі**" або **демпінгові** ціни, які встановлюються з метою усунення конкурентів з ринку.

Застосування **індикативних цін** спрямоване на збільшення валютних надходжень від експорту продукції і зменшення витрат на закупівлю імпортованих товарів. Такі ціни можуть запроваджуватися на товари, щодо експорту яких встановлено особливі режими, спеціальні імпортовані процедури або антидемпінгові заходи. Індикативні ціни формує Міністерство економіки на базі результатів аналізу інформації, одержаної від митних, фінансових, статистичних, банківських та інших установ і організацій.

На рівень індикативних цін повинні орієнтуватися підприємці всіх форм власності, укладаючи зовнішньоторговельні угоди. Контрактна ціна може відхилитися від індикативної при суттєвому відхиленні умов експортно-імпортованих операцій від тих, які були враховані під час визначення індикативних цін.

Різниця в цінах, спричинені державною політикою регулювання цін, вимагають їх відшкодування, яке здійснюється у формі державних дотацій.

У останні роки широкого розповсюдження набула практика укладання угод про встановлення **мінімальних імпортованих цін** щодо окремих імпортованих товарів (тютюнові вироби тощо), які укладаються, як правило, за ініціативою західних держав з більш слабкими в економічному та політичному відношенні експортерами. Метою їх запровадження є забезпечення повноти сплати податку на додану вартість та недопущення заниження митної вартості товарів, що ввозяться до певної країни.

Розглянемо основні адміністративні методи.



**Квотування
та
ліцензування**

Важливим адміністративним методом державного регулювання зовнішніх торговельних операцій є квотування (або контингентування).

Квота – це кількісне обмеження на певний період обсягу конкретних товарів, які ввозяться або вивозяться з країни, і як правило, передбачає видачу ліцензій на імпорт фізичним і юридичним особам.

Основою таких кількісних обмежень можуть бути зобов'язання країн на основі норм міжнародних угод, а також необхідність дотримання національних інтересів. Згідно із встановленими квотами експорт та імпорт товарів здійснюється за ліцензіями. Системи ліцензування, які використовують різні країни, характеризуються значним різноманіттям форм і процедур.

Для отримання ліцензії підприємства завчасно відсилають за кордон зразки своїх товарів. Копії ліцензій додаються до митних декларацій для пропуску товарів через кордон.

Вимоги ліцензування торгівлі можуть не лише обмежити імпорт або експорт товарів, включених до переліку ліцензованих за імпортом та експортом, а й призвести до погіршення торгівлі у зв'язку з додатковими витратами, затримками в часі та невизначеністю, пов'язаною з процедурою ліцензування.

Ліцензія – це дозвіл, який встановлює умови та дає право ввозити і вивозити певну кількість товару. Зазвичай ліцензії видаються урядовими органами та є заходом оперативного регулювання зовнішньоекономічних зв'язків.

Ліцензування використовується країнами на визначені періоди часу за окремими товарами, включеними до переліку продукції загальнодержавного значення, а також за окремими країнами та групами країн у тих випадках, коли цього вимагає стан платіжних відносин або інші економічні та політичні умови.

Використання ліцензій дає можливість державі обмежувати обсяги зовнішньої торгівлі чи повністю забороняти експорт або імпорт окремих товарів.

Ліцензії можуть застосовуватися також до окремих учасників зовнішньоекономічної діяльності, якщо вони здійснюють діяльність в умовах недобросовісної конкуренції або їх діяльність наносить шкоду інтересам

держави, наприклад, недотримання норм міжнародних договорів. Фактично ліцензування у таких випадках є попереджувальним або навіть штрафним заходом.

3 практики світового бізнесу



Система ліцензій з'явилася ще в період меркантилізму та використовувалася для регулювання торговельного балансу. З часом її характер децю змінився. Значення ліцензій зросло в період Великої депресії 1929-1933 рр., а потім – під час Другої світової війни.

Ліцензії можуть бути видані у формі **генеральних** (відкритий дозвіл на експортні та імпорتنі операції щодо певних товарів з країною чи групою країн протягом строку дії ліцензії) або **разових (індивідуальних)** (дозвіл, що має іменний характер і видається для здійснення кожної окремої операції суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності на період, необхідний для здійснення експортної чи імпорتنної операції). Крім того, ліцензії можуть бути антидемпінговими, експортними, імпортними, компенсаційними тощо.

Ліцензії і квоти найчастіше використовуються промислово розвинутими країнами та країнами, що розвиваються.

Квотування, як правило, використовується для захисту національних виробників від іноземної конкуренції, з метою регулювання попиту та пропозиції на внутрішньому ринку, для зменшення обсягів імпорту з метою поліпшення торговельного балансу та у якості відповіді на дискримінаційні дії іноземних країн.

3 практики світового бізнесу



У 2003 р. в Росії для підтримки російського тваринництва було встановлено квоти на ввезення м'яса яловичини, свинини та домашньої птиці.

Це, в першу чергу, пов'язано зі збільшенням ввезення в Росію в останні роки аналогічної продукції, виробництво якої субсидується країнами-експортерами. Подібний експорт здійснював негативний вплив на ціни та пригнічував розвиток власного виробництва.

У практиці світового бізнесу використовуються різні види квот (див. рис. 10.8).



Рис. 10.8. Види квот

Квоти, як правило, встановлюються у ході переговорів шляхом укладання двосторонніх угод. У такому випадку квоти дійсні тільки для країн, що підписали цю угоду.

Імпортні квоти не обов'язково призначені для захисту вітчизняних виробників. Японія, наприклад, зберігає квотування на ряд сільськогосподарських продуктів, які в цій країні не виробляються. Квотування імпорту є засобом впливу при проведенні переговорів зі збуту продукції в інші країни, а також дає змогу уникати залежності від будь-якої іншої країни щодо необхідних продуктів харчування, запаси яких можуть зменшуватися за поганих кліматичних або політичних умов.

З практики світового бізнесу



У нашій країні прикладом застосування імпортних квот для підтримки вітчизняного виробництва є діяльність ВАТ "Іскра", яке знаходиться у м. Львові. Дане підприємство є провідним виробником електроламп в Україні. Внаслідок введення квот у 1999 р. на імпорт електроламп, обсяги його експорту в 2002 р. збільшилися в 44 рази порівняно з 1999 р. Скасування квотування в травні 2003 р. призвело до того, що ВАТ "Іскра" сьогодні знаходиться перед загрозою закриття, оскільки суттєво збільшилися поставки електроламп з Білорусії.

Експортні квоти можуть встановлюватися для забезпечення вітчизняних споживачів достатніми запасами товарів за низькими цінами, для попередження вичерпання природних ресурсів, а також для підвищення цін на експорт шляхом обмеження поставок на зарубіжні ринки. Подібні обмеження шляхом укладання угод з різних видів товарів дали змогу обмежити в експорті країн-виробників таких товарів як кава та нафта, у результаті чого ціни на ці продукти зросли в країнах-імпортерах.

3 практики світового бізнесу



В останні роки таке обмеження було введено Аргентиною щодо пшениці, а США – щодо шкіри та соєвих бобів. Небезпекою такої політики є те, що низькі ціни всередині країни не стимулюють розширення вітчизняного виробництва даної продукції, у той час коли виробництво в зарубіжних країнах не зростає. Це може призвести до довгострокової втрати ринку. Наприклад, США протягом багатьох років було встановлено квоту на цукор у такому розмірі, що американські виробники володіли майже половиною вітчизняного ринку

Квотування, зазвичай, підвищує ціни на товари. Так, при використанні ввізного мита виграш у зв'язку з підвищенням цін виражається у формі доходу державного бюджету в країні-імпортера. Квотування, навпаки, забезпечує виграш виробникам або експортерам країни-виробника у вигляді додаткового прибутку на одиницю продукції. Непередбачені доходи можуть отримати посередники в країні-імпортері, якщо вони закупили товар за більш низькими цінами світового ринку, а потім реалізували його за більш високими захищеними вітчизняними цінами.

Одним з варіантів квот є *добровільні експортні обмеження*, тобто квота на торгівлю, що встановлюється країною-експортером, як правило, на вимогу уряду країни-імпортера. Добровільні експортні обмеження застосовуються найчастіше в результаті неформальних домовленостей між зацікавленими сторонами і насправді не мають добровільного характеру, оскільки приймаються країною-експортером під загрозою застосування певних санкцій (у вигляді митних тарифів або квот на імпорт, які можуть завдати їм значно більших збитків).

3 практики світового бізнесу



Добровільні експортні обмеження, запроваджені японськими компаніями у 80-х рр. ХХ ст., забезпечили певний захист автомобільній і металургійній промисловості США, а також сприяли збереженню робочих місць і захисту стратегічних галузей. Цими квотами було обмежено експорт японських авто у США в кількості не більше 1,68 млн. штук на рік.

Аналогічні японські квоти на імпорт рису були спрямовані на збереження робочих місць у сільськогосподарському секторі цієї країни.

Разом з тим, угода про добровільні експортні обмеження у сфері індустрії металообробних верстатів США призвела до протилежних наслідків. Обмеження імпорту металообробних верстатів з Японії і Тайваню сприяло підвищенню цін, за якими американські фірми-виробники змушені були купувати ці верстати, до рівнів, вищих від загальносвітових. Це, в свою чергу, сприяло збільшенню капітальних витрат у виробничій сфері та зменшенню конкурентоспроможності американських товарів на міжнародних ринках.



Як тарифи, субсидії, і квоти, так і добровільні експортні обмеження вигідні національним виробникам, оскільки обмежують конкуренцію з боку імпорتنих товарів. Однак вони не вигідні споживачам. Ці обмеження у будь-якому випадку підвищують ціни на місцевому ринку на імпорتنі товари.

Крайньою формою квотування є **ембарго**, тобто повна заборона торгівлі окремими товарами або з певними країнами. Хоча в основі деяких ембарго лежать політичні мотиви, більшість з них введено для захисту внутрішніх галузей або з міркувань охорони здоров'я та безпеки громадян.

Аналогічно квотам ембарго може вводитися щодо імпорту чи експорту товарів певного виду, незалежно від місця призначення; окремих видів товарів, які вивозяться у конкретні країни; всіх товарів, які постачаються у конкретні країни. Крім того, ембарго може застосовуватися як у повоєнний, так і у мирний період, на визначений або невизначений термін.

Рішення щодо введення ембарго може прийматися як міжнародною організацією, так і окремою країною.

Чи знаєте Ви, в Україні введено заборону на такі види зовнішньоекономічної діяльності:



↳ експорт з території України предметів, які є національним, історичним або культурним надбанням українського народу;

↳ імпорт або транзит будь-яких товарів, які можуть зашкодити здоров'ю чи загрожують життю населення, тваринному світу чи навколишньому середовищу;

↳ імпорт продукції та послуг, які пропагують ідеї війни, расової дискримінації;

↳ експорт та імпорт товарів, пов'язаний з порушенням прав інтелектуальної власності.

Кожна держава визначає суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності, які можуть здійснювати експорт та імпорт зброї, боєприпасів, військової техніки, технологій і послуг, пов'язаних з військовим виробництвом; дорогоцінних металів і сплавів; наркотичних засобів; експорт товарів мистецтва та предметів старовини з музейних фондів.

З практики світового бізнесу



США ввели ембарго на торгівлю з Нікарагуа на період з 1984 до 1990 р. через політичну ворожнечу з правлячою партією країни. Для Нікарагуа наслідки були економічними: з'явилися труднощі з постачанням запасних частин для техніки, виробленої у США, і зі збутом продукції, зокрема, бананів, у США.

Після вторгнення Іраку в Кувейт члени ООН проголосували за введення ембарго на іракську нафту. Для захисту своєї молочної промисловості Канада забороняє імпорт маргарину. В основі заборони США на імпорт іграшок, у виробництві яких використовуються барвники, що містять свинець, – піклування про здоров'я людей.

Україна заборонила імпорту м'яса птиці та продукції з неї з американського штату Техас через появу там "пташиного" грипу. Раніше Україна ввела заборону на імпорту птиці з американського штату Делавер, а також з Японії, Таїланду, В'єтнаму, Камбоджі, Лаосу, Китаю, Пакистану та Кореї.

Суворому державному регулюванню підлягає порядок перевезення і транспортування водних ресурсів, нафти, газу й передача електроенергії.



Антидемпінгова політика

Ціноутворення, яке впливає на вітчизняні підприємства, змушуючи їх знижувати ціни для підтримки обсягу продажу та певного рівня прибутку, отримало назву "грабіжницьке". А ціни, які при цьому застосовуються, називаються демпінговими.

Демпінг – це продаж підприємствами на світовому ринку своєї продукції за цінами, нижчими від вартості її виробництва, або продаж продукції на зовнішніх ринках за ціною, нижчою за ринкову.

Демпінг є способом реалізації надлишку товару на зовнішні ринки. Демпінг може бути результатом "хижацьких" дій виробників, які використовують значні прибутки, одержані на внутрішньому ринку, для того, щоб субсидувати свої ціни на зовнішньому ринку з метою "витіснення" звідти конкурентів. Якщо ця мета буде досягнута, "підприємство-хижак" зможе в майбутньому підняти ціни й одержувати значні прибутки.

З практики світового бізнесу



Яскравим прикладом демпінгу вважається випадок, що трапився у 1997 р., коли двох корейських виробників напівпровідників "LG Semicon" та "Hyundai Electronics" звинуватили у продажу модулів комп'ютерної оперативної пам'яті на ринку США за ціною, меншою за собівартість їх виробництва. Це сталося у період, коли в усьому світі спостерігався надлишок виробничих потужностей з виробництва таких мікросхем. Корейські підприємства були звинувачені в тому, що вони намагалися "скинути" надлишок своєї продукції на ринок США.

Обов'язковою умовою визнання цін демпінговими є той факт, що вони наносять або загрожують нанести значну шкоду національному виробництву або суттєво уповільнюють темпи його зростання.

Реакцією держави на такі дії є антидемпінгова політика.

Антидемпінгова політика – це заборона з боку держави продавати на внутрішньому ринку імпортовані товари за цінами, нижчими за товари-аналоги місцевих виробників.

Антидемпінгове законодавство запроваджує нижню межу ціни та обмежує підприємство у стратегічному ціноутворенні.



Найбільш поширеним політичним аргументом на користь антидемпінгової політики є необхідність збереження робочих місць і захисту окремих галузей економіки від зовнішньої конкуренції.

У більшості країн законодавчо введено заборону на імпорт товарів за демпінговими цінами. Якщо аналогічне вітчизняне виробництво відсутнє, то єдиним наслідком демпінгу для країни-імпортера буде субсидування таким чином споживачів. Щодо країни, яка є виробником продукції, то її споживачі досить рідко усвідомлюють, що купуючи імпортні товари, вони фактично стимулюють зарубіжний збут.

Держава може застосовувати антидемпінгову політику до імпортера на підставі таких критеріїв: продаж за ціною, нижчою за ринкову або вітчизняну, та нанесення матеріальних збитків вітчизняній промисловості.

При встановленні факту використання демпінгових цін проводиться розслідування антидемпінговим комітетом на підставі поданої заяви та встановлюється розмір нанесеної шкоди. Суд призначає розмір і порядок виплати антидемпінгового стягнення (найчастіше у вигляді мита).

Від антидемпінгових розслідувань потерпає не тільки підприємство-винуватець, але й країна-експортер, оскільки звинувачення в демпінгу завдають шкоди репутації країні як торговельного партнера та можуть викликати введення обмежень на торгівлю з цією країною.

З практики світового бізнесу



У США, коли місцевий виробник вважає, що іноземне підприємство займається демпінгом на ринку США, він подає офіційну скаргу до двох урядових агентств: Департаменту комерції та Міжнародної комісії з питань торгівлі. Після цього урядові агентства вивчають скаргу. Якщо вони роблять висновок, що скарга обґрунтована, Департамент комерції може накласти антидемпінгову пеню на імпортну продукцію, підвищити ціну до вітчизняного рівня та захистити в такий спосіб національних виробників. Дана пеня фактично є податком, який може мати значний розмір.



Адміністративна політика

Адміністративна політика є неформальним адміністративним методом, який використовується з метою обмеження імпорту та заохочення експорту. Адміністративна політика передбачає встановлення бюрократичних правил, спрямованих на регламентацію митних процедур, ускладнення імпорту до країни, породжує невизначеність і витрати на утримання товарно-матеріальних цінностей.

Як і всі інші адміністративні методи торговельної політики, адміністративна політика вигідна виробникам і невигідна споживачам,

оскільки останні не мають вільного доступу до імпоротної продукції, яка може мати переваги перед місцевою за окремими параметрами.

Прийомами адміністративної політики є різноманітні митні формальності, санітарні норми, система внутрішніх податків і зборів, технічні бар'єри, різноманітні адміністративні правила, які прямо не перешкоджають імпорту, але створюють приховані перешкоди для нього.

Фактично адміністративна політика є джерелом поповнення бюджетів країн, які її проводять. Значні надходження отримує країна від надання послуг транспортування, страхування, консультацій і банківського обслуговування для імпортерів.

3 практики світового бізнесу



Характерним прикладом адміністративної політики є ситуація з експортом цибулинок тюльпанів. Нідерланди експортують цибулинки тюльпанів практично в усі країни світу, за винятком Японії, тому що японські митні органи наполягають на перевірці кожної цибулинки шляхом перерізу її посередині зверху донизу.

Інший випадок з американською експрес-поштою "Federal Express". Намагаючись розширити сферу своєї дії на Японію, "Federal Express" зіткнулася із значними труднощами,

в першу чергу тому, що японські митні інспектори наполягають на відкритті значної частини експрес-посилок з метою перевірки їх на предмет виявлення матеріалів порнографічного характеру, що може затримати доставку експрес-посилок на декілька днів. Японія не єдина країна, що застосовує таку політику. Наприклад, Франція вимагає, щоб усі імпортні пристрої для відеозапису ввозилися в країну через невеликий митний перехід, розташований у незручному місці і з недостатньою кількістю персоналу. Це робило практично неможливим доступ японських касетних відеомініфонів на французький ринок, доки тривали переговори з приводу встановлення добровільних експортних обмежень на експорт японської відеотехніки у Францію. Як і всі інші інструменти торговельної політики, адміністративна політика вигідна виробникам і невигідна споживачам, які не можуть отримати доступ до імпоротної продукції, що переважає місцеву за тими чи іншими параметрами.

У Японії надходять скарги на те, що в Токіо вантажі японських авіаліній значно швидше проходять митний контроль, ніж вантажі транспортних компаній інших країн. Аргентина вимагає, щоб страхування автомобілів, які ввозяться до країни, здійснювали аргентинські підприємства. У Німеччині вимагають, щоб фотомоделі для реклами в німецьких журналах наймалися через німецьке агентство (навіть, якщо реклама робиться за кордоном). Іспанія обмежує дублювання іноземних фільмів, змушуючи глядачів читати субтитри.

Вимоги щодо застосування елементів місцевого виробництва у готових виробках



Вимоги щодо застосування елементів місцевого виробництва у готових виробках передбачають, що визначена частина комплектуючих виробів повинна бути виготовлена на вітчизняних підприємствах. Ця вимога може бути виражена у фізичних термінах



(наприклад, 75 % частин даного виробу мають бути виготовлені місцевими підприємствами) або у фінансових термінах (75 % вартості даного виробу мають складати елементи, виготовлені підприємствами даної країни). Вимоги щодо застосування елементів місцевого виробництва у готових виробах широко використовуються країнами, що розвиваються, як інструмент для коригування виробничої бази та переходу від простого складання виробів з комплектуючих, виготовлених в інших країнах, до місцевого виробництва компонентів.

3 практики світового бізнесу



У США тривалий час існувала вимога, згідно з якою не менше 75 % комплектуючих частин до автомобілів, які складаються у США такими японськими компаніями як "Toyota" і "Honda", були виготовлені у Сполучених Штатах. "Toyota" і "Honda" у відповідь на ці вимоги оголосили про свій намір купувати більше комплектуючих частин американського виробництва.

Для місцевого виробника складових частин вимоги щодо застосування елементів місцевого виробництва у готових виробах забезпечують захист, подібний до квотування – обмеження зовнішньої конкуренції.

Суттєву роль відіграють також державні закупки певних товарів, які мають особливе значення для конкурентоспроможності країни. Наприклад, державній установі дозволяється придбавати іноземну продукцію лише тоді, коли ціна цієї продукції буде нижчою за ціну продукції вітчизняного конкурента на певну, завчасно встановлену величину.



Стандарти

Усі країни здійснюють державне регулювання безпеки виробництва та виробленої продукції на своїх підприємствах. Одним із адміністративних методів обмеження імпорту є введення стандартів, які створюють місцевим виробникам більш вигідні умови діяльності.

Стандарти вводяться стосовно вимог до охорони праці або знищення відходів. Іноді стандарти вводяться під гаслом захисту безпеки та здоров'я громадян країни. Як правило, особливо жорсткі вимоги висуваються до продовольчих товарів, які імпортуються.

3 практики світового бізнесу



У Бразилії, наприклад, заборонена видача імпортних ліцензій на будь-який товар, який виробляється в країні. Інші країни вимагають, щоб імпортні товари проходили спеціальні тести. Наприклад, японці встановили стандарти для рису, виходячи з того, що іноземний рис шкідливий для здоров'я, має низьку якість і поганий смак. Ці стандарти не дають можливості іноземним компаніям проникнути на японський ринок рису.

Стандарти певним чином відображають соціальні та екологічні цінності громадян країни, де вони вводяться.

3 практики світового бізнесу



Сучасні біотехнології дають можливість вносити зміни у генетичний код багатьох рослин, що робить їх несприйнятливими до шкідників. Це підвищує їх врожайність або стійкість до дії несприятливих кліматичних умов. Одним з прикладів таких рослин є помідори з геном морозостійкості, що дає змогу вирощувати їх у більш холодному кліматі, ніж це було можливо досі. Інший приклад: на основі досліджень було модифіковано генетичний код бавовнику таким чином, що рослина почала виробляти протеїн, який захищає її від трьох

найпоширеніших комах-шкідників: бавовникового черв'яка, тютюнової листовійки та рожевого черв'яка. Використання генетично видозміненого насіння цієї культури зменшує або й усуває необхідність застосування традиційних пестицидів. Однак, незважаючи на привабливість таких змін, їх зустріли з недовірою, особливо в Європі. Споживачі вважають, що масове використання генетично видозмінених сортів може мати негативні наслідки для здоров'я людей і призвести до "генетичного забруднення". Одним з прикладів такого забруднення є ситуація, коли масове використання рослин, що виробляють "природні пестициди", стимулює еволюцію "супер-комах", на яких вони не діють. Такі побоювання спричинили заборону імпорту, продажу та використання генетично змінених організмів у Австрії та Люксембурзі. Стійкі попередження проти генетично видозмінених організмів існують і в деяких інших країнах Європи, зокрема, в Німеччині та Швейцарії.

Багато країн вводять обов'язкову купівлю спеціальних ліцензій на деякі види діяльності, а потім створюють перепони іноземним суб'єктам господарювання при купівлі цих ліцензій.

Серед адміністративних методів є й такі як імпортні податки та депозити. **Імпортними податками** можуть бути різні збори, пов'язані з оформленням документів на митниці, митним оглядом товару, перевіркою його якості, статистичні, ветеринарні, фітосанітарні та інші збори.

Імпортні депозити є формою передплати, яку імпортер повинен внести в свій банк перед закупівлею іноземного товару в національній або іноземній валюті. Сума цього депозиту може встановлюватися у вигляді певної частки вартості імпортованого товару. Протекціоністський характер імпортного депозиту полягає у тому, що зростають витрати на здійснення імпортової операції.

Валютні обмеження як сукупність нормативних правил, які спрямовані на обмеження операцій з іноземною валютою, займають особливе місце серед адміністративних методів регулювання. Вони виступають фактором стримання не лише зовнішньої торгівлі, але й всієї зовнішньоекономічної діяльності. Дія валютних обмежень подібна до кількісних обмежень імпорту, оскільки імпортер зобов'язаний отримати дозвіл на використання валюти для імпорту у відповідному державному органі.

10.3. Платіжний баланс як інструмент державного регулювання фінансових потоків

Незалежно від форми економічної взаємодії між країнами – через зовнішню торгівлю, надання послуг, капіталовкладення, кредитування, – все пов'язано з потоками грошових коштів і має вартісне вираження. Міжнародні фінансові потоки в сучасних умовах глобалізації не лише опосередковують рух матеріальних цінностей, але й формують позицію країни на світовому ринку як дебітора або кредитора, впливаючи на її платіжний баланс. Можливість застосування вартісних показників створює об'єктивну основу для визначення у системі міжнародних економічних відносин місця конкретної країни.

У практиці світового бізнесу рішення щодо управління фінансовими ресурсами ускладнюються у зв'язку з існуванням у країнах світу різних валют і режимів оподаткування, регулятивних норм щодо руху капіталу за кордон, стосовно інвестування діяльності, а також рівнів економічного та політичного ризику. Керівники фінансових відділів підприємств повинні враховувати ці фактори при прийнятті рішень про те, які види діяльності фінансувати, яким способом. Необхідним є формування підходу до управління фінансовими ресурсами, який буде найоптимальнішим і захистить підприємство від політичного й економічного ризиків.

Розвиток світових економічних, політичних, наукових і культурних зв'язків зумовлює необхідність здійснення різноманітних розрахунків між країнами. Надходження та платежі, вимоги та зобов'язання, зумовлені цими зв'язками, відображаються окремою системою показників – платіжним балансом.

Платіжний баланс – система показників, які характеризують співвідношення між грошовими надходженнями в країну з-за кордону та платежами, що здійснювалися цією ж країною за кордон, протягом визначеного періоду часу.

Чи знаєте Ви, що...



поява платіжного балансу зумовлена розвитком системи світового господарства. Розширення міжнародної торгівлі пов'язане з великими географічними відкриттями, міжнародним поділом праці. Термін "платіжний баланс" вперше було застосовано в 1767 р. Дж. Стюартом у праці "Дослідження з принципів політичної економії". Оскільки зовнішня торгівля на той час була пов'язана з рухом золота, меркантилісти ототожнювали платіжний баланс із сальдо зовнішньої торгівлі.

Поняття "платіжний баланс" зазнало змін у зв'язку з новим якісним рівнем світового господарства, відкритістю економік окремих країн. З'явилася потреба в систематизації та обліку міжнародних операцій, що було започатковано в США та Великобританії.

Перша офіційна публікація платіжного балансу була в США (1923 р.). Всі операції було згруповано в три розділи: 1) поточні операції; 2) рух капіталів; 3) операції із золотом і сріблом.

Необхідність порівняння показників міжнародних розрахунків окремих країн зумовила уніфікацію складання платіжних балансів, що було досягнуто після публікації у 1947 р. документа ООН "Схема складання платіжного балансу". Розробка методології складання платіжного балансу належить до компетенції МВФ і визначається міжнародним стандартом – "Balance of Payments Manual" ("Рекомендації зі складання платіжного балансу"), який час від часу підлягає перегляду МВФ. Останнє, п'яте видання Рекомендацій опубліковано в 1993 р.

Платіжний баланс є документом у вигляді таблиці, в якому зареєстровані, з однієї сторони, всі кошти, що надходять з-за кордону, а з іншої, – всі засоби, що вивозяться за кордон. Складається він за окремий період (як правило, за рік) і відображає здійснені економічні операції між підприємствами, установами, фінансовими інститутами та фізичними особами різних країн.

Важливість цього документу полягає, передусім, у тому, що він є звітом про результати зовнішньоекономічної діяльності країни за певний період і відображає не тільки товарні, але й грошові операції з іноземними партнерами.

Крім того, залежно від періоду, за який складається платіжний баланс, розрізняють динамічний і статичний платіжний баланси (рис. 10.9).

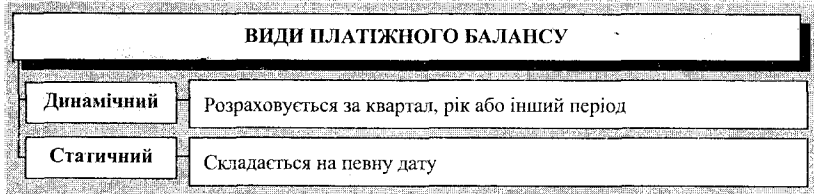


Рис. 10.9. Види платіжного балансу залежно від періоду складання

Різниця між надходженнями та платежами з країни утворює сальдо платіжного балансу. Останнє є показником, який характеризує пасивний чи активний характер зовнішньоекономічної діяльності країни.

Залежно від характеру цього сальдо розрізняють два види платіжного балансу (рис. 10.10).

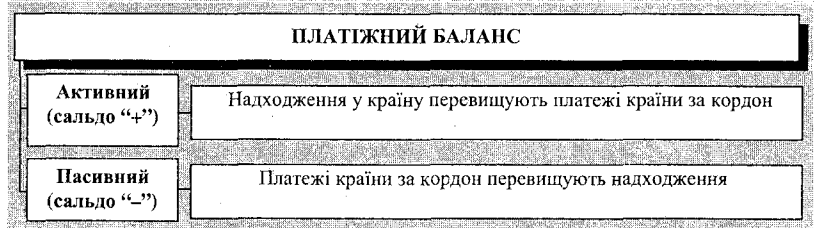


Рис. 10.10. Види платіжного балансу залежно від характеру сальдо



Стан платіжного балансу є основним фактором впливу на валютний курс, оскільки при постійному активному платіжному балансі курс національної валюти підвищується, а при пасивному – знижується.

Вагоме значення для аналізу зовнішньоекономічного становища країни мають дані про регіональні платіжні баланси, тобто відомості про стан розрахунків даної країни з окремими групами країн.

Операції, які призводять до збільшення вимог країни до інших країн, називаються “дебетовими”. Прикладами дебетових операцій є експорт різних товарів, надання страхових, консультаційних або банківських послуг. Операції, які збільшують заборгованість країни перед іншими країнами є “кредитовими”, тобто надходження товарів і отримання послуг з-за кордону. При цьому кредитова операція у платіжному балансі однієї країни одночасно є дебетовою у платіжному балансі іншої країни, і навпаки.

Платіжний баланс характеризує всю сукупність економічних відносин країни з іншими країнами. Характер таких відносин залежить як від рівня розвитку економіки конкретної держави, так і від змін, що відбуваються в економіці інших країн і на світовому ринку в цілому. Вміння вчасно передбачити зміни окремих показників платіжного балансу ще на стадії їх формування дає змогу уявити картину майбутнього розвитку економіки країни.

Складові платіжного балансу в міжнародній статистиці однакові як для його доходної, так і для витратної частини (рис. 10.11).

СКЛАДОВІ ПЛАТІЖНОГО БАЛАНСУ	
Торговельний баланс	Охоплює грошові платежі та надходження за товарними операціями
Платежі та надходження за послугами	Поштовими, інженерними, страховими, туристичними, оплата закордонних переказів, патентів і ліцензій
Грошові потоки, пов'язані з рухом капіталів і кредитів	Капіталовкладення, яке здійснюється підприємствами, банками та іншими структурами; кредити, за якими виплачуються відсотки
Баланс золотовалютних ресурсів	Відображає використання офіційних золотовалютних резервів, які знаходяться у розпорядженні центрального банку – золота, вільноконвертованої іноземної валюти, міжнародних розрахункових засобів

Рис. 10.11. Складові платіжного балансу в міжнародній статистиці

Складові платіжного балансу відображають всі надходження з-за кордону та платежі за кордон, усі потоки товарів і капіталу, які перетинають кордон країни.

Найбільшою складовою платіжного балансу є торговельний баланс.

Торговельний баланс – це співвідношення у вартісному вираженні між експортом та імпортом, що в сумі утворюють зовнішньоторговельний товарооборот протягом року (або іншого періоду часу).

Торговельний баланс відіграє значну роль в управлінні всією системою зовнішньоторговельних відносин.

За даними торговельного балансу можна проаналізувати надходження за експортом, платежі за імпортом і сальдо.

Сальдо торговельного балансу – це різниця між експортом та імпортом.

Торговельний (як і платіжний баланс) може мати різні значення сальдо, яке, відповідно, має назву **надлишок** або **дефіцит** (рис. 10.12).

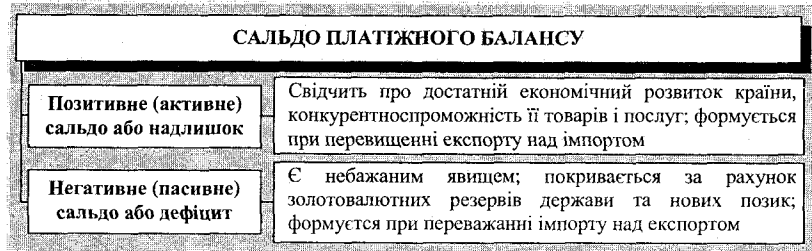


Рис. 10.12. Сальдо платіжного балансу

Сума торговельного балансу, платежів і надходжень від послуг складає поточний платіжний баланс (або баланс поточних операцій).

Регулювання статей платіжного балансу є важливим інструментом державного регулювання фінансових потоків у світовій практиці.

Держава має неабиякий вплив на платіжний баланс, оскільки її основним завданням є підтримання платіжного балансу в стані рівноваги, шляхом впливу відповідно на його доходну та витратну частини. Звідси, регулювання платіжного балансу є важливим узагальнюючим інструментом планування й управління зовнішньоторговельною діяльністю країни.

Всі заходи уряду з питань зовнішньої торгівлі, передусім, оцінюються з точки зору їх впливу на платіжний баланс, розподіл доходів, надходження податків або скорочення імпорту одних товарів порівняно зі збільшенням експорту інших для досягнення балансу торгівлі. Зміни в діях державних органів можуть значно впливати на конкурентоспроможність підприємств, які зіштовхуються з конкуренцією імпортованих товарів, а також на ті, експорту яких заважають протекціоністські бар'єри.

Особлива увага зі сторони державних органів приділяється торговельному балансу, а тому уряди використовують всі можливі засоби впливу на експорт та імпорт товарів. Вплив на торгівлю відрізняється від



інших засобів регулювання платіжного балансу (до яких можна віднести, наприклад, девальвацію валюти) в основному ретельнішою розробкою. Якщо в країні дефіцит платіжного балансу, то девальвація може зробити товари вітчизняного виробництва дешевшими порівняно із закордонними. Це значно впливає на імпорт і експорт країни. Незначні зміни в цінах порівняно з цінами інших країн можуть негативно вплинути на стан платіжного балансу.

Для усунення диспропорцій платіжного балансу держава може використовувати такі заходи:

- ↳ здійснювати валютну інтервенцію, яка передбачає продаж центральним банком золота й інших золотовалютних резервів;
- ↳ залучати нові іноземні кредити;
- ↳ регулювати зовнішній борг;
- ↳ здійснювати прямий контроль над зовнішньоекономічними операціями (регламентувати імпорт і експорт, запроваджувати ліцензування, квотування, митні тарифи, збори тощо);
- ↳ стимулювати експортне виробництво;
- ↳ залучати іноземний капітал;
- ↳ змінювати валютні курси;
- ↳ вносити зміни до фіскальної та монетарної політики (проводити антиінфляційні заходи, змінювати ставки облікових процентів тощо).

10.4. Багатосторонні інститути регулювання торговельних відносин на світовому рівні

Світова економіка є надзвичайно складною системою, розвиток якої знаходиться під впливом притаманних їй законів і закономірностей.

Окрема країна, як частина світової економіки, не в змозі власними силами підтримувати позитивні тенденції, які відбуваються у світовій економіці, і навпаки, не може самостійно протистояти негативним.

Рівновага світової економіки може бути досягнута лише завдяки спільним зусиллям всіх країн. Неврегульовані зміни в умовах посилення економічної єдності світу можуть призвести та призводять до наслідків, які можуть обернутися серйозними катаклізмами. Тому об'єктивним було створення низки міжнародних організацій, мета яких – розвиток світової спільноти, економічне зростання та співробітництво країн світу. Діяльність цих організацій стосується валютно-фінансових і кредитних відносин, захисту промисловості, охорони навколишнього середовища, регіонального економічного та науково-технічного співробітництва, торгівлі тощо. Ці організації можуть мати універсальний, регіональний і галузевий характер.

Розглянемо детальніше міжнародні організації, основним завданням яких є регулювання світових торговельних відносин.

З практики світового бізнесу



За даними Всесвітньої торговельної організації у 1995 р. в світі було зареєстровано понад 40 регіональних інтеграційних угод. Вони сприяють лібералізації торгівлі країн-учасниць і створюють протекціоністські бар'єри для інших країн.

Глобалізація міжнародної діяльності та зростання взаємозалежності країн об'єктивно створюють підвищення ролі багатосторонньої координації торговельних відносин і статусу відповідних міжнародних організацій у системі регулювання міжнародної торгівлі.

Усунення перешкод у міжнародній торгівлі дозволяє підприємствам вважати своїм ринком не лише свою країну, а й весь світ. Усунення бар'єрів на шляху вільної торгівлі та переміщення капіталу дає змогу підприємствам організовувати своє виробництво в найбільш вигідному для цього місці та реалізовувати вироблену продукцію на світовому ринку. Наприклад, підприємство може мати науково-конструкторський центр, який займається розробкою продукції, в одній країні, у другій країні розміщені виробництва складових продукції, у третій країні відбувається їх складання. Крім того, продукція експортується до різних країн світу.

Разом з тим у світовій практиці вільна торгівля, тобто така, що не стримується обмеженнями, є неможливою. Кожна країна з різних міркувань здійснює низку заходів, які обмежують світові торговельні відносини.

Виходом з такої ситуації є проведення переговорів щодо встановлення правил взаємної торгівлі й усунення торговельних бар'єрів. При цьому певні структури повинні встановлювати правила торговельної діяльності, слідкувати за тим, щоб уряди країн їх дотримувалися і карати у випадку порушення. Таким чином, уряди дещо поступаються своїми суверенітетами, оскільки кожна країна має свою національну структуру митних тарифів. Але виникнення торговельних протиріч може призвести до широкомасштабних торговельних війн. Тому необхідним є створення міжнародних організацій, які б гарантували здійснення міжнародних торговельних операцій на справедливій і впорядкованій основі та усували перепони у світовій торгівлі. Адже кожна країна тільки виграє, якщо матиме можливість для вільної торгівлі, обміну товарами та послугами, які здійснює найбільш ефективно, на товари та послуги, власне виробництво яких вимагає значних витрат (дія принципу порівняльних переваг).



Торговельна політика та проблеми світової торгівлі є предметом діяльності багатьох урядових і неурядових регіональних, галузевих, глобальних інститутів. Прикладами міжнародних організацій торговельного спрямування є:

↳ Генеральна угода з тарифів і торгівлі (General Agreement on Tariffs and Trade – GATT);

↳ Всесвітня торговельна організація (World Trade Organization – WTO);

↳ Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД);

↳ Комісія ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ);

↳ Міжнародний торговельний центр;

↳ міждержавні організації, які сприяють розвитку міжнародної торгівлі – Рада митного співробітництва та Бюро міжнародних виставок;

↳ неурядові організації – Міжнародна торговельна палата і Спілка міжнародних ярмарків;

↳ регіональні організації торговельного напрямку – усі регіональні економічні угруповання – Північноамериканська зона вільної торгівлі (НАФТА), Центральноамериканський спільний ринок (ЦАСР), Латиноамериканська асоціація вільної торгівлі (ЛІАВТ), Карибський спільний ринок (КАРІКОМ), Митний та економічний союз Центральної Африки (МЕСЦА) та ін.;

↳ галузеві організації міждержавного або неурядового характеру – Організація країн-експортерів нафти, Міжнародна рада з олова, Міжнародна комісія з рису, Міжнародний комітет чаю, Арабська поштова спілка, Картель з радіоапаратури та багато інших.

Крім того, існує ряд асоціацій імпортерів та експортерів, які відіграють важливу роль у координації політики та цін між ними.

У сучасних умовах міжнародні торговельні відносини регулюються також в межах митних союзів і зон вільної торгівлі.

Митний союз – це угода між країнами, яка дозволяє безмитну торгівлю між учасниками союзу та встановлення єдиного зовнішнього мита. Територія держав, які входять до митного союзу, є єдиною митною зоною.

Зона вільної торгівлі – угода між країнами, учасники якої ліквідують мито у торгівлі між собою, але зберігають національні митні тарифи відносно третіх осіб.

На відміну від митного союзу, країни-учасниці зони вільної торгівлі не створюють єдиного загального митного тарифу відносно країн, які не беруть участі у цій угоді.

Розглянемо детальніше завдання та функції GATT і WTO.



GATT

Для кращого розуміння ролі GATT необхідно звернутися до процесу історичного розвитку світової торгівлі.

У 30-і рр. XX ст. спроби Великобританії стимулювати розвиток вільної торгівлі були знищені Великою депресією. Проблеми ще більше загострилися, коли в 1930 р. Конгрес ухвалив рішення про запровадження митного тарифу, основним призначенням якого було запобігання безробіттю шляхом захисту національного виробника та стимулювання попиту на продукцію місцевого виробництва. Цим тарифом було започатковано систему митних бар'єрів, якої до того часу в світовій практиці не існувало. Особливо негативним наслідком використання тарифу було те, що США отримали позитивне сальдо платіжного балансу майже з усіма країнами та перетворилися на найбільшу в світі країну-кредитора. Митний тариф негативно вплинув на рівень зайнятості в усьому світі. У відповідь на дії США інші країни почали встановлювати свої митні тарифи.

Збитки, завдані торговельною політикою з використанням митних тарифів, суттєво вплинули на економічні інституції та ідеологію повосенного світу. США після Другої світової війни були переможцем і домінуючою у світі економічною силою. Після завершення Великої депресії з'явилася об'єктивна потреба міжнародного регулювання торгівлі за допомогою норм і правил. Тому в 1947 р. під егідою США було укладено Генеральну угоду з тарифів і торгівлі, яка набрала чинності з 1 січня 1948 р. Саме у цей період відбулося формування основ сучасної правої бази міжнародної торгівлі. Відтоді обговорення глобальних проблем лібералізації і перспектив розвитку світової торгівлі відбувається в рамках багатосторонніх торговельних переговорів під егідою GATT.

Генеральна угода з тарифів і торгівлі (GATT) – це багатостороння міжнародна угода, яка визначає принципи, правові норми та правила ведення і державного регулювання торгівлі країн-учасниць.

GATT була укладена урядами Австралійської Федерації, Королівства Бельгії, Сполучених Штатів Бразилії, Бірми, Канади, Цейлону, Республіки Чилі, Китайської Республіки, Республіки Куби, Чехословацької Республіки, Французької Республіки, Індії, Лівану, Великого Герцогства Люксембург, Королівства Нідерландів, Нової Зеландії, Королівства Норвегії, Пакистану, Південної Родезії, Сирії, Сполученого Королівства Великобританії і Північної Ірландії, США.

Ця угода була не лише договором, але й основною міжнародною організацією з лібералізації торгівлі шляхом ліквідації митних тарифів, субсидій, квот тощо, яка встановлювала правила переговорів і контролювала реалізацію цих рішень.

Метою діяльності цієї міжнародної організації є лібералізація світової торгівлі. Завдання GATT наступні:

- ↳ ліквідація або суттєве скорочення митних тарифів;
- ↳ протистояння протекціонізму як на національному, так і на регіональному рівнях;



↳ сприяння лібералізації торговельних відносин між країнами, в тому числі й через регламентацію дій уряду;

↳ уніфікація правил здійснення торговельної діяльності та умов їх застосування.

GATT 1947 р. складалася з трьох частин: загальні положення, правила торговельної політики, процедурні питання.

Виходячи з наданих широких повноважень, вплив GATT поширювався на 90 % світового обсягу торгівлі. У рамках GATT існувала розвинена система вирішення торговельних суперечок і спостереження за дотриманням норм цієї угоди.

Штат GATT складав 330 працівників і був розміщений у Женеві. З моменту свого створення GATT представляла інтереси 111 країн, які підписали цю угоду. Протягом багатьох років кожна країна-учасниця GATT делегувала своїх представників на зустрічі та наради, на яких вирішувалися питання міжнародної торгівлі.

Основними принципами діяльності GATT було те, що уряд окремої країни міг використовувати митні тарифи у випадках, необхідності захисту національної промисловості, а також недопущення дискримінації або дотримання країнами-учасницями GATT положення про режим найбільшого сприяння. Цей режим передбачав, що будь-яка перевага у сфері торгівлі, надана одній з країн-учасників GATT, повинна поширюватися на всіх країн-учасниць. Наприклад, якщо Великобританія, знизус митні тарифи для іншої країни, наприклад Японії, з 20 до 10 % на вовну, то Великобританія робить такі ж знижки всім іншим країнам світу. Режим найбільшого сприяння стосувався також квотування і ліцензування. Однак, існували й деякі винятки у поширенні такого режиму:

↳ продукції промисловості країн, що розвиваються, надавався пільговий режим порівняно з аналогічною продукцією промислово розвинутих країн;

↳ країни могли допускати винятки, які визначалися їх чинним до моменту підписання GATT законодавством;

↳ у певній країні відбувалася війна або наявні інші надзвичайні обставини.

При реалізації принципів GATT допускалися винятки для митних союзів і зон вільної торгівлі.

Чи знаєте Ви, що...



на початковому етапі свого існування GATT працювала досить успішно. Наприклад, у США за період з 1947 р. до 1979 р. середні ставки ввізного мита зменшилися майже на 92 %. Підтримка вільної торгівлі GATT сприяла економічному розвитку країн-учасниць. За період з 1953 р. до 1963 р. обсяги світової торгівлі зростали щороку на 6,1 %, а сукупний світовий дохід – на 4,1 % за рік.

Створення ГАТТ не передбачало усунення торговельних обмежень відразу. Саме тому діяльність ГАТТ здійснювалася через проведення багатосторонніх переговорів, які об'єднувалися в раунди. Мета проведення кожного раунду – укладання багатосторонніх угод щодо взаємного скорочення митних тарифів і пом'якшення нетарифних бар'єрів для країн-учасниць. Цим країни зобов'язувалися не підвищувати ставки митних тарифів на імпорتنі товари вище меж, визначених внаслідок переговорів. Для контролю за дотриманням норм ГАТТ застосовувався механізм взаємного контролю. Якщо певна країна вважала, що один з її торговельних партнерів порушує вимоги ГАТТ, вона могла звернутися до штаб-квартири ГАТТ у Женеві з вимогою проведення розслідування. За умови встановлення експертами ГАТТ обґрунтованості скаргу, країнам-учасницям пропонувалося тиснути на порушника з метою зміни ним своєї політики. У разі відмови країна-порушник могла бути виключена з учасників ГАТТ. Ведення переговорів ускладнювалося тим, що в торговельному обміні брали участь різні товари та у великих обсягах. Неможливо було проводити переговори за кожним товаром окремо, а ще важче – за кожним товаром з кожною країною. За умовами договорів країни погоджувалися на скорочення митних тарифів лише на певний відсоток протягом певного періоду, але не обов'язково на однаковий відсоток для всіх країн.

Назва раунду залежала від місця його проведення. З початку свого існування в рамках ГАТТ було проведено вісім раундів багатосторонніх торговельних переговорів, розпочався дев'ятий (табл. 10.2).

Таблиця 10.2. Перелік раундів переговорів ГАТТ, які проводилися за період 1947-1994 рр.

Місце і роки відкриття та проведення	Основні результати проведення	Кількість учасників
Женева (Швейцарія) 1947 р.	Зниження митних тарифів	23
Аннесі (Франція) 1949 р.	Зниження митних тарифів	13
Торкі (Англія) 1950 р.	Зниження митних тарифів	58
Женева (Швейцарія) 1956 р.	Зниження митних тарифів	26
Женева (Швейцарія) 1960-1961 рр.	Зниження митних тарифів	26
Женева (Швейцарія) 1964-1967 рр.	Зниження митних тарифів, розробка антидемпінгового кодексу	62
Токіо (Японія). Робота відбувалася в Женеві 1973-1979 рр.	Зниження митних тарифів, розробка кодексів, які розширюють і посилюють компетенцію ГАТТ у галузі нетарифних бар'єрів (технічних стандартів, систем сертифікації тощо)	102
Пунта-дель-Есте (Уругвай). Робота відбувалася в Женеві 1986-1994 рр.	Зниження митних бар'єрів, створення Всесвітньої торговельної організації	117

Суттєвим результатом всіх проведених раундів у межах GATT було десятикратне скорочення середнього рівня митних тарифів. Так, після Другої світової війни середній розмір тарифів складав 40 %, в середині 90-х рр. ХХ ст. – близько 5 %.

Розглянемо окремі найбільш важливі раунди переговорів GATT.

Токійський раунд (1973-1979 рр.) призвів до загального скорочення митних тарифів (близько 40 %), але основний наголос в переговорах зроблено на усунення таких суттєвих і складних нетарифних бар'єрів як: промислові стандарти, державні закупівлі, субсидії та компенсаційне мито, ліцензування, митна оцінка. З цих питань учасники Токійського раунду домовилися прийняти ряд угод і кодексів (табл. 10.3).

Таблиця 10.3. Угоди та кодекси, прийняті в ході переговорів Токійського раунду (1973-1979 рр.)

№ з/п	Назва угоди	Характеристика
1	Угода про промислові стандарти (Agreement on Industrial Standards)	Угода передбачала, що відношення країни до імпортованих товарів буде таким самим, як і до товарів вітчизняного виробництва
2	Угода про державні закупівлі (Agreement on Government Procurement)	Угода закликала до розгляду заявок іноземних підприємств на рівних умовах на отримання більшості великих контрактів
3	Угода про поведінку щодо субсидій і компенсаційного мита (Code of Conduct on Subsidies and Countervailing Duties)	Угода визнала внутрішні субсидії у якості допустимого інструменту політики, використання якого, однак, не повинно негативно впливати на інші країни. Заборонялося субсидування експорту, крім сільськогосподарської продукції. Угода також передбачала використання компенсаційного мита країною щодо іншої країни, якщо перша вважає, що її вітчизняні підприємства зазнали збитку через субсидії іншої країни
4	Кодекс ліцензування (Licensing Code)	Кодекс зобов'язував країни-учасниць значно спростити порядок ліцензування і не допускати дискримінації як іноземних, так і вітчизняних підприємств
5	Кодекс митної оцінки (Customs Valuation Code)	Кодекс закликав проводити оцінку на основі лише деяких правил Інкотермсу (SIF і FOB)



Уругвай- ський раунд і створення WTO

У цілому існування GATT стимулювало скорочення тарифних і нетарифних бар'єрів і спрощення механізму міжнародної торгівлі. Однак на шляху подальшої лібералізації

міжнародної торгівлі були великі перепони.

У 1980-х і на початку 1990-х рр. у системі торгівлі, сформованій під впливом GATT, з'явилася певна напруженість, пов'язана з розвитком протекціонізму в усьому світі. Зокрема, на світову систему торгівлі вплинув стрімкий економічний розвиток Японії. Коли створювалася GATT, Японія була в руїнах. Але вже на початку 1980-х рр. ця країна стала другою за своєю потужністю економікою світу і найбільшим у світі експортером. Успіхів

Японії лише в автомобільній і напівпровідниковій галузях виробництва було б достатньо, щоб похитнути міжнародні торговельні відносини. Ситуація також ускладнювалася тим, що західні виробники, попри низькі ставки ввізного мита і майже відсутність субсидій для місцевих виробників, вважали ринки Японії закритими для імпорту та іноземних інвестицій через жорстку адміністративну політику.

У США з'явився стійкий дефіцит торговельного балансу, наслідками чого було скорочення виробництва в автомобільній, верстатобудівній, напівпровідниковій, металургійній і текстильній галузях, де ринкова частка американських виробників під тиском зовнішніх конкурентів (особливо Японії) постійно зменшувалася. Як наслідок, відбулося зростання безробіття, яке сприяло тому, що в Конгресі почали лунати заклики до захисту національного виробника від імпорту.

Ще однією причиною поширення протекціоністських ідей було те, що чимало країн змогли відшукати способи обійти вимоги ГАТТ. Наприклад, двосторонні добровільні експортні обмеження не вважалися порушенням ГАТТ, оскільки ні експортер, ні імпортер не скаржилися експертам ГАТТ у Женеву. Без офіційної скарги ті нічого не могли вдіяти з подібною практикою. Країни-експортери погоджувалися на добровільні експортні обмеження, щоб уникнути запровадження штрафних тарифів, які могли завдати їм значно більшої шкоди.

На фоні таких тенденцій у світовій торгівлі у 1986 р. учасники ГАТТ розпочали восьмий Уругвайський раунд переговорів про зменшення тарифів. Ці переговори були найскладнішими порівняно з усіма попередніми. Досі правила ГАТТ застосовувалися лише до торгівлі промисловими товарами та товарами широкого вжитку. Під час Уругвайського раунду учасники домовилися поширювати норми ГАТТ і на сферу надання послуг, захист інтелектуальної власності, розглядали питання скорочення субсидій у сільське господарство та зміцнення механізмів контролю за виконанням норм ГАТТ.

Уругвайський раунд розтягнувся на сім років. Основною перешкодою на шляху досягнення домовленості була суперечка між США та Європейським Союзом з приводу сільськогосподарських субсидій. Угоду було підписано 15 квітня 1994 р. у Маракеші (Марокко).

Результатами Уругвайського раунду стало зменшення тарифів на промислові товари – більш як на третину; значне зменшення субсидій в аграрному секторі; відкриття для широкого спектру послуг умов чесної торгівлі та правил доступу на ринок; поширення на сферу захисту патентних і авторських прав, торгових марок норм ГАТТ. Крім того, для контролю за виконанням норм ГАТТ було передбачено створення Всесвітньої торговельної організації (WTO), що сприяло включенню до системи ГАТТ

нових секторів: торгівлі послугами, товарами інтелектуальної власності, державних закупівель (рис. 10.13).

ОСНОВНІ НАСЛІДКИ УРУГВАЙСЬКОГО РАУНДУ
Полегшення доступу національних виробників на світові ринки та зниження цін для споживачів
Створення кращих можливостей для ефективних виробників
Сприяння розвитку сфери надання послуг
Забезпечення надійного захисту інтелектуальної власності та обмеження піратства, запровадження міжнародних стандартів захисту інтелектуальної власності
Створення сприятливих умов для розробки та поширення нових технологій
Підвищення прозорості та безпеки торговельної політики. Визначено принципи ліцензування імпорту, функціонування митних союзів, зон вільної торгівлі, порядок застосування винятків з норм GATT
Забезпечення ефективного захисту та контролю за системою міжнародної торгівлі через реорганізацію GATT у постійний орган регулювання світової торгівлі, повноваження якого поширюються і на послуги та інтелектуальну власність, – WTO

Рис. 10.13. Основні наслідки Уругвайського раунду

У цілому, оцінюючи ефективність діяльності GATT, можна стверджувати, що вплив цієї угоди-організації на світову економіку є досить позитивним. За її відсутності могли б відбутися небезпечні торговельні війни, які б неодмінно спричинили глибоку кризу в світовій економіці або сповільнили темпи розвитку світової економіки та підвищили ціни для споживачів усього світу.

Створення WTO було найбільшою реформою міжнародної торгівлі за останні 50 років. Фактично було оновлено механізм реалізації угод системи GATT. Фактично WTO стала інституційним механізмом забезпечення дії GATT.

Всесвітня торгівельна організація (WTO) є механізмом багатосторонньої співпраці з питань розробки загальноприйнятих принципів, норм і стандартів національної політики у сфері міжнародної торгівлі та пов'язаними з нею сферами. Ця організація розташована в Женеві (Швейцарія). За даними на квітень 2003 р. кількість її членів складає 150 країн-учасниць і 32 країни, які мають статус спостерігача.

Всесвітня торгівельна організація є правонаступницею GATT і призначена регулювати торговельно-політичні відносини країн-учасниць на основі пакету угод Уругвайського раунду багатосторонніх торговельних переговорів і забезпечити контроль за дотриманням норм GATT. Відповідно, її **метою** є сприяння розвитку торгівлі як засобу економічного зростання та розвитку; вдосконалення технології торговельної діяльності.

Умовами отримання членства у WTO є відповідність національного

законодавства базовим стандартам і нормам, визначеним системами ГАТТ/ВТО. Для вступу до ВТО країні необхідно подати прохання щодо приєднання, яке розглядається Робочими комісіями ВТО.

Функції та принципи діяльності ВТО наведено на рис. 10.14.

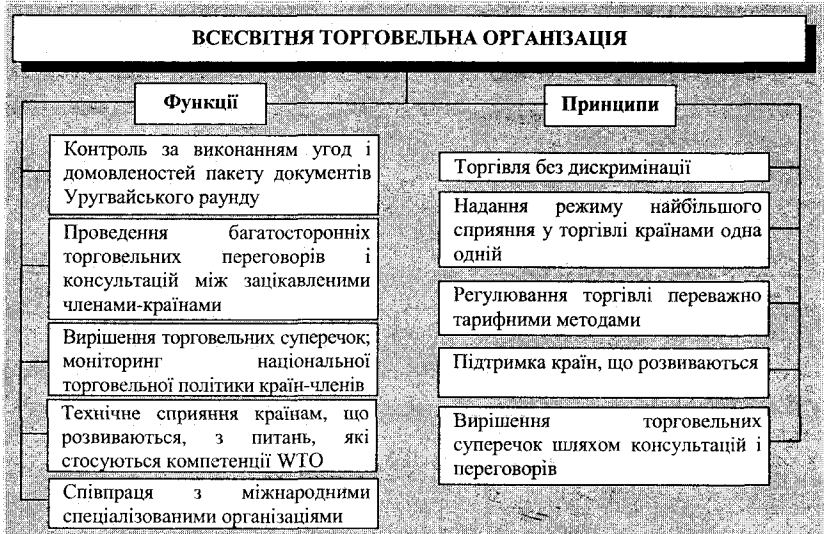


Рис. 10.14. Функції та принципи ВТО

Хоча ВТО діє на тій самій основі, що й ГАТТ, – на основі консенсусу, – у сфері розв'язання конфліктів країни-учасниці не можуть блокувати ухвалення рішень. Висновки арбітражної комісії стосовно торговельних конфліктів між країнами-учасниками автоматично затверджуються ВТО.

Угоди ВТО є юридичною підставою для міжнародних торговельних операцій.

Вищим органом ВТО є Конференція міністрів, яка скликається не рідше, ніж раз на два роки. Оперативне управління здійснюється Генеральною Радою. Обидва органи складаються з представників усіх країн-учасниць.

При створенні ВТО її ініціатори вважали, що виконавчі механізми цієї організації зроблять її ефективною контролюючою структурою у сфері дотримання правил міжнародної торгівлі.

Чи знаєте Ви, що...



МВФ вперше провів незалежну оцінку ефективності ВТО. Результати дослідження стали дещо неочікуваними: Членство у ВТО майже не приносить очікуваної вигоди. Дослідники МВФ дійшли висновку, що вступ у ВТО не означає для країни розширення списку її торговельних партнерів. Країнам вигідніше укладати двосторонні торговельні договори з традиційними партнерами, а також приймати участь у регіональних торговельних союзах. На думку експертів МВФ у

статуті WTO є досить багато положень, які дозволяють країнам, зберігаючи членство, не дотримуватися підписаних угод.

Заохочені більш жорсткими принципами нової організації, країни, що розвиваються, також почали використовувати міжнародні арбітражні процедури активніше, ніж вони це робили за часів існування GATT.

3 практики світового

Для успіху WTO на початковому етапі її існування велике значення мала підтримка провідних торговельних держав світу. У певний момент були побоювання, що США можуть підірвати всю систему, продовжуючи свою політику односторонніх заходів або відмовляючись виконувати рішення WTO. У 1995 р. США відмовилися залучити WTO до розв'язання конфлікту з Японією щодо торгівлі автомобілями та складовими частинами до них. Однак, після того США перетворилися на одного з найактивніших учасників WTO. У цілому з боку США до цієї організації було подано 34 скарги стосовно різних торговельних проблем.



бізнесу

Однак WTO ще чекають серйозні випробування, коли цій організації доведеться ухвалювати рішення з політично важливого питання, особливо, якщо воно буде стосуватися США чи ЄС, де є багато політиків, які стверджують, що WTO порушує національний суверенітет. Тому, не дивлячись на всі успіхи на початковому етапі, питання ефективності розв'язання конфліктів за допомогою WTO продовжують залишатися актуальними.

У рамках WTO було укладено Генеральну угоду про торгівлю послугами – домовленість, яка визначає принципи торгівлі послугами та передбачає зобов'язання щодо лібералізації відповідних секторів країнами-членами Угоди.

Досить суттєвий вплив, окрім торгівлі, мала WTO і на регулювання прямих іноземних інвестицій. Оскільки роль цієї організації полягає у сприянні міжнародній торгівлі послугами, а експорт послуг є фактично неможливим (наприклад, неможливо експортувати банківські послуги до іншої країни), то довелося мати справу з режимом регулювання інвестицій. З цих питань зусилля WTO було зосереджено на лібералізації законодавства, що регулює інвестиції, зокрема у сфері послуг. Під егідою WTO в 1997 р. було підписано дві масштабні багатонаціональні угоди з лібералізації торгівлі у сфері телекомунікацій та фінансових послуг. Обидві угоди містять деталізовані розділи, де від всіх учасників угоди вимагається лібералізація законодавства, яке регулює іноземні інвестиції, і особливо відкриття ринків для іноземних компаній, що надають телекомунікаційні та фінансові послуги.

Однак успіхи WTO у спробах лібералізації законодавства про інвестиції, виявилися значно меншими, ніж у торговельній сфері. Деякі країни відхилили всі пропозиції WTO до початку обговорення цих проблем.

3 практики світового бізнесу



WTO дозволила Євросоюзу ввести торговельні санкції проти США, оскільки американці не скасували антидемпінговий закон, датований ще 1916 р. У грудні 2001 р. WTO оголосила цей закон дискримінаційним, однак Конгрес США досі не відмінив його. Жертвами цього закону стали європейські металургійні та машинобудівні компанії, які, як передбачається, завдяки європейським санкціям щодо США, зможуть компенсувати завдані їм збитки.



Органи ООН

Серед органів ООН найбільший вплив на розвиток міжнародної торгівлі здійснюють ЮНКТАД, ЮНСІТРАЛ та Міжнародний торговельний центр.

ЮНКТАД – спеціалізована організація ООН (Женева, Швейцарія) – створена в 1964 р. Мета Конференції – сприяння міжнародній торгівлі, особливо країнам, що розвиваються. Функціями якої є: визначення принципів, які стосуються міжнародної торгівлі; розгляд і сприяння координації діяльності інших організацій у рамках системи ООН з питань міжнародної торгівлі; ведення переговорів і затвердження багатосторонніх правових актів у сфері торгівлі; узгодження політики уряду та регіональних економічних угруповань зі сфери торгівлі, проведення досліджень і розробок нових концепцій торговельної політики.

ЮНСІТРАЛ – створена в 1966 р. з метою підвищення впливу ООН на процес скорочення і ліквідації правових бар'єрів, які заважають розвитку міжнародної торгівлі. Завданнями цієї Комісії є узгодження і уніфікація права міжнародної торгівлі, координація роботи міжнародних правових організацій, підготовка кадрів і надання допомоги країнам, що розвиваються. Комісією було підготовлено ряд Конвенцій, які були прийняті в рамках системи ООН: Конвенція про позовну давність у міжнародній торгівлі-продажу товарів (1974 р.), Конвенція ООН про морське пересезення вантажів (1978 р.), Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів (1980 р.) тощо. Крім того, цією Комісією було розроблено ряд типових законів ЮНСІТРАЛ про міжнародний торговельний арбітраж (1988 р.), про міжнародні кредитні перекази тощо.

Міжнародний торговельний центр – створено в 1964 р. як допоміжний орган ГАТТ і ООН. Завданнями Міжнародного торговельного центру є розвиток структури заохочення торгівлі та стимулювання експорту в державному та приватному секторах, збір і обробка інформації щодо ринкових можливостей різних експортних товарів, удосконалення імпорتنих операцій з метою оптимального використання дефіцитних ресурсів тощо. Цією організацією друкуються товарні довідники, навчальні матеріали, огляди ринків.



ТЕМА 11

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК У СВІТОВОМУ БІЗНЕСІ

11.1. Світовий бізнес і бухгалтерський облік

11.2. Облік у країнах світу

11.3. Національні облікові системи: особливості та регулювання

11.4. Регламентація обліку на міжнародному рівні

ТЕМИ ДЛЯ РЕФЕРАТИВ



- 1. Особливості національних стандартів в країнах світу (країна на вибір).*
- 2. МСФЗ та американські GAAP: порівняльний аспект.*
- 3. Проблеми впровадження МСФЗ до облікової практики країн світу.*

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ



- 1. Пояснити, яку роль відіграє бухгалтерський облік в світовому бізнесі.*
- 2. Охарактеризувати процес глобалізації економіки та його вплив на бухгалтерський облік.*
- 3. Пояснити, в чому полягає гармонізація та стандартизація обліку.*
- 4. Розкрити причини відмінностей побудови національних систем обліку в країнах світу.*
- 5. Пояснити, в чому полягає соціальне регулювання бухгалтерського обліку.*
- 6. Навести особливості регулювання обліку в країнах світу.*
- 7. Дати визначення МСФЗ та пояснити їх значення.*
- 8. Навести форми використання МСФЗ в різних країнах.*

НАША КОМПАНІЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ



- 1. Вказати особливості нормативного регулювання обліку в країні, де створено філію.*
- 2. Порівняти облікове законодавство країни, де діє головне підприємство, та країни, де створено філію.*
- 3. Визначити, за якими стандартами складатиме звітність філія.*

11.1. Світовий бізнес і бухгалтерський облік



**Необхідний рівень
знання бухгал-
терського обліку
у веденні бізнесу**

Коли мова йде про бізнес, виникає одне питання: на чому він (бізнес) тримається, тобто хто його забезпечує? Навіть не задумуючись, кожен відповідь:

на таланті та професіоналізмі управлінців.

Так, це правда, але ніхто не замислюється, які складові професіоналізму менеджерів. І, перераховуючи позитивні риси, навряд чи хто згадає, що фундаментом професіоналізму є знання мови бізнесу – бухгалтерського обліку.

Бухгалтери практично щоденно змушені пояснювати менеджерам про причини відсутності грошей на рахунках у банку, неприпустимість перевищення ліміту готівки в касі (пояснюючи загрозою штрафних санкцій), надлишкові запаси матеріальних цінностей на складах, несвоєчасність звітування підзвітних осіб тощо. Чи завжди менеджери розуміють ці пояснення та їх значення для успішного ведення бізнесу?

Управлінці самі визнають, що не зовсім розуміють показники фінансової та внутрішньої бухгалтерської звітності. Однак всі вище наведені питання виявляються не такими й складними, коли знаєш мову бізнесу – бухгалтерський облік.

Проте, чи повинен менеджер розуміти систему бухгалтерського обліку, яка застосовується на підприємстві настільки, наскільки її знає бухгалтер? Однозначно відповідь – ні. Мова зовсім не йде про розуміння і знання бухгалтерських термінів: актив, пасив, дебет, кредит тощо, знання плану бухгалтерських рахунків і порядку відображення господарських операцій у системі бухгалтерського обліку. Менеджеру достатньо засвоїти основи обліково-економічних дисциплін, вільно володіти обліково-економічними термінами, знати їх складові, порядок формування будь-якого економічного показника, техніку оприбуткування та списання майна, його документальне оформлення тощо. Він повинен розуміти бухгалтерський облік на такому рівні, щоб вільно спілкуватися з бухгалтерами та фінансистами, економістами та юристами.

Тільки за таких умов менеджер може управляти ділянкою, бригадою, цехом, виробництвом, дочірнім підприємством або підприємством у цілому; юридично грамотно укладати вигідні для підприємства договори, контролювати хід їх виконання, забезпечувати високу ефективність діяльності ділянки, якою керує.

Нерозуміння бухгалтерського обліку призводить до виникнення ряду проблем, викликаних різними причинами.



Досить часто на практиці виникають непорозуміння між бухгалтерами та менеджерами всіх рівнів. Чи задавали Ви питання чому? Адже і бухгалтер і менеджер мають вищу економічну освіту, досвід роботи, бажання зробити щось корисне для підприємства, на якому вони працюють. Однак у професійній розмові дуже часто не розуміють один одного або говорять про різні речі.

“Ви коли-небудь зустрічали, – пише Пітер Чевертон – американський фахівець з менеджменту, – старшого менеджера, який знає, як читати балансову звітність? Скоріш за все – ні. Однак подібних “професіоналів” набагато більше, ніж Ви можете собі уявити. І найбільш неприємно – більшість з них відповідають за фінансові показники підприємства. Щоб виправдати свою некомпетентність, вони стверджують, що для всебічної і ретельної роботи у фінансовій сфері існують бухгалтери”¹.

Ви чули коли-небудь розмову двох лікарів між собою? Чули. А що зрозуміли? Небагато. Нефахівцю, який слухає зі сторони розмову професіоналів, вона здається досить незрозумілою.

“Запитайте групу бізнесменів, – пишуть Р. Синнамон, Б. Хельвіг-Ларсен, – навіщо їм необхідно знати більше про фінанси та облік або, якщо говорити більш конкретно, чому вони хочуть знати про це, та їх відповіді можуть здаватися достатньо відвертими. У першу чергу, ви почуєте: Я просто хочу знати, про що вони (бухгалтери) говорять”².



Роль бухгалтерського обліку у прийнятті управлінських рішень

Знання бухгалтерського обліку потрібні менеджерам не тільки для розуміння мови, якою спілкуються фахівці в обліково-економічній сфері, не тільки для

вміння читати фінансову звітність. Підставою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень є інформація, сформована у системі бухгалтерського обліку. Тільки конкретні цифри підтверджують рішення менеджера, що дасть змогу виважено підійти до управління підприємством у цілому.

Американські фахівці наводять приклади, коли думка обліково-фінансових фахівців домінує над думкою менеджера: “Одного разу я чув, як директор з маркетингу говорив: “Саме фахівці з фінансового відділу – та команда, яка відхиляє усі мої пропозиції”³.

¹ Синнамон Р., Хельвіг-Ларсен Б. Чому ви не розумієте свого бухгалтера? / Роберт Синнамон, Брайан Хельвіг-Ларсен. – Пер. с англ. Егорова В.Н. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. – 216 с. (С. 6).

² Там же (С. 12).

³ Там же (С. 12).



Тому не дивно, що менеджери різних рівнів намагаються поповнити знання з бухгалтерського обліку в процесі своєї роботи. Інакше вони ніколи не вирішать проблем управління складною структурою підприємства. Менеджер зі збуту хоче знати, чому йому дорікають, що він витрачає виділені йому кошти занадто швидко. А ще важливіше для нього розібратися, чи дійсно це так.

Він намагається зрозуміти, чому від нього вимагають, щоб він жорсткіше контролював клієнтів з питань дотримання умов платежів або навіть пропонував їм знижки за дострокову оплату рахунків? Звідки це можна побачити, відчуті самому?

“Я також чув, як менеджер з виробництва запитував: ”Чому виходить так, що коли ми обговорюємо бюджет, завжди перемога за нашим фінансистом?”⁴.

Завідувача складом звинувачують в тому, що він накопичує багато запасів. І разом з тим співробітники відділу продажу завжди висловлюють невдоволення з приводу того, що їм будь-чого не вистачає на складі готової продукції.

Як можна визначити, чи потрібно поповнювати запаси на складі чи їх кількість у розрізах номенклатури достатня? Менеджери інколи і не здогадуються, що саме бухгалтери мають значний обсяг саме тієї аналітичної інформації, яка потрібна їм у конкретний момент.

Чи може менеджер вести розмову про придбання або продаж обладнання, не розуміючи, що таке необоротні активи, які строки їх використання, що таке первісна та залишкова вартість? В яких документах можна побачити такі дані, щоб впевнитися у їх достовірності? Таких питань виникає безліч. Більшість з них знаходять своє відображення і підтвердження у системі рахунків бухгалтерського обліку, які добре відомі лише бухгалтерам.

“Але серед нас, керівників, зустрічається немало і тих, – пише Пітер Чевертон, – хто робить вигляд, що добре розбирається у даній сфері, хоча за період своєї кар’єри вони витратили сотні, а інколи й тисячі годин, вигадуючи все що завгодно, щоб тільки не заглиблюватися у тенета бухгалтерського обліку. Однак ніколи не пізно зізнатися у тому, що чогось не знаєш”⁵.

Не можна бути менеджером будь-якого рівня, якщо немає розуміння того, яким чином формується собівартість сировини чи товару, які купуються або реалізуються; не знаючи, що таке знос і амортизація, як вони впливають на собівартість готової продукції або на розмір податку на прибуток.

⁴ Синнамон Р., Хельвіг-Ларсен Б. Почему вы не понимаете своего бухгалтера? / Роберт Синнамон, Брайан Хельвіг-Ларсен. – Пер. с англ. Егорова В.Н. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. – 216 с. (С. 12).

⁵ Там же (С. 6).

Якщо управлінці зможуть кваліфіковано підходити до вирішення подібних питань, то вони не лише будуть професійно бачити стан справ, а й будуть готові перейти на вищий рівень професіоналізму – активне управління ресурсами підприємства.



**Необхідність
знань з бухгалтерського обліку
при веденні бізнесу
на зовнішньому ринку**

Особливо необхідним є розуміння основ економіки і, зокрема, бухгалтерських термінів управлінцями підприємств, які працюють на зовнішньому ринку. У такому випадку потрібно досить обережно поводитися з бухгалтерськими термінами. Адже в різних країнах обліково-економічні терміни мають різний контекст, що обумовлено менталітетом окремої нації. Іноді це може призвести навіть до курйозних випадків. Наприклад, Ви просите американського колегу надіслати Вам детальний опис стану “stocks”. Хоча у цьому випадку вас цікавить стан справ з акціями, американський колега може вважати Вас, як мінімум, достатньо безперемонною людиною, так як в американському варіанті термін “stocks” часто сприймається зовсім в іншому розумінні, в тому числі і як “колода карт” (у британському варіанті “stocks” – це запаси).

А якщо американський колега попросить британського глибше розкрити стан справ з “inventory” (товарно-матеріальні запаси), то британець у відповідь на це вишле коментарі про роботу підрозділу досліджень і розробок підприємства, так як подумас, що американця цікавлять винаходи (“to invent” – винаходити).

Поняття “прибуток” теж може мати десятки різних тлумачень: від валового прибутку до чистого, від операційного до того, який ми отримуємо після сплати податків. Причому деякі управлінці сприймають це поняття у грошовому вираженні, коли для бухгалтерів таке трактування не припустиме.

Наведемо ще декілька прикладів перекладу обліково-економічних термінів (табл. 11.1).

Таблиця 11.1. Приклади перекладу обліково-економічних термінів

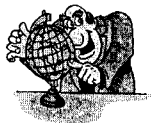
Великобританія	США
1	2
Облікова документація [Accounts]	Фінансова звітність [Financial statements]
Кошторис, бюджет [Budget]	Бізнес-план [Business plan]
Кредиторська заборгованість [Creditors]	Рахунки до оплати [Payables]
Дебіторська заборгованість [Debtors]	Рахунки до отримання [Receivables]
Капітал [Equity]	Власні засоби [Owners' funds]
Валова маржа [Gross margin]	Валовий прибуток [Gross profit]

1	2
Чистий прибуток [Net profit]	Чистий дохід [Net income]
Звітність про прибутки і збитки [Profit and loss account]	Звіт про прибуток [Income statement]
Резерви [Reserves]	Нерозподілений прибуток [Retained earnings]
Акції [Shares]	Акції [Stock]

Цей перелік не обмежується лише наведеними прикладами, а тому професійна термінологія продовжує тримати нас, як стверджує приказка, “на різних берегах озера”.

З метою уникнення непорозумінь необхідно з готовністю поставити одне просте питання: “Що Ви під цим розумієте?” Це питання зазвичай менеджер не наважується поставити, остереігаючись видатися необізнаним у сфері обліку. Але, якщо Ви знаєте, що весь обліково-фінансовий світ буквально переповнений “словами-пастками”, то розумієте, що насправді немає жодних вагомих причин, через які Ви повинні соромитися з’ясувати значення незрозумілого для Вас терміну. Більше того, управлінець повинен культивувати такий підхід і зробити подібну практику своєю звичкою і звичкою своїх підлеглих.

Чи знаєте Ви, що...



більшість користувачів звітності читають її очима своїх спеціальних функціональних підрозділів. Крім того, хочеться розвіяти один міф: звітність, яку всі складають, навряд чи хтось глибоко та уважно читає. Ми вважаємо, що жоден із користувачів не читає всю фінансову звітність від коринки до коринки. Жоден із користувачів не досить покладається на фактичну сторону даної звітності при прийнятті своїх рішень. Відомості фінансової звітності – це часто необхідний елемент знайомства переговорів, з’ясування ситуації, те ж саме, що і візитна картка.

Кожному менеджеру практично щоденно доводиться складати звіти та пропозиції або отримувати їх.

Пропозиції менеджерів та їх звіти: в чому різниця? Для їх складання необхідні однакові навички та знання обліково-фінансових термінів. Проте ці документи відрізняються тим, що мають різні завдання.

Звіти містять інформацію про події, які відбулися у минулому. Їх метою є надання інформації користувачам, відображення об’єктивних фактів. Вони, як правило, готуються на підставі даних бухгалтерського обліку.

Пропозиції відображають майбутній (можливий) стан справ. Вони мають за мету переконати користувача в необхідності прийняття певного рішення, виражають ідеї, підкріплені об’єктивними фактами, для отримання яких потрібно звертатися до даних обліку за декілька років (періодів), вміти проаналізувати і побачити перспективу.



Якщо менеджер оволодіє необхідними навичками, то буде складати подібні документи легко, із задоволенням і без особливих затрат часу. Ця ділянка його роботи віднині не буде пов'язана зі стресом.

У такого менеджера з'явиться більше шансів укласти вигідні контракти, він навчиться швидко отримувати кредити в банках, переконувати правління приймати його пропозиції з різних питань. Однак для цього знову ж таки необхідні знання з бухгалтерського обліку.

Якщо звіти та пропозиції складені менеджером професійно, обгрунтовані цифрами та дають гарні результати, довіра до них зі сторони адміністрації підприємства зростає.

Для багатьох менеджерів надання пропозицій та складання звітів є значною частиною роботи – звіти для правління, щомісячні звіти, наукові доповіді, пропозиції для клієнтів тощо. І тут без знання бухгалтерського обліку та його термінології не обійтись. Не дивлячись на це, багато хто з керівників ніколи не вчилися їх складати. Проте багатьом доводилося читати погано складені звіти, які свідчать про те, що це далеко не проста робота. До того некваліфіковано складені звіти та пропозиції можуть негативно вплинути на прийняття контрагентом рішення щодо підписання контракту.

Метою пропозицій, доповідей і звітів є донесення до адресата інформації, яка є у фінансовій звітності та на яку часто не звертають увагу, а також переконання його у необхідності тієї чи іншої дії. Деякі факти та докази простіше та швидше пояснити усно, але іноді необхідно записати їх для того, щоб можна було до них звернутися пізніше, тим більше, якщо вони потрібні декільком особам.

Маючи репутацію висококваліфікованого спеціаліста зі складання подібних документів, менеджер буде користуватися авторитетом та повагою у колег, отримувати вищу заробітну плату.

Багато хто пов'язує початок свого успіху та кар'єру з вдалою доповіддю або пропозицією, які сподобалися керівництву.

Обговорюючи деталі бухгалтерського обліку, поставимо перед собою завдання пояснити терміни, з якими Ви найчастіше зустрічаєтесь. Вважаємо за необхідне попередити одразу про уникнення використання виразів, які припускають застосування різних понять. Одним зі способів зробити мову професіоналів зрозумілою для всіх, хто займається бізнесом, – це заміна професіоналізмів та їх синонімів на загальноповживані поняття, зрозумілі для багатьох (див. табл. 11.2).

Таблиця 11.2. Терміни, які найчастіше використовуються в бізнесі

№ з/п	Термін	Пояснення терміну
1	2	3
1	Собівартість (укр.) Себестоимость (рос.) Cost-price [prime cost] (англ.) Selbstkosten (pl) (нім.) Prix (m) coutant [prix de revient] (фр.) Koszt własny (пол.)	1) Виражені в грошовій формі поточні витрати на виробництво і реалізацію продукції (робіт, послуг); 2) витрати господарюючого суб'єкту на виробництво продукції (надання послуг, виконання робіт). До собівартості включаються витрати уречевленої і живої праці. Цей показник є важливим якісним показником, який характеризує діяльність підприємства
2	Витрати (укр.) Затраты (рос.) Costs (англ.) Koszty (пол.)	1) Зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, що призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення розміру капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками); 2) грошове вираження суми ресурсів, використаних з певною метою; 3) економічний показник роботи підприємства, що характеризує суму витрат, понесених в процесі господарської діяльності підприємства
3	Дохід (укр.) Доход (рос.) Income [profit; receipt] (англ.) Einnahmen (f, pl) (нім.) Benefice (m) [profit (m); revenu (m)] (фр.) Dochod [zysk] (пол.)	1) Грошові кошти або інші активи, отримані в результаті будь-якої діяльності; 2) збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (за винятком збільшення розміру капіталу за рахунок внесків учасників); 2) засоби в грошовій або натуральній формі, отримані в результаті підприємницької або будь-якої іншої діяльності; 3) те, що окрема особа або колектив отримують у вигляді віддачі від капіталу або у вигляді винагороди за працю
4	Прибуток (укр.) Прибыль (рос.) Profit (англ.) Gewinn (m) [Profit (m)] (нім.) Profit (m) [benefice (m)] (фр.) Zysk (пол.)	1) Сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витратами; 2) різниця між всіма надходженнями підприємства і всіма витратами, пов'язаними з виробництвом продукції (наданням послуг, виконанням робіт) і її продажем; 3) одна із форм вартості доданого продукту, що виступає як різниця між продажною вартістю товару і витратами на його відтворення, джерело доходів бюджету, фінансування розширеного відтворення і стимулювання працівників. В звітності прибуток може бути відображений як валовий, операційний і чистий; 4) різниця між виручкою від реалізації продукції (робіт, послуг) та витратами, пов'язаними з їх виробництвом (виконанням, наданням)

1	2	3
5	<i>Збиток</i> (укр.) <i>Убыток</i> (рос.) <i>Loss</i> (англ.) <i>Verlust</i> (m) (нім.) <i>Perte</i> (f) [degt (m)] (фр.) <i>Strata</i> [ubytek, szkoda] (пол.)	1) Перевищення суми витрат над сумою доходу, для отримання якого були здійснені ці витрати; 2) перевищення витрат над результатами господарської діяльності підприємства
6	<i>Калькуляція</i> (укр.) <i>Калькуляция</i> (рос.) <i>Calculation accounts</i> (англ.) <i>Kalkulationskoten</i> (n; pl) (нім.) <i>Comptes</i> (m; pl) <i>de calcul</i> (фр.) <i>Rachunek kalkulacji</i> [rachunek kalkulacyjny] (пол.)	1) Обчислення в єдиному грошовому вимірнику результатів будь-якого господарського процесу; 2) обчислення собівартості одиниці продукції (робіт, послуг); 3) розподіл за статтями величини витрат в грошовому виразі, що припадає на одиницю продукції чи обсяг виконаних робіт, наданих послуг
7	<i>Готова продукція</i> (укр.) <i>Готовая продукция</i> (рос.) <i>Finished product</i> (англ.) <i>Fertiggestellte Produktion</i> (f) (нім.) <i>Produits</i> (m; pl) <i>finis</i> (фр.) <i>Wyroby gotowe</i> (пол.)	Продукція основних чи допоміжних цехів, призначена для відпуску на сторону. Повинна бути закінчена виробництвом, укомплектована, відповідати стандартам чи технічним умовам, прийнята службою технічного контролю, забезпечена паспортом, сертифікатом чи іншим документом, що засвідчує її якість і комплектність, здана на склад, а при здачі на місці замовнику – оформлена актами приймання чи іншими документами. Вона обліковується за місцями зберігання і окремими її видами, прийнятими одиницями виміру
8	<i>Виручка від реалізації продукції</i> (укр.) <i>Выручка от реализации продукции</i> (рос.) <i>Trading profit</i> (англ.) <i>Profit</i> (m) <i>von der Produktrealisierung</i> (нім.) <i>Profit</i> (m) <i>de commerce</i> (фр.) <i>Wplywy</i> (utarg) <i>ze sprzedazy wyrobow</i> (пол.)	1) Грошові кошти, отримані підприємством за поставлену продукцію (надані послуги, виконані роботи); 2) джерело покриття матеріальних витрат на виробництво і реалізацію продукції (робіт, послуг)

Функції менеджерів і бухгалтерів на підприємствах відрізняються. Однак в їх діяльності багато спільного: без сумніву, обом необхідно володіти основами обліку, економіки, фінансів, аналізу.

Яку б роботу Ви не виконували як менеджер або бухгалтер, Ви використовуєте різні ресурси. Люди, гроші, матеріали – все важливо. При виконанні певної роботи може домінувати один або декілька із цих факторів, або будь-які інші.

Вам необхідно володіти обліково-економічною інформацією, вміти її аналізувати.

Це найбільш розумна альтернатива гіркому досвіду неефективного управління, який виражається словами “на жаль...”. Занадто часто керівники



опиняються у критичних ситуаціях, найраціональнішим рішенням яке було б перевести назад стрілки годинників. “На жаль ми не зробили цього раніше”, – говоримо ми, поглядаючи на створений нами хаос і засмучуємося з приводу того, скільки часу витрачається на приведення справ до належного порядку. Аби не згрішити проти істини, скажемо, що непередбачувані речі інколи трапляються, однак управління, побудоване за принципом боротьби з кризою, – явище надзвичайно розповсюджене і часто не виправдане. Вміння знаходити вихід з критичної ситуації, в якій ми з будь-якої причини опиняємося, економить наш час. А це можливо, коли менеджери всіх рівнів науково володіють знаннями обліково-фінансових дисциплін.

11.2. Облік у країнах світу



Поняття глобалізації

Визначення процесу глобалізації майже не піддається чітким і стислим дефініціям. Його оригінальне визначення пов'язане із соціологією та дослідженням людської поведінки. Термін “глобалізація” вперше з’явився у літературі на початку 80-х рр. XX ст. Англійський соціолог Р. Робертсон описав явища культури та релігії у сучасному світі, які в результаті процесу глобалізації повинні були призвести до створення універсальної (глобальної) етики та системи цінностей, властивої “глобальному” суспільству. На початку 90-х рр. XX ст. окрім соціологічної з’являється економічна, політична, культурна, екологічна та інші види глобалізації, кожна з яких має як недоліки, так і переваги.

Чи знаєте Ви, що... *це немає слова (швидше, знаку), який позначає “новинку” (нові процеси в світі), хіба що GLOBO. І не треба дивуватися, що із затвердженням цього GLOBO зникнуть такі поняття, як країна, народ, нація, держава, суспільство і навіть... людина (!). Попереду GLOBO, що все поглинає, все переробляє – на свій лад (та чи лад?), за своїм велінням, за своїм проектом”⁵*



Економічна глобалізація

Економічна глобалізація є процесом, який охоплює усі сфери суспільного життя держави та міжнародні відносини, в тому числі і бухгалтерський облік, який також відноситься до економічних наук.

Процеси глобалізації здійснюють найбільший вплив на фінансову діяльність, яка базується на використанні інформації. Підтвердженням цьому

⁵ Осипов Ю.М. Философия хозяйства. В двух книгах. – М.: Юристъ, 2001. – 624 с. (С. 539-540).



є те, що мова фінансів однакова в усьому світі. Фінанси стали глобальними через те, що освіта фінансиста кожної країни є дуже подібною. Фінансист у Японії, Китаї, Польщі, Україні чи Великобританії вихований на подібних економічних моделях, користується одними й тими ж графіками, програмами та джерелами інформації. Звідси виникає певна уніфікація дій, професійної фінансової практики, способів переказу грошей і бізнесового взаєморозуміння. Для переказу грошових коштів потрібно лише знати технологічну структуру та бути ознайомленим із законодавчою інфраструктурою. Все це стосується і принципів бухгалтерського обліку, які діють в усьому світі, не зважаючи на те, що вони у різних країнах в деяких аспектах реалізуються по-різному.

Глобалізація світової економіки призвела до виникнення ряду проблем, пов'язаних з подальшою уніфікацією обліку та фінансової звітності на міжнародному рівні.

Глобалізація ринків капіталу наприкінці 90-х років XX ст., їх стабільність та стійкість до фінансових потрясінь і ефективність функціонування не тільки обговорюються на теоретичному рівні, але й переведені у сферу практичних дій. В другій половині XX ст. бізнес набув міжнародних масштабів і, відповідно, бухгалтерський облік, який часто називають мовою бізнесу, також набуває міжнародного характеру.

Більшість підприємств працює на ринках, які є не просто місцевими або національними, вони є глобальними. В цих умовах виникає проблема уніфікації бухгалтерського обліку, але мова не йде про створення міжнародного, світового обліку.



**Бухгалтерський
облік у контексті
економічної
глобалізації**

Використання бухгалтерського обліку як мови світового бізнесу можливе завдяки використанню такого елементу його методу як звітність. Звітність можна складати, тобто трансформувати, за будь-якою з п'яти існуючих моделей обліку. Саме в сучасних умовах при застосуванні в обліку комп'ютерних технологій, за даними вітчизняної національної системи обліку, будь-яке підприємство може складати звітність за формою, прийнятою в різних країнах світу. Однак це не означає, що таке підприємство веде міжнародний або світовий бухгалтерський облік. Воно складає звітність за міжнародно визнаними правилами.

Український фахівець з аудиту А. Кредісов, який працює з іноземними фірмами, стверджує: "...Будь-яка компанія, зареєстрована в Україні,



зобов'язана вести облік за українськими стандартами бухгалтерського обліку. При цьому не важливо, чи є в неї іноземні засновники, чи існує потреба в міжнародній звітності. Компанії, які додатково готують фінансову звітність за міжнародними (чи іншими неукраїнськими) стандартами, як правило, трансформують українську звітність в міжнародну”⁶.

Облік у кожній країні дійсно ведеться за власними правилами, а звітність складається за правилами, які вимагає користувач. Спеціалісту необхідні знання правил ведення обліку в зарубіжних країнах, складання в них фінансової звітності, її зведення та обробки, техніку аналізу тощо.

Перед тим як розглядати конкретні облікові питання, необхідно визначитися з термінами, які застосовуються, оскільки на сьогодні відсутня загальноприйнята термінологія щодо західних систем обліку.

У літературі наводяться наступні визначення міжнародного обліку:

↳ система виміру та відображення господарських процесів підприємства, що відбувається на міжнародній арені, та обробки інформації з метою надання її користувачам;

↳ облікове вимірювання міжнародних трансакцій багатонаціональних компаній, яке включає: міжнародну систему обліку або світовий бухгалтерський облік; урахування всіх методів і використання стандартів окремих країн; опис практик обліку, що використовуються міжнародними корпораціями (що здійснюють свою діяльність щонайменше у двох країнах);

↳ універсальна система, яка може застосовуватись всіма державами;

↳ опис принципів, методів і стандартів обліку підприємств усіх країн світу, комплекти стандартів, що діють у кожній країні або загальна кількість усіх принципів, методів і стандартів, що використовуються в окремих країнах.

Поняття “міжнародний облік”, “облік у західних країнах”, “облік на Заході” є синонімами, і під ними слід розуміти певний загальний підхід до вирішення облікових проблем, який існує в кожній з країн світу. Використання обліку як мови бізнесу не означає уніфікованості облікових процедур і стандартизації форм фінансової звітності. Облік в кожній країні має особливості та специфіку, яка визначається історичними традиціями та рівнем економічного розвитку даної країни. Кожна країна має свій план рахунків, власні правила відображення господарських операцій на рахунках бухгалтерського обліку, форми фінансової звітності.

В усьому світі застосовуються єдині елементи методу бухгалтерського

⁶ Кредисов А. Украинский аудитор очень редко может сказать “нет” клиенту // Бизнес. – 2003. – № 37. – С. 54-56.



обліку: документування й інвентаризація, рахунки і подвійний запис, оцінка та калькулювання, баланс і звітність. Застосовуються вони в кожній національній системі обліку з урахуванням національних традицій і розвитку країни в цілому. Реєстрація фактів господарського життя в кожній країні здійснюється різними способами та оформлюється нерідко абсолютно різними первинними документами. Аналогічним чином застосовуються такі елементи бухгалтерського обліку як інвентаризація, оцінка, калькулювання.

Бухгалтерський облік в усьому світі організується та ведеться на певному підприємстві, конкретним господарюючим суб'єктом. Немає світового бухгалтерського балансу, як і немає бухгалтерського балансу окремої держави, є баланс підприємства "Надія", "Зоря". Немає й міжнародної фінансової звітності, наприклад, звіту про прибутки і збитки чи звіту про рух грошових коштів певної країни.

Кожне підприємство веде облік за національними вимогами країни, в якій воно зареєстроване (знаходиться), а зведена (або консолідована) звітність складається за певними міжнародними вимогами або вимогами країни, в якій зареєстрована головна компанія.

Зближення національних систем обліку можливе на підставі міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ), загальноприйнятих принципів бухгалтерського обліку США (GAAP), облікових Директив ЄС. Таке зближення хоча і можливе, але не позбавлене певних проблем, які вже сьогодні вимагають серйозних наукових напрацювань та узагальнення світового досвіду організації й ведення бухгалтерського обліку.

Крім того, єдині стандарти бухгалтерського обліку для підприємств всіх країн можуть існувати тоді, коли власник у всіх підприємств буде єдиним, а це практично неможливо.

Облік як мова світового бізнесу покликаний виконувати дві функції:

☞ порівняльну – дослідження принципів обліку різних країн і з'ясування причин відмінностей;

☞ прагматичну – аналіз проблем, з якими зустрічається підприємство в світовому бізнесі.

Отже, увага зосереджується на тому, що міжнародний облік передбачає вивчення існуючих в різних країнах принципів, методів і стандартів та представляє собою універсальну систему обліку, яка може застосовуватись всіма державами.

Виникає питання, чи можуть в усіх країнах світу діяти єдині стандарти обліку та фінансової звітності?

Навіть у такому випадку враховуються національні традиції, національні податкові системи, національні особливості регулювання бізнесу, національний менталітет. Саме ці фактори, в першу чергу, впливають на побудову національних правил організації та ведення бухгалтерського обліку.

На початку 70-х років ХХ ст. Т.Р. Вейріх, С.Г. Авері та Х.Р. Андерсен зробили спробу довести, що такий облік включає три виміри, які стосуються:

- ↳ бухгалтерського обліку як універсальної системи (міжнародної системи бухгалтерського обліку), тобто світового бухгалтерського обліку;
- ↳ описово-інформаційного представлення всіх принципів і стандартів, які застосовуються в окремих країнах, тобто міжнародного бухгалтерського обліку;
- ↳ практики організації і ведення бухгалтерського обліку як материнськими підприємствами, так і закордонними відділеннями міжнародних корпорацій, які здійснюють діяльність щонайменше у двох країнах⁷.

З наведених вище визначень суб'єктом першого виміру є світ, другого – окремі країни, а третього – міжнародні корпорації.

Проблеми, які входять до сфери виділених трьох вимірів бухгалтерського обліку, сформульовані в таблиці 11.3.

Таблиця 11.3. Види вимірів бухгалтерського обліку на міжнародному рівні

Виміри бухгалтерського обліку	Характеристика вимірів бухгалтерського обліку
1	2
Світовий бухгалтерський облік	Тракується як універсальна система, яка може бути прийнята всіма країнами світу. Це вимагає встановлення в усьому світі обов'язкового комплексу загальноприйнятих принципів бухгалтерського обліку, наприклад, таких як в США. Все це може виступити основною метою міжнародної системи бухгалтерського обліку, яка б призвела до уніфікації принципів бухгалтерського обліку в цілому світі
Міжнародний бухгалтерський облік	Основою є описово-інформаційний підхід, який включає в себе різні принципи, методи та стандарти бухгалтерського обліку країн світу. До складу так званого міжнародного бухгалтерського обліку входять комплекси загальноприйнятих принципів обліку окремих країн. Проте жоден з цих комплексів не може трактуватись як універсальний або досконалий, не може оцінюватись окремо від країни, в якій виник. Сукупність всіх принципів, методів і стандартів, що застосовуються в окремих країнах світу, могли б трактуватись як міжнародна система бухгалтерського обліку

⁷ T.R. Weirich, C.G. Avery, H.R. Anderson, International Accounting Varying Definitions, International Journal of Accounting, Fall 1971.

1	2
Бухгалтерський облік материнських підприємств і закордонних філій міжнародних фірм	Значення пов'язане з практикою організації та ведення бухгалтерського обліку міжнародних корпорацій. Тобто він стосується проблем, пов'язаних з доведенням до можливості порівняння фінансових звітів відділень фірм, підготовлених згідно загальноприйнятих принципів бухгалтерського обліку країни, що їх приймають, зі звітами материнських фірм, складених згідно вимог загальноприйнятих принципів бухгалтерського обліку країни, в якій зареєстровані, та трансформуванням цих звітів у валюту країни материнської фірми, а також інших країн, якщо для цього виникає необхідність

3 наведеного вище впливає, що вони, перш за все, стосуються фінансового обліку.

Обліку на міжнародному рівні характерні наступні проблеми:

1) міжнародна макроекономічна та соціальна статистика показує, що глобалізація неминуче супроводжується інфляцією. На ній заробляють економічно розвинуті країни, транснаціональні корпорації та монополії. Тому об'єктивне та своєчасне відображення наслідків інфляції у бухгалтерській звітності є важливою теоретичною і методичною проблемою, яку слід досліджувати та поступово вирішувати;

2) бухгалтерський облік транснаціональних промислових гігантів становить окрему групу завдань, поставлених перед бухгалтерами. Йдеться не лише про те, що відділення фірм діють у країнах з різною системою бухгалтерського обліку, що пов'язано з певними труднощами в опрацюванні їх консолідованої фінансової звітності, але й про складну мережу зв'язків між самими БНК.

Таким чином, коли говорять про бухгалтерський облік в різних країнах, то йдеться про міжнародні стандарти складання фінансової звітності, або про загальноприйняті принципи бухгалтерського обліку різних країн, або про облік у західних країнах, залежно від того, що мається на увазі.

В такому випадку можна говорити лише про гармонізацію обліку. В протилежному випадку перестає діяти основний принцип бухгалтерського обліку – принцип автономності. Оскільки бухгалтерський облік ведеться на окремо взятому підприємстві, слід говорити не про зведений облік, а лише про зведену, консолідовану звітність.



Гармонізація та стандартизація обліку

До вирішення проблеми уніфікації бухгалтерського обліку в міжнародному аспекті існують два підходи: гармонізація та стандартизація обліку.

Гармонізація та стандартизація спочатку відрізнялись як за закладеною

в них ідеологією, так і за принципами їх реалізації. Однак в останні роки обидва терміни найчастіше використовуються як синоніми, як взаємодоповнюючі поняття.

Гармонізація обліку передбачає певну відповідність і узгодженість, дотримання принципів ведення бухгалтерського обліку, складання звітності групою країн чи їх об'єднаннями, наприклад, країнами ЄС, СНД.

Зважаючи на розширення інтеграційних процесів у розвитку світового господарства, значної популярності набуває ідея стандартизації бухгалтерського обліку. Стандартизація обліку передбачає встановлення єдиних норм і вимог щодо бухгалтерського обліку, застосування уніфікованого набору стандартів, що регулюють облікову подію та її відображення у звітності. Стандартизація дає змогу глобалізувати облікову політику, принципи і систему бухгалтерського обліку та звітності.

У бухгалтерському обліку та звітності під **стандартизацією** розуміють розробку загальної мови бухгалтерського обліку (термінології та правил синтаксису) з метою спрощення взаємодії між всіма зацікавленими особами. Необхідність у взаємодії й розумінні даних бухгалтерського обліку є наслідком участі великої кількості осіб у процесі підготовки звітності на підставі даних, що формуються в системі бухгалтерського обліку.

Таким чином, цілком природною є спроба віднайти мову, яка могла б дозволити уникнути двозначності та непорозумінь між бухгалтером і управлінцем. В основу структури такої мови покладено цілий ряд гіпотез, з яких, найбільш важливою є можливість співвідношення аналогічних операцій та інших подій за єдиною для всієї компанії методологією протягом усього часу її існування, що є найкращим критерієм оцінки наявності загальної мови.

Існують відмінності між стандартизованою бухгалтерською звітністю, яка складається підприємством для зовнішніх цілей, і звітністю для внутрішнього користування – відрізняється їх “мова”. Інформація, призначена для зовнішніх користувачів, надається й публікується з використанням “напівофіційної” мови термінів і визначень, створеної професійними організаціями та органами державної влади. У звітності, призначеній для внутрішнього користувача, застосовується інша мова, яка часто відрізняється від “офіційної” чи стандартизованої мови. Бажано узгодити ці дві мови з метою кращого розуміння та взаємозв'язку обох видів бухгалтерської звітності.

Тому розуміння бухгалтерської звітності, складеної для внутрішнього та зовнішнього користування, та підвищення її інформативності вимагає



вирішення проблеми “мови”. При цьому на першому етапі слід встановити наявність будь-яких “правових меж” відносно мови, що використовується. Іншими словами, необхідно визначитись, чи слід дотримуватися певних формулювань, термінів, форм, – чи ні.

У більшості країн паралельно існують нормативні акти з бухгалтерського обліку і стандартизована система бухгалтерського обліку. У деяких країнах регулювання бухгалтерського обліку та звітності входить до системи законодавства і диференціює за конкретними юридичними особами. Тобто відповідно до законодавства певні юридичні особи зобов’язані вести бухгалтерський облік, правила, норми та завдання якого визначаються в системі права.

Крім того, вимоги до бухгалтерського обліку або містяться в декількох джерелах права, або зводяться до закону з бухгалтерського обліку, єдиного для всіх юридичних осіб, зобов’язаних вести такий облік.

Способи стандартизації обліку відрізняються у кожній країні, а практичний досвід відтворює їх культурні традиції. Тому необхідно розглянути мінімальний перелік умов, однакових для всіх ситуацій з метою удосконалення процесу стандартизації:

- ↳ чітка ієрархічна структура принципів бухгалтерського обліку та звітності;
- ↳ розмежування обов’язкових принципів, що мають “рекомендаційний” характер;
- ↳ визначення “сфери застосування” окремих принципів;
- ↳ існування концептуальної основи, що дозволяє визначити ситуації, в яких необхідно адаптувати існуючі правила. Така концептуальна основа повинна змінюватися з плином часу відповідно до конкретних умов;
- ↳ погодження про юридичні наслідки надання окремих видів інформації для зовнішнього користувача;
- ↳ наявність відповідного професійного органу чи інституту, який координує процес стандартизації і забезпечує адекватні зміни бухгалтерської звітності, у тому числі, принципів, покладених в її основі, в інтересах усіх сторін.

3 практики світового бізнесу

Американська аналітична компанія *Weiss Ratings* опублікувала звіт, в якому зазначено, що 42 % компаній, які в 2000 році отримали позитивну оцінку аудиторів, протягом наступного року збанкрутували. Експерти *Weiss Ratings* проаналізували інформацію стосовно 228 великих компаній, що оголосили себе банкрутами за останні півтора роки та аудиторських перевірок, проведених менше ніж за рік до банкрутства. У більшості цих компаній аудиторами були представниками “великої п’ятірки” – *KPMG, Ernst & Young, PricewaterhouseCoopers, Deloitte & Touche* і *Arthur Andersen*. На





думку авторів звіту, KPMG виявила найбільшу небалість: 16 з 28 її клієнтів (57 %) збанкрутували. Найсуворішою до клієнтів виявилася компанія PricewaterhouseCoopers: тільки 14 з 38 її клієнтів (37 %) виявилися банкрутами. Аудитори називають звіт "антинауковим". Представник Ernst & Young Лоренс Парнелл стверджує, що подібний аналіз не завжди вірний, оскільки аудиторська оцінка, передусім, залежить від "інформації, наданої керівництвом компанії"

11.3. Національні облікові системи: особливості та регулювання



Фактори впливу на побудову національної облікової системи

Бухгалтерський облік різних країн суттєво відрізняється через наявність багатьох причин та обставин. В міжнародних компаніях постійно виникають проблеми з веденням обліку, не характерні для діяльності вітчизняних компаній. Однією з найсуттєвіших проблем виступає неузгодженість національних бухгалтерських стандартів різних країн.

Зарубіжним країнам притаманні різні системи обліку, які розвивалися відповідно до вимог, встановлених до облікової інформації. Відмінності зумовлені як різноманітністю існуючих форм організації господарської діяльності, так і впливом зовнішніх факторів (політичних, економічних, соціальних, географічних тощо).

Окремі країни (США, Великобританія, Німеччина, Японія) законодавчо регламентують методи оцінки, при цьому законодавство вимагає використання методу найменшої оцінки ресурсів, що стимулює інтереси держави, зобов'язуючи при цьому компанії відображати максимальний прибуток.

В інших національних системах обліку (Австралія, Бельгія, Канада, Франція, Італія, Норвегія та Швейцарія) створюються особливо сприятливі умови для фірм та найменш сприятливі для держави, що викликає необхідність активізації національної економіки на зовнішньому ринку та рядом інших економічних умов, в першу чергу, пов'язаних із зайнятістю та військовими асигнуваннями.

Чи знаєте Ви, між системами обліку в різних країнах існують тисячі відмінностей, не дивлячись на спроби гармонізувати національні стандарти.



Порівнюючи різні системи обліку та коефіцієнти прибутковості у 22 розвинутих країнах світу, в тому числі Австралії, Великобританії, Франції, Німеччині, Японії, Іспанії та Південній Кореї, було виявлено 76 відмінностей стосовно способу оцінки вартості реалізованих товарів, 65 – стосовно оцінки прибутку від реалізації активів, 20 – стосовно визначення розміру чистого прибутку.

До основних факторів, які впливають на формування національної системи обліку, належать:

↳ *загальна економічна ситуація в країні*, основним показником якої є рівень інфляції. В країнах, що мають високий рівень інфляції, (передусім, країни Південної Америки, Африки), інформація, що міститься в фінансовій звітності, має бути скоригована на індекси інфляції. Для країн з низьким рівнем інфляції дана проблема не є актуальною. Облік в багатьох країнах, включаючи США, базується частково на принципі “незмінності первісної оцінки”. В основу цього принципу покладено припущення про стабільність грошової одиниці, яка використовується в обліку, тобто передбачається, що інфляція або відсутня взагалі, або її темпи є незначними. В деяких країнах (Бельгія, Данія, Франція, Греція, Італія, Швеція тощо) навіть відсутні стандарти, або спеціальні розпорядження, які б регулювали інфляційні процеси;

↳ *наявність законодавчої бази*, що виступає основою організації бухгалтерського обліку, а також відповідності міжнародній практиці та національним стандартам. Історичний розвиток законодавчих систем істотно вплинув на формування національних систем обліку. Країни зазвичай поділяють на дві групи: країни-законодавці та країни-незаконодавці. Перші відрізняються обов'язковістю дотримання законів за принципом: “дозволено те, що дозволено”. Через це облікові правила жорстко регламентовані та визначаються законодавством, обліковим стандартам зазвичай надається ранг державних законів. Організація та ведення бухгалтерського обліку, направлено на обчислення державних податків і контроль за своєчасною та повною їх сплатою, деталізуються та достатньо жорстко регламентуються. До таких країн належать Аргентина, Венесуела, Мексика, Перу, Філіппіни, Німеччина, а також Франція, де центральне місце в системі регулювання бухгалтерського обліку належить уряду, тому правила обліку регламентовано Національною радою з бухгалтерського обліку, діяльність якої безпосередньо пов'язана з Міністерством економіки, фінансів та бюджету.

Для країн-незаконодавців (США, Великобританія, Канада) характерний дозволений підхід за принципом: “дозволено те, що не заборонено”. Закони цього типу визначають межі, в яких фізичні та юридичні особи мають свободу дій. Облікові стандарти в цих країнах не регулюються державою, а

розроблюються різними професійними організаціями бухгалтерів. Вони гнучкіші та відрізняються більшою варіантністю. Незначний вплив держави на економіку за допомогою використання національних облікових систем притаманний також Колумбії, Нігерії, Заїру та іншим країнам;

↳ **ступінь розкриття інформації.** Фінансова звітність готується в інтересах користувачів інформації і залежно від того, яка група користувачів займає домінуючу позицію, впливає на її склад та обсяг. Так, в Швейцарії, Німеччині, Японії фінансова політика визначається незначною кількістю дуже великих банків, що задовольняють помітну частину фінансових потреб бізнесу. Одночасно відбувається і концентрація в акціонування компаній. Уряди цих країн вимагають публікувати деяку інформацію про компанії, тому останні змушені готувати фінансову звітність, спрямовану на захист інтересів банків-кредиторів, але в менш деталізованому вигляді, ніж американські.

У Великобританії та США фінансова інформація відповідає інформаційним потребам інвесторів та кредиторів, тому першочерговими критеріями фінансової звітності виступають корисність звітних даних для прийняття рішень, достовірність і неупередженість.

В країнах Південної Америки регламентація фінансового обліку розробляється в основному для забезпечення гарантії того, що держава отримує належну суму податку на прибуток. У Франції та Швеції бухгалтерський облік має дещо іншу орієнтацію. Уряди цих країн відіграють значну роль в управлінні національними ресурсами, а підприємства зобов'язані дотримуватися урядової економічної політики, зокрема, в межах макроекономічного планування. Уряди не тільки не контролюють фінансові можливості бізнесу, але й виступають в разі необхідності в ролі інвестора чи кредитора. Тому бухгалтерський облік орієнтований, перш за все, на потреби державних планових органів. Фірми змушені дотримуватися уніфікованих стандартів в області обліку та звітності, що значною мірою спрощує та підвищує ефективність роботи урядових органів.

↳ **система оподаткування.** В багатьох країнах Європейського Співтовариства, включаючи Бельгію, Італію, Німеччину, Португалію, Францію, в бухгалтерській звітності витрати відображають за тією сумою, за якою вони приймаються для податкових розрахунків. Німеччина, яка є лідером такого підходу, застосовує з цією метою термін



Massgeblichkeitsprinzip – “принцип обов’язковості”. В інших країнах закон дозволяє вибрати між різними системами бухгалтерського обліку та звітності, при цьому отримання податкових пільг залежить від обраного методу обліку. Наприклад, в Норвегії дозволяється капіталізувати витрати на дослідження, але на практиці це відбувається нечасто, так як податкові пільги надаються лише у разі, списання відповідних сум з рахунків;

☞ *джерела фінансування.* Якщо фінансування компанії здійснюється через фондові біржі, тобто через продаж акцій всім бажаючим, можна очікувати, що якість публічної бухгалтерської інформації буде вищою, ніж у разі, фінансування надходить за приватними угодами, оскільки в останньому випадку особа, яка фінансує, може отримати необхідну інформацію за допомогою самої угоди. Наприклад, в США компанії з акціями, що котируються на біржі, надають детальнішу інформацію про свою діяльність; у Великобританії найвищий рівень інформованості спостерігається у компаній, чії акції котируються на фондовому ринку; в Швеції компанії, акції яких котируються на світових фондових ринках, детальніше показують результати своєї діяльності лише від таких угод;

☞ *політичні та економічні зв’язки з іншими країнами.* Схожість систем обліку різних країн пояснюється їх тісними політичними або економічними зв’язками. Облікові системи можуть бути експортовані так, як і будь-які інші товари. Вплив облікових правил однієї держави на облікові правила іншої може бути обумовлений політичною або економічною залежністю, географічною близькістю. Американська система обліку вплинула на практику ведення бухгалтерського обліку в Канаді та Мексиці, із часу створення NAFTA системи обліку в цих трьох країнах узгоджені за спільними нормами. Крім того, облікові системи американського зразка використовуються на Філіппінах, які перебували деякий час під протекторатом США. Переважна більшість колишніх британських колоній змодельювали свої системи бухгалтерського обліку за британським зразком.

Таким чином, облікові системи різних країн світу відрізняються своєю багатоманітністю. Однак можна виділити групи держав, які дотримуються однотипних підходів до побудови систем обліку. Зазначимо, що не існує двох держав, де правила обліку були б абсолютно тотожними.

За суб’єктивно-географічною ознакою виділяють такі системи обліку (див. табл. 11.4).

Таблиця. 11.4. Класифікація систем обліку за суб'єктивно-географічною ознакою

Система	Країни, що охоплюються	Характерні риси
Англо-американська (англосаксонська)	<i>Австралія, Великобританія, Гонконг, Ізраїль, Ірландія, Ісландія, Індія, Канада, Кіпр, Мексика, Нідерланди, Центральна Америка, США та інші країни зі значним британо-американським впливом</i>	Характерні фінансові основи обліку: <ul style="list-style-type: none"> ☞ орієнтація обліку на потреби інвесторів і кредиторів; ☞ наявність розвинутого ринку цінних паперів; ☞ високий рівень професійної бухгалтерської підготовки; ☞ наявність великої кількості транснаціональних корпорацій та утворень; ☞ фінансові звіти компаній відрізняються значною аналітичністю; ☞ відсутні уніфіковані плани рахунків, облікові реєстри, форми звітності; ☞ регулювання обліку професійними організаціями
Континентальна	<i>Австрія, Бельгія, Греція, Данія, Єгипет, Італія, Норвегія, Португалія, Франція, Німеччина, Швейцарія, Швеція, Японія та ін.</i>	Характерна висока залежність від банківської системи і держави: <ul style="list-style-type: none"> ☞ тісні виробничі зв'язки з банками; ☞ детальна юридична регламентація обліку і звітності; ☞ орієнтація обліку і звітності на інтереси державного управління оподаткуванням; ☞ макроекономічне планування (сильний вплив ЄС)
Південно-американська	<i>Аргентина, Болівія, Бразилія, Перу, Уругвай, Чилі, Еквадор та інші країни з нестабільною економікою</i>	Характерна орієнтація бухгалтерської звітності на задоволення потреб податкових та інших органів державної влади: <ul style="list-style-type: none"> ☞ високий рівень інфляції; ☞ жорсткі вимоги держави до обліку і контролю доходів підприємств та населення; ☞ уніфікація принципів обліку (відсутня свобода вибору системи і порядку обліку, тобто облікова політика жорстко визначена)
Ісламська	<i>Країни Близького Сходу</i>	Характерний значний вплив релігійних ідей: <ul style="list-style-type: none"> ☞ заборона отримання фінансових дивідендів як прибутку; ☞ при оцінці активів та зобов'язань перевага надається ринковим цінам

Поряд із зазначеними в таблиці 11.4 системами обліку виділяють ще одну – *інтернаціональну*, необхідність розвитку якої випливає з потреби міжнародної узгодженості обліку, передусім, в інтересах БНК та іноземних учасників міжнародних валютних ринків.

Різні системи обліку втілені в національних стандартах обліку та аудиту. Основною проблемою при цьому залишається неможливість порівняння цих стандартів, що спричиняє плутанину із визначенням “правильного” фінансового результату у випадку, якщо компанія складає та публікує звіти,

складені за національними стандартами та паралельно стандартами іншої країни (або країни-контрагента).

З практики світового бізнесу



Компанія "SmithKline Beckman" ("SKB") із США злилася з британською фірмою "Beecham Group" у 1989 р. Після злиття "SKB" брала участь у торгах на Лондонській та Нью-Йоркській біржах, тому повинна була готувати фінансові звіти відповідно як до американських, так і до британських стандартів. Прибутки "SKB", одержані після злиття та зафіксовані в цілковитій відповідності до британських стандартів обліку, становили 130 млн. фунтів – набагато більше, ніж 87 млн. фунтів, зазначених у звіті "SKB", складеному згідно з американськими стандартами. Така

відмінність виникла через оцінку злиття як об'єднання активів за британськими стандартами, а як купівлю активів – за американськими нормами. Ще більше непорозумінь спричинили відмінності в оцінці акціонерного капіталу: в США він становив 3,5 млрд. фунтів, а у Великій Британії – 300 млн. фунтів із знаком мінус! Не дивно, що після оприлюднення цих даних акції "SKB" на Лондонській біржі котувалися на 17 відсотків нижче, ніж на Нью-Йоркській біржі.

У середині 80-х років ХХ ст. найбільша промислова компанія Іспанії "Telefonica" стала першою в світі фірмою, що пропонувала свої акції одночасно в багатьох країнах. Чистий прибуток компанії у 1990 р., за її даними, згідно з американськими стандартами обліку, становив 176 млрд. песет, що більше ніж удвічі перевищувало цифру в 76 млрд., одержану згідно з іспанськими стандартами. Різницю спричинило, головним чином, "додавання заднім числом" накопиченої суми амортизації активів відповідно до принципу традиційної вартості у США, тоді як у складеному за іспанськими стандартами звіті розкривалася поточна ринкова вартість цих активів. Наслідки такої відмінності в оцінках акціонерного капіталу мали зворотний вплив: його вартість за американськими стандартами була на 15 % нижчою за вартість, розраховану за іспанськими нормам



Нормативне регулювання обліку

На практиці кожна країна при створенні системи бухгалтерського обліку і звітності так чи інакше керується законодавчими актами.

Між країнами можуть існувати значні відмінності щодо залучення представників приватного сектору до встановлення стандартів. Загальна тенденція бухгалтерського регулювання може бути різною, навіть якщо порівнювати лише країни Європейського Співтовариства, які вже досягли певного ступеню гармонізації систем бухгалтерського обліку і звітності.

Практика ведення бухгалтерського обліку в країнах визначається національними особливостями регулювання господарських процесів, які окремі країни закріплюють в самій детальній формі у спеціальних законах. У Німеччині – прийняті директивні закони, у Франції – норми, в США – Загальноприйняті принципи бухгалтерського обліку (GAAP), у



Великобританії – Закон про компанії, Положення зі стандартної облікової практики та ряд інших документів, які інколи називають Загальноприйнятою практикою обліку, в Іспанії – Торговий кодекс, Закон про акціонерні товариства, Загальний план рахунків бухгалтерського обліку, у Венесуелі – Закон про практику обліку та Комерційний кодекс тощо.

Чи знаєте Ви, що...



європейська традиція регулювання обліку бере свій початок у XVII ст. У Франції в "Ордонансі про торгівлю", відомому як Кодекс Саварі 1673 р., до юридичної практики були введені поняття торговельних книг і принципи їх ведення. Цей кодекс став основою для Комерційного Кодексу Наполеона (1807 р.), який, в свою чергу, значною мірою вплинув на формулювання положень, які стосувалися обліку, записаних в торговельних

кодексах Іспанії (1829 р.), Італії (1882 р.) і Португалії (1888 р.). Німецький *Handelgetetzbuch* (1861 р.) врахував правову кодифікацію Баварії і Прусії XVIII ст. Польський торговельний кодекс (1934 р.) базувався на французькому і німецькому.

У Великобританії діяльність біржових товариств регулювалася Актом про компанії (1844 р.) у формі статутного права. Аналогічною була ситуація в Данії (1862 р.) та Бельгії (1873 р.), де діяльність товариств регулювали парламенти. Включення принципів обліку до норм правового регулювання свідчило про розуміння юристами значення обліку для забезпечення інтересів власників товариств.

В світовій практиці виділяють два види регулювання обліку та звітності, а саме: професійне самоврядування та регулювання на законодавчому рівні.

Професіонали-бухгалтери іноді відіграють домінуючу роль у встановленні стандартів обліку і звітності. Це притаманне США, Великобританії та тим країнам, які повністю або частково запозичили принципи обліку і звітності в однієї з цих країн. Однак, в більшості випадків, принципи обліку та фінансової звітності визначаються законодавчо. Роль законодавства є домінуючою в континентальній Європі та більшості країн Латинської Америки, хоча ступінь і методи такого регулювання можуть відрізнятися.

Важливу роль у регламентації бухгалтерського обліку на національному рівні відіграє соціальне регулювання, яке полягає в здійсненні комплексу заходів, за допомогою яких суспільство, використовуючи свої внутрішні можливості, впливає на систему бухгалтерського обліку.

Виділяють наступні види соціального регулювання бухгалтерського обліку.

1. **Економічне регулювання** бухгалтерського обліку здійснюється за допомогою методичних рекомендацій, роз'яснень з порядку ведення обліку, обміну досвідом і спрямоване на одержання корисної інформації для оцінки ефективності діяльності та прийняття управлінських рішень.



2. **Правове регулювання** бухгалтерського обліку здійснюється державою, яка, діючи в інтересах всього суспільства, встановлює правові норми, окреслюючи межі можливої поведінки суб'єктів. На відміну від економічного, в основу правового регулювання покладено принцип обов'язковості дотримання правових норм. При класифікації систем правового регулювання бухгалтерської діяльності виділяють наступні моделі регламентації бухгалтерського обліку:

↳ континентальна, з жорсткою регламентацією (країни західної Європи та колишні колонії Франції, Іспанії та Португалії);

↳ англо-американська, з найменш жорсткою регламентацією (США, Канада, Великобританія, Японія, Індія та інші англійські колонії);

↳ латиноамериканський, змішаний варіант – у методології переважають рішення англо-американської школи, але вони проводяться за принципами європейської систематизації.

3. **Морально-етичне регулювання** охоплює всі сфери суспільного життя, в тому числі й бухгалтерський облік. Низка суспільних відносин, урегульованих правом, оцінюється і з точки зору моралі. В ряді країн прийняті етичні "стандарты" поведінки аудиторів та бухгалтерів, вони спрямовані, передусім, на підсвідомість людей, розраховані на силу громадської думки.

Історично в кожній країні склалися власні стандарти обліку та звітності, які відповідали, в першу чергу, вимогам, висунутим до звітності її основними користувачами. Склад та обсяг фінансової інформації, яка розкривалась підприємствами, також визначалися залежно від потреб її користувачів.

3 практики світового бізнесу



В США та Великобританії фінансова звітність, в першу чергу, складалася та надавалась власникам компанії – як справжнім, так і потенційним учасникам фондового ринку, яким необхідна максимально достовірна та детальна фінансова інформація. Стандарти встановлювались або організаціями професійних бухгалтерів і аудиторів, або державними регулюючими органами. В Німеччині була поширена практика перехресного володіння акціонерним капіталом, коли банки і страхові компанії володіли акціями промислових підприємств. Інформація, яка надавалась таким власникам, не була

детальною, оскільки часто акціонер, володіючи великим пакетом акцій, мав місце в раді директорів компанії та міг безпосередньо отримувати оперативну інформацію та впливати на рішення, що приймалися. У Франції уряд визначає склад та кількість даних, що включались до фінансової звітності. В країнах Латинської Америки, як і в багатьох країнах СНД, фінансова звітність впродовж багатьох років була основою для вирішення завдань фіскального контролю та збору податків.

Нижче наведені особливості регулювання обліку в різних країнах.



Великобританія

Облікова система Великобританії відноситься до англо-американської моделі та характеризується відсутністю системи державного регулювання бухгалтерського обліку та орієнтацією обліку на потреби інвесторів та кредиторів.

Професійне регулювання бухгалтерського обліку у Великобританії починається з 1940 р., коли Інститут присяжних бухгалтерів Англії та Уельсу (ICAEW) випустив серію рекомендацій з використання принципів бухгалтерського обліку. Робота була продовжена зі створенням в 1970 р. Комітету з бухгалтерських стандартів (ASC), що здійснював свою діяльність за сприяння Консультативного комітету бухгалтерських організацій (CCAB), який об'єднує шість професійних бухгалтерських інститутів. В серпні 1990 р. Консультативний комітет бухгалтерських організацій з метою забезпечення контролю за процесом розробки стандартів була створена Рада зі стандартів бухгалтерського обліку (ASB).

Чи знаєте Ви, що...



початок британській прецедентній практиці в області регулювання діяльності компанії поклала судова справа "Salomon" проти "Salomon@Co Ltd", по якій суд в 1897 р. постановив, що акціонерне товариство є самостійною юридичною особою та його майно відокремлене від майна акціонерів.

Система регулювання бухгалтерського обліку у Великобританії представлена дворівневою структурою (рис. 11.1).

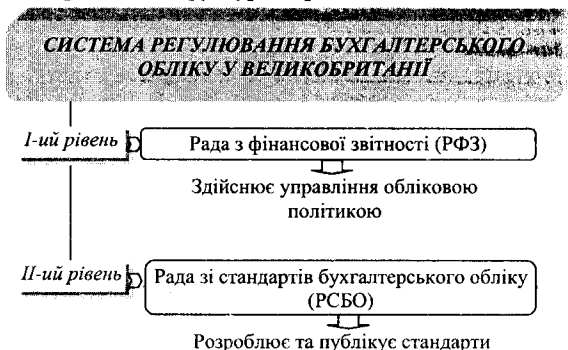


Рис. 11.1. Система регулювання бухгалтерського обліку у Великобританії

Під егідою Ради з фінансової звітності було створено ще одну організацію – Експертну групу з аналізу фінансової звітності, до обов'язків якої входить виявлення невідповідності фінансової звітності компанії обліковим стандартам і порушення принципу "істини та справедливості".



Для Великобританії характерною є загальна система права, за якої закони (наприклад, Закон про компанії) визначають глобальні принципи, а їх деталізація будується на основі прецедентної практики та інших нормативних актів (наприклад, вісім стандартів фінансової звітності).

Широкі можливості впливу на звітність компаній має фондова біржа, яка фактично першою у Великобританії почала процес регулювання подання компаніями фінансової звітності. В переліку вимог, що висувуються до компаній на фондовій біржі, окрім вимог про надання інформації з історії компанії, поточного стану її справ, перспектив розвитку і спеціальної інформації для котирування акцій, є вимоги до інформації фінансової звітності. Причини невідповідності звітів обліковим стандартам повинні обов'язково зазначатися.

Окрім перерахованих вище документів, що регулюють облік і є обов'язковими, існують рекомендації окремих професійних бухгалтерських організацій (таких, як Інститут присяжних бухгалтерів Англії і Уельсу, Інститут присяжних бухгалтерів з управлінського обліку тощо). Вони не є обов'язковими і носять рекомендаційний характер з окремих професійних питань для її членів.



США

Фінансовий облік в США регулюється системою загальноприйнятих принципів бухгалтерського обліку (GAAP – Generally Accepted Accounting Principles).

Чи знаєте Ви, що...



абревіатура GAAP, крім позначення Загальноприйнятих принципів бухгалтерського обліку США, використовується ще й для позначення національних стандартів, загальноприйнятих принципів та правил бухгалтерського обліку та звітності окремої держави (наприклад, говорячи про GAAP Німеччини, мають на увазі директивні закони Німеччини; GAAP Великобританії – Положення про стандарти практики ведення обліку; GAAP України – Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" та національні П(С)БО).

Американські GAAP представляють собою ієрархічну систему бухгалтерських стандартів та процедур і включають велику кількість документів. В США відповідність фінансової звітності компанії GAAP необхідна для отримання стандартного висновку аудитора.

Виділяють чотири рівні системи GAAP, які визначають обов'язковість виконання тих чи інших документів, прийнятих уповноваженими організаціями (див. табл. 11.5).

Таблиця 11.5. Рівні системи регулювання бухгалтерського обліку в США

Рівень	Документи	Призначення
I	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Офіційно встановлені принципи (стандарту) обліку (FASB⁸) ✓ Бюлетені бухгалтерських досліджень (AICPA⁹) ✓ Положення про стандарти фінансового обліку (FASB) ✓ Інтерпретації (FASB) ✓ Думки Ради з розробки принципів бухгалтерського обліку, що не відмінені наступними рішеннями (AICPA) 	Документи є основними, обов'язковими стандартами обліку. Якщо фінансова звітність компанії не відповідає вимогам цих документів, то аудитор не має права давати позитивний висновок, за винятком надзвичайних, екстраординарних випадків, коли дотримання загальноприйнятих стандартів викривляє сутність звіту
II	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Галузеві керівництва з обліку та аудиту (AICPA) ✓ Заява про позиції (AICPA) ✓ Технічні бюлетені (FASB) 	Затверджуються у відповідному порядку і встановлюють бухгалтерські принципи (стандарту) або описують загальноприйнятту практику
III	Облікові інтерпретації (AICPA)	Є переважним способом обліку в окремій галузі або широко використовуються в конкретній ситуації. Цей рівень представлений широкою практикою застосування в галузях
IV	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Положення робочої групи з проблем, що виникають (FASB) ✓ Практичні бюлетені (AICPA) ✓ Бюлетень бухгалтерських принципів (AICPA) ✓ Релізи з обов'язкових правил обліку та аудиту (SEC¹⁰) ✓ Релізи з фінансової звітності (SEC) ✓ Положення про концепції фінансового обліку (FASB) ✓ бухгалтерська література та періодика тощо 	Використання цих джерел інформації залежить від конкретних обставин, специфіки документу, статусу організації, що випустила документ. Висновок аудитора в цьому випадку базуватиметься більшою мірою на професійному судженні

Протягом останніх років система стандартів GAAP США зазнала краху. Як відмічає М. Граноф, бухгалтери та аудиторів, використовуючи одні й ті ж загальноприйняті принципи, не знаходять спільної мови¹¹.

Критичні зауваження на адресу GAAP виказувались ще до банкрутства компанії Enron, на даний час число критиків значно збільшилося, а їх голоси звучать все голосніше, особливо в США. Результати аналізу ситуації в галузях, проведеного фірмою Pricewaterhouse Coopers, показують, що лише близько 20 % інвесторів, аналітиків і керівників компаній вважають фінансову звітність, підготовлену згідно діючої системи GAAP, дуже корисною для отримання уявлення про реальну вартість компанії. При цьому тільки 60 % кажуть про неї, як про досить корисну.

Занепад системи GAAP США став причиною підвищення уваги до застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності.

⁸ FASB – Комітет зі стандартів фінансового обліку.

⁹ AICPA – Американський інститут дипломованих громадських бухгалтерів.

¹⁰ SEC – Комісія з цінних паперів та бірж.

¹¹ IASC Insight. – London: IASC, 1997. – p. 1



11.4. Регламентация обліку на міжнародному рівні

Останні десятиліття ХХ століття відзначаються інтенсивним зростанням закордонних інвестицій, операцій на міжнародному кредитному ринку, обсягів закордонних продажів, міграції робочої сили. Вирішальну роль у світі почали відігравати багатонаціональні корпорації (БНК), які на сьогодні володіють більш ніж 30 % світових виробничих фондів, виробляють 40 % світового продукту, здійснюють 50 % зовнішньоторговельного обороту. Інтернаціоналізація економіки зумовлює виникнення потреби забезпечення порівняння облікових даних підприємств різних країн і виступила передумовою міжнародної стандартизації бухгалтерського обліку.

Процес міжнародної стандартизації обліку паралельно здійснюється на двох рівнях: регіональному та міжнародному.

Стандартизація бухгалтерського обліку на регіональному рівні полягає у розробці загальних принципів і стандартів обліку, застосування яких є обов'язковим для країн певного регіону. Така стандартизація здійснюється в межах країн зі схожими соціально-економічними та політичними умовами. В даний час регіональні облікові системи існують в різних регіонах, наприклад, у країнах Європейського Союзу, США та Канаді, південноамериканських країнах та інших регіонах. В рамках кожного регіону існує ряд регіональних організацій, які займаються проблемами стандартизації обліку в регіоні.



Облікові Директиви ЄС

Вирішальну роль в європейській гармонізації обліку відіграє Європейська комісія, яка видає від імені Ради ЄС облікові Директиви, покликані впорядкувати і гармонізувати фінансову звітність підприємств (в першу чергу, транснаціональних) і порядок проведення її аудиту.

Гармонізація передбачає взаємну відповідність законодавства країн щодо регулювання бухгалтерського обліку, існування в кожній країні своєї моделі організації та ведення обліку, застосування національної системи стандартів. Завдання гармонізації полягає в тому, щоб модель і стандарти суттєво не відрізнялись від аналогічних, що діють в інших країнах – членах співтовариства, тобто знаходились у гармонії один з одним. Робота в цьому напрямі ведеться з 1961 р.

Облікові Директиви ЄС є юридичними документами, адресованими країнам-учасникам. Вони передбачають узгодження законодавств про компанії країн-членів Римського Договору. Найважливішими серед них є Четверта Директива "Про уніфікацію форм звітності і правил їх аудитування" (від



25 липня 1978 р.) і Сьома “Про принципи складання консолідованої звітності” (від 13 червня 1983 р.). Виконання Директив є обов’язковим при певній свободі вибору форм і методів їх виконання.

Різноманітність методів бухгалтерського обліку в ЄС обумовлено численними альтернативними варіантами обліку, передбаченими в Директивах, а також розбіжностями в національних системах правозастосування в ЄС. Адаптація фінансової звітності до вимог національних систем законодавства та оподаткування була виправдана, коли національна належність інвесторів та інших зацікавлених користувачів фінансової звітності співпадала з національною належністю відповідної компанії. Однак, сьогодні цінними паперами однієї компанії все частіше володіє група інвесторів з різних країн. Необхідність інтерпретації фінансової звітності, складеної відповідно до законодавства країни, де зареєстрована компанія, не сприяє захисту інтересів інвесторів з інших країн-членів ЄС.

Крім того, законодавством ЄС не врегульовано багато аспектів бухгалтерського обліку, що дозволяє країнам розробляти свої власні норми. Національні органи влади можуть дозволити компаніям складати звітність на основі загальновизнаних систем фінансової звітності (МСФЗ чи GAAP США), за умови їх відповідності обліковим Директивам ЄС. Нерідко в одній країні ЄС і навіть на одній фондовій біржі різні компанії надають звітність, складену за різними стандартами. Співіснування різних систем звітності призводить до плутанини, зниження ефективності нагляду і контролю за виконанням вимог, які висуваються до складання фінансової звітності компаніями. Інвестори не мають у своєму розпорядженні порівнювану фінансову звітність і, як наслідок, позбавлені можливості одержання необхідної інформації. Ускладнюється зовнішньоторговельна діяльність у країнах ЄС. У результаті фрагментарності ринку серйозно знижується конкурентоспроможність європейських ринків цінних паперів у світі.

З підвищенням рівня ділової активності зростає потреба в більш динамічній законодавчій і нормативній базі фінансової звітності, що відповідає сучасній вимогам. Необхідно уважно вивчити тривалі законодавчі процеси в Європейському Союзі для забезпечення їх відповідності новим вимогам ринку. Крім того, варто розглянути способи переходу від твердих, іноді занадто деталізованих директив ЄС до більш раціональної і гнучкої системи фінансової звітності, що найбільш повно відповідає потребам ринків цінних паперів.



**Міжнародні
стандарти
фінансової
звітності**

На міжнародному рівні велике значення в питанні гармонізації бухгалтерського обліку мають Міжнародні стандарти фінансової



звітності (МСФЗ), які формулюються та публікуються Комітетом з міжнародних стандартів фінансової звітності (КМСФЗ) – неурядовою, некомерційною організацією, заснованою в 1973 р.

Міжнародні стандарти фінансової звітності – це правила, що встановлюють вимоги до визнання, оцінки та розкриття змісту господарських операцій для складання фінансових звітів компаній у всьому світі.

Стандарти забезпечують можливість порівняння бухгалтерської документації між компаніями та у всесвітньому масштабі, а також є умовою доступності інформації для зовнішніх користувачів.

Особливістю МСФЗ є те, що вони часто передбачають два підходи до відображення одних і тих самих операцій. При цьому один підхід є базовим, а інший – альтернативним вирішенням. Підприємство має право вибрати основний або альтернативний підхід, який визначається його обліковою політикою.

Оскільки МСФЗ впроваджуються у країнах з різними національними системами обліку, вони повинні бути досить гнучкими. Стандарти не є догмою чи нормативним документом, який регламентує конкретні норми складання звітності, а носять рекомендаційний характер. МСФЗ не передбачають однозначного вирішення окремої проблеми, а, узагальнюючи міжнародну практику обліку, пропонують цілий ряд компромісних варіантів розрахунку звітних показників та складання фінансової звітності. Такий спосіб є оптимальним при розробці МСФЗ, оскільки збільшує можливість впровадження їх у різних умовах і полегшує розробку національних бухгалтерських стандартів з урахуванням міжнародних.

Видані КМСФЗ стандарти постійно переглядаються з урахуванням поточного стану справ і потреби в змінах.

Досить важливу роль в розуміння сутності МСФЗ відіграє Концептуальна основа складання та подання фінансових звітів, яка не є власне міжнародним стандартом, проте на ній базуються всі розроблені стандарти, крім того вона обов'язково входить до складу міжнародних стандартів, які публікуються. Концептуальна основа визначає мету складання фінансової звітності, її елементи та оцінки елементів фінансової звітності, а також містить опис концепції збереження капіталу.

Чи знаєте Ви, що...



аналогічні Концептуальні основи діють в тій чи іншій формі практично у всіх країнах. Наприклад, в США діє Положення про концепції фінансового обліку, яке визначає мету складання фінансової звітності, якісні характеристики облікової інформації, елементи фінансової звітності, концепції визнання та оцінки інформації: припущення, принципи, обмеження. У Великобританії існує Положення про принципи, що було розроблене на підставі міжнародних концептуальних основ. В



Росії аналогічні принципи були задекларовані в першому стандарті, а також в Концепції бухгалтерського обліку в ринковій економіці Росії, розробленій з урахуванням рекомендацій міжнародних стандартів. В Україні загальні концепції закладені в Законі України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" та П(С)БО 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності".

МСФЗ отримали практично глобальне визнання. При складанні звітності МСФЗ застосовують білязко 40 тис. багатонаціональних корпорацій та більше 200 тис. підприємств у багатьох країнах світу. Більшість бірж світу прийняло МСФЗ в якості критерію до фінансової звітності компаній, акції яких мають міжнародне котирування. Керівництву банків звітність за МСФЗ потрібна для вирішення стратегічних бізнес-завдань, виставлення позицій та вирішення завдань з іміджу. Звітність, складена за МСФЗ, виступає критерієм, який використовується для оцінки прозорості банку.

З практики світового бізнесу

Серед транснаціональних корпорацій, які публікують звітність, підготовлену згідно з МСФЗ, можна назвати *ABB* (Швеція), *Roche Holding* (Швейцарія), *Renault* (Франція), *Deutsche Bank* (Німеччина), *Sulzer* (Швейцарія), *Bayer* (Німеччина), *Fiat* (Італія), *Nestle* (Швейцарія), *Nokia* (Фінляндія), *Total* (Франція), *Central African Cable* (Зімбабве), *Guangshen Railway Company* (Китай), *Microsoft* (США). Щорічно цей список збільшується. В Росії таку звітність складають акціонерні товариства "Газпром", "ЕЭС Росии", "Транснефть", "Северсталь", "АвтоВАЗ".



МСФЗ значною мірою сприяють удосконаленню та гармонізації фінансової звітності в усьому світі. Їх застосовують:

☛ як основу національних вимог до бухгалтерського обліку в багатьох країнах;

☛ як міжнародний зразок ті країни, які розробляють свої власні вимоги, в тому числі провідні розвинені країни, а також дедалі більша кількість країн, що розвиваються;

☛ фондові біржі та органи регулювання, які дозволяють іноземним та вітчизняним компаніям подавати фінансові звіти відповідно до МСФЗ;

☛ наднаціональні органи, такі як Європейська комісія, яка значною мірою покладається на КМСФЗ щодо результатів, які відповідають потребам ринків капіталу.

Потрібно відзначити, що жодна економічно розвинута країна на сьогодні не застосовує виключно МСФЗ, а користується національними стандартами. Повною мірою міжнародними стандартами керуються тільки багатонаціональні корпорації, для яких застосовувати національні стандарти обліку та фінансової звітності окремої країни незручно.

3 практики світового бізнесу



Для Швейцарії не характерні традиції деталізованих норм бухгалтерського обліку. Через це опубліковані фінансові звіти таких найбільших швейцарських компаній, як "Ciba Specialty Chemicals Corp.", "Roche Group" та "Nestle", приховували стільки ж інформації, скільки й оприлюднювали. Стандартний набір звітів швейцарської фірми розглядався міжнародними інвесторами, як щось незвичайне та важкозрозуміле і швидше мав характер статистичного коментарю, ніж виступав результатом інтегрованої системи обліку.

Швейцарські фірми почали схилитися до застосування МСФЗ на початку 1990-х рр. Каталізатором став дедалі більший інтерес закордонних інвесторів до акцій найбільших швейцарських корпорацій. На початку 1990-х років іноземним інвесторам належало близько 40 % пакету акцій багатьох зазначених компаній. Інвестори вимагали від компанії надання деталізованих фінансових звітів, які можна було б порівняти зі звітами, опублікованими іншими багатонаціональними компаніями.

Однією з перших компаній, що відреагували на ці вимоги, стала "Ciba" – найбільша у Швейцарії фармацевтична й хімічна компанія, велике, багатонаціональне підприємство з підрозділами в різних країнах світу. У 1993 р. ця компанія оголосила, що її фінансова звітність за 1994 р. буде складена відповідно до МСФЗ, одночасно трансформувавши свою звітність за 1992 р. Завдяки цьому чисті прибутки компанії зросли на 13 %, і так само зросли обсяги складських запасів, готівки та цінних паперів. Рішення "Ciba" мотивувалося бажанням догодити закордонним інвесторам, яким у 1994 р. належало понад 1/3 пакета акцій.

"Ciba" заощадила чималі кошти завдяки впровадженню таких змін, як суворіше управління потоками готівки, ефективніше інвестування в капітал, новий підхід до придбання інших компаній і жорстке управління активами, що, за оцінками фірми, дозволило зменшити вартість складських запасів на 6 %. Нова система, крім того, дала змогу "Ciba" поліпшити результати порівняно з її глобальними конкурентами.

На сьогодні у кожній країні проводиться робота з вивчення МСФЗ і порівняння з національними стандартами, у багатьох країнах національні стандарти максимально наближені до міжнародних (Великобританія, США, Франція, Швейцарія, Швеція, Нідерланди).

Форми використання МСФЗ різними країнами світу наведені на рисунку (див. рис. 11.2).

МСФЗ мають ряд об'єктивних переваг перед національними стандартами. В той же час вони є недосконалими (табл. 11.6).

Таблиця 11.6. Переваги та недоліки МСФЗ перед національними стандартами

Переваги МСФЗ	Недоліки МСФЗ
<ul style="list-style-type: none"> ⊗ чітка економічна логіка; ⊗ узагальнення кращої сучасної світової практики та накопиченого досвіду бухгалтерів різних країн в частині складання фінансової звітності; ⊗ простота сприйняття для користувачів фінансової інформації в усьому світі; 	<ul style="list-style-type: none"> ⊗ відсутність докладних інтерпретацій і прикладів додатків стандартів до окремих ситуацій; ⊗ орієнтація на розвинутому ринкову економіку, що ускладнює їх використання країнами, що розвиваються;



Переваги МСФЗ	Недоліки МСФЗ
<ul style="list-style-type: none"> ⊗ можливість скорочення витрат компанії при підготовці своєї звітності, особливо в умовах консолідації фінансової звітності підприємств, які працюють в різних країнах; ⊗ зниження витрат із залучення капіталу; ⊗ забезпечення співставлення бухгалтерської інформації у загальносвітовому масштабі; ⊗ доступність звітної інформації для зовнішніх користувачів; ⊗ постійне вдосконалення стандартів 	<ul style="list-style-type: none"> ⊗ узагальнений характер стандартів, що передбачає достатньо велику різноманітність методів обліку; ⊗ рекомендований характер стандартів, їх "необов'язковість", що досить помітно гальмує процес гармонізації обліку

ФОРМИ ВИКОРИСТАННЯ МСФЗ

- ⊗ МСФЗ застосовуються як національні стандарти (Кіпр, Кувейт, Латвія, Мальта, Пакистан, Тринідад і Тобаго, Хорватія)
- ⊗ МСФЗ використовуються як національні стандарти, але з питань, не розкритих у міжнародних стандартах розробляються національні (Малайзія і Папуа – Нова Гвінея)
- ⊗ МСФЗ використовуються як національні стандарти, але в окремих випадках можлива їх модифікація відповідно до національних особливостей (Албанія, Бангладеш, Барбадос, Замбія, Зимбабве, Кенія, Колумбія, Польща, Судан, Тайланд, Уругвай, Ямайка)
- ⊗ Національні стандарти засновані на МСФЗ і забезпечують додаткові їх пояснення (Китай, Іран, Словаччина, Туніс, Філіппіни)
- ⊗ Національні стандарти засновані на МСФЗ, однак окремі стандарти можуть бути більш деталізовані, ніж МСФЗ (Бразилія, Індія, Ірландія, Литва, Мавританія, Мексика, Намібія, Нідерланди, Норвегія, Португалія, Сінгапур, Словаччина, Туреччина, Франція, Швейцарія)
- ⊗ Національні стандарти засновані на МСФЗ, крім того, кожний національний стандарт включає в себе положення, яке порівнює національний стандарт з МСФЗ (Австралія, Данія, Італія, Нова Зеландія, Швеція)

Рис. 11.2. Форми використання МСФЗ різними країнами

Чи знаєте Ви, що...



приблизники максимального збереження традиційного французького бухгалтерського обліку, тобто обліку, який спирається на вимоги національного обліку, на чолі з Крістіаном Оаро, критикують закон про консолідовану звітність, засуджують не завжди виправданій англо-американський "менталітет", орієнтований лише на задоволення інформаційних потреб і інтересів тільки інвесторів, та остерігаються втрати визначених

оригінальних рис французького бухгалтерського обліку. Зокрема, К. Оаро вважає, що відмова від виділення виробничої доданої вартості погіршить інформаційну ємність бухгалтерської звітності. Разом з тим приблизники цього напрямку визнають, що міжнародних стандартів є неминучим злом, але наполягають на зберіганні "святої" національної частини бухгалтерського обліку. Вони прагнуть офіційного визнання (в міжнародному масштабі) особливостей різних країн. В основному, приблизники цього напрямку вважають КМСФЗ і, особливо, англо-американську течію, до якої КМСФЗ належить, відповідальним за всі "нещастя" французької бухгалтерії. Вони вітають об'єднання бухгалтерів всіх країн у міжнародному масштабі, але заперечують бездумну уніфікацію обліку.



Велике значення у визнанні МСФЗ має прийняте в березні 2001 р. рішення Комісії ЄС про те, що європейські компанії, цінні папери яких котируються на фондових біржах (близько 7000 компаній), до 2005 р. повинні перейти на складання консолідованої звітності за МСФЗ у зв'язку з тим, що Директиви ЄС не забезпечують порівнянності даних через різноманітність можливих методів обліку. Крім того, у найближчі 10 років очікується об'єднання МСФЗ і американських GAAP.

3 практики світового бізнесу



Financial Times 23 вересня 1993 р. повідомила, що німецька компанія Daimler-Benz за перше півріччя 1993 р. згідно облікових правил, прийнятим у Німеччині, отримала 168 млн. марок прибутку, а згідно американських GAAP вона понесла збитки на суму 949 млн. марок. Значна різниця в сумах обумовлена різними підходами до обліку резервів та гудвілу.

МСФЗ є важливим елементом сучасного корпоративного управління. Вони створюють основу для своєчасного та об'єктивного інформування акціонерів та інших зацікавлених осіб про положення справ у компанії, її фінансовий стан, реальний внесок менеджерів компанії у зростанні ціни акцій. Звітність, підготовлена за МСФЗ, забезпечує ефективну взаємодію акціонерів з особами, відповідальними за ведення поточних справ у компанії.

Корисність звітності, яка складається за МСФЗ, підтверджує той факт, що більшість фондових бірж за рекомендаціями Міжнародної організації комісій з цінних паперів (International Organization of Security Commissions – IOSCO) вимагає її надання іноземними емітентами для котирування цінних паперів. Європейський Союз прийняв рішення про застосування МСФЗ всіма європейськими компаніями, чиї акції котуються на фондових біржах у Європі, з 1 січня 2005 р. при складанні консолідованої фінансової звітності.

Активне використання МСФЗ створює основу для підвищення престижу та важливості бухгалтерської професії. В ринковій економіці бухгалтер перетворюється з рахівника, який фіксує події господарського життя і здійснює їх наступний аналіз, в економіста високого класу, який спроможний не тільки зрозуміти й оцінити будь-яке явище господарського життя, але й передбачити його, запропонувати шляхи розвитку подій. МСФЗ націлюють саме на це. Вони ставлять бухгалтера у положення, коли він неминуче повинен розширювати коло своїх повноважень і обов'язків і, як наслідок, знань та навичок. Це, в свою чергу, змусить кожного бухгалтера переосмислити свою роль і місце в управлінській структурі, а суспільство в цілому – усвідомити значення бухгалтерської професії для стійкого розвитку економіки.



ТЕМА 12

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ТА ЕТИКА В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

**12.1. Корпоративна
культура**

**12.2. Етика в
міжнародному бізнесі**

**12.3. Особливості ведення
переговорів**

ТЕМИ ДЛЯ РЕФЕРАТІВ

- 1. Корпоративна культура відомої корпорації: особливості, що зумовлюють успіх у бізнесі.*
- 2. Історія розвитку етики бізнесу.*
- 3. Законодавче регулювання етики ведення бізнесу в різних країнах світу.*
- 4. Кодекси етики відомих корпорацій.*
- 5. Професійна етика бухгалтера БНК.*

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

- 1. Охарактеризувати сутність корпоративної культури.*
- 2. Обґрунтувати її необхідність для розвитку корпорації.*
- 3. Охарактеризувати процес формування корпоративної культури.*
- 4. Розкрити особливості видів корпоративної культури*
- 5. Етика міжнародного бізнесу в пострадянських державах.*
- 6. Дотримання етики міжнародного бізнесу по відношенню до України.*
- 7. Вказати відмінності в процесі проведення переговорів на міжнародному та внутрішньому ринках.*
- 8. Назвати різниці у веденні переговорів англійськими, японськими, французькими та італійськими бізнесменами.*
- 9. Обґрунтувати значення повторних переговорів у переговорному процесі.*
- 10. Охарактеризувати поведінку учасників переговорів в процесі проведення переговорів.*

НАША КОМПАНІЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

- 1. Розробити кодекс етики компанії.*
- 2. Розробити основні елементи корпоративної культури (гасла, заклики, звернення до працівників тощо).*
- 3. Підготувати та провести ділові переговори щодо укладання контракту з фірмою-конкурентом.*



12.1. Корпоративна культура



Корпоративна культура: сутність і необхідність

В успішно працюючих підприємствах існує власна культура, що допомагає їм у досягненні позитивних результатів. У кожній великій корпорації існує цілий набір правил, норм, принципів гри, згідно з якими окремі групи визначають свою поведінку. При цьому носіями культур цих груп є окремі особистості, що виражають подібні інтереси.

Корпоративна культура визначає принципи та правила внутрішнього життя підприємства. Культура корпорації може розглядатися як представлення основних цінностей в організаційній структурі, системі управління, кадровій політиці, впливаючи на них.

Корпоративна культура – це сукупність найважливіших положень діяльності підприємства, обумовлених місцем та стратегією розвитку, що знаходять своє відображення в соціальних нормах і цінностях, які поділяє більшість працівників.

Така культура дозволяє відрізнити одну корпорацію від іншої; створює атмосферу ідентифікованості для членів корпорації; генерує прихильність цілям корпорації; зміцнює соціальну стабільність; є контролюючим механізмом, що направляє і формує відносини та поведінку працівників.

Чи знаєте Ви, що...



люди, які працюють у великих компаніях, цінують наявність корпоративної культури. Більше 60 % надають перевагу тому, щоб їх компанія чимось відрізнялася, мала свої традиції. При цьому люди іноді бажають мати негативну культуру, ніж не мати жодної.

Корпоративна культура є специфічною формою існування взаємозалежної системи, що включає в себе: 1) ієрархію цінностей, що домінує серед співробітників підприємства; 2) сукупність способів їх реалізації, що переважають в корпорації на певному етапі розвитку.

Виходячи з вищевказаного, корпоративна культура, з одного боку, система особистих і колективних цінностей, що приймаються та поділяються всіма членами корпорації. З іншого боку, під корпоративною культурою розуміють набір прийомів і правил вирішення проблеми зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції працівників, правил, що виправдали себе в минулому та підтвердили свою актуальність сьогодні.

Складовими корпоративної культури є:

- ↳ прийнята система лідерства;
- ↳ стилі дозволу конфліктів;
- ↳ діюча система комунікації;
- ↳ місце індивіда в корпорації;
- ↳ прийнята символіка: гасла, герби, ритуали.

На корпоративну культуру в цілому впливають звички та вподобання окремих співробітників корпорації, їх потреби й інтереси, політичні погляди, професійні інтереси, моральні цінності, темперамент.

Корпоративна культура відіграє винятково важливу роль. Багато компаній розповсюджують культуру, забезпечуючи тісні контакти між штаб-квартирою і філіями, між керівниками філій різних країн. Переміщення працівників з однієї країни в іншу розширює уявлення цих людей і підвищує їх відданість системі цінностей та цілям корпорації. Люди, що пройшли підготовку в штаб-квартирі компанії, як правило, думають і діють як її співробітники.

Отже, корпоративною культурою є система формальних і неформальних правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, індивідуальних і групових інтересів, особливостей поведінки персоналу даної організаційної структури, стилю керівництва, показників задоволеності працівників умовами праці, рівня взаємного співробітництва та сумісності працівників між собою і з організацією, перспектив розвитку.

Культуру організації можна розглядати як похідну двох складових:

- ↳ припущень тих, хто її створив;
- ↳ досвіду, привнесеного їх послідовниками.

Її підтримка на необхідному рівні безпосередньо залежить від підбору працівників, дій вищих керівників і методів соціалізації.



Формування корпоративної культури

Джерелами формування корпоративної культури виступають:

- ↳ система особистих цінностей та індивідуально-своєрідних способів їх реалізації;
- ↳ способи, форми та структура організації діяльності, що втілюють деякі цінності, в тому числі й особисті цінності керівників підприємств;
- ↳ уявлення про оптимальну та припустиму модель поведінки співробітника в колективі, що відображає систему внутрішньогрупових цінностей, що склалися.

Організаційна культура може мати особливості залежно від роду діяльності, форми власності, положення на ринку чи в суспільстві. Особливості



організаційної культури знаходять втілення у символіці, що залежить від пріоритету в організаційній культурі влади, ролі чи вчинків особистості.

Механізм формування корпоративної культури полягає у взаємодії її джерел, які вони визначають домінуюче в колективі значення та ієрархію цінностей. Ієрархічна система виділених у такий спосіб цінностей породжує найбільш адекватну сукупність способів їх реалізації, що втілюються у способах діяльності та формують внутрішньогрупові норми та моделі поведінки.

Формування корпоративної культури може відбуватися чотирма шляхами:

- ↳ довгостроковою практичною діяльністю;
- ↳ діяльністю керівника чи власника (власна культура);
- ↳ штучним формуванням організаційної культури фахівцями консультаційних організацій;
- ↳ природним відбором найкращих норм, правил і стандартів, запропонованих керівником і колективом.

До складових елементів корпоративної культури відносять і якості особистості, такі як: бажання конкурувати; уміння переконувати; прагнення відігравати роль неформального лідера; терпимість до рутинної адміністративної роботи.

Вирішальною при формуванні спільної культури є здатність сформувати спільне бачення для працівників компанії. Керівна верхівка повинна визначити місію фірми і те, як вона має виражатися в організаційних нормах і цінностях. Далі ці визначення поширюються корпорацією.

Ще одним важливим інструментом формування спільної культури є лідерство. Людські стосунки також мають важливе значення. Існує потреба відбирати працівників, які були б “членами команди”. Крім того, необхідно розробити політику винагород і стимулів, щоб заохочувати їх працювати на користь підприємства.

Формування корпоративної культури передбачає тривалий і складний процес, основними етапами якого є:

- ↳ визначення місії корпорації;
- ↳ визначення основних базових цінностей;
- ↳ формулювання правил поведінки працівників корпорації, виходячи з базових цінностей;
- ↳ описання традицій та символіки, що відображають усе вищепераховане.

Усі ці кроки та їх результати доцільно описати в корпоративному керівництві. Цей документ особливо необхідний у ситуаціях прийому на роботу й адаптації нових співробітників. Він дає можливість зрозуміти, наскільки потенційний співробітник поділяє цінності корпорації.

3 практики світowego бізнесу



Витяг з корпоративного керівництва, розробленого для великої компанії:

1. Головна цінність нашої компанії – наші клієнти – це всі ті, хто зателефонував нам, усі ті, хто коли-небудь розміщували в нас замовлення. Усі клієнти, незалежно від величини замовлення, для нас є значущими. Усі взаємовідносини у компанії, соціальна активність – усе підлягає головному інтересу – інтересу клієнта.

2. Єдині стандарти спілкування. У нас є зовнішні та внутрішні клієнти. Кожен колега – внутрішній клієнт, і спілкування з ним вимагає не меншої коректності, зацікавленості та обдуманості, ніж спілкування із зовнішнім клієнтом. Тільки єдині стандарти комунікації і поведінки гарантують стабільне положення на ринку та позитивний імідж нашої компанії.

3. Гнучкість і готовність до інновацій. Успішність члена команди багато в чому визначається його умінням проаналізувати ситуацію і бути готовим до позитивних змін.

4. Уміння працювати в команді й орієнтованість на загальний результат. Тільки команда може стати лідером. Тому успішним працівником підприємства може бути лише той, хто працюватиме, в першу чергу, на результат та імідж компанії, а вже потім – на свій особистий результат

5. Рівність можливостей. Будь-який співробітник, що прийшов у компанію на будь-яку посаду, має можливість пройти всі сходинки кар'єрного росту. Такі приклади в компанії існують. Усе що визначається індивідуальними здібностями та внеском у загальну справу, умінням працювати в команді.

Однак формування корпоративної культури – процес складний, що потребує використання цілого ряду методик.

Механізм формування корпоративної культури може бути проілюстрований за допомогою *концепції чотирьох середовищ* (див. рис. 12.1).

На глобальному рівні головний вплив на формування та розвиток культури фірми здійснює *мегасередовище* міжнародного бізнесу. *Макросередовище* відповідає національному рівню. Відповідно корпоративний рівень багато в чому визначає *мікросередовище* зі своєю культурною специфікою. І, нарешті, на персональному рівні працівника культура значною мірою визначається *метасередовищем* (особистісними культурними константами людини).

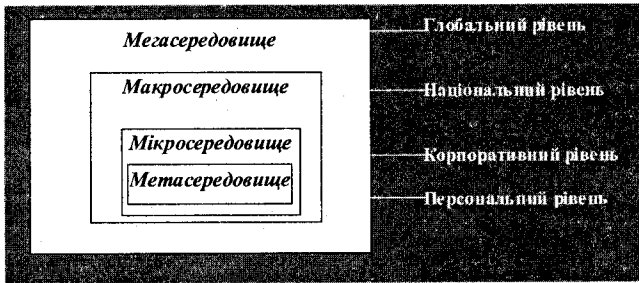


Рис. 12.1. Середовища, що впливають на формування культури міжнародної фірми

Інструменти формування та розвитку культури міжнародних корпорацій включають як звичайні, для великих компаній, форми та засоби (обряди, церемонії, ритуали, міфи, легенди, розповіді тощо), так і специфічні елементи, характерні для міжнародного бізнесу:

- ↳ універсальна знаково-символічна система, що включає знаки, систему ідентифікації корпорації;
- ↳ система комунікацій (“офіційна” мова корпорації, різноманітні мови, система неформального спілкування);
- ↳ постійна ротація керівників і спільне навчання працівників.

Чи знаєте Ви, що... опитування співробітників різних комерційних банків, торгових і консалтингових підприємств показало, що вище керівництво цих організацій бачить у корпоративному дусі джерело добробуту підприємства. На думку опитаних керівників, корпоративізм містить у собі:



- ↳ професіоналізм співробітників;
- ↳ лояльність і відданість інтересам фірми;
- ↳ матеріальні та моральні стимули заохочення кваліфікованих фахівців.

Співробітники сприймають корпоративізм як:

- ↳ дружні взаємини з колегами;
- ↳ можливість професійного росту;
- ↳ матеріальні пільги та винагороди.

Формування культури неможливо проводити без усвідомлення принципів її функціонування (див. рис. 12.2).

Присвоєння звання "Працівник року"	Захист довкілля	Повага до інтересів акціонерів	Повага до держави	Задоволення потреб споживачів
Підтримка ініціатив				Підтримка низького рівня витрат
Урочисті події				Бережливність
Дні відкритих дверей				Вірність традиціям
Фірмовий одяг				Уважне ставлення до пропозицій працівників підприємства
Підтримування субкультури підприємства				Якість
Ознайомлення з історією підприємства				Високі стандарти

Рис. 12.2. Принципи корпоративної культури*

Корпоративна культура формується незалежно від нашої участі. Це відбувається приблизно так само, як і виховання дитини: якщо батьки говорять, що красти – недобре, а самі порушують сказане, діти будуть повторювати їх дії, а не слова. Формування корпоративної культури йде від формальних лідерів (керівництва компанії) чи, як буває рідше, – неформальних. Тому, найважливіше що повинен зробити керівник, що бажає сформувати корпоративну культуру, – це сформулювати для себе основні цінності організації. В одних іноземних компаніях вони чітко сформульовані, в інших – усі їх усвідомлюють, хоча вони не записані.

Чи знаєте Ви, що...



корпоративна культура часто виникає та існує і без усвідомленого її формування. За результатами досліджень приблизно 200 компаній протягом 5 років встановлено, що співвідношення усвідомлено та неусвідомлено сформованої корпоративної культури приблизно складає: російські компанії (російський менеджмент без значного впливу з боку західних партнерів) 20:80; західні компанії (іноземний і російський менеджмент) 70:30; західні компанії (тільки російський менеджмент, досить сильні корпоративні традиції) 50:50; східні компанії 90:10

* Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2000. – 360 с.



Види корпоративної культури

Характер корпоративної культури виявляється через систему відносин: ставлення працівників до своєї професійно-трудової діяльності; їх ставлення до підприємства як до

об'єктивної умови здійснення трудової діяльності та реалізації свого ставлення до неї; функціональні та міжособистісні відносини працівників як суб'єктивна умова реалізації свого ставлення до діяльності та до підприємства. Специфіка корпоративної культури, як форми існування, полягає в тому, що, відображаючи реальну ситуацію, вона особливо акцентує увагу на тенденціях її зміни.

Механізм впливу корпоративної культури на діяльність підприємства полягають у тому, що працівники прогнозують розвиток ситуації, щодо якої вони оцінюють і вибудовують моделі своєї поведінки. Реалізуючи їх у діяльності, вони підсилюють ті чи інші тенденції та створюють у такий спосіб адекватні їм ситуації. Зміст корпоративної культури визначається ступенем особистої значимості професійно-трудової діяльності для більшості співробітників.

Характер корпоративної культури описується системою ознак, визначених за декількома критеріями (див. рис. 12.3).

Позитивна корпоративна культура фіксує цінність професійно-трудової діяльності як способу реалізації цінності, її саморозвитку, а також цінність підприємства як умови реалізації такого роду способу.

Негативна – відображає ситуацію, коли становище на конкретному підприємстві в цілому є позитивним, однак, для окремого співробітника з точки зору його саморозвитку та самореалізації – невігідним.

Позитивна культура характеризується:

☞ сприйняттям співробітником себе як особи, чия професійно-трудова діяльність впливає на загальну результативність діяльності підприємства та визначає стратегію його розвитку;

☞ усвідомленим прийняттям особистої відповідальності за продукт спільної діяльності підприємства. Це породжує сумлінне ставлення до своїх виробничих обов'язків як норму поведінки працівника, регульовану суспільною думкою;

☞ орієнтацією співробітника на пошук, розробку, вибір і втілення найбільш оптимальних способів здійснення діяльності. Це формує у працівників відчуття відповідальності за якість продукту власної діяльності та породжує зацікавленість в її підвищенні;

☞ позитивною оцінкою впливу професійно-трудової діяльності на особистий розвиток;

✦ тим, що успішність співробітника стає підставою і для самоповаги, і для поваги з боку колег. Підвищується ефективність ділової взаємодії, що є об'єктивною умовою встановлення доброзичливих міжособистісних відносин у колективі.

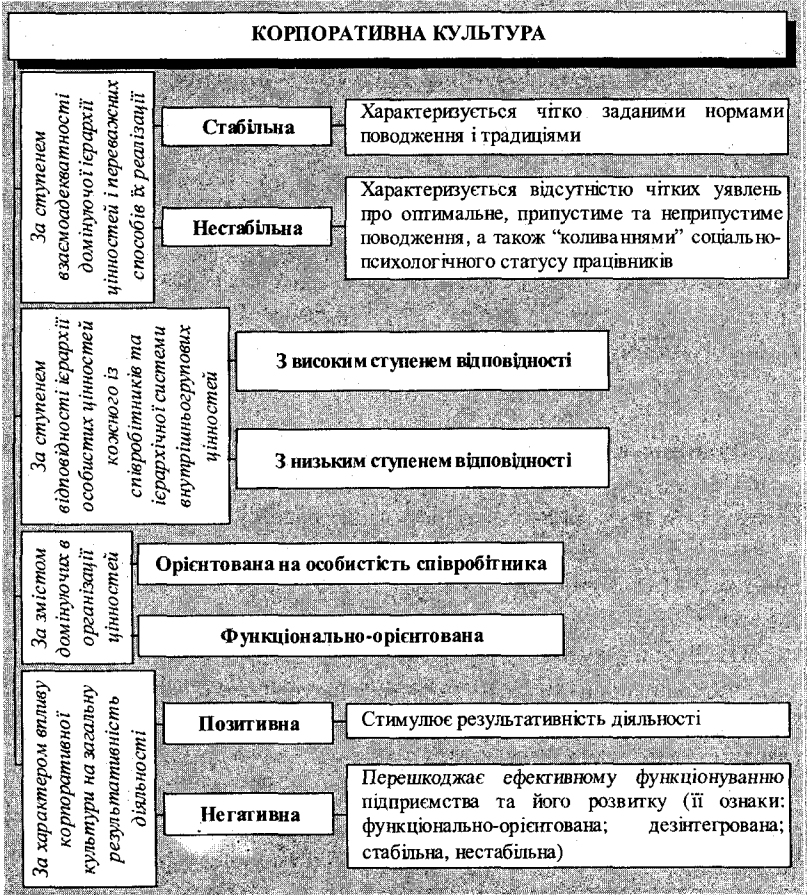


Рис. 12.3. Види корпоративної культури



Домінуючі культури і субкультури

підприємства.

На підприємствах можна виділити домінуючі культури і субкультури. Домінуюча культура виражає основні (центральні) цінності, що приймаються більшістю членів



Субкультури одержують розвиток на великих підприємствах і відображають загальні проблеми, ситуації, з якими зіштовхуються працівники, чи досвід їх вирішення. Коли одне виробниче відділення конгломерату має унікальну культуру, що відрізняється від інших відділень, то існує вертикальна субкультура. Коли окремих відділ функціональних фахівців (такий, як бухгалтерський чи торговельний) має набір загальноприйнятих понять, то формується горизонтальна субкультура. Будь-яка група в організації може створити субкультуру, яка визначається структурною схемою. Вона включатиме основні цінності домінуючої культури плюс додаткові цінності, властиві тільки членам цього відділу.

Особливості субкультури кожної структурної одиниці підприємства впливають одна на одну та формують загальну культуру підприємства.

Деякі відомі компанії дотримуються глибинних цінностей та ідей.

3 практики світового бізнесу



☞ Усі співробітники дотримуються ділового стилю в одязі. На п'ятницю переговори не призначаються, тому що традиційно в цей день усі вдягаються "вільно".

☞ У всіх однакові та дуже дорогі ручки однієї відомої фірми.

☞ Працівники не повинні палити.

☞ День створення компанії – бурхливе свято з виїздом за місто.

☞ Якщо співробітники затримуються надурочно, за рахунок підприємства їх пригощають піццею з пивом.

☞ За кожний відпрацьований рік виплачується певна премія.

☞ Усі спілкуються на "ти" і на ім'я.

☞ Жодних прийомів – двері Президента відкриті, можна зайти і звернутися зі своїм питанням.

☞ Обов'язково користуватися (принаймні, на людях) тією продукцією (косметика, аксесуари), що продас підприємство.

☞ Чим імпозантніше вигляд, тим вище креативність. Суворість недоречна.

Чи знаєте Ви, що...



у навчальній майстерні "Daimler-Benz" повинен висіти плакат "Кращий або ніякий". Якість і сервіс є невід'ємними основними цінностями. І, як наслідок, на підприємстві присутня "одержимість" якістю та сервісом. Одночасно це відповідає основним потребам людей, а саме, бажанню виділитися в групі, бути на своєму місці у власному розумінні й оточенні. Адже, справді, для самосвідомості індивідуума величезна різниця, чи говорить він про себе: "Я збираю авто", чи "Я працюю на Daimler-Benz" тощо.

Відкриті культури. Вони відносяться до сильних культур, що самі по собі відкриті як зсередини, так і ззовні.

Відсутність відкритості зсередини означає, що в одній групі існує негласна норма, що при проведенні зборів завжди необхідно зберігати єдність, а розбіжності в думках (якщо вони взагалі є) повинні виноситися за

рамки зборів. Усі швидко приймають спільне рішення, і група, очевидно, має сильну культуру. Однак, насправді, відсутня будь-яка готовність до конфліктів, обговорення протилежних точок зору тощо. При цьому з'являється помилкова впевненість колективу в правоті дій підприємства. Це може бути виправлене на основі наступного:

↳ проведення регулярних опитувань думок співробітників щодо внутрішнього клімату на підприємстві, стилю управління і умов праці;

↳ вступ у відкритий діалог один з одним (як у формальній (на підприємстві), так і у неформальній (поза підприємством) обстановці), за допомогою проведення семінарів та інших подібних заходів. Усі ці контакти, спрямовані на обмін думок щодо співробітництва, сприяють удосконаленню культури та діяльності підприємства.

Однак, і підприємства з сильною та самоусвідомленою культурою піддані небезпеці, що з часом у них розвинеться визначене самовдоволення та "глухота" щодо критики ззовні. Це відчувають і клієнти, в результаті чого вона стає незакритою відносно зовнішнього середовища, тому що не буде реагувати на зміни, що у ній відбуваються.

"Живі" культури, у яких пропонуються інновації в діяльності підприємств, що стосуються їх філософії, цінностей, правил поведінки тощо, сприймаються співробітниками та керівниками і реалізуються, сприяючи розвитку підприємства. У тих випадках, коли уявлення про цінності та переконання, не ввійшли до життя і є лише простим визнанням на словах, має місце наявність неживих елементів і неживої культури в цілому.

3 практики світового бізнесу

У західних країнах і, зокрема, США, розрізняють кілька типів культури корпорації:

1. "Феодална" культура корпорації, заснована на підкресленні різниці між вищим керівництвом та іншим персоналом підприємства. Участь найманого персоналу у власності підприємства розглядається як аналог традиційної системи заробітної плати. Адміністрація в даному випадку суворо контролює активність працівників – власників. Надання частки власності є своєрідним засобом платежу.



Характерні риси, що притаманні "феодалному" типу корпоративної культури, наступні:

а) розмір частки власності найманого персоналу визначається інтересами керівництва підприємства;

б) нерозвиненість партнерських відносин між персоналом та адміністрацією;

в) відсутність юридичного захисту прав працівників-акціонерів.

2. "Інвесторська" культура корпорації. Сутність даної культури полягає у прагненні керівництва підприємства значну частку зарплати персоналу видавати у вигляді акцій і проголошенні філософії "ризикової" винагороди, тобто коли розмір зарплати встановлюється залежно від економічних результатів діяльності компанії.



Разом з тим, слід зазначити, що "інвесторська" культура корпорації розглядає працівника-акціонера лише як власника акцій і, тим самим, обмежує його інвесторську активність.

3. "Культура участі". Дана корпоративна культура побудована на активному залученні найманих працівників до управління персоналом з одночасною участю працівників у власності. При цьому мають місце дві особливості:

а) акціонерні права працівників отожднюються з їх службовими обов'язками;
б) участь працівників у інвестиційній діяльності компанії є логічним і практичним способом визнання їх акціонерних прав.

Основний недолік даної культури полягає в тому, що в ній ігнорується юридичний захист прав працівників-акціонерів, хоча реальна участь в управлінні сприяє росту інформованості та відповідальності персоналу, а також відповідає його інтересам як акціонерів.

4. "Акціонерна" корпоративна культура. Основною особливістю та головним принципом її вважається визнання працівників-акціонерів компанії в якості великого колективного власника, здатного та наділеного правом істотно впливати на керівництво підприємства. Слід відзначити, що даний факт, у свою чергу, припускає можливість мати своїх представників у Раді директорів і через них приймати участь у вирішенні найважливіших питань життєдіяльності акціонерних товариств.

5. "Підприємницька" культура. Даний тип корпоративної культури притаманний вкрай обмеженому колу підприємств, що розглядають культуру як частину загального процесу перетворення компанії в найбільш конкурентноздатну в даній галузі та привабливу для інвесторів. Для даної культури характерно те, що в корпораціях, що використовують таку культуру, власність персоналу розглядається як особлива інвестиція, що дозволяє сформувати менталітет працівника як економічно активного співробітника та зацікавленого і вимогливого акціонера. У даній культурі головний наголос робиться не на те, щоб працівники одержали дохід як акціонери, а не те, щоб від них як від акціонерів було більше відповідальності та готовності ризикувати.

Отже, культуру підприємства, насамперед, характеризують: її організаційна структура; система управління підприємства; стиль управління; склад працівників (статеві-віковий, кваліфікаційний тощо); стратегія підприємства; сукупність навичок, властива підприємству; спільні цінності у підприємства.

Для міжнародної корпорації може бути використана наступна класична типологія корпоративних культур.

↳ **Ринкова культура** базується на пануванні вартісних відносин. Керівництво і персонал орієнтовані на досягнення максимальної ефективності. Ця культура відповідає компаніям, що проводять операції на висококонкурентних ринках і в нових галузях. -- .

↳ **Бюрократична культура** ґрунтується на системі влади, що здійснює регламентацію всієї діяльності підприємства у формі правил, інструкцій і процедур. Дана культура характерна для країн, що розвиваються, і для підприємств, що працюють на стабільних, добре захищених ринках.

☞ **Технічна культура** характерна для міжнародних підприємств, що працюють у “традиційних галузях”, і для країн, що мають успішний історичний досвід технічних розробок.

Крім того, для міжнародної корпорації може мати місце розподіл культури на штаб-квартири і культури філій.

3 практики світового бізнесу

Основні принципи, закладені в культуру однієї з процвітаючих фірм Америки – IBM – є наступними:

1. Повага до людини, її прав.

Згідно з цим принципом корпорація здійснює наступні заходи:

☞ допомагає людині розвинути творчі здібності й ефективно їх використовувати;

☞ оплачує працю співробітників і забезпечує їх службове просування залежно від їх внеску в загальну справу;

☞ забезпечує встановлення двосторонніх контактів між керівником і підлеглим.

2. Надання послуг споживачу, що відповідають найвищим вимогам.

Для цього підприємство здійснює:

☞ дослідження потреб споживачів продукції підприємства і їх прогнозування;

☞ сприяння споживачам у найбільш ефективній експлуатації своєї продукції і дослідженні послуг.

3. Висока якість – основна умова діяльності.

Для цього підприємство прагне робити все, щоб:

☞ займати ведучі позиції в нових розробках;

☞ використовувати новітні досягнення інших підприємств і поліпшити їх на принципах бенч-маркінга;

☞ робити якісну продукцію при одночасному зниженні витрат.

4. Керівник – ефективний організатор (керівник повинен вміти залучити кожного співробітника до загального трудового процесу).

Для цього керівник повинен:

☞ забезпечити керівництво, що стимулює співробітників виконувати задачі на найвищому рівні;

☞ часто зустрічатися зі своїми співробітниками;

☞ мати мужність брати під сумнів прийняті рішення, чітко представляти потреби підприємства та його структурних підрозділів.

5. Виконання зобов'язань перед акціонерами.

З цією метою підприємство здійснює:

☞ дбайливе відношення до власності;

☞ забезпечення одержання значного прибутку на вкладений капітал;

☞ вибір постачальників з урахуванням якості їх продукції і послуг, надійності та ціновій конкуренції;

☞ визнання законних інтересів постачальника та корпорації напувай висновку контрактів і сумлінного їх виконання (тобто приватний бізнес);

☞ недопущення непотрібної залежності постачальників корпорації і навпаки, а також ефективна її робота на національному та міжнародному рівнях використання резервів, що забезпечують збільшення прибутку.

Сильна та слабка культура. Необхідно розрізнати сильну та слабку культуру. Сильна культура характеризується головними цінностями підприємства, що інтенсивно підтримуються, чітко визначені та досить поширені. Чим більше членів підприємства, що поділяють зазначені





цінності, визнають ступінь їх важливості та прихильні їм, тим сильніше культура. Молоді підприємства чи підприємства, що характеризуються постійною ротацією думок (понять) серед своїх членів, мають слабку культуру. Члени таких підприємств не мають достатнього спільного досвіду для формування загальноприйнятих цінностей. Однак не всі зрілі підприємства зі стабільним кадровим складом характеризуються сильною культурою: головні цінності підприємства повинні постійно підтримуватися.

Сильна культура чітко визначає поведінку працівників. Передбачуваність, упорядкованість і послідовність діяльності у підприємства формуються за допомогою високої формалізації. Сильна культура досягає того ж результату без ведення якої-небудь документації і розподілів. Більше того, сильна культура може бути більш ефективною, ніж будь-який формальний структурний контроль. Чим сильніша культура підприємства, тим менше управлінському персоналу потрібно приділяти уваги розвитку формальних правил і положень для керування поведінкою працівника. Це закладене у підсвідомості працівника, що приймає культуру підприємства.

Позитивні та негативні фактори, що визначають сильні та слабкі сторони корпоративної культури, наведено на рис. 12.4.



Рис. 12.4. Характеристика сильної та слабкої корпоративної культури¹

¹ Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посібник. – К. КНЕУ, 2000. – 360 с.

З практики світового бізнесу



Компанія "ІВМ" у рамках корпоративної культури використовує наступні принципи роботи з персоналом:

✧ передача фахівцям максимально необхідного набору повноважень (влади) для виконання покладених на них функцій. Вони несуть повну відповідальність за свої дії з моменту їх здійснення;

✧ залучення до роботи фахівців високого класу з незалежним і самостійним складом мислення;

✧ створення з боку адміністрації пріоритету довіри та підтримки фахівців над контролем їх діяльності;

✧ поділ на осередки, функціонування кожного з яких може забезпечуватися однією людиною;

✧ проведення постійних інституціональних (структурних) змін. Практика постійної реорганізації, наприклад у компанії "ІВМ", показує, що вигоди, пов'язані з цією системою, величезні. Система дозволяє перетасовувати структуру підприємства, підсилюючи її чи видаляючи з неї зайве, а також надаючи можливість безлічі людей розширити свій професійний досвід. Найважливіше, що вдається позбутися від "зліпань", що неминуче накопичуються на будь-якому підприємстві, у тому числі вирішити проблему виявлення співробітників, що досягли рівня власної некомпетентності, та забезпечити виникнення нових ініціатив;

✧ проведення опитувань громадської думки (як правило, два рази на рік);

✧ формування винагород двома складовими – у формі фіксованого окладу та змінної частини. Змінна частина є комісійною винагородою та винагородою у відсотках від обсягу продажів продукції і наданих послуг компанією "ІВМ", а також премію за досягнення встановлених цілей;

✧ проведення політики гарантованої зайнятості. Професійне маневрування кадровими ресурсами (за допомогою ранніх виходів працівників на пенсію, постійної перепідготовки кадрів і перерозподілу робочої сили між різними підрозділами, щоб уникнути необхідності звільнення);

✧ стимулювання особистої ініціативи працівників при вирішенні загальних завдань і сталість правил поведінки у фірмі;

✧ довіра до окремого працівника компанії з боку менеджерів;

✧ розвиток колективних методів вирішення проблем, поділ успіху між працівниками, цікавими з погляду створення організаційного середовища, що залучає в корпорацію кращих у своїй галузі спеціалістів;

✧ забезпечення свободи фахівців у визначенні шляхів досягнення поставлених підприємством цілей з урахуванням його потенціалу й у прийнятті відповідних рішень;

✧ підбір нових менеджерів з числа працівників компанії, а залучення їх зі сторони;

✧ формування підприємницького клімату через використання проєктних груп у якості основної структурної одиниці компанії;

✧ субсидування обслуговуючих власних і зовнішніх підрозділів (спортивні зали, дискотеки тощо).



Зміна корпоративної культури

Культура підприємства може виявитися прийнятною на певний період часу й за певних умов. Зміна умов конкуренції, державного регулювання, стрімкі економічні зміни та нові

технології вимагають змін корпоративної культури підприємства, що гальмує підвищення її ефективності. Для створення нової культури підприємства потрібно



багато часу, оскільки стара корпоративна культура укорінюється у свідомості людей, що зберігають прихильність до неї. Ця робота містить у собі формування нової місії, цілей підприємства та її ідеології, моделі ефективного управління, використання досвіду попередньої діяльності, традицій і процедур, що укоренилися, оцінку ефективності підприємства, його формальної структури, проектування приміщень і будинків тощо.

На можливість зміни культури впливають наступні фактори: організаційна криза, зміна керівництва, етап розвитку підприємства, його вік, розмір, рівень культури, наявність субкультур (табл. 12.1).

Таблиця 12.1. Фактори, що визначають можливість зміни культури

Фактор	Коротка характеристика
Організаційна криза	Ставить під сумнів наявну практику та відкриває можливості для прийняття нових цінностей. Прикладами кризи можуть бути погіршення фінансового стану підприємства, його поглинання будь-яким іншим підприємством, втрата головних клієнтів, різке входження конкурентів на ринок підприємства
Зміна керівництва	Оскільки вище керівництво є головним фактором у формуванні культури підприємства, заміна її головних керівників сприяє введенню нових цінностей. Але нове керівництво не є гарантією того, що працівники приймуть нові цінності. Нові лідери повинні мати чітке альтернативне бачення того, яким має бути підприємство та його авторитет
Етап розвитку підприємства	Змінити культуру підприємства легше в перехідні періоди від його створення до росту та від зрілості до ліквідації або банкрутства. Коли організація вступає в стадію зростання, основні зміни організаційної культури будуть необхідні. Культура підприємства ще не усталена, і працівники приймуть її зміни, якщо: <ul style="list-style-type: none"> ☞ попередній успіх підприємства не відповідає сучасним умовам; ☞ працівники не задоволені загальним станом справ у підприємстві; ☞ репутація засновника підприємства під сумнівом. Інша можливість зміни культури з'являється, коли підприємство переходить на стадію спаду. На цій стадії зазвичай необхідне скорочення персоналу, зниження витрат і вжиття інших заходів, що свідчать про кризову ситуацію підприємства
Вік підприємства	Незалежно від стадії життєвого циклу підприємства, чим менше його вік, тим менш сталими будуть його цінності. Зміна культури більш ймовірна на молодому підприємстві
Розмір підприємства	Змінити культуру легше в невеликому підприємстві, тому що у ньому спілкування керівників із працівниками більш тісне, що збільшує можливості поширення нових цінностей
Рівень культури	Чим ширше поширена культура у підприємстві і вище згуртованість колективу, що розділяє загальні цінності, тим складніше змінити культуру. Слабка культура більш піддається змінам, ніж сильна
Наявність субкультур	Чим більше існує субкультур, тим сильніший опір зміні домінуючої культури



Способи передачі культури

Крім очевидної орієнтації і програм навчання, культура може передаватися працівникам такими способами, як інформація, традиції, символи та мова (рис. 12.5).

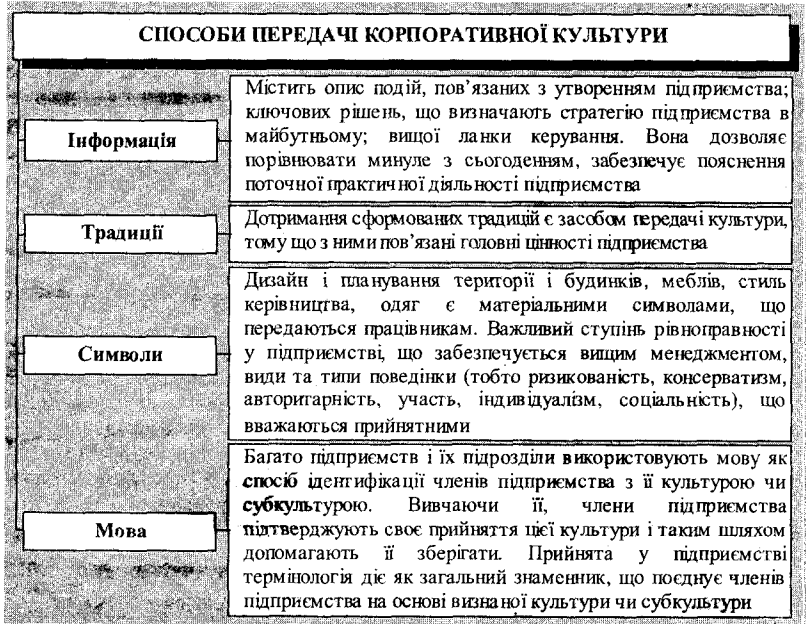


Рис. 12.5. Способи передачі корпоративної культури

Отже, корпоративна культура – це набір найважливіших припушень, прийнятих членами підприємства, які отримали відображення в цінностях, що заявляються підприємством та задають людям орієнтири їх поведінки та дій. Зазначені ціннісні орієнтації, що передаються членам підприємства через символічні засоби.

12.2. Етика в міжнародному бізнесі

Етика – це вчення про мораль, її сутність, структуру, функції, закони, її історичний розвиток і роль в суспільному житті.

Відмінності між різними країнами спричиняють появу низки важливих і суперечливих етичних питань. Останнім часом дебати розгорнулися за трьома основними напрямками: 1) етика ведення бізнесу в країнах, де порушуються права



людини; 2) етика ведення бізнесу в країнах зі слабо врегульованими питаннями охорони праці та охорони довкілля; 3) етика діяльності в умовах високого рівня корумпованості.



Поняття етики та ділової етики

Існує багато аспектів, на які впливають ціннісні орієнтації суб'єктів міжнародного бізнесу. Всі ці категорії охоплює поняття етики.

Етика – це система норм моральної поведінки людини або будь-якої суспільної чи професійної групи.

Етика бізнесу торкається не лише проблем соціальної відповідальної поведінки. Вона зосереджена на широкому спектрі варіантів поведінки керівників і підлеглих. Більше того, особлива увага звертається на цілі та засоби, що використовуються для досягнення мети обома сторонами. Наприклад, дії керівників або рядових працівників, які суперечать закону, слід розцінювати як неетичні.

На думку деяких спеціалістів, етика бізнесу як сфера знань, зародилася у США в 70-х рр. XX століття (термін “етика бізнесу” був прийнятий саме в той час). Наукове товариство й діловий світ дійшли висновку щодо необхідності підвищення “етичної свідомості” професійних бізнесменів у ділових відносинах, а також “відповідальності корпорації перед суспільством”. Передував цьому ряд скандалів, пов'язаних з неналежними діями великих корпорацій (продаж неякісних, дефектних товарів), викриттями чиновників (хабарництво, підкуп). На сьогодні питання етичної свідомості професійних бізнесменів при веденні бізнесу стає все більш актуальним. Для забезпечення соціального контролю корпорація (організація) має розробляти правила управління своїм персоналом. У цілому ці правила зводяться в кодекс етичної поведінки, “моральний кодекс”, який об'єднує правила та настанови, розроблені для врегулювання відносин і поведінки практиків даної професії, що дозволяє підтримувати суспільну довіру. Таким чином, кожна корпорація (підприємство) сама створює передумови, які спрямовані на задоволення потреб й інтересів суспільства.

До початку 90-х років минулого століття обговорення питань етики бізнесу вийшло на світовий рівень. Міжнародні організації різного рівня доклали багато зусиль для узагальнення норм поведінки в бізнесі. В результаті цього світ дізнався про документи, що є стратегічними для світової бізнес-політики:

↳ сім принципів ведення бізнесу корпорацій (1994 р.; Саух, Швейцарія) – принципи глобальної корпоративної відповідальності. Остаточний їх варіант

був затверджений в 1998 р.). На сьогодні документ містить 60 принципів, що формують основу відповідальної поведінки корпорацій;

☞ глобальні принципи Саллівана (1999 р.) – кілька директив загального характеру, що стосуються ділової етики, трудових відносин, впливу діяльності багатонаціональних компаній на навколишнє середовище;

☞ глобальний Пакт ООН (формально набув чинності з 2000 р.) – дев'ять принципів, що рекомендовані для використання в діяльності багатонаціональних компаній.

Всі ці документи закликають до прийняття ділових рішень з урахуванням моральних цінностей. Вони не є обов'язковими, проте рекомендовані до виконання, оскільки дозволяють визначити бізнес-поведінку окремих компаній, причому акцент робиться на те, що незалежно від виду діяльності кожна компанія має моральні зобов'язання перед:

☞ суспільством у цілому (проблеми навколишнього середовища);

☞ покупцями (право на безпеку, на отримання інформації про товар, право вибору та право пред'являти свої вимоги);

☞ співробітниками (умови, безпека праці, оплата, охорона здоров'я);

☞ власниками та інвесторами (доступ до інформації, гарантія чесного розподілу прибутку; недопустимість обману при грошових операціях, операціях з постачальниками, конкурентами).

3 практики світового бізнесу



Великі корпорації все частіше афішують свою турботу про навколишнє середовище, створюють механізми "екологічної безпеки". Особливо це стосується хімічних, нафтопереробних та інших підприємств зі шкідливим виробництвом.

Деякі компанії, щоб підтримати імідж етичної поведінки, відмовляються навіть від вигідної експлуатації робочої сили в країнах, що розвиваються. Наприклад, один із світових лідерів у виробництві одягу компанія "Levi Strauss" припинила спрямування своїх капіталовкладень в економіку Бірми та Китаю через порушення прав людини в цих країнах.

На побутовому рівні звичаї, як нормативна система, закріплюються і формуються історично. Вони зручні, а тому звичні для побутової поведінки людей. Оскільки звичаї є усталеними правилами поведінки, вони не потребують будь-якої зовнішньої сили, яка б забезпечувала їх регулюючу дію. Вони не створюють чіткої єдиної системи; не взаємопов'язані та регулюють лише окремі суспільні відносини.

Проте ділові стосунки вимагають особливих відносин – ділової етики.

Етика ділових відносин – це система універсальних і специфічних моральних вимог і норм поведінки, які реалізовані у професійній діяльності.



Етика ділових відносин включає:

- ↳ етичну оцінку внутрішньої та зовнішньої політики компанії;
- ↳ моральні принципи членів компанії;
- ↳ моральний клімат в компанії;
- ↳ норми ділового етикету.

Для того, щоб фірма успішно діяла на міжнародному ринку, необхідною є налагоджена діяльність всіх її працівників. Загальне уявлення суспільства про фірму формується на основі результатів діяльності кожного працівника. У зв'язку з цим, етика в міжнародному бізнесі повинна формуватися як на рівні кожного окремого співробітника, так і на рівні вищого управлінського персоналу, що приймає важливі тактичні та стратегічні рішення, які визначають напрями діяльності фірми на міжнародній арені.

В етиці ділових відносин важливо виділити поняття **“професійна етика”**.

Професійна етика – це специфічний моральний кодекс людей певної професії, сукупність правил поведінки певної соціальної групи, що забезпечує моральну основу характер взаємовідносин, зумовлених або пов'язаних із професійною діяльністю.

Професійну діяльність підприємця в міжнародному бізнесі характеризують такі категорії: професійна орієнтація, професійне самоствердження, професійна майстерність, талант, соціальні почуття, професіоналізм, продуктивна діяльність тощо. При цьому професійне самоствердження підприємця не може відокремлюватися від культурного й морального стану суспільства, саме тому через підприємницьку культуру, визначають рівень культури держави, яку представляє підприємець (або підприємство).

Слід усвідомити, що кожен працівник корпорації повинен дотримуватися норм моралі та етики.

При всій різноманітності підходів до визначення системи етичних категорій можна виділити загальновизнані, найважливіші в теоретичному і практичному відношенні категорії етики (табл. 12.2).

Категорії етики – це основні поняття етичної науки, що відображають найсуттєвіші елементи моралі.

Таблиця 12.2. Категорії етики та їх характеристика

Категорія 1	Характеристика категорії 2
Добро	Поєднує все, що має позитивне моральне значення, що відповідає вимогам моральності, служить розмежуванню морального та неморального та протистоїть злу
Зло	За своїм змістом суперечить добру та узагальнено виражає уявлення про неморальне, тобто те, що суперечить вимогам моралі, заслуговує осудження

1	2
Благо	Все, що сприяє людському життю, служить задоволенню матеріальних і духовних потреб людей, є засобом для досягнення певних цілей. В етичному розумінні поняття "благо" часто вживається як синонім добра
Справедливість	Означає такий стан справ, який розглядається як належне й відповідає уявленням про сутність людини, її невід'ємні права, базується на визнанні рівності між всіма людьми та необхідності відповідності між діями і відплатою за добро та зло, практичною роллю різних людей та їх соціальним станом, правами й обов'язками, заслугами та їх визнанням
Обов'язок	Означає відношення особистості до суспільства, інших людей і виражається в моральних зобов'язаннях відносно до них у конкретних умовах
Сумління	Категорія етики, яка характеризує здатність людини здійснювати моральний самоконтроль, внутрішню самооцінку з позицій відповідності своєї поведінки вимогам моральності, самостійно формулювати для себе моральні завдання та вимагати від себе їх виконання. Сумління – суб'єктивне усвідомлення особистістю свого обов'язку та відповідальності перед суспільством, іншими людьми, яке виступає як обов'язок і відповідальність перед самим собою
Відповідальність	Характеризує особистість з точки зору виконання нею моральних вимог, відповідності її моральної діяльності моральному обов'язку, який розглядається з позицій можливостей особистості. Відповідальність – обов'язок і необхідність давати звіт у своїх діях, вчинках, відповідати за можливі їх наслідки
Гідність	Означає особливе моральне ставлення людини до самої себе та ставлення до неї з боку суспільства, оточуючих, що базується на визнанні цінності людини як особистості
Честь	Означає моральне ставлення людини до себе та ставлення до неї з боку суспільства, оточуючих, коли моральна цінність особистості пов'язана з моральними заслугами людини, з її конкретним суспільним станом, видом діяльності та моральними заслугами, які за нею визнаються



Культура як складова етики

Поняття етики включає поняття культури (рис. 12.6).



Рис. 12.6. Види культур



Детальніше розглянемо сутність кожного з наведених понять.

Духовна культура співробітника компанії – це оволодіння сукупністю духовних надбань людства у сфері науки, освіти, мистецтва та практична реалізація цих цінностей у професійній діяльності.

Національна культура – це знання культурно-правової спадщини власної нації, прав нації, усвідомлення політико-правової мети нації, засвоєння культури мовлення та їх впровадження у професійну діяльність.

Чинниками розвитку національної культури є, наприклад, державна мова, етикет тощо.

Для національної культури велике значення має конституційний (державний) і національний обов'язок. Відповідно до цього обов'язку, представник компанії зобов'язаний дбати про інтереси своєї країни, її незалежність, територіальну цілісність, спрямовувати зусилля на збереження природи, національної культурної спадщини.

Політична культура – це система знань про політику, вміння реально втілювати їх у життя.

Політичній культурі належить важливе місце у професійній культурі. Вона проявляється у:

- ↳ розумінні закономірностей виникнення конкретних політичних явищ;
- ↳ розумінні сутності та призначення цих явищ;
- ↳ вмінні прогнозувати політичні явища.

Моральна культура є результатом становлення власної гармонії між досягнутим максимальним рівнем вищої моральності й активним використанням моральних норм.

Культура поведінки повинна відповідати високій моральній свідомості, під якою розуміють не лише службову поведінку, а й поведінку на побутовому рівні.

Правова культура – це знання співробітником основних економічних законів і принципів, законодавства країн, з якими співпрацює компанія, вміння і навички їх реалізувати, а також дотримання правил ведення бізнесу в цих країнах.

Ознаками правової культури є:

- ↳ знання економіко-практичної теорії – основних економічних понять, категорій, термінів і закономірностей функціонування господарюючих суб'єктів;
- ↳ знання чинного законодавства – досконала орієнтація у змісті основних законів з метою їх реалізації у професійній діяльності;
- ↳ навички щодо реалізації законодавства – вміння тлумачити закони, правила, положення, інструкції тощо, тобто здатність розуміти їх зміст, застосовувати законодавчі норми в конкретних життєвих ситуаціях;
- ↳ повага та дотримання чинного законодавства.

Психологічна культура – це органічна єдність психологічної освіченості (знань, навичок, прийомів аутотренінгу, саморегуляції тощо), волі, відповідних професійно-психологічних якостей, які здійснюють ефективний вплив на розв'язання проблемних ситуацій.

Психологічна культура має велике практичне значення, оскільки вона визначає ділове мовлення, мислення, що дозволяє зрозуміти своє місце в суспільстві та серед колег, уникати зверхності у спілкуванні, формального ставлення до справи. Крім цього, психологічна культура активізує свідомість, розвиває почуття.

Особливості психологічної культури доцільно розглядати з позиції темпераменту особистості, який характеризує його відносно стабільно з погляду динамічності, врівноваженості психічної діяльності. Мова йде про такі типи темпераментів: холерик, сангвінік, флегматик і меланхолік, основні риси яких наведені на рис. 12.7.

ТИПИ ТЕМПЕРАМЕНТІВ	
Холерик	Стрімкий, збуджений, егоцентричний, демонстративний, запальний, активний
Сангвінік	Веселий, безтурботний, комунікативний, оптимістичний, лагідний, задоволений
Флегматик	Розважливий, принциповий, холоднокровний, упертий, стійкий, спокійний
Меланхолік	Стурбований, тривожний, песимістичний, підозрілий, серйозний, глибокодумний

Рис. 12.7. Типи темпераментів

Керівництву компанії, а також менеджерам з персоналу слід бути обізнаними з особливостями характеру, поведінки, рівня освіченості, такту, виховання, типу темпераменту співробітників, адже це є важливим при формуванні команди, що працюватиме над проектом або представлятиме фірму у іншій країні.

Інтелектуальна культура – це знання законів логіки, вміння її використовувати у вивченні господарських операцій, здатність приймати логічно обґрунтовані рішення.

Внутрішня культура – це вміння регулювати почуття, формувати переконання з метою розв'язання ряду завдань.

Внутрішні елементи культури формуються під впливом певних норм. Практично всі моральні принципи та норми можна вважати основними засобами впливу на внутрішні елементи культури. Це, насамперед,



ввічливість, вдумливість, поміркованість, тактовність, чесність, правдивість, відвертість, простота, скромність, вірність, уважність, моральна чистота, взаємоповага, взаємодопомога тощо. Внутрішня культура багато в чому впливає на емоційну культуру.

Емоційна культура – це здатність на основі почуттів здійснювати вольовий вплив на ситуацію.

Інформаційна культура – це ступінь володіння належним обсягом інформації, вміння одержати та ефективно реалізувати її у підприємницькій та професійній діяльності.

Функціонування інформаційної культури визначають наступні принципи: достовірність, точність, повнота, необхідність, корисність, справедливість, раціональність, доцільність, вільного обміну, об'єктивність, відповідальність, надійність інформації.

Економічна культура – ґрунтовне знання чинного законодавства в сфері економіки різних країн світу.

Основними принципами економічної культури є: мобільність, компенсаційність, контрольованість, знання тіньового ринку, логічні економічні переконання, раціональність, діловитість.

Для успішного функціонування фірми на зовнішньому ринку необхідна естетична культура її працівників, складовими якої є:

↳ культура мови – це літературна мова, вільне володіння обліково-економічною термінологією, відсутність слів-паразитів, уміння обрати правильний тон у розмові;

↳ культура зовнішнього вигляду (естетика) – вміння добирати одяг, зачіску відповідно до віку, посади, часу дня. Для представників фірми на міжнародному ринку характерні офіційність і стриманість в одязі, відсутність екстравагантності;

↳ культура організації робочого місця – створення естетичної обстановки діяльності, комфортності;

↳ культура підготовки документів – відсутність технічних, структурних порушень, організаційних і пунктуаційних помилок, нерозбірливого рукописного тексту тощо.

Етична культура – це знання моральних прав і обов'язків та використання їх у професійній діяльності.

Етична культура включає два аспекти:

- 1) визначення існуючих моральних норм як необхідних регуляторів поведінки;
- 2) дотримання цих норм у професійній діяльності.

У своїй діяльності підприємці повинні дотримуватись ряду правил, які дозволять створити гарну репутацію фірми та її працівникам.

Основними принципами етичної культури є: гуманне ставлення до людини, чесність і правдивість, доброзичливість і чуйність, простота та скромність, дотримання службової і комерційної таємниці.



**Заходи
забезпечення
етичної
поведінки**

Для підтримки етичної поведінки в компанії (фірмі) необхідно керуватися наступними інструментами:

↳ впровадження етичних нормативів, які відображають систему загальних цінностей, суспільних уподобань та правил етики працівників корпорації (компанії, фірми). Наприклад, етичними нормами забороняються хабарі, цінні подарунки, порушення законів, незаконні виплати політичним організаціям, необґрунтовані вимоги, розкриття таємниці фірми, використання забороненої інформації тощо;

↳ створення комітетів з етики, основне завдання яких – оцінювати повсякденну практику з позицій етики та етичної поведінки. На невеликих підприємствах цю функцію може виконувати спеціаліст з етики бізнесу;

Комітети з етики – постійна структура в складі компанії, до якої входять, як правило, керівники вищого рівня (наприклад, рада директорів), на які покладається задача визначення правил етичної поведінки компанії та оцінка дій компанії з точки зору зручності.

↳ організація навчання етичній поведінці керівників та підлеглих;

**3 практики
світового
бізнесу**



Починаючи з 90-х рр. минулого століття й до сьогодні етика бізнесу масово приймається навчальними закладами різного рівня (починаючи з курсів та закінчуючи вищими навчальними закладами) як предмет, обов'язковий для вивчення при підготовці економістів, менеджерів, спеціалістів в сфері управління громадськими організаціями і державними службовцями.

↳ постійне інформування працівників про випадки високоморальної або неетичної поведінки через засоби масової інформації;

↳ проведення нарад, конференцій, симпозіумів з проблем етичної поведінки, які включають етичне консультування.

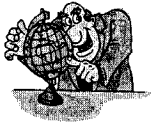
Етичне консультування – різновид консалтингу, спрямований на вирішення незалежними експертами внутрішніх етичних проблем компанії.

У більшості випадків таке консультування допомагає суттєво покращити психологічний клімат всередині компанії і підвищити продуктивність



діяльності працівників. Такі послуги надаються консалтинговими компаніями, попит на які особливо великий у розвинутих країнах.

Чи знаєте Ви, дедалі більше американських компаній вводять посаду "посередника зі скарг працюючих". До функцій посередників входять дослідження етичних питань, консультації для службовців, аналіз потенційних проблемних галузей. Будь-який службовець корпорації може звернутися до посередника і одержати кваліфіковану консультацію з морально-етичних проблем, які його цікавлять.



Стосовно бізнесу етика визначає такі моральні критерії і параметри відносин між виробниками і споживачами, службовцями і керівниками компанії, самими компаніями і державою, які утворюють систему взаємних обов'язків суб'єктів бізнесу.

Основними принципами етики в бізнесі є: гуманізм, відповідальність, розуміння.

Гуманізм – передусім те, що в звичайному житті називається людським ставленням до людей, починаючи з елементарної поваги, уваги і піклування про людей.

Відповідальність – почуття обов'язку не перед зовнішнім, а перед внутрішнім судом совісті, добросовісність.

Розуміння означає прагнення людини до об'єктивного розуміння, її бажання встановити істину, і у своїх вчинках безперечно рахуватися з нею.

Усі ці три принципи етики бізнесу тісно пов'язані один з одним. Відповідальність потребує прагнення до об'єктивного розуміння, що, в свою чергу, дозволяє уточнити, у чому може полягати реальний гуманізм і відповідальність людини, за що і в якій мірі він насправді об'єктивно відповідає.

Без дотримання етичних норм всю інфраструктуру бізнесу, яка у багатьох випадках будується на основі неформальних угод, довіри партнерів один до одного, буде порушено. Тому ступінь довіри партнерів відіграє значну роль в бізнесі.

Опитування менеджерів, проведені у Франції, Німеччині, США, показали, що більшість з них поділяє точку зору, що вміле застосування етичних норм є запорукою успішного бізнесу.

З практики світового бізнесу

Важливим етичним питанням є питання про необхідність дотримання міжнародною фірмою стандартів безпеки продукції та безпеки праці, а також захисту довкілля, таких як і у країні її походження. Це питання особливо гостро стоїть для багатьох фірм з розвинутих країн, де закони про безпеку продукції, безпеку праці та захист довкілля є одними з найжорсткіших у світі. Чи слід західним компаніям, які здійснюють інвестиції у менш розвинуті країни, дотримуватися жорстких західних стандартів, навіть якщо місцеві закони цього не вимагають? Це питання набуло додаткової гостроти у зв'язку з появою в останні роки



звинувачень на адресу західних фірм в експлуатації праці дітей чи застосуванні низькооплачуваних "потогінних" систем праці в країнах, що розвиваються. Серед компаній, які звинувачуються у використанні подібних систем, називають "Gap", "Disney", "Wal-Mart" і "Nike".

Етика на міжнародному рівні закріплює і відображає в практичному плані високий ступінь регламентації багатьох сторін моральної діяльності підприємців. Значна частина етичних положень знаходить правове закріплення в законах, нормативах та кодексах професійної та корпоративної етики.

Етичні нормативи – система загальних цінностей і правила етики, яких повинні дотримуватися всі працівники підприємства.

Етичні нормативи розробляються з метою створення нормальної ділової атмосфери і визначення етичних рекомендацій у процесах прийняття рішень.



Кодекс корпоративної етики

Однією з найпопулярніших форм закріплення ділової етики є проголошення етичних кодексів або кодексів корпоративної етики, які приймає корпорація. Вони є переліком правил для службовців (не зловживати службовим становищем, не давати хабарів, не приймати подарунків тощо) або декларуванням загальних принципів поведінки в корпорації.

Кодекс корпоративної етики – документально зафіксоване зведення моральних норм, які існують поряд з професійними кодексами.

Сьогодні наявність кодексу етики у компанії стає загальноприйнятим стандартом бізнесу. За оцінками спеціалістів у цій сфері, близько половини європейських фірм та більше 90 % великих американських компаній вже встановили етичні кодекси для своїх службовців. Власні кодекси багатьох компаній знаходяться на стадії розробки.

Чи знаєте Ви, що... в Росії практика створення кодексу етики користується все більшим успіхом. Нещодавно ряд російських компаній, які мають кодекси етики, поповнила Тюменська нафтова компанія (ТНК)



(друга за обсягами запасів та четверта за рівнем видобутку компанія в Росії, у складі якої більше 130 підприємств в 15 регіонах Росії та Україні). Про значення події свідчив підвищений інтерес з боку громадськості; в багатьох засобах масової інформації відслідковувався практично увесь піврічний процес розробки кодексу.

В Україні аналогічні спроби врегулювання етичного боку діяльності компаній стали частішими починаючи з 90-х років ХХ ст. Частково це пов'язують з появою в країні підприємств з іноземними інвестиціями, власники яких запровадили власні аналоги кодексу етики.

Наявність у ряді компаній кодексу етики сприяє дотриманню в бізнесі визначених етичних норм, до того ж вони виконують ще й управлінську



функцію: містять регламентацію поведінки співробітників у складних етичних ситуаціях, опис політики по відношенню до замовників і споживачів, вказівки на неприйнятні форми поведінки – все це допомагає контролювати діяльність співробітників компанії. Окрім цього, кодекс, який визначає єдине розуміння місії та цінностей компанії для кожного співробітника, сприяє розвитку корпоративної культури. Вважається, що етичний розвиток – перевага солідних компаній: закладаючи основи морального розвитку “людського фактора”, компанія тим самим створює умови для стабілізації морального клімату в колективі, а, отже, і успішного функціонування бізнесу.

“Кодекси поведінки” багатьох компаній містять положення про “соціальну відповідальність” і готовність дотримуватися законів країни, в яких здійснюється бізнес, в тому числі її податкових правил. Сучасні концепції багатонаціонального менеджменту проголошують, що ухвалення корпоративних рішень має завжди базуватися на фундаментальних принципах лінії ведення бізнесу компанії, а не підкорятися тільки одному мотиві – збільшення прибутку.

3 практики світового бізнесу



Існуюча в Японії практика проведення ділових переговорів та процедура прийняття рішень японськими бізнесменами при становленні та розвитку ділових контактів, що сформувалася під впливом національних, культурних та інших особливостей – тобто те, що зазвичай розуміють під поняттям “ділова етика”, – доволі суттєво відрізняються від правил та норм поведінки представників ділового світу Заходу. У процесі ділового спілкування деякі дії японської сторони можуть викликати у іноземців нерозуміння або бути неправильно розтлумачені.

Етичні кодекси розробляються не тільки фірмами. У США існують цехові кодекси, які застосовують групи професійних бізнесменів (спеціалісти з реклами і маркетингу, маклери, брокери, збутовники тощо). У деяких галузях родинні фірми застосовують галузеві етичні кодекси. Це дозволяє, з одного боку, розробити єдині етичні критерії бізнесу для всіх підприємців, які ведуть власну справу в певній сфері, з іншого – спрощують виявлення неетичної поведінки конкурентів, створюють конкурентні стимули для підвищення доброякісності виробів.

3 практики світового бізнесу



Неетично:

✘ обманювати або дезінформувати покупців рекламою, маркуванням або іншим чином про вигляд, кількість, розмір чи масу виробу;

✘ постачати один виріб замість іншого, якщо ця заміна може призвести до обману або ввести в оману покупця;

✘ публікувати прайс-лист, який може вводити в оману покупця;

✘ продавати чи пропонувати вироби нижче їх вартості чи за необґрунтовано низькими цінами з наміром зменшити конкуренцію, нанести шкоду конкуренту, створити монополію;

✘ переманювати працівників чи представників служби збуту конкурента з наміром послабити конкуренцію, за умови, що це правило не завадить працівникам у пошуках більш прийняттого місця роботи.

Велике значення надається етичній стороні відносин підприємців із споживачами. Мова йде про адекватність реклами товарів, які виробляються фірмами, їх характеристики.

Виховання у працівників таких рис як чесність, уважність і надійність формує високу культуру обслуговування клієнтів.

3 практики світового бізнесу



Багато компаній ідуть на значні фінансові витрати для дотримання етичної поведінки. Так, американська компанія "General Motors" одного разу витратила 3,5 млн. дол. на одні тільки поштові послуги, щоб попередити 6,5 млн. володарів автомобілів про дефекти в кріпленні двигунів.

У корпорації "Cathill", яка продає складне медичне обладнання, існує традиція: три рази на тиждень функціональні керівники зобов'язані зателефонувати клієнту, який купив у них обладнання 15 місяців тому, і поцікавитися, чи задоволений клієнт їх продукцією. У результаті вигоду має як клієнт, так і компанія: клієнт відчуває свою важливість для компанії, а компанія, знаючи думку клієнта, має можливість вирішити незначні проблеми до того, як вони переростуть у значні.

Дуже важливо, щоб керівники високого рівня служили рольовими моделями належної етичної поведінки для рядових працівників, а компанія таким чином мала можливість підвищити свої етичні стандарти.

Етика керівника – система норм морального поведіння керівника, заснована на: розумінні психології працівників; вихованні особистості; культури керування; умінні керувати своїми почуттями в процесі особистих взаємин із підлеглими, вищестоящими керівниками і колегами.

Використання інших людей, як засобу для впровадження певних планів і досягнення власних цілей. У бізнесі з точки зору етики найбільш перспективним та ефективним є наступне правило: "Поводь себе так, щоб людство, як в твоїй особі, так і в особі будь-кого іншого, розглядалося як мета, а не як засіб".

Чи знаєте Ви, що...



приблизний кодекс поведінки керівника підприємства, що є суб'єктом міжнародного бізнесу, може складатися з наступних пунктів:

- Не підвищуйте голосу
- Не ображайтесь
- Не зловживайте владою
- Приховуйте своє роздратування
- Надавайте максимальну свободу ініціативам колег
- Уважно вислуховуйте співрозмовника
- Без потреби не втручайтесь у справи колег
- Умійте відмовитися від неправильного рішення
- Не бійтеся талановитих конкурентів
- Знайте можливості конкурентів
- Не накопичуйте в собі злоби
- Будьте справедливі
- Поважайте особу з якою співпрацюєте
- Не будьте злопам'ятними
- Допомагайте своїм колегам
- Мотивуйте свої дії
- Будьте доброзичливими
- Уникайте порівнювань одних осіб з іншими
- Вимагайте пояснень.



При цьому необхідно підкреслити, що далеко не кожне підприємство слугує інтересам суспільства. Якщо товари, які виробляються певною компанією, не відповідають потребам суспільства, то незалежно від розмірів прибутку, і, навіть, суми сплачених податків, така компанія не може вважатися потрібною для суспільства. Лише в тому випадку, коли компанія готова слугувати суспільству, не виникатимуть помилки у виборі й удосконаленні якості товару.

Якщо товари, які виробляє компанія, не відповідають потребам суспільства, то суспільство, діючи в інтересах самооборони, вживатиме таких заходів, які призведуть до знищення такої фірми. Щоб цього не сталося, керівництво фірми повинно постійно відчувати свою відповідальність перед суспільством.

**3 практики
світового
бізнесу**



30 вересня 1982 р. в Чикаго від отруєння ціанідом, який містився в капсулах препарату "Тайленол посиленої дії", померло три людини. За невеликий проміжок часу кількість смертей з аналогічної, як одразу було встановлено, причини досягла семи. Виробнику "Тайленола" – компанії "Johnson & Johnson" – загрожував повний крах: препарат, що був лідером на той час на ринку анальгетиків (37 % даного ринку), забезпечував 7,4 % виручки компанії та 17 % її доходу. Враховуючи відсутність офіційних звинувачень з боку влади, з реакцією на інцидент компанія могла почекаати. Тим більше що

зняття "Тайленола" з продажу означало для компанії збитки в розмірі \$100 млн., втрату репутації, падіння курсу акцій. Але саме таке рішення – зняти препарат з продажу, – було прийнято керівництвом "Johnson & Johnson", яке поставило на перше місце не фінансову вигоду, а безпеку споживачів. Більше того, компанія зуміла майстерно подолати наслідки події – надавши громадськості інформацію про інцидент, вона протягом 18 місяців повернула собі 96 % попередньої частки ринку.

Існує чимало етичних критеріїв цивілізованого підприємництва, але особливу цінність у ділових відносинах набуває чесність і порядність партнерів. Американський підприємець К. Редолл писав, що в бізнесі необхідно покладатися на сумління індивідуума: це той бік свободи, яка називається відповідальністю.

12.3. Особливості ведення переговорів



**Поняття та
порядок
ведення
переговорів**

Протягом усього нашого життя ми постійно ведемо переговори, обмінюємося зобов'язаннями та обіцянками. Коли двом або більше особам необхідно дійти згоди з будь-якого питання, їм

необхідно вести переговори.

В бізнесі переговори проходять у вигляді ділової бесіди з питань, що представляють інтерес для обох сторін і сприяють налагодженню зв'язків між ними. Переговори – це найкращий спосіб вирішення проблем завжди і за

будь-яких обставин. Володіння мистецтвом ведення переговорів може дати неймовірні результати.

Ведення переговорів – це виявлення бажання знайти відповідне рішення для кожної з сторін, яка бере в них участь. Переговори – це спосіб вирішення проблем шляхом дискусії між особами або групами осіб.

Слід зазначити, що переговори є процесом визначення і узгодження умов обміну, найчастіше, товару за гроші.

Переговори з будь-яких питань і на будь-яких рівнях проводяться в декілька етапів:

- 1) підготовка до проведення переговорів;
- 2) проведення переговорів;
- 3) аналіз результатів.

Перед тим, як розпочати переговори кожній зі сторін слід визначитися з двома питаннями: Чи варто йти на переговори? Чи є можливість задовольнити свій інтерес в повному обсязі іншим шляхом?

Підготовчий етап переговорів наведено на рис. 12.8.

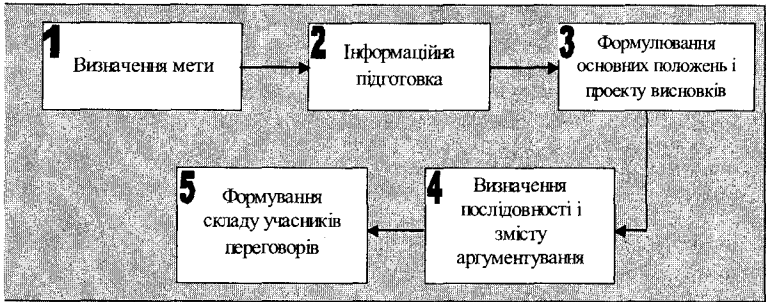


Рис. 12.8. Етапи підготовки переговорів

Підготовка до проведення переговорів – перша і основна стадія переговорного процесу, і від того, якою вона буде, багато в чому залежать результати як самих переговорів, так і прийнятих рішень.

Навряд чи варто сподіватися на швидке й успішне завершення переговорів, якщо сторони виявилися не готовими до них. У такому випадку час, відведений на обговорення, доведеться витратити на те, що могло бути обмірковане раніше.

Переговори розпочинаються з:

☞ аналізу проблеми (визначення предмету переговорів, збору інформації про партнера, визначення наявності альтернатив та інтересів підприємства та партнера);

☞ планування переговорів (розробка концепції ведення переговорів, визначення їх цілей, завдань, стратегії, проведення економічних розрахунків,



аналіз основних позицій та можливих варіантів, підготовка необхідної технічної та довідкової документації);

↳ планування організаційних моментів та перших контактів з партнером.

Під час підготовки до проведення переговорів слід пам'ятати, що організація переговорів – це імідж підприємства. Не маючи другого шансу на перше враження, ділова людина передбачить все: час і місце зустрічі, комфортність приміщення (в кімнаті повинні бути зручні крісла, столи, гарна вентиляція), наявність на столі паперу для записів та олівців, підготує найважливіші папери.



Визначення мети переговорів

Визначення кінцевої мети переговорів є одним з найважливіших моментів при підготовці їх проведення. Чіткість і точність формулювання інтересів забезпечить концентрацію зусиль

передусім навколо головного питання, вирішення якого сторона прагне досягти на переговорах. Важливо не лише мати адекватне уявлення про наміри іншої сторони. Адже буває, що крім офіційно задекларованої мети, тобто врегулювання певних питань, до яких є взаємний інтерес, контрагент приховує, чи може мати додаткові інтереси стосовно:

↳ накопичення інформації, з'ясування вимог іншої сторони та ступеню її рішучості захищати свої інтереси;

↳ надання додаткової інформації або дезінформації стосовно своїх планів та існуючих способів їх реалізації;

↳ демонстрації своєї зацікавленості у врегулюванні проблеми;

↳ тиску на третю сторону;

↳ встановлення ділових стосунків на майбутнє;

↳ виграну часу для реалізації певного плану.

Досить часто причиною проведення переговорів є бажання завадити вирішенню проблеми в інший спосіб і без участі посередників або представників підприємстві.

Визначення цілей – перманентний процес, і щоб не опинитися там, куди нас намагаються завести наші контрагенти, ми постійно маємо усвідомлювати, що нам потрібно, а що ні.

Процес визначення цілей не обмежується лише підготовчим етапом, події постійно розвиваються, надходить нова інформація, в результаті чого цілі уточнюються, а можливо змінюються.

Процес визначення цілей можна поділити на три фази:

- 1) чого ми бажаємо?
- 2) що ми можемо?
- 3) з чого починати?



Організація переговорів

У практиці ведення переговорів на всіх рівнях існують загальні алгоритми:

- ↳ привітання і ознайомлення з проблемою;
- ↳ характеристика проблеми і пропозиції про

хід переговорів;

- ↳ виклад позиції (докладно);
- ↳ ведення діалогу;
- ↳ вирішення проблеми;
- ↳ завершення.

Найчастіше домовленість досягається лише після всебічного обговорення проблеми. У ході проведення переговорів виявляються різні інтереси, і партнери пропускають їх крізь призму власних потреб. Важливу роль у процесі ведення переговорів відіграють переваги (чи негативні характеристики) результатів цієї чи іншої угоди, особливо при оцінці нових, висунутих під час переговорів, варіантів рішень.

Переговори вимагають ретельної підготовки: чим інтенсивніше вони ведуться (з використанням аналітичних розрахунків, розрахунків економічної вигоди, висновків), тим більше шансів на успіх. І навпаки, набагато менше шансів успішного проведення переговорів, коли не враховані різні об'єктивні та психологічні аспекти.

З практики світового бізнесу



Все частіше переговори використовуються як засіб визначення умов, на яких підприємство буде розпочинати, здійснювати або завершувати угоди в іноземній державі. Донедавна переговори переважно велися для здійснення прямих інвестицій; згодом вони почали використовуватися для інших операцій, таких як ліцензійні угоди, виплати за борговими зобов'язаннями та різні експортні торговельні контракти. Навіть, якщо сторони прямо не залучені до переговорів, учасники або посередники переговорів можуть враховувати їх інтереси.

За столом переговорів можуть зустрітися різні люди, які мають різний досвід, різний темперамент (наприклад, сангвінік і холерик) і різну фахову освіту (наприклад, технічна й економічна). Відповідно і побудова процесу переговорів буде відрізнятися. Партнери можуть домовитися між собою легко чи з великими зусиллями або взагалі не дійти згоди.



Переговори на міжнародно- му рівні

Перед тим, як розпочинати переговори на міжнародному рівні менеджери зазвичай вже мають досвід ведення переговорів на внутрішньому ринку. Не зважаючи на

особливості ведення переговорів на міжнародному рівні вони мають багато спільного з аналогічним процесом на внутрішньому ринку.

Як і при переговорах всередині країни, результат міжнародних переговорів частково залежить від результатів попередніх переговорів або подій, що слугують у цьому процесі моделями. В якості прикладу, може бути використаний будь-який досвід: відносини між підприємствами всередині країни, між окремими їх підрозділами тощо.

Основні відмінності між внутрішніми та міжнародними переговорами полягають у: тривалості міжнародних переговорів, значній кількості положень, які ніколи не виникали при веденні внутрішніх переговорів, наприклад, визначення валюти контракту.

Повний пакет пропозицій завжди включає певні вимоги, від яких підприємство може відмовитися або навпаки, має на меті шукати компроміс. Ці положення дозволяють кожній зі сторін вимагати поступок щодо вирішення деяких питань у відповідь на компроміс з інших питань. Вони також дозволяють зберегти "обличчя підприємства", демонструючи, що обидві сторони дійшли згоди. Але з деяких питань досягти компромісу неможливо.

Кінцева угода залежатиме від вміння кожної зі сторін вести переговори та від поступок, які зробить кожна зі сторін у цьому процесі, тому що одна сторона може тільки припускати, як далеко має намір йти інша сторона. Навіть після того, як сторони дійшли згоди важко визначитися, чи вдалося їм домогтися всіх можливих поступок чи можна було йти далі.

**Чи знаєте Ви,
що...**



у 1995 р. 99 країнам з 103 було запропоновано інвестиційні пільги для залучення посередників до ведення переговорів.

Наприклад, Французький уряд вклав 111 мільйонів доларів (що становить чверть вартості підприємства), з метою залучення "Mercedes-Benz" організувати виробництво у Франції.

Прямі стимули, що пропонують уряди держав іноземним інвесторам, включають звільнення від податків, навчання персоналу, гранти, позики під низькі відсотки, гарантії на позики, субсидії на енергію та транспорт, звільнення від податків на імпорт і будівництво. Уряди країн також можуть надавати непрямі стимули, такі як кваліфікована робоча сила.

Чи знаєте Ви, що...



компанія "Toyota" відмовилася прийняти допомогу Британського уряду в зв'язку з побоюванням, що інші європейські країни будуть не так охоче надавати їм свій ринок для продажу продукції.

Три американські ТНК дійшли згоди зі штатом Махараштра (Індія) щодо будівництва електростанції вартістю 2,8 млрд. дол., (найбільша іноземна інвестиція в Індії), за якою "Enron" одержував 80 %, а "Bechtel Enterprises" та "General Electric" – по 10 %. Після того, як компанії інвестували 300 млн. дол., уряд призупинив роботи, але погодився провести повторні переговори. Компанії щодня зазнавали збитків на суму 250 тис. дол., протягом періоду ведення переговорів, в результаті, погодилися використовувати для генерування енергії індійську нафту замість катаранського природного газу, передати штату Махараштра 30 % підприємства, скоротити частку "Enron" до 50 %, скоротити ціну на електричний струм на 22,2 %.

Існує ряд умов, яких необхідно дотримуватися в ході ведення процесу переговорів. Коли підприємство розпочинає свій бізнес у певній країні її керівництво повинно враховувати:

- ☞ необхідність обмеження вартості товарів і послуг;
- ☞ виконання зобов'язань із забезпечення визначеної кількості робочих місць, які визначені обсягом експорту;
- ☞ обмеження щодо прийому на роботу реемігрантів і використання застарілого чи реставрованого обладнання;
- ☞ контроль цін на товари, імпортовані чи експортовані дочірніми підприємствами;
- ☞ вимоги, щодо організації спільних підприємств.

Після завершення переговорів необхідно дати відповіді на наступні питання:

- ☞ чого сторона справді досягла на переговорах і чого не досягла в порівнянні з поставленим завданням?
 - ☞ у чому полягають основні причини досягнення результатів у процесі переговорів?
 - ☞ які висновки можна зробити для ведення переговорів у майбутньому?
 - ☞ чи довелося стороні у ході переговорів піти на поступки: які та чому?
- Незалежно від якості результатів вони повинні бути проаналізовані.



Культура ведення переговорів

Існує ряд факторів, що впливають, як власне на процес ведення переговорів, так і на їх результати.

Багато проблем пов'язані з культурними розбіжностями, що призводить до виникнення непорозуміння і недовіри за столом переговорів.



Деякі з учасників переговорів мають більше повноважень приймати рішення, ніж їх партнери з інших країн, частково через розходження між, так званим, індивідуалізмом (США) і колективізмом (Японія).

Посередники, в культурі яких важливу роль відіграють пунктуальність і розподіл часу, схильні встановлювати чіткі терміни (німці) на відміну від, наприклад, іспанців, які приділяють менше уваги пунктуальності та розкладам.

Досить часто посередники можуть зіштовхнутись з труднощами викликаними неоднозначними перекладами термінів або словосполучень іншою мовою, які б передали в точності, що мається на увазі. Це може призвести до незапланованих пауз, у той час коли перекладачі звертаються до словника. У кожній культурі існує своя мова виразів обличчя, але, навіть, якщо Вам зрозуміла ця мова, важко оцінювати ситуації за виразом обличчя, тому що проходить деякий час між висловленням і його сприйняттям на іншій мові. У сучасних умовах мовний аспект має велике значення. На сьогодні всі фінансові операції в світі супроводжуються переговорами англійською мовою, крім того, Лондон та інший провідний фінансовий центр Нью-Йорк говорять і думають однією мовою, хоча з різними акцентами.

При встановленні ділових контактів із західними бізнесменами слід мати на увазі їх певний інфантизм, небажання перетворювати бізнес у науку або важку роботу.



Англія

Англійський бізнесмен дотримується “ритуальних концепцій у поглядах на життя”, завжди робить так, як прийнято в суспільстві. На переговорах позиція англійських бізнесменів досить жорстка, торгово-політичні фактори переважають над суто комерційними. При веденні переговорів залучається численний фактичний, довідковий і стратегічний матеріали. Прораховується кожна позиція, точно фіксується будь-яка деталь і позиція контракту. Під час проведення ділових переговорів із англійськими бізнесменами обговорюється не тільки контракт, але й широке коло питань щодо перспектив подальшого співробітництва.



Японія

У традиціях японських ділових людей – уважно вислухати точку зору співрозмовника до кінця, не перебиваючи його та не роблячи жодних зауважень. У результаті цього на перших етапах переговорів нерідко буває неможливо передбачити, якої думки щодо того чи іншого питання будуть дотримуватися японські бізнесмени в ході наступних обговорень. Представник Японії під час бесіди може кілька разів хитнути головою, але це



зовсім не означає, що він повністю згоден з вами, і лише свідчить про те, що він зрозумів зміст сказаного².



Франція

Французи полюбують досконально вивчати всі аспекти та наслідки пропозицій, що надійшли. На відміну від американських бізнесменів, французькі керівники схильні уникати ризикованих фінансових операцій. Вони не одразу дозволяють впевнити себе у необхідності зробленої пропозиції, надаючи перевагу аргументованому та всебічному обговоренні кожної деталі майбутньої угоди. Їм не подобається, коли їх підганяють; будь-яка спроба прискорити справу чи вираження нетерплячості може лише завдати шкоди у вирішенні певного питання³.



Італія

В Італії практика ведення ділових переговорів сформувалася з врахуванням аналогічних норм у більшості європейських країн. Звичайно представники дрібних і середніх фірм Італії виявляються більш енергійними й активними на перших етапах встановлення партнерських відносин, не затягують вирішення організаційних і формальних питань, охоче йдуть на альтернативні варіанти первинних зв'язків. Це пояснюється тим, що в них відсутні складні бюрократичні процедури прийняття адміністративних рішень. Як правило, для налагодження ділових зв'язків достатньо обміну офіційними листами, в яких звичайно викладається коротка інформація про підприємство та вказується предмет ділового інтересу.

Значення культурних факторів може змінюватись при повторних переговорах, оскільки сторони вже знайомі. Якщо первинні відносини при переговорах були дружні, то імовірно вони залишаться такими та при повторних переговорах. Якщо ж попередні відносини були ворожими, то повторні переговори можуть бути більш підозрілими та складними, ніж попередні⁴.



Поведінка при веденні переговорів

Під час проведення переговорів слід виходити з того, що переговори необхідні та корисні для вирішення корпоративних завдань відділу, підприємства. Для того, щоб переговори пройшли конструктивно та з користю для обох сторін, необхідно враховувати рекомендації, що наведені на рис. 12.9.

² Редакционная коллегия серии "Наши деловые партнеры". Япония. Издание второе, перераб. и доп. М.: Международные отношения, 1991 – С. 213.

³ Редакционная коллегия серии "Наши деловые партнеры". Франция. М.: Международные отношения, 1990 г. – С. 139-140.

⁴ Редакционная коллегия серии "Наши деловые партнеры". Италия. М.: Международные отношения, 1991 г. – С. 165-166.

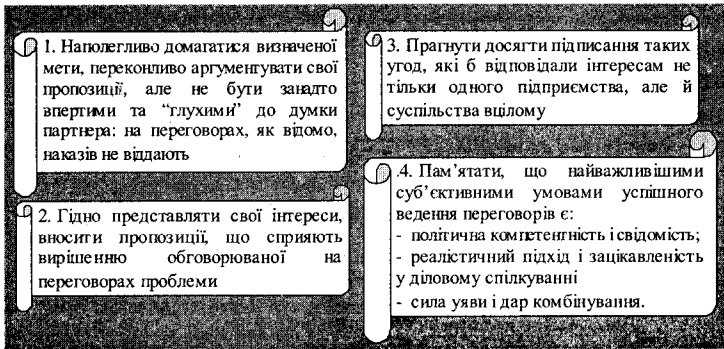


Рис. 12.9. Рекомендації до ведення переговорів

Було б ілюзією думати, що співрозмовника можна перехитрити за допомогою різних трюків, змусити його здійснити надмірні вчинки.

На будь-яких переговорах не обійтися без переконливої цілеспрямованої аргументації. Але на переговорах не варто:

- ↳ використовувати тимчасовий фактор для тиску на співрозмовника;
- ↳ “давати” на співрозмовника термінами;
- ↳ домагатися для себе переваг шляхом імітації “непорозуміння”, обдурювання, лестощів тощо.

Переговори – це метод досягнення рішень у спірних питаннях між двома чи більше представниками.

3 практики світового бізнесу



Ось декілька прикладів ділової поведінки в різних країнах, що може стати у пригоді сучасному бізнесмену:

↳ Латиноамериканці звикли вести ділові переговори дуже близько з співбесідником, буквально “ніс до носу”. Американець в подібній ситуації відступає, але латиноамериканський партнер продовжує рухатися на нього, і в результаті обоє дратуються.

↳ Під час переговорів японські бізнесмени майже ніколи не кажуть своїм американським партнерам “ні”. Американці розчаровуються, не знаючи, що їм думати. Адже американець швидко переходить до суті справи, а для японця такий хід справ вважається образливим.

↳ У Франції оптові торговці не займаються стимулюванням збуту продукції. Вони просто залучають роздрібних торговців і постачають необхідний товар. А ось, якщо методи роботи французьких оптових торговців покладе в основу своєї стратегії американська корпорація, вона, очевидно, програє.

Ведення переговорів – це складний процес, який вимагає знань професійної підготовки. Добре проведені переговори викликають довіру між партнерами та поліпшують їх взаємовідносини. Все це вимагає великих зусиль.

Переговори – це не лише вирішення проблеми чи прийняття рішень. Вони мають ширше значення, оскільки вимагають від сторін досягнення спільних кінцевих цілей. Переговори ведуться з метою складання спільного взаємоприйняттого (взаємовигідного) сценарію.

Нижче наведені приклади сценаріїв, за яким варто діяти при веденні переговорів (табл. 12.3).

Таблиця 12.3 Сценарії ведення переговорів

Сценарій	Коротка характеристика поведінки під час переговорів
Твердий	<ol style="list-style-type: none"> 1. Починають переговори з високими вимогами 2. Пропонуються рішення, які відповідають власним інтересам, незважаючи на потреби протилежної сторони 3. Намагаються дізнатися якнайбільше про альтернативи протилежної сторони, щоб задовольнити свої потреби 4. Вимагають вартісних альтернатив за кожну поступку 5. Роблять поступки з великим небажанням
М'який	<ol style="list-style-type: none"> 1. На початку переговорів керуються не лише власними інтересам 2. З'ясовують потреби протилежної сторони для їх задоволення 3. Пропонують рішення (пропозиції) з оглядом на потреби протилежної сторони.
Відкритий	<ol style="list-style-type: none"> 1. Відкривають перед протилежною стороною більш широко свої інтереси 2. Називають протилежній стороні справжню вартість своїх альтернатив і яку користь приносять альтернативи, запропоновані протилежною стороною 3. Заохочують протилежну сторону до вільної дискусії щодо альтернатив і спільних потреб
Закритий	<ol style="list-style-type: none"> 1. Не відкривають своїх потреб 2. Не виказують розуміння справжньої вартості альтернатив

Насамперед, варто звертати увагу на проблеми відносно до комплексу аргументів, висунутих Вашим партнером при викладенні своєї точки зору. Не слід на твердження партнера відповідати за допомогою зустрічних тверджень, варто попросити його уточнити, чому він дотримується викладеної точки зору. Керівники, що володіють досвідом ведення переговорів, дотримуються наступного принципу: вони зосереджують увагу на предметі й одночасно враховують особисті якості партнера. Потрібно подбати про те, щоб партнер міг спокійно викласти всі свої аргументи, заперечення, пропозиції. Для всіх учасників переговорів, насамперед, важливо “влонити” конкретну ситуацію, тобто з'ясувати позицію співрозмовника щодо предмета переговорів і порівняти цю оцінку з власними спостереженнями. Саме тому слід завжди налаштовуватись на “прийом”. Якщо уважно вислухати партнера, то це сприятиме створенню основ для прогресу на переговорах, допоможе зрозуміти, проаналізувати й оцінити позицію співрозмовника. Це також дозволить уникнути непотрібних зустрічних запитань, непорозумінь і забезпечить плавний хід обговорення питань, порушених на переговорах.

Якщо ж переговори зайшли у глухий кут, ситуацію можна виправити: подивитись на проблему з іншого боку; за допомогою зустрічних питань необхідно уточнити, чи правильно ви зрозуміли партнера: “Якщо я Вас правильно зрозумів, у Вас є деякі сумніви щодо термінів поставок...” Виявіть рішучість у справі та стриманість у тоні. Може трапитися, що переговори зупиняться на обговоренні другорядних питань, хоча сторони ще не дійшли згоди з основних пунктів. Але ж саме така згода є передумовою для успішного ходу переговорів. У цьому випадку необхідно “відсортувати” уже досягнуті результати переговорів і на підставі цього визначити наступні пункти, що підлягають обговоренню. Під час ведення переговорів рекомендується застосовувати певні мовні трафарети (табл. 12.4).

Таблиця 12.4. Мовні трафарети, які використовуються при веденні переговорів

Стадія переговорів	Висловлювання
1	2
Початок бесіди	Мені хотілося б розпочати нашу розмову з...
	Я думаю, що перш ніж розпочати переговори, нам слід обговорити...
	Я сподіваюся, що Вам добре відомі причини, які спонукали нас до зустрічі, і тому мені хотілося б одразу ж перейти до обговорення...
Підтвердження згоди	Цей пункт не викликає наших сумнівів
	Згідно з цими положеннями ми нічого не маємо проти
	Ваші умови в цілому нас задовольняють, але ми хотіли б ...
	Я повністю поділяю Вашу точку зору на ...
Бажання відстояти свою точку зору	Мої погляди повністю відповідають Вашій точці зору
	Може Вам буде цікаво почути думку експертів з даного питання
	Думаю, варто було б обговорити й і інший (інші) варіант рішення, оскільки ...
	Я вважаю, що ми дещо відхилилися від теми нашої бесіди. Доцільно було б повернутися до уточнення положень пункту ... нашого договору.
Вибачення	Я уявляю собі вирішення цього питання по-іншому. В зв'язку з цим я б хотів детальніше пояснити ...
	Прийміть мої вибачення, пов'язані з...
	Я щиро вибачаюся за свою поведінку в період ...
Прохання	Вважаю доречним вибачитися перед Вами за невраховані факти, яких я не знав при нашій зустрічі.
	Я буду дуже вдячний, якщо ...
	З вашого боку буде дуже люб'язно, якщо ...
Сумніви та невизначеність	Ми дуже розраховуємо на Вашу підтримку та допомогу у вирішенні...
	Я б дуже просив Вас уточнити ...(факти), оскільки я володію зовсім протилежною інформацією
	У мене склалося враження, що запропонований варіант рішення дещо передчасний
	Я поки не схилиюсь до остаточного варіанта рішення

1	2
Бажання уникнути відповіді	Я зможу вам дати відповідь, але тільки в загальних рисах
	Мені важко в даний час дати оцінку
	На це запитання важко дати однозначну відповідь, оскільки ...
Бажання завершити розмову	Я думаю, що настав час підвести підсумки наших домовленостей
	Я думаю, що проблему, над якою ми стільки працювали, можна вважати вирішеною
	Дозвольте мені від імені... подякувати за сьогоднішню зустріч і висловити сподівання на подальшу плідну співпрацю

Слід підкреслити, що найважливішими передумовами успішного проведення переговорів є відповідна підготовка, направлена на вирішення проблеми зосередження уваги на предметі, прагнення виробити загальну позицію, врахування особистих якостей партнера, реалізму дотримання інтересів, гнучкість тощо. Ось декілька питань, на які варто дати відповіді особам, що приймають участь у переговорах з метою самооцінки:

↳ чи можу перед початком переговорів отримати необхідну інформацію про клієнта, спираючись на власні спостереження?

↳ чи вмю та можу ідентифікувати справжній процес прийняття рішень на підприємстві клієнта?

↳ чи можу встановити ієрархію умов?

↳ чи можу передбачити або відгадати ієрархію цих умов у співрозмовника?

↳ чи можу об'єктивно оцінити факт, що протягом проведення переговорів отримав лише мінімальні результати з точки зору мого підприємства?

↳ чи можу підтвердити свої вихідні позиції?

↳ чи можу визначити кінцеву дату завершення переговорів? Чи визначив її мій співрозмовник?

↳ якими є ідеальна дата початку переговорів та ідеальний період їх проведення?

↳ чи вмю залишатись спокійним при появі ускладнень у переговорах?

Характеристика правових систем зарубіжних країн

Країна	Органи влади		Правова система
	законодавча	виконавча	
1	2	3	4
Австралія	<p>Належить двопалатному парламенту, який обирається загальним голосуванням. До складу верхньої палати (Сенату) входять 76 чоловік, які обираються шляхом прямих виборів за системою пропорційного представництва. Сенатори від штатів обираються на 6 років зі зміною половини складу кожні три роки. В Палаті представників – 148 членів. Депутати нижньої палати також обираються шляхом прямих виборів на три роки</p>	<p>Покладена на британську королеву та здійснюється від її імені генерал-губернатором, який призначений королевою на п'ять років. Серед повноважень генерал-губернатора наступні: він має право скликання та відстрочки парламентських сесій, розпуску Палати представників; схвалює прийняті парламентом закони</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>Правова система Австралії формувалася під впливом англійського права. Основними юридичними джерелами там визнаються сформульоване в судових рішеннях загальне право та законодавчі акти. Загальне право, на відміну від законодавства, є єдиним для шести штатів та двох (Північної та Австралійської столичної) територій Австралійського Союзу.</p> <p>Цивільне право</p> <p>Цивільне право не містить істотних відмінностей від англійського права за виключенням норм, які відносяться до земельного права та частково до трудових відносин. Одну зі своєрідних галузей законодавства утворюють норми, що регулюють юридичний стан аборигенів, які опинилися на межі вимирання.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>Джерела – законодавство Союзу та окремих штатів, норми загального права. Основні види покарань, передбачені кримінальними законами федерації і штатів, – обмеження волі, умовне засудження та штраф. Смертельна кара нині відмінена на всій території Австралії.</p> <p>Судова система</p> <p>Включає федеральні суди, суди окремих штатів, а також кілька спеціальних судових закладів з чітко визначеними обмеженими функціями. Істотних перетворень набула в 1970-х рр., коли поряд з раніше діючим Високим судом Австралії були створені Сімейний суд, а потім і Федеральний суд Австралії</p>

1	2	3	4
<p>Бельгія</p>	<p>Згідно з Конституцією Король здійснює законодавчу і виконавчу владу. Законодавчу владу король поділяє з парламентом, відносно якого володіє значними правами: затверджує закони, прийняті парламентом, може розпустити його, скликати на надзвичайну сесію, вправі залишити у владі уряд, який не користується довірою парламенту, призначити нові вибори. Парламент Бельгії – двопалатний представницький орган. Поряд з основними функціями парламент володіє іншими повноваженнями: затверджує бюджет, торгові договори чи угоди, щорічно вирішує питання про численність збройних сил, призначає членів Верховного суду</p>	<p>Відносини короля з виконавчою владою ставляться наступним чином: король призначає та затверджує міністрів, але жодний його акт не має сили без підпису відповідного міністра, який несе за нього відповідальність. Рада Міністрів є урядом Бельгії та ланкою, що поєднує повноваження короля та виконавчих органів. Рішення уряду мають форму королівських указів або міністерських декретів</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>З моменту утворення самостійної бельгійської держави основу її законодавства становили п'ять французьких кодексів: Цивільний ("Кодекс Наполеона"), Торговий, Кримінальний, Цивільний процесуальний та Кримінальний процесуальний. Трудові відносини в Бельгії регулюються Пактом про соціальну солідарність, є розвинута система трудового законодавства і соціального забезпечення.</p> <p>Цивільне право</p> <p>На загальнодержавному рівні функціонують Національна рада праці, Центральна рада економіки. Законодавство у сфері соціального забезпечення являє собою реалізацію постанов Європейського Союзу і передбачає умови та порядок призначення пенсій, страхування від безробіття, хвороб та ін.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>Діючий Кримінальний кодекс 1867 р. складений під впливом французького, однак істотно відрізняється від нього у прагненні до більшої індивідуалізації покарань. Смертельна кара, хоча і передбачена законодавством, але фактично відмінена.</p> <p>Судова система</p> <p>Вища ланка бельгійської судової системи, – Касаційний суд (Брюссель). В країні є п'ять апеляційних судів, в кожній з дев'яти провінцій Бельгії раз на квартал збираються сесії суду присяжних, які розглядають справи про найбільш серйозні злочини. Основна ланка бельгійської судової системи – трибунали першої інстанції, по трудових скаргах та комерційні. Ці трибунали функціонують в кожному з 26 судових околиць. Нижча ланка системи – світові суди зі справами про малозначні злочини</p>

1	2	3	4
<p>Великобританія</p>	<p>Належить двопалатному парламенту. Строк її повноважень не може перевищувати п'яти років. Палата обшин обирається шляхом загальних і прямих виборів за мажоритарною системою. В її складі 650 депутатів. Палата лордів не обирається, право засідати в ній отримується або спадково, або за призначенням королеви. Серед найбільш важливих функцій – прийняття законів і контроль за діяльністю уряду. Правом законодавчої ініціативи користуються члени парламенту, а відповідно і члени уряду. Законопроекти спочатку обговорюють в Палаті обшин, а потім – в Палаті лордів</p>	<p>Уряд формується після парламентських виборів. Прем'єр-міністром стає лідер партії, який отримав більшість місць в Палаті обшин. У Великобританії розрізняють поняття "уряд" та "кабінет". Кабінет діє всередині уряду, до його складу входять прем'єр-міністр та основні міністри. Фактично всі питання внутрішньої та зовнішньої політики країни вирішують на засіданнях Кабінету, який на справі здійснює вищу виконавчу владу</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>Основними джерелами англійського права є судові прецеденти, тобто рішення вищих судів, які мають обов'язкову силу для них самих та нижчестоящих судів, статuti та акти делегованого законодавства. Протязі ХХ ст. серед джерел англійського права істотно зростає і роль делегованого законодавства, особливо в таких областях, як освіта, соціальне страхування. За останні десятиліття англійське законодавство набуває все більш систематизованого характеру.</p> <p>Цивільне право</p> <p>Специфічну сферу англійського права являє собою законодавство про компанії, яке відіграє важливу роль в економіці країни. В сфері сімейних відносин нині діють окремі акти, кожний з яких регулює визначене коло питань (Закон про шлюб 1949 р. та ін.), в регулюванні трудових відносин важлива роль належить як законодавству, так і прецедентному праву, що формується в ході судового розгляду трудових спорів. Сучасні системи соціального забезпечення почали розвиватися в кінці 19-початку 20 ст. За останні десятиліття у Великобританії великий розвиток отримало законодавство про охорону навколишнього середовища.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>Серед діючих кримінальних законів більшу частину складають акти, прийняті в ході реформи 1830-1880 рр. та після неї. Законодавство в області кримінального права, порівнюючи з нормами загального права, нині охоплює майже всі основні інститути загальної частини. Підготовка проєктів нових законодавчих актів в сфері кримінального права та процесу здійснюється Правовою комісією, створеною в 1965 р. основні елементи теперішньої системи покарань в Англії – обмеження волі, пробация та штраф.</p> <p>Судова система</p> <p>Вища судова інстанція в Об'єднаному Королівстві – Палата лордів, яка приймає до розгляду апеляції, головним чином з питань права, на постанови з цивільних та кримінальних справ. Є Верховний суд Англії та Уельсу, Апеляційний суд та Високий суд, Суд корони, Суди графств, Магістратські суди та спеціалізовані суди</p>

1	2	3	4
Угорщина	Вищий законодавчий та верховний орган державної влади – однопалатне державне зібрання, яке обирається на п'ять років. Державне зібрання розробляє Конституцію Угорської Республіки та приймає закони, затверджує державний бюджет і звіт про його виконання. Державне зібрання обирає Президента Республіки, главу уряду, членів Конституційного Суду, уповноважених Державного зібрання тощо	Глава держави – Президент Республіки, який обирається Державним зібранням на п'ять років. У відносинах з виконавчою владою він призначає та звільнює від посади державних секретарів і республіканських уповноважених, приєвоює визначені законом звання, нагороди та є головнокомандуючим збройними силами. Вищий орган державного управління – уряд на чолі з прем'єр-міністром, якого обирає Державне зібрання на пропозицію Президента	<p align="center">Загальна характеристика</p> <p>В теперішній час основним джерелом права в Угорщині є закони та інші нормативні акти. На чолі ієрархії стоїть Конституція, за нею слідує закони парламенту, урядові декрети, декрети прем'єр-міністра. Особливістю Угорщини є виключна активність Конституційного Суду в процесі нормотворення.</p> <p align="center">Цивільне право</p> <p>В 1959 р. прийнятий перший в історії Цивільний кодекс (ЦК), який діє зі змінами й досі. Принциповою особливістю ЦК Угорщини є відсутність загальної частини щодо систематизації. Нове приватне право Угорщини поєднує ринкові, ліберальні засади з соціальними, що особливо помітно у сфері трудового права. В новому ЦК Угорщини відсутні положення декларативного характеру, властиві соціалістичним кодексам.</p> <p align="center">Кримінальне право</p> <p>Джерелами кримінального права є закони, прийняті парламентом. В 1978 р. прийнятий новий Кримінальний кодекс, діючий (зі змінами) до теперішнього часу.</p> <p align="center">Судова система</p> <p>Згідно з Законом "Про суди" в Угорщині затверджена Національна судова рада. Органом конституційного контролю в Угорщині є Конституційний Суд (КС). До компетенції КС входить перевірка конституційності правових норм і вирішення інших задач, покладених на нього законом</p>

1	2	3	4
<p>Іспанія</p>	<p>Законодавча влада належить двопалатному парламенту – Генеральним кортесам. Нижня палата – Конгрес депутатів і верхня палата – Сенат, яка є палатою територіального представництва, обираються строком на чотири роки шляхом загальних, рівних, прямих виборів. Право законодавчої ініціативи належить уряду, Конгресу, Сенату</p>	<p>Уряд – Рада Міністрів здійснює виконавчу владу. Вона складається з голови, його заступників, міністрів й інших членів. Згідно з Конституцією уряд здійснює керівництво “внутрішньою та зовнішньою політикою, цивільною та військовою адміністрацією й обороною країни”. Уряд відповідальний перед кортесами за свою діяльність</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>Основним джерелом права є законодавчі та інші нормативно-правові акти, ієрархію яких складає Конституція, органічні та звичайні закони парламенту, декрети короля (фактично – Ради міністрів). Правовій системі Іспанії відомі інститути делегованого та термінового законодавства.</p> <p>Цивільне право</p> <p>Проект діючого Цивільного кодексу Іспанії був складений в 1843-1846 рр., однак цей проект став законом лише в 1889 р. В останні десятиріччя в текст ЦК внесено ряд важливих змін. Перший іспанський Торговий кодекс був виданий в 1829 р. В регулюванні трудових відносин важливу роль нині грають норми Конституції 1978 р.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>В 1995 р. був прийнятий новий Кримінальний кодекс (КК), який відобразив глибокі демократичні перетворення в державі та суспільстві. На перший план поставлено захист прав та свобод особистості, в тому числі в соціальній сфері; в ньому йде мова про “права працюючих”. Основним принципом Кодексу є мінімальне втручання в життя та поведінку людини. Поряд з покараннями передбачена система заходів безпеки, пов’язаних з обмеженням волі.</p> <p>Судова система</p> <p>Конституція 1978 р. включила до складу вищих державних закладів країни Конституційний суд. Систему судів Іспанії очолює Верховний суд. Це вища судова інстанція в країні, в тому числі і для судів регіональних автономних об’єднань. Керує ними голова, призначений королем. Конституцією 1978 р. передбачено заснування відповідних апеляційних інстанцій в існуючих та знову створених автономних областях</p>

1	2	3	4
<p>Італія</p>	<p>Вища законодавча влада належить парламенту Італії, який складається з двох палат – Палати депутатів та Сенату. Основне повноваження парламенту – прийняття законів, а також контроль за діяльністю уряду. Парламентський контроль здійснюється у формі запитів, резолюцій, що відображають відношення депутатів до того чи іншого питання</p>	<p>Голова держави – Президент Республіки. Строк його повноважень – сім років. Уряд Італії – Рада міністрів – здійснює вищу виконавчу владу в країні. Особливо широке повноваження уряду в області управління державним апаратом: всі адміністративні заклади та відомства країни знаходяться під його контролем. Уряд сам видає різні акти підзаконного характеру – регламенти. Крім того, в порядку делегованого законодавства воно здійснює безпосередньо законодавчі функції, видаючи акти, що мають силу закону</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>Основним джерелом права в Італії є законодавчі та інші нормативні правові акти. В системі чинного законодавства Італії значну роль відіграє Конституція 1947 р. – одна з найбільш демократичних західних конституцій ХХ ст. Конституція 1947 р. припускає видання поряд з законами-актами, що приймаються безпосередньо парламентом, і актів уряду, що мають силу законів.</p> <p>Цивільне право</p> <p>Цивільний кодекс 1942 р., в первинному тексті якого налічувалося 2969 статей, складається з шести книг. Важливим доповненням до Цивільного кодексу став Навігаційний кодекс 1942 р. В сфері приватного права діє цілий ряд законодавчих актів</p> <p>Кримінальне право</p> <p>В 1988 р. був виданий новий Кримінально-процесуальний кодекс Італії. В КПК 1988 р. підкреслюється необхідність дотримання конституційних принципів правосуддя та захисту прав особистості, хоча одночасно з цим в ньому було спрощене рішення деяких процедурних питань. В новому КПК детально регламентується правовий статус учасників судового процесу, проблема збирання та оцінки доказів, а також процесуальна регламентація виконання покарань та заходів безпеки.</p> <p>Судова система</p> <p>Особливе місце серед вищих державних закладів в Італії займає Конституційний суд. Згідно Конституції він вправі приймати рішення про неконституційність законодавчих норм і тим самим відмінати їх.</p> <p>Загальну судову систему очолює Вищий Касаційний суд. В функції 23 апеляційних судів, що засідають в головних містах судових округів, входить розгляд апеляційних скарг на вироки та винесені по першій інстанції рішення трибуналів. Справи про найбільш серйозні кримінальні злочини входять до компетенції судів присяжних</p>

1	2	3	4
<p>Німеччина</p>	<p>Здійснюється парламентом, який згідно з Конституцією вважається однопалатним, а фактично складається з двох палат – Бундестагу та Бундестрату. Власне парламентом є Бундестаг. Бундестаг володіє також контрольними повноваженнями по відношенню до уряду. Вони виявляються у формах запитів, усних питань, в праві вимагати відставки уряду</p>	<p>Вся повнота виконавчої влади належить Федеральному уряду на чолі з федеральним канцлером, який обирається Бундестагом. Згідно з Основним Законом члени уряду несуть відповідальність тільки перед канцлером, роль якого дуже велика. Фактично він визначає основну лінію внутрішньої та зовнішньої політики країни і може бути усунений від посади тільки у випадку обрання нового канклера</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>Визначальну роль в системі діючого законодавства Німеччини відіграє Конституція (Основний Закон) 1949 р. Вона регулює питання взаємовідносин федерації та 16 суб'єктів федерації, а також визначає систему органів влади, управління та правосуддя. Поряд з законодавчими актами важливими джерелами права визнаються постанови, які видаються Федеральним урядом, федеральними міністрами чи урядами земель.</p> <p>Цивільне право</p> <p>Одним з найважливіших актів в системі діючого законодавства Німеччини залишається Німецьке Цивільне укладення 1896 р. (НЦУ), що не зазнало істотних змін і присвячене обов'язковому, сімейному, вічному і спадковому праву. Торгове право регулюється Німецьким торговим укладенням. В регламентації трудових правовідносин важливе значення мають норми конституцій земель, рішення Федерального суду з трудових справ. В Німеччині існує широко розвинута система соціального страхування та забезпечення.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>Діюче кримінальне законодавство Німеччини в значній мірі базується на Німецькому кримінальному укладанні 1871 р. (історична назва Кодексу). Діюче кримінальне законодавство Німеччини передбачає так звану дуалістичну систему кримінальних санкцій: покарання і поряд з ними заходи виправлення та безпеки. До числа власне покарань відносяться обмеження свободи та штраф. Смертельна кара відмінена конституцією 1949 р.</p> <p>Судова система</p> <p>Конституція Німеччини вирізняє п'ять основних областей юстиції (загальна, трудова, соціальна, фінансова й адміністративна). Верховний федеральний суд очолює систему загальних судів. При цьому загальним судам підсудні всі цивільні та кримінальні справи, які не віднесені до компетенції органів адміністративної юстиції</p>

1	2	3	4
<p>Єгипет</p>	<p>Законодавча влада належить однопалатному парламенту – Народному зібранню. Основні рішення парламенту приймаються у формі законів. Важливим повноваженням є парламентський контроль. Особливим законодавчим органом є створена в 1980 р. Консультативна рада</p>	<p>Головою держави та виконавчої влади є Президент, який обирається на шість років прямими загальними виборами. Поряд з Президентом виконавчу владу здійснює уряд – Рада міністрів, “вищий виконавчий та адміністративний (розпорядчий) орган держави”</p>	<p>Цивільне право</p> <p>Носить змішаний характер. Питання особистого плану регулюються мусульманським, інші інститути – романо-германським правом. Цивільний кодекс Єгипту увійшов в дію в 1949 р. і орієнтувався на французьку модель. Поряд з Цивільним кодексом важливим джерелом приватного права є Конституція 1971 р. Основним джерелом торгового права в Єгипті залишається Торговий кодекс 1883 р. Єгипет став першою країною на Африканському континенті, де з’явилося трудове законодавство.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>Склалося під впливом різних правових систем. Діючий ЦК Єгипту являє собою приклад поєднання французької й англійської систем кримінального права і практично не зазнає мусульманського впливу. Основними видами покарань є штраф, просте ув’язнення, каторжні роботи та смертельна кара. Кримінальний кодекс передбачає смертну кару за навмисне вбивство, підпалення, вбивство у зв’язку з іншим тяжким злочином, співучасть у вбивстві.</p> <p>Судова система</p> <p>В Єгипті діють загальні суди, деякі спеціальні суди, ціла система адміністративних судів. В 1978 р. створена система судів державної безпеки – Верховний та нижчестоящі суди держбезпеки. Прокуратура в Єгипті входить до системи Міністерства юстиції. Конституційний контроль здійснює Верховний конституційний суд</p>

1	2	3	4
<p>Ізраїль</p>	<p>Належить однопалатному парламенту – Кнессету, який складається з 120 депутатів, що обираються на 4 роки загальним виборчим правом. Законодавча влада Кнессету практично не має обмежень, має широкі повноваження по керівництву та нагляду за діями уряду. Законодавча ініціатива здійснюється головним чином Кабінетом. Кнессет обирає Голову держави – Президента – строком на п'ять років</p>	<p>Здійснюється урядом на чолі з прем'єр-міністром. З 1996 р. його обирає безпосередньо населення. Кабінет відповідальний перед парламентом. Вотум недовіри до уряду може бути винесений у 61 голос. Кнессет може виразити вотум недовіри голові уряду більшістю у 81 голос</p>	<p>Загальна характеристика Джерелами ізраїльського права є закони, різного роду підзаконні акти, судові прецеденти, правові звичаї, мусульманські та юдаїстські священні книги.</p> <p>Цивільне право Носить змішаний характер. Сімейне право ґрунтується на релігійних нормах. Інституту цивільного шлюбу в країні не існує. Досить високим рівнем розвитку володіє трудове право, яке враховує як зарубіжний досвід, так і міжнародні норми праці.</p> <p>Кримінальне право Ізраїльська система кримінальних санкцій включає вищу міру покарання, ув'язнення, умовне засудження та штраф. Джерелами ізраїльського кримінально-процесуального права поряд з законами є норми загального права.</p> <p>Судова система Судова система Ізраїлю представлена світськими та релігійними судами. Система світських судів включає світові, окружні, верховний й особливі суди. Світовий суд діє у складі одного судді. Окружний суд розглядає апеляції за рішеннями світового суду і більш серйозні цивільні та кримінальні справи. Верховний суд Ізраїлю, або "Вищий суд справедливості", є вищою судовою інстанцією, рішення якої обов'язкові не тільки для всіх судових органів, але й для виконавчої та законодавчої влади</p>

1	2	3	4
<p>Індія</p>	<p>Вищий законодавчий орган – парламент, який складається з Президента Республіки та двох палат: Раджа Сабха – Рада штатів та Лок Сабха – Народна палата. Передбачається, що Народна (нижня) палата виражає інтереси федерації в цілому, а Рада штатів (верхня палата) – інтереси суб'єктів федерації. Голова держави – Президент, який обирається строком на п'ять років колегією, яка складається з виборних членів обох палат парламенту та депутатів легістратур штатів. Президент у своїх діях зобов'язаний керуватися рекомендаціями уряду. В результаті практично всі основні повноваження Президента здійснюються від його імені прем'єр-міністром</p>	<p>Вища виконавча влада зосереджена в руках уряду (Ради міністрів) та персонально прем'єр-міністра. За конституційним звичаєм Президент призначає прем'єр-міністром лідера парламентської фракції тієї партії, яка користується підтримкою більшості в Народній палаті. Рада міністрів рідко збирається у повному складі. Всі питання керівництва країною вирішуються Кабінетом – вузьким складом уряду, куди входять керівники найбільш важливих галузей управління. Система державної влади в штатах багато в чому схожа на федеральну. Легістратури штатів також мають двопалатну структуру</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>Індуське право – це релігійна правова система, право общини, яка сповідує індуїзм в Індії та інших країнах Південно-Східної Азії та Африки. Основним джерелом класичного індуського права доколоніального періоду залишалися не закони світських владників і навіть не рішення судів, а праці правознавців, зокрема "смірті", коментари до них та юридичні збірники.</p> <p>Цивільне право</p> <p>Індуське право не кодифіковане. Уряд пішов шляхом розробки окремих законопроектів. Питання особистого статусу мусульманської общини регулюються мусульманським правом. Стаття 44 Конституції передбачає видання єдиного Цивільного кодексу для всіх громадян Індії. Але на практиці законодавець йде шляхом видання окремих законів. Значна частина діючого цивільного та торгового законодавства сучасної Індії була прийнята до незалежності. В період незалежності найбільшого розвитку набуло економічне законодавство.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>Кримінальний кодекс Індії вступив в дію 1 січня 1862 р. Він значною мірою ґрунтується на англійському загальному праві. За формою та змістом КК 1860 р. – оригінальний кримінально-правовий акт, що не має аналогів в історії в ньому міститься своєрідне вирішення питань, які стосуються співучасті, стадій здійснення злочину, обставин, що не виключають кримінальну відповідальність, послідовно проводиться принцип відповідальності.</p> <p>Судова система</p> <p>В Індії діє єдина централізована система судів, які застосовують закони як федерації, так і штатів. Нижчою ланкою судової системи є суди панчатів в селах. Другий рівень судів утворюють суди мунсифів. Вище стоять долаткові суди. Високий суд штату виступає в якості суду першої інстанції та апеляційного. Вищим органом єдиної централізованої системи Індії є Верховний суд</p>

1	2	3	4
<p>Канада</p>	<p>За формою правління Канада – конституційна парламентська монархія. Згідно з Конституційним законом 1982 р. Головою держави є королева (король) Великобританії, яку представляє в Канаді генерал-губернатор. Законодавча влада належить королеві в особі генерал-губернатора та парламенту. Парламент Канади складається з Палати обцин і Сенату. Повноваження парламенту достатньо широкі: він видає закони, приймає бюджет, створює уряд та контролює його діяльність, вирішує питання зовнішньої політики</p>	<p>Виконавча влада належить королеві в особі генерал-губернатора та здійснюється урядом – Кабінетом міністрів. До його складу входять прем'єр-міністри, міністри – голови окремих міністерств та міністри без портфелів. Фактично уряд виконує всі функції генерал-губернатора: від його імені скликає та розпускає парламент, призначає на вищі державні посади, розроблює основні напрямки внутрішньої та зовнішньої політики, керує армією та федеральною поліцією</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>Як і у всіх британських колоніях, в Канаді затвердилася система англійського загального права, за якою рішення судів високого рангу, не тільки місцевих, але і британських, отримують обов'язкову силу судового прецеденту. Федеративний устрій Канади визначає розмежування законодавчої компетенції між парламентом країни та законодавчими зборами провінцій.</p> <p>Цивільне право</p> <p>В сфері цивільного та торгового права на рівні федеральному та провінцій (за виключенням Квебеку) діють не кодекси, а законодавчі акти, які регулюють, як правило, великі правові інститути. Новий ЦК Квебеку вступив в силу 1 січня 1994 р. трудові відносини та питання соціального забезпечення регулюються законодавством і колективними договорами, які укладаються між підприємствами та представниками робітників підприємств.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>В 1955 р. був виданий новий Кримінальний кодекс, що являє собою результат кардинальної переробки попереднього законодавства з врахуванням досвіду його застосування судами, а також порівняльного аналізу кодексів інших держав, в тому числі американських штатів.</p> <p>Судова система</p> <p>Вища судова інстанція країни – Верховний суд Канади, створений в 1875 р. Федеральний суд Канади, створений в 1970 р. в обмін попередніх закладів включає в себе судові відділення та апеляційне відділення. Верховний суд кожної з 10 провінцій виступає в якості суду першої інстанції з найбільш важливих цивільних і кримінальних справ</p>

1	2	3	4
<p>Китай</p>	<p>Вищим органом державної влади в Китаї є загальнокитайські збори народних представників (ЗЗНП), постійно діючий орган яких – Постійний комітет ЗЗНП. Обидва ці органи здійснюють законодавчу владу в країні. ЗЗНП вносить зміни до Конституції; приймає кримінальні та цивільні закони, обирає голову держави – Голову Китаю та його замісника, Голову Постійного комітету ЗЗНП та його склад і т. д. Голова держави – Голова Китаю, який обирається ЗЗНП. Строк його повноважень відповідає строку повноважень ЗЗНП</p>	<p>Центральним виконавчим органом держави є Державна рада Китаю, яка характеризується в ст. 85 Конституції як Центральний народний уряд, виконавчий орган державної влади, вищий державний адміністративний орган. Він складається з прем'єра, заступників прем'єра, членів Державної ради, міністра, голів комітету, головного ревізора, начальника секретаріату. Строк його повноважень – п'ять років. Державна рада керує адміністративною роботою загальнодержавного масштабу</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>Основними джерелами права в Китаї є закони та інші нормативні правові акти. Їх ієрархію утворюють Конституція, закон, постанови Постійного комітету ЗЗНП, постанови та розпорядження Державної ради, підзаконні акти інших органів державної влади та управління, в тому числі місцевих.</p> <p>Цивільне право</p> <p>В цілому цивільне право Китаю знаходиться в стадії формування, багато його інститутів й досі законодавчо не закріплені. В Китаї поки немає власного Цивільного кодексу. Замість ЦК в 1986 р. були прийняті і в 1987 р. вступили в дію Загальні положення цивільного права (ЗПЦП). Вони закріплюють основи систематизації цієї галузі, її роль та місце в системі сучасного китайського права. В той же час багато важливих моментів в ЗПЦП не відображені.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>Кримінальний кодекс 1979 р. відкрито закріпив ідеологію марксизму-ленінізму та китайського соціалізму, його норми відрізняв відкрито класовий характер. З моменту прийняття КК було переглянуто коло суб'єктів кримінальної відповідальності. В КК дається вичерпний перелік покарань. В їх систему входять п'ять основних видів: нагляд, короткостроковий кримінальний арешт, строкове та безстрокове обмеження волі, смертельна кара і три додаткових: штраф, обмеження політичних прав і конфіскація майна. Смертельна кара не застосовується до осіб, що не досягли 18 років на момент злочину.</p> <p>Судова система</p> <p>Правові основи судової системи Китаю визначені ст. 123-128 Конституції Китаю та Законом Китаю 1979 р. про організацію народних судів. Правосуддя в КНР здійснюється загальними та спеціальними судовими органами. До загальних відносяться Верховний народний суд та місцеві народні суди. Спеціальними вважаються воєнні суди. Нагляд за законністю в Китаї покладений на органи народної прокуратури, до яких відносяться Верховна, місцева народні прокуратури, воєнні й інші спеціалізовані прокуратури</p>

1	2	3	4
<p>Латвія</p>	<p>Законодавча влада належить Сейму, однопалатному парламенту, що складається зі ста депутатів. Головою держави є Президент Республіки, якого обирає Сейм закритим голосуванням більшістю (не менше 51 голосу) строком на три роки. Президент Республіки вправі поставити питання про розпуск Сейму, затримати публікацію закону. За свою діяльність Президент Республіки політичної відповідальності не несе</p>	<p>Виконавча влада належить уряду – Кабінету міністрів, який складається з Президента міністрів та запрошених ним міністрів. Кабінету міністрів підпорядковані органи державного управління. Для виконання своєї посади Президенту міністрів та міністрам необхідна довіра Сейму, і за свою діяльність вони відповідальні перед Сеймом. Засідання Кабінету міністрів веде Президент міністрів, а на час його відсутності – уповноважений ним міністр</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>В 1990 р., заявивши про відновлення своєї незалежності, Латвія почала найбільш радикальну ломку радянської правової системи. З усіх республік Радянського Союзу Латвія стала єдиною, яка пішла шляхом реставрації дорадянської правової системи. Це виявилось передусім у тому, що в 1992 р. були відновлені два головних акта – Конституція 1922 р. та Цивільний закон 1937 р.</p> <p>Цивільне право</p> <p>Цивільний закон 1937 р., відновлений в дії в 1992 р., складається зі Вступу та чотирьох частин: сімейне, спадкове, майнове та зобов'язальне право. В 1990-ті рр. прийнята також велика серія законів, спрямованих на створення сучасної правової бази для розвитку підприємництва. Формування нової галузі торгового права завершив в цілому Комерційний закон, прийнятий Сеймом 13 квітня 2000 р.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>В теперішній час в Латвії діє Кримінальний закон, прийнятий Сеймом 17 червня 1998 р. В якості основних покарань Кримінальний закон передбачає: смертельну кару, обмеження волі, арешт, примусові роботи, штраф. Основним джерелом кримінально-процесуального права й досі залишається КПК 1960 р.</p> <p>Судова система</p> <p>Організація судової системи Латвії визначається Конституцією, законами “Про судову владу” від 15 грудня 1992 р., “Про сирітські суди та волосні суди” від 23 листопада 1995 р., “Про Конституційний суд” від 14 червня 1996 р. систему загальних судів утворюють Верховний Суд, окружні та районні суди. В 1996 р. в Латвії впроваджений та з 1997 р. почав діяти Конституційний суд. Вищий орган фінансово-економічного контролю в Латвії – Державний контроль</p>

1	2	3	4
<p>Польща</p>	<p>Законодавча влада в Польщі належить Сейму та Сенату – двом палатам польського парламенту. Нижня палата – Сейм здійснює контроль за діяльністю уряду в обсязі, що визначений розпорядженнями Конституції та законів. Постановлений Сеймом закон передається до Сенату. Головою держави є Президент Республіки, який вважається її верховним представником та гарантом безперервності державної влади. Обирається Президент безпосередньо громадянами на п'ятирічний строк та може бути обраний повторно тільки раз</p>	<p>Виконавча влада належить уряду – Раді Міністрів, який згідно Конституції проводить внутрішню та зовнішню політику Республіки. Рада Міністрів складається з Голови Ради Міністрів та міністрів. Члени уряду несуть перед Сеймом солідарну відповідальність за діяльність уряду, а також індивідуальну – за справи, що підлягають їх компетенції чи отримані ним Головою Ради Міністрів</p>	<p>Загальна характеристика Ядро сучасної системи польського права складає демократична Конституція 1997 р. Згідно ст. 87 джерелами загальнообов'язкового права Польщі є: Конституція, закони, ратифіковані міжнародні договори, а також розпорядження.</p> <p>Цивільне право Основним джерелом цивільного права в Польщі є Цивільний кодекс 1964 р. Він побудований за класичною пандектною системою. Основне джерело Торгового права – Торговий кодекс (ТК) 1934 р. В 1990-их рр. ряд положень ТК були переглянуті з метою адаптування їх до нових економічних відносин, а також до законодавства Європейського Союзу.</p> <p>Кримінальне право В червні 1997 р. Сейм прийняв нові Кримінальний та Кримінально-процесуальний кодекси. Нові положення законів ґрунтуються на нормах Конституції 1997 р. Джерелом польського кримінального права є тільки закон. КК 1997 р. поділяється на три частини: Загальну, Особливу, Військову. В 1997 р. в Польщі відмінена смертельна кара.</p> <p>Судова система Основи судової системи Польщі встановлені в розділі 8 Конституції. Правосуддя здійснюють Верховний Суд, загальні суди, адміністративні суди, а також військові суди. Верховний Суд є вищим судовим органом і здійснює нагляд за діяльністю загальних та військових судів. В Польщі існує особлива система органів адміністративної юстиції, яку очолює Вищий адміністративний суд. Загальнопольська Судова Рада покликана зберігати незалежність судів та суддів. В 1982 р. в Польщі засновані два нових органи – Конституційний трибунал та Державний трибунал</p>

1	2	3	4
<p>Російська Федерація</p>	<p>Законодавча влада на федеральному рівні належить Федеральним Зборам – парламенту Російської Федерації, що складається з двох палат – Ради Федерації та Державної Думи. До Ради Федерації входять по два представника від кожного суб'єкта Федерації: по одному від представницького та виконавчого органів державної влади. Державна Дума складається з 450 депутатів, половина з яких обирається з одномандатних округів, інша – з партійних списків на основі пропорційної системи представництва</p>	<p>Виконавчу владу на федеральному рівні здійснює уряд РФ, що діє на основі Конституції РФ і ФКЗ “Про уряд Російської Федерації” від 17 грудня 1997 р. Уряд РФ складається з Голови, його заступників та федеральних міністрів. Голова уряду РФ призначається Президентом РФ зі згоди Державної Думи. Юридично та фактично уряд повністю підзвітний та підконтрольний Президенту РФ. Уряд РФ розроблює та представляє Державній Думі федеральний бюджет та забезпечує його виконання тощо</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>Основним джерелом права в Росії є закони та інші нормативні правові акти. Як і в більшості федеративних держав, російське законодавство поділяється на федеральне та законодавство суб'єктів РФ. На чолі ієрархії федеральних актів стоїть Конституція РФ; далі йдуть конституційні закони, накази Президента РФ, постанови Уряду РФ тощо.</p> <p>Цивільне право</p> <p>Новий ЦК РФ (частина перша прийнята в 1994 р., частина друга – в 1995 р.) створений з врахуванням досвіду всіх найвідоміших цивілістичних кодифікацій Заходу, а також з врахуванням російських цивілістичних традицій та вітчизняного досвіду періоду реформ. Кодекс послідовно відобразив ідеологію приватного права. Основним джерелом сімейного права є новий Сімейний кодекс від 29 грудня 1995 р. Основними джерелами трудового права в РФ є Кодекс законів про працю РФ 1971 р.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>Кримінальне право повністю кодифіковане. Згідно діючого Кримінального кодексу РФ від 13 червня 1996 р. кримінальне законодавство РФ складається виключно з вказаного Кодексу. Нові закони, що передбачають кримінальну відповідальність, підлягають включенню в КК.</p> <p>Судова система</p> <p>Згідно Конституції (ст. 118) правосуддя в РФ здійснюється тільки судом на основі конституційного, цивільного, адміністративного та кримінального судовиробництва. Створення надзвичайних судів не допускається. Вищим судовим органом з цивільних, кримінальних, адміністративних та інших справ є Верховний Суд РФ</p>

1	2	3	4
<p>Сполучені Штати Америки</p>	<p>Вищий орган державної влади – Конгрес, що складається з двох палат – Палати представників та Сенату. Палата представників, до складу якої входять 435 членів, обирається шляхом прямих виборів за мажоритарною системою відносно більшості. Сенат – палата, що відображає інтереси штатів, обирається за тією ж системою на шість років з оновленням 1/3 складу кожні два роки</p>	<p>Президент США обирається строком на чотири роки шляхом непрямих виборів. Президент приймає безпосередню участь в законодавчому процесі. Окрім нормотворчої діяльності одна з найбільш важливих функцій Президента – призначення на вищі державні посади зі згоди Сенату. Президент не підвітний ніяким органам та може бути усунений з посади тільки в порядку імпичменту. Президент є також головою уряду – Кабінету</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>За останні десятиліття здійснюються спроби наблизити норми загального права окремих штатів. В багатотомному виданні “Оновлене викладення права”, підготовленому Інститутом американського права, в систематизованому вигляді, у формі, що нагадує статті законів, викладаються норми американського загального права за різними галузями, і передусім з тих питань, які майже не регулюються законодавством.</p> <p>Цивільне право</p> <p>В сфері цивільного та сімейного права діють не кодекси, а закони, що регулюють окремі правові інститути або норми загального права (окрім штату Луїзіана, де діє Цивільний кодекс 1870 р.). В області торгових відносин видано ряд актів, підготовлених Національною конференцією. В період “нового курсу” були закладені й основи діючої системи соціального забезпечення. У другій половині ХХ ст. значного розвитку набули галузі права, пов’язані з охороною навколишнього середовища та захистом інтересів користувачів.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>Важливим етапом на шляху до реформи федерального кримінального законодавства стало видання в жовтні 1984 р. Комплексного закону про контроль над злочинністю. Поряд з кримінальними законами федерації та штатів одним з основних джерел кримінального права продовжують залишатися норми загального права. Федеральне законодавство США передбачає смертельну кару за кілька видів найбільш тяжких державних, військових та загальнокримінальних злочинів.</p> <p>Судова система</p> <p>В США функціонує паралельно єдина федеральна система судів та самостійні судові системи кожного з 50 штатів, округу Колумбія та чотирьох федеральних територій. До федеральної системи судів входять Верховний суд США, апеляційні та окружні, а також спеціальні суди. Всю систему очолює Верховний суд США</p>

1	2	3	4
<p>Україна</p>	<p>Єдиним органом законодавчої влади в Україні є однопалатний парламент – Верховна Рада України. За Конституцією вона складається з 450 народних депутатів, які обираються на основі рівного, загального та прямого виборчого права шляхом таємного голосування. Головою держави – Президент України, який обирається безпосередньо громадянами на п'ятирічний строк. Голова держави фактично здійснює повний контроль над виконавчою владою: призначає Прем'єр-міністра, членів Кабінету Міністрів тощо</p>	<p>Вищим в системі органів виконавчої влади є Кабінет Міністрів України, що відповідальний перед Президентом України. Підконтрольний та підзвітний Верховній Раді в межах, передбачених Конституцією. Прем'єр-міністр призначається Президентом зі згоди більше половини від конституційного складу Верховної Ради України. Персонально склад Кабінету Міністрів призначається Президентом на представлення Прем'єр-міністра. Останній керує роботою Кабінету Міністрів, спрямовує її на виконання програми діяльності, схваленою Верховною Радою України</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>В теперішній час основним джерелом права в країні є законодавчі та інші нормативні акти. На чолі ієрархії стоїть Конституція, далі йдуть закони, накази Президента, постанови Кабінету Міністрів, підзаконні акти міністерств, відомств.</p> <p>Цивільне право</p> <p>Основи сучасних цивільно-правових та економічних відносин закріплені в Конституції України 1996 р. 5 червня 1997 р. Верховна Рада прийняла за основу проект Цивільного кодексу України (ЦКУ), розроблений в 1992-1996 рр. групою провідних українських спеціалістів. Основним джерелом трудового права залишається Кодекс законів про працю.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>Основним джерелом кримінального права України й досі залишається радянський КК 1960 р., діючий з багатьма змінами та доповненнями. Ряд нових демократичних принципів та норм кримінального процесу закріпила Конституція 1996 р.</p> <p>Судова система</p> <p>Конституція 1996 р. передбачає, що правосуддя в Україні здійснюється тільки судом. Система судів загальної юрисдикції має трьохланкову структуру та представлена районними, обласними та Верховним судом України. Окрім судів загальної юрисдикції та Конституційного Суду в Україні з 1991 р. існує система арбітражних судів, що здійснюють правосуддя в господарських відносинах</p>

1	2	3	4
<p>Франція</p>	<p>Законодавчий орган Республіки – парламент – зі становленням П'ятої республіки відіграє відносно невелику роль в політичному житті країни. Парламент складається з двох палат – Національних зборів та Сенату. Основна функція парламенту – прийняття законів – значно обмежена Конституцією 1958 р. Якщо парламент перевищить свої повноваження, уряд вправі вимагати від Конституційної ради прийняти рішення про розмежування компетенцій. Права парламенту зменшені і в фінансовій сфері</p>	<p>Уряд Франції – Рада міністрів, згідно ст. 20 Конституції, “визначає та веде політику нації”. До складу уряду входять прем'єр-міністр – голова уряду, міністри, що очолюють міністерства. В Конституції спеціально визначені повноваження прем'єр-міністра. Конституційна рада – особливий орган, що контролює дотримання Конституції. Економічна та соціальна рада – особливий орган при уряді. Він дає висновки на законопроекти, що відносяться до сфери його компетенції</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>В сучасній системі джерел права центральне місце займають Конституція Французької Республіки 1958 р., Декларація прав людини і громадянина 1789 р., а також преамбула до Конституції 1946 р., що містить розгорнуте викладення демократичних прав і свобод громадян.</p> <p>Цивільне право</p> <p>Французький цивільний кодекс 1804 р. (ФЦК) займає центральне місце в системі наполеоновських кодексів, оскільки ним регулюються важливі економічні відносини капіталістичного суспільства. Положення ФЦК, які відносяться до найбільш важливого з правових інститутів – праву власності, набули істотних змін.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>У липні 1992 р. у Франції був прийнятий новий Кримінальний кодекс, робота над яким тривала з 1974 р. В новому Кримінальному кодексі збереглось багато рис попереднього французького законодавства. Передбачена новим КК система покарань включає обмеження волі та обмеження волі на певний строк.</p> <p>Судова система</p> <p>Система загальних судів у Франції включає Касаційний суд, апеляційні суди та суди, що розглядає різні категорії справ першої інстанції. Касаційний суд – один із найбільш старих державних закладів Франції</p>

1	2	3	4
<p>Японія</p>	<p>Вищий орган державної влади в країні – парламент (Кокай), що складається з двох палат. До складу палати представників (Сюшин), яка обирається строком на чотири роки, входять 511 членів, до складу палати радників (Ваншин) – 252 члени. Конституція передбачає два способи прийняття законів. Перший – схвалення законопроекту обома палатами. Другий – повторне схвалення палатою представників законопроекту, відхиленого палатою радників</p>	<p>Вищий орган виконавчої влади – уряд Японії, Кабінет міністрів. До нього входять прем'єр-міністр, міністри – керівники міністерств та відомств без портфелів. Прем'єр-міністр призначається імператором на представлення парламенту з числа його членів. Повноваження уряду достатньо широкі. Він провадить в життя закони, керує державними справами, зовнішнього політикою тощо. Конституція закріплює принцип колективної відповідальності уряду перед парламентом</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>Сучасна правова система Японії в своїх основних рисах сформувалася в епоху Мейдзи, що почалась з буржуазної революції 1867-1868 рр. і закінчилась в першому десятиріччі XX ст. Незважаючи на компромісний характер самої революції, за нею почалися досить істотні реформи соціального, економічного, державно-політичного характеру.</p> <p>Цивільне право</p> <p>Джерелами цивільного та торгового права в Японії поряд з кодексами та окремими законодавчими актами визнаються діючі звичаї та норми моралі. В 1926 р. японський ЦПК був виданий в новій редакції. Трудові права робочих та службовців регулюються низкою нормативних актів. За останні десятиліття в Японії важливе місце займають норми, спрямовані на захист навколишнього середовища.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>В 1907 р. був виданий Кримінальний кодекс, який зі змінами діє і досі. Особливе значення мають оголошені в Конституції права громадян в сфері кримінального права. В діючій судовій процедурі об'єднуються елементи минулого, пов'язаного перед усім з "інквізиційним процесом", та елементи, запозичені з англо-американської системи правосуддя.</p> <p>Судова система</p> <p>Сучасна судова система Японії склалася в результаті післяконституційних реформ 1947-1948 рр. Вона включає Верховний суд, вищі, територіальні, сімейні та первинні суди. Очолоє японську судову систему Верховний суд, наділений найбільш широкими повноваженнями в якості вищої судової інстанції, вищого органу конституційного нагляду і органу керівництва всіма нижчестоящими судами</p>

1	2	3	4
<p>Словаччина</p>	<p>Законодавча влада належить однопалатному парламенту – Національній Раді (150 членів), що обирається на чотири роки. Національна Рада здатна приймати постанови, якщо присутні більше половини всіх депутатів. Голова держави – Президент Республіки, який обирається безпосередньо громадянами на п'ять років. Президент представляє Словачку Республіку, підписує міжнародні договори, надає нагороди, оголошує амністію, помилування та пом'якшує покарання</p>	<p>Вищий орган виконавчої влади – уряд, що складається з Голови, заступників Голови та міністрів. Член уряду не може бути депутатом. Уряд формується Національною Радою на основі принципу парламентської більшості. Уряд відповідальний перед Національною Радою, яка вправі в будь-який час виразити йому недовіру. Якщо Національна Рада виразить недовіру уряду чи відхилить його пропозицію про виявлення недовіри, уряд іде у відставку</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>Самостійна правова система Словаччини почала формуватися тільки з прийняттям Конституції 1992 р. та проголошенням незалежності 1 січня 1993 р. Основними джерелами права в Словаччині є закони та інші нормативні акти. Їх ієрархія включає Конституцію 1992 р., конституційні закони, звичайні закони, рішення Президента Республіки, постанови уряду.</p> <p>Цивільне право</p> <p>Основи нового цивільного та господарського законодавства Словаччини визначені в Конституції 1992 р. в 1991 р. прийнятий Торговий кодекс, в 1992 р. – нова редакція ЦК 1964 р. Таким чином, Словаччина обрала “дуалістичну систему” приватного права, що передбачає відокремлення торгового законодавства від цивільного. Конституція 1992 р. і законодавство гарантує широкі соціальні і трудові права громадян.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>На 2000 р. Кримінальний кодекс залишався основним джерелом кримінального права країни. В 1990-1991 рр. декриміналізовано багато діянь, що посягають на соціалістичну економічну і політичну систему. В 1990 р. повністю відмінена смертельна кара як вид покарання.</p> <p>Судова система</p> <p>Організація судової системи визначена Конституцією 1992 р. і Законом про суди та суддів 1991 р. Судова влада здійснюється судами з загальною та спеціальною юрисдикцією. Систему судів загальної юрисдикції утворюють Верховний Суд Словаччини, окружні суди та міський суд Братислави. Верховний суд контролює діяльність всіх судів загальної юрисдикції</p>

1	2	3	4
<p>Туреччина</p>	<p>Законодавча влада належить Великим національним зборам Туреччини – однопалатному парламенту (меджлису), що складається з 550 депутатів, які обираються на основі прямих, загальних, рівних виборів строком на п'ять років. Голова держави – Президент республіки, що домінує в державному механізмі. Президент не несе політичної відповідальності за здійснення своїх повноважень</p>	<p>Виконавчу владу здійснює Президент і Рада міністрів. Рада міністрів Туреччини діє під достатньо суворим парламентським контролем, який полягає в постановці усних та письмових питань прем'єр-міністру чи міністрам. Рада міністрів несе колективну відповідальність перед меджлисом, який може заставити піти у відставку як весь уряд, так і окремого міністра. В області виконавчої влади Президент призначає прем'єр-міністра та приймає його відставку, призначає та звільнює міністрів тощо</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>Основним джерелом права в Туреччині є законодавчі та інші нормативні акти. На чолі ієрархії стоїть Конституція. За нею йдуть закони та інші нормативні акти парламенту. Додатковим джерелом права в Туреччині є судові прецеденти -- “уніфіковані” рішення Касаційного суду та Державної ради.</p> <p>Цивільне право</p> <p>Сучасне цивільне право Туреччині склалося в 1926 р., коли тут були сприйняті швейцарський Цивільний кодекс і частково – швейцарський обов'язковий кодекс. На сьогодні головним джерелом торгового права є Торговий кодекс 1956 р. Існуюче нині в Туреччині трудове право близьке за своїми формальними характеристиками до континентальних європейських зразків.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>Прийнятий в період кемалістських реформ новий Кримінальний кодекс 1926 р. був побудований вже головним чином на італійському КК 1889 р. За минулі десятиріччя він неодноразово підлягав перегляду. Туреччина зберігає смертельну кару.</p> <p>Судова система</p> <p>Конституція Туреччини закріплює принцип незалежності суддів. Судова система Туреччини складається з кримінально-цивільних, адміністративних та спеціальних судів. До судів вищої інстанції Конституція відносить: Конституційний суд, Вищий касаційний суд, Державну раду тощо</p>

1	2	3	4
<p>Чехія</p>	<p>Законодавча влада в Чехії належить парламенту, що складається з двох палат: нижньої – палати депутатів і верхньої – сенату. До нижньої палати входять 200 депутатів, до верхньої – 81 сенатор. Голова держави – Президент країни, що обирається на спільному засіданні палат парламенту строком на п'ять років. Згідно Конституції ніхто не може бути обраний Президентом більше двох разів підряд</p>	<p>Вищий орган виконавчої влади – уряд, який складається з голови уряду, заступників голови уряду та міністрів. Голову уряду призначає Президент республіки. Згідно з Конституцією уряд відповідальний перед палатою депутатів, він вправі просити палату про виявлення недовіри (ст. 71). Палата депутатів може виразити недовіру урядові. Пропозиція про це повинна бути подана в письмовій формі не менше ніж 50 депутатами</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>Провідними джерелами права в Чехії є закони та інші нормативні акти. Їх ієрархія включає Конституцію, Хартію основних прав та свобод, конституційні закони, звичайні закони, рішення президента республіки, розпорядження уряду тощо.</p> <p>Цивільне право</p> <p>В 1964 р. в Чехії був прийнятий новий ЦК, система якого істотно відрізнялася від традиційної. Структура ЦК 1964 р. складалася з преамбули, "Принципів цивільних правовідносин" та восьми частин. В 1992 р. він був виданий в новій редакції. Основним джерелом торгового права є Торговий кодекс, прийнятий в 1991 р. Основним джерелом трудового права є Трудовий кодекс, прийнятий ще в соціалістичний період.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>До джерел кримінального права відносяться Конституція країни, Кримінальний кодекс, а також норми кримінально-правового характеру. Перший Кримінальний кодекс Чехії схвалений 12 липня 1950 р. В 1965, 1969 та 1973 рр. він був істотно змінений. В 1990 р. повністю відмінена смертельна кара. В 1994 р. була опублікована нова редакція Кримінального Кодексу Чехії.</p> <p>Судова система</p> <p>Судову владу в Чехії згідно з Конституцією здійснюють незалежні суди (ст. 81). Систему судів складають Верховний суд, вищі, обласні, районні суди, Верховний адміністративний суд. Згідно з законом "Про суди та суддів" в цю систему також входять вищі військові суди, окружні військові суди. Верховний суд є вищим судовим органом у справах, що відносяться до компетенції судів, за виключенням питань, рішення з яких виносить Конституційний суд і Верховний адміністративний суд</p>

1	2	3	4
<p>Швеція</p>	<p>Головою держави Конституція проголошує спадкового короля, однак повноваження його носять, по суті, формальний характер. Вищим органом державної влади є парламент – Риксдаг, однопалатний представницький орган із 349 депутатів, що обираються на три роки шляхом загальних виборів на основі пропорційного представництва. Право законодавчої ініціативи належить уряду і членам парламенту. До числа найбільш важливих функцій парламенту відноситься визначення фінансової політики держави. За ним закріплені широкі права в сфері оподаткування, він розглядає та приймає бюджет, вирішує питання, що стосуються боргів та розпорядження державною власністю</p>	<p>Виконавча влада в країні покладена на уряд – Кабінет міністрів, що формується за безпосередньою участю Риксдагу та відповідальний перед ним. Повноваження парламенту в теперішній час достатньо широкі, і, передусім, тому що більшість прав, що належали раніше королю, зараз здійснює уряд. Уряду передані й такі функції короля, як призначення вищих чиновників, суддів, утворення деяких відомств, визначення зовнішньої політики, керівництво збройними силами. Уряд володіє правом розпуску Риксдагу, однак воно обмежене деякими умовами</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>Основи сучасної правової системи Швеції були закладені Законом Шведської держави (королівства) 1734 р. до цього основними джерелами права в країні були спочатку норми звичайного права, а потім і окремі законодавчі акти та зібрання законів. На сьогодні більшість початково виданих норм Закону 1734 р. замінена більш пізніми законодавчими положеннями.</p> <p>Цивільне право</p> <p>В системі шведського законодавства ніколи не було єдиного Цивільного кодексу. В сфері цивільного та торгового права важливу роль відіграють Закон “Про продаж товарів” 1905 р. і Закон “Про договори та інші політичні угоди”.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>Норми кримінального права, що містяться в Законі 1734 р., діяли до 1864 р., коли був виданий новий Кримінальний кодекс. Теперішній Кримінальний кодекс 1962 р. вступив в дію 1 січня 1965 р. Зміст КК 1962 р. охоплює основні категорії злочинів. Смертельна кара за злочини, що здійснюються в мирний час, була відмінена в 1921 р., а остаточно як вид злочину – в 1972 р.</p> <p>Судова система</p> <p>Систему загальних судів Швеції з 1789 р. очолює Верховний суд. Він складається з не менше ніж 22 членів, один з яких призначається головою. Основна його функція – розгляд скарг на вироки та рішення апеляційних судів</p>

1	2	3	4
<p>Швейцарія</p>	<p>Законодавчу владу здійснює парламент – Федеральні збори, які складаються з двох палат – Національної ради та Ради кантонів. До Національної ради входять 200 депутатів, які обираються загальним голосуванням на основі пропорційного представництва. В Раді кантонів засідають 46 депутатів. Окрім законодавчої діяльності з усіх питань, які відносяться до ведення федерації, Федеральні збори наділені рядом функцій, визначених Конституцією</p>	<p>Вищу виконавчу владу здійснює Федеральна рада Швейцарії. До її складу входять сім чоловік, що обираються Федеральними зборами. Уряд формується з представників коаліційних партій, що володіють більшістю в парламенті. На чолі Федеральної ради стоїть Президент, йому допомагає Віце-президент. Вибори членів Федеральної ради відбуваються кожні чотири роки після обрання Національної ради</p>	<p>Загальна характеристика</p> <p>Важливим джерелом права з часом стали спільні акти, прийняті всіма або більшістю кантонів. Серед джерел швейцарського права основна роль належить законодавству, а в ньому головну позицію займає Конституція. Поряд із законодавчими джерелами права в Швейцарії можуть служити місцеві та торгові звичаї.</p> <p>Цивільне право</p> <p>Вирішальна роль й досі належить Цивільному кодексу 1907 р. з законами та підзаконними актами. В останні роки почався процес перегляду норм ЦК, що регулюють питання сімейного права і успадкування. Питання соціального страхування регулюються в більшій мірі на рівні законодавства федерації.</p> <p>Кримінальне право</p> <p>Діючий Кримінальний кодекс увійшов в дію з 1 січня 1942 р. в швейцарському КК знайшли відображення суперечливі тенденції в розвитку буржуазного кримінального законодавства. В 1966 р. до тексту КК внесені норми, спрямовані на посилення впливу обмеження волі, що призначається неповнолітнім та молодим людям у віці до 25 років.</p> <p>Судова система</p> <p>Судова система Швейцарії включає федеральні суди (тільки на найбільш високому рівні) та суди кантонів. До компетенції Федерального суду входить розгляд в якості першої та єдиної інстанції конституційних спорів між владою федерації та кантонів, між кантонами, а також скарг громадян за порушення їх конституційних прав. Як відносно самостійний підрозділ Федерального суду в Люцерні засідає Федеральний суд з соціального страхування</p>

ВИДАННЯ КАФЕДРИ ОБЛІКУ І АУДИТУ ЖИТОМИРСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

МОНОГРАФІЇ

1. Бардаш С.В. Інвентаризація: теорія, практика, комп'ютеризація. – Житомир: ЖІТІ, 1999. – 372 с.
2. Бутинець Ф.Ф. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський облік: роздуми вченого. – Житомир: ПП "Рута", 2001. – 100 с.
3. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський облік в Україні. Міфологія. Частина 2. – Житомир: ЖДТУ, 2003. – 524 с.
4. Бутинець Ф.Ф. Петренко Н.І. Аудит: стан і тенденції розвитку в Україні та світі: Монографія. – Житомир: ЖДТУ, 2003. – 408 с.
5. Бутинець Т.А. Документування господарських операцій: теорія, методологія, комп'ютеризація: Монографія. – Житомир: ЖІТІ, 1999. – 412 с.
6. Виговська Н.Г. Удосконалення обліку амортизації: стан, проблеми, перспективи: Монографія. – Житомир: ЖІТІ, 1998. – 340 с.
7. Івахненко С.В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку: історія, теорія, перспективи: Наукове видання. – Житомир: АСА, 2001. – 416 с.
8. Мальнога Н.М., Давидюк Т.В. Двойная запись в бухгалтерском учете: историко-теоретический аспект: Монография. – Житомир: ЧП "Рута", 2003. – 512 с.
9. Мальнога Н.М. Шляхи удосконалення оцінки в бухгалтерському обліку: теорія, практика, перспективи: Монографія. – Житомир: ЖІТІ, 1998. – 384 с.
10. Петрук О.М. Облік та аналіз договірних відносин: проблеми теорії та практики: Монографія. – Житомир: ЖІТІ, 1999. – 332 с.
11. Чижевська Л.В. Бухгалтерський баланс: проблеми теорії і практики: Монографія. – Житомир: ЖІТІ, 1998. – 408 с.

ПІДРУЧНИКИ

1. Бутинець Ф.Ф. Аудит: Підручник для студентів спеціальності "Облік і аудит" вищих навчальних закладів. – 2-е вид., перероб. та доп. – Житомир: ПП "Рута", 2002. – 672 с.
2. Бутинець Ф.Ф. та ін. Інформаційні системи бухгалтерського обліку: Підручник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". / Ф.Ф. Бутинець, С.В. Івахненко, Т.В. Давидюк, Т.В. Шахрайчук; За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – 2-е вид., перероб. та доп. – Житомир: ПП "Рута", 2002. – 544 с.
3. Бутинець Ф.Ф. Теорія бухгалтерського обліку: Підручник для студентів вузів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". – 3-е вид., доп. і перероб. – Житомир: ЖІТІ, 2003. – 440 с.
4. Бутинець Ф.Ф., Виговська Н.Г., Мальнога Н.М., Петренко Н.І. Контроль і ревізія: Підручник для студентів спеціальності "Облік і аудит" вищих навчальних закладів. / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – 3-е вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП "Рута", 2002. – 544 с.
5. Бутинець Ф.Ф., Давидюк Т.В., Мальнога Н.М., Чижевська Л.В. Бухгалтерський управлінський облік: Підручник для студентів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит" вищих навчальних закладів. / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – 2-е вид., перероб. і доп. – Житомир: ПП "Рута", 2002. – 480 с.
6. Бутинець Ф.Ф., Жиглей І.В., Пархоменко В.М. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності: Підручник для студентів спеціальності "Облік і аудит" вищих навчальних закладів. – 2-е вид., перероб. і доп. – Житомир: ПП "Рута", 2002. – 544 с.
7. Бухгалтерський облік в торгівлі: Підручник для студентів вузів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця та доц. Н.М. Мальноги. – 2-е вид., перероб. і доп. – Житомир: ПП "Рута", 2002. – 576 с.
8. Бухгалтерський фінансовий облік: Підручник для студентів спеціальності "Облік і аудит" вищих навчальних закладів. / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – 5-е вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП "Рута", 2003. – 724 с.
9. Організація бухгалтерського обліку. Підручник для студентів спеціальності "Облік і аудит" вищих навчальних закладів. / За редакцією проф. Ф.Ф. Бутинця. – 3-е вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП "Рута", 2002. – 592 с.

НАВЧАЛЬНІ ПОСІБНИКИ, ЗБІРНИКИ

1. **Аудит і ревізія підприємницької діяльності:** Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит" / Ф.Ф. Бутинець та ін.; За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП "Рута", 2001. – 416 с.
2. **Бардаш С.В., Давидюк Т.В. Інвентаризація: практикум:** Навчальний посібник для студентів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". – Житомир: ЖІТІ, 1999. – 224 с.
3. **Бардаш С.В. та ін. Контроль і ревізія. Практикум:** Навчальний посібник для студентів вузів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". / С.В. Бардаш, В.А. Дерій, Н.І. Петренко; За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ЖІТІ, 2000. – 384 с.
4. **Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський облік: роздуми вченого.** – Житомир: ПП "Рута", 2001. – 100 с.
5. **Бутинець Ф.Ф. Історія бухгалтерського обліку:** В 2-х частинах. Ч.І: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". / 2-е вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП "Рута", 2001. – 512 с.
6. **Бутинець Ф.Ф. Історія бухгалтерського обліку:** В 2-х частинах. Ч.ІІ: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". / 2-е вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП "Рута", 2001. – 512 с.
7. **Бутинець Ф.Ф. та ін. Бухгалтерський облік і контроль: тести:** В 2-х частинах. Ч.І: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит" / Ф.Ф. Бутинець, І.І. Пилипенко, Л.В. Чижевська; 2-е вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП "Рута", 2002. – 384 с.
8. **Бутинець Ф.Ф. та ін. Бухгалтерський облік і контроль: тести:** В 2-х частинах. Ч.ІІ: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". / Ф.Ф. Бутинець, І.І. Пилипенко, Л.В. Чижевська. – 2-е вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП "Рута", 2002. – 384 с.
9. **Бутинець Ф.Ф., Горещька Л.Л. Облік у зарубіжних країнах:** Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". – Житомир: ПП "Рута", 2002. – 544 с.
10. **Бутинець Ф.Ф., Малюга Н.М. Бухгалтерський облік: облікова політика і план рахунків, стандарти і кореспонденція рахунків, звітність:** Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – 3-е вид. перероб. і доп. – Житомир: ПП "Рута", 2001. – 512 с.
11. **Бутинець Т.А., Чижевська Л.В., Береза С.Л. Бухгалтерський облік:** Навчальний посібник для студентів вузів спеціальності 7.050201 "Менеджмент організації" та 7.050107 "Економіка підприємств". / Т.А. Бутинець, Л.В. Чижевська, С.Л. Береза; За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ЖІТІ, 2001. – 672 с.
12. **Бутинець Ф.Ф., Жиглей І.В. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Практикум** для студентів вузів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". – 2-ге вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП "Рута", 2001. – 224 с.
13. **Бутинець Ф.Ф., Соколов Я.В., Панков Д.А., Горещкая Л.Л. Бухгалтерський увіт в зарубіжних країнах:** Учебное пособие для студентов высших учебных заведений специальности 7.050106 "Учет и аудит". – Житомир: ЧП "Рута", 2002. – 660 с.
14. **Бухгалтерський облік і аудит в аптеках:** Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП "Рута", 2002. – 384 с.
15. **Бухгалтерський облік у бюджетних установах:** Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП "Рута", 2002. – 448 с.
16. **Бухгалтерський облік у громадському харчуванні:** Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". / Ф.Ф. Бутинець та ін.; За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП "Рута", 2002. – 440 с.
17. **Бухгалтерський облік у сільському господарстві:** Навчальний посібник. / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП "Рута", 2004. – 448 с.
18. **Бухгалтерський облік для менеджерів та економістів. Збірник задач і вправ:** Навчальний посібник для студентів вузів спеціальності 7.050201 "Менеджмент організації" та 7.050107 "Економіка підприємств". / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ЖІТІ, 2001. – 448 с.
19. **Бухгалтерський словник.** / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП "Рута", 2001. – 224 с.

20. Малюга Н.М., Белоусова І.А., Герасимчук Н.В., Давидюк, Т.В. Бухгалтерський управлінський облік. Збірник задач і вправ: Навчальний посібник для студентів вузів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". – Житомир: ЖІТІ, 2001. – 256 с.
21. Бухгалтерський фінансовий облік. Конспект лекцій: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – 2-ге вид. доп. і перероб. – Житомир: ЖІТІ, 2003. – 300 с.
22. Бухгалтерський фінансовий облік. Практикум: Навчальне видання для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця та доц. Л.В. Чижевської. – 3-є вид., доп. і перероб. – Житомир: ЖІТІ, 2001. – 512 с.
23. Економічний аналіз: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП "Рута", 2003. – 680 с.
24. Малюга Н.М. Теорія бухгалтерського обліку. Збірник вправ: Навчальний посібник для студентів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". – 4-е вид., перероб. і доп. – Житомир: ПП "Рута", 2002. – 480 с.
25. Малюга Н.М. Наукові дослідження в бухгалтерському обліку: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП "Рута", 2003. – 476 с.
26. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті. Курс лекцій. / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП "Рута", 2004. – 320 с.
27. Облік в галузях економічної діяльності: автотранспорт і будівництво. Навчальний посібник для студентів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". / Малюга Н.М., Лебедзевич Я.В., Горещька Л.Л., Давидюк Т.В.; За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ЖІТІ, 2000. – 480 с.
28. Облік в галузях економічної діяльності: торгівля, автотранспорт, будівництво. Збірник задач і вправ: Навчальний посібник для студентів вузів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". / Малюга Н.М. та ін.; За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ЖІТІ, 2001. – 288 с.
29. Олійник О.В. Економічний аналіз: Практикум для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП "Рута", 2003. – 496 с.
30. Організація бухгалтерського обліку. Вправи, ситуації, тести: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – 2-е вид., доп. і перероб. – Житомир: ЖІТІ, 2001. – 288 с.
31. Основи бізнесу: Навчальний посібник. / За редакцією проф. Ф.Ф. Бутинця, К.В. Романчук. – 2-е вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП "Рута", 2004. – 364 с.
32. Світовий бізнес: Навчальний посібник. / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП "Рута", 2004. – 498 с.
33. Судово-бухгалтерська експертиза: Навчальний посібник. / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП "Рута", 2004. – 380 с.
34. Чижевська Л.В., Пархоменко В.М., Кривошей М.М. Звітність підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ЖІТІ, 2003. – 436 с.
35. Чижевська Л.В. Методика викладання облікових дисциплін: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП "Рута", 2003. – 504 с.
36. Козлова М.О., Памірська Л.Ю., Рабошук А.В., Юрківська Л.Й. Ділова англійська мова: Навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця, проф. В.В. Зінючка. – Житомир: ПП "Рута", 2003. – 512 с.

**Підручники та навчальні посібники
за редакцією д.е.н., проф. Ф.Ф. Бутинця
замовляти за адресою:**

10014, м. Житомир, вул. Театральна, 13, оф. 2, тел. (0412) 37-29-58
тел./факс 37-55-33 (ПП Бутинець Ю.Ф.), E-mail: butinec@impuls.zhitomir.ua
Виконуємо всі види поліграфічних послуг!

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	3
ТЕМА 1. СУТНІСТЬ СВІТОВОГО БІЗНЕСУ ТА ЙОГО ВИДИ	5
1.1. Поняття світового бізнесу та його історичний розвиток	7
1.2. Види світового бізнесу	12
1.3. Діяльність багатонаціональних компаній	40
ТЕМА 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ БІЗНЕСУ	45
2.1. Поняття та види організаційно-правових форм бізнесу	47
2.2. Організаційно-правові форми бізнесу різних країн світу	59
2.3. Поняття та види реорганізації підприємств	68
ТЕМА 3. ПРОБЛЕМИ ТА РОЗВИТОК МАЛОГО ТА СЕРЕДЬОГО БІЗНЕСУ	73
3.1. Поняття малого та середнього бізнесу, його роль в економіці	75
3.2. Проблеми розвитку та державна підтримка малого та середнього бізнесу	82
3.3. Особливості діяльності малих і середніх підприємств у різних країнах	95
ТЕМА 4. МІЖНАРОДНА ГРОШОВА СИСТЕМА	113
4.1. Ринок іноземних валют	115
4.2. Міжнародна валютна система	124
4.3. Міжнародний ринок капіталу	139
ТЕМА 5. УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ В СВІТОВОМУ БІЗНЕСІ	147
5.1. Світові фінанси: передумови виникнення, сутність і функції	149
5.2. Поняття і необхідність капіталовкладення та інвестування	153
5.3. Класифікація джерел фінансування	157
5.4. Світове фінансове середовище та фінансова структура	167
ТЕМА 6. ЦІННІ ПАПЕРИ В СВІТОВОМУ БІЗНЕСІ	173
6.1. Поняття та характеристика цінних паперів у світовому бізнесі	175
6.2. Структура та механізм функціонування ринку цінних паперів	187
6.3. Сутність міжнародного ринку цінних паперів	194
6.4. Особливості функціонування найвідоміших бірж світу	206
ТЕМА 7. КРЕДИТНІ СИСТЕМИ ПРОВІДНИХ КРАЇН СВІТУ	211
7.1. Сутність і структура кредитної системи	213
7.2. Сучасні кредитні системи окремих країн	224
7.3. Міжнародні банківські організації	253
ТЕМА 8. СТРАХУВАННЯ В СИСТЕМІ СВІТОВОГО БІЗНЕСУ	263
8.1. Особливості міжнародного страхового ринку	265
8.2. Особливості страхування в різних країнах світу	270
8.3. Інтеграційні процеси в страхуванні України	296
ТЕМА 9. МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ	301
9.1. Сутність, значення та об'єкти міжнародного маркетингу	303
9.2. Середовище міжнародного маркетингу	313
9.3. Міжнародне маркетингове планування	322



ТЕМА 10. РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ	337
10.1. Сутність і необхідність державного втручання у зовнішньоторговельну діяльність	339
10.2. Методи регулювання зовнішньоторговельної діяльності на національному рівні	346
10.3. Плагіжний баланс як інструмент державного регулювання фінансових потоків	373
10.4. Багатосторонні інститути регулювання торговельних відносин на світовому рівні	377
ТЕМА 11. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК У СВІТОВОМУ БІЗНЕСІ	389
11.1. Світовий бізнес і бухгалтерський облік	391
11.2. Облік у країнах світу	399
11.3. Національні облікові системи: особливості та регулювання	407
11.4. Регламентация обліку на міжнародному рівні	418
ТЕМА 12. КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ТА ЕТИКА В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ	425
12.1. Корпоративна культура	427
12.2. Етика в міжнародному бізнесі	442
12.3. Особливості ведення переговорів	455
ДОДАТКИ	467
ВИДАННЯ КАФЕДРИ ОБЛІКУ І АУДИТУ ЖИТОМИРСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ	491

**CONTENTS**

PREFACE	3
CHAPTER 1. THE ESSENCE OF INTERNATIONAL BUSINESS AND ITS KINDS	5
1.1. The concept of international business and its historical development	7
1.2. Kinds of international business	12
1.3. Activities of multinational companies	40
CHAPTER 2. FORMS OF BUSINESS OWNERSHIP	45
2.1. Concept and types of forms of business ownership	47
2.2. Forms of business ownership of different countries of the world	59
2.3. Concept and types of reorganization of enterprises	68
CHAPTER 3. PROBLEMS AND DEVELOPMENT OF SMALL AND MIDDLE BUSINESS	73
3.1. The concept of small and middle business and its role in economy	75
3.2. Problems of development and state support of small and middle business	82
3.3. Peculiarities of activities of small and middle businesses in different countries	95
CHAPTER 4. INTERNATIONAL MONETARY SYSTEM	113
4.1. Foreign currencies market	115
4.2. International currency system	124
4.3. International capital market	139
CHAPTER 5. FINANCE MANAGEMENT IN INTERNATIONAL BUSINESS	147
5.1. World finance: prerequisites of appearing, essence and functions	149
5.2. Concept and necessity of investing	153
5.3. Classification of sources of investment	157
5.4. World financial environment and financial structure	167
CHAPTER 6. SECURITIES IN INTERNATIONAL BUSINESS	173
6.1. Concept and characteristics of securities in international business	175
6.2. Structure and mechanism of securities market functioning	187
6.3. Essence of international securities market	194
6.4. Peculiarities of the most famous stock exchanges functioning of the world	206
CHAPTER 7. CREDIT SYSTEMS OF THE MAIN COUNTRIES	211
7.1. Essence and structure of the credit system	213
7.2. Modern credit system of particular countries	224
7.3. International banking organizations	253
CHAPTER 8. INSURANCE IN INTERNATIONAL BUSINESS SYSTEM	263
8.1. Peculiarities of international insurance market	265
8.2. Peculiarities of insurance in different countries	270
8.3. Integration processes in insurance of Ukraine	296
CHAPTER 9. INTERNATIONAL MARKETING	301
9.1. Essence, role and objects of international marketing	303
9.2. International marketing environment	313
9.3. International marketing planning	322
CHAPTER 10. INTERNATIONAL TRADE REGULATION	337
10.1. Essence and necessity of state interference into the foreign activities	339
10.2. Methods of the foreign trade activities regulation at the national level	346
10.3. Balance of payments as a tool of state regulation of financial flows	373
10.4. Multisided institutions of trade relations regulation at the international level	377
CHAPTER 11. ACCOUNTING IN THE INTERNATIONAL BUSINESS	389
11.1. International business and accounting	391
11.2. Accounting in different countries	399
11.3. National accounting systems: peculiarities and regulation	407
11.4. Accounting regulation on the international level	418
CHAPTER 12. CORPORATE CULTURE AND ETHICS IN INTERNATIONAL BUSINESS	425
12.1. Corporate culture	427
12.2. Ethics in international business	442
12.3. Peculiarities of negotiations	455
APPENDICES	467
PUBLICATIONS OF THE CHAIR OF ACCOUNTING AND AUDITING OF ZHYTOMYR STATE TECHNOLOGICAL UNIVERSITY	491



SPIS TREŚCI

WSTĘP	3
ROZDZIAŁ 1. ISTOTA I RODZAJE HANDLU ŚWIATOWEGO	5
1.1. Pojęcie handlu światowego, jego rozwój historyczny	7
1.2. Rodzaje handlu światowego	12
1.3. Działalność kompanii wielonarodowościowych	40
ROZDZIAŁ 2. ORGANIZACYJNO-PRAWNICZE FORMY BIZNESU	45
2.1. Pojęcia i rodzaje organizacyjno-prawnych form biznesu	47
2.2. Organizacyjno-prawne formy handlu w różnych krajach świata	59
2.3. Pojęcia oraz rodzaje reorganizacji przedsiębiorstw	68
ROZDZIAŁ 3. PROBLEMATYKA I ROZWOJ BIZNESU MAŁEGO I ŚREDNIEGO	73
3.1. Pojęcie biznesu małego i średniego, jego znaczenie w gospodarce	75
3.2. Problematyka rozwoju małego i średniego biznesu. Wsparcie państwowe małego i średniego biznesu	82
3.3. Specyfika działalności w różnych krajach świata przedsiębiorstw małego i średniego	95
ROZDZIAŁ 4. MIĘDZYNARODOWY SYSTEM PIENIĘDZY	113
4.1. Rynek walut zagranicznych	115
4.2. Międzynarodowy system walutowy	124
4.3. Międzynarodowy rynek kapitału	139
ROZDZIAŁ 5. ZARZĄDZANIE FINANSAMI W BIZNESIE ŚWIATOWYM	147
5.1. Finanse światowe: przesłanki powstania, istota i funkcje	149
5.2. Rozumienie konieczności inwestowania	153
5.3. Klasyfikacja źródeł finansowania	157
5.4. Światowe środowiska finansowe oraz struktura finansowa	167
ROZDZIAŁ 6. PAPIERY WARTOŚCIOWE W HANDLU ŚWIATOWYM	173
6.1. Pojęcie oraz charakterystyka papierów wartościowych w handlu światowym	175
6.2. Struktura i mechanizmy funkcjonowania rynku papierów wartościowych	187
6.3. Istota międzynarodowego rynku papierów wartościowych	194
6.4. Specyfika funkcjonowania znanych giełd świata	206
ROZDZIAŁ 7. SYSTEMY KREDYTOWE CZŁOWYCH KRAJÓW ŚWIATA	211
7.1. Istota i struktura systemu kredytowego	213
7.2. Współczesne systemy kredytowe niektórych krajów	224
7.3. Międzynarodowe organizacje bankowe	253
ROZDZIAŁ 8. UBEZPIECZENIA W SYSTEMIE HANDLU ZAGRANICZNEGO.	263
8.1. Specyfika międzynarodowego rynku ubezpieczeń	265
8.2. Specyfika ubezpieczeń w różnych krajach świata	270
8.3. Procesy integracyjne ubezpieczeń na Ukrainie	296
ROZDZIAŁ 9. MARKETING MIĘDZYNARODOWY	301
9.1. Istota, znaczenie i przedmioty marketingu międzynarodowego	303
9.2. Środowisko marketingu międzynarodowego	313
9.3. Planowanie marketingowe w świecie	322
ROZDZIAŁ 10. REGULOWANIE HANDLU MIĘDZYNARODOWEGO	337
10.1. Istota i potrzeba państwowego wtrącania się do działalności zwężtrnohandlowej	339
10.2. Metody regulowania działalności zwężtrnohandlowej na poziomie narodowym	346
10.3. Bilans płatniczy jako instrument państwowego regulowania potoków finansowych	373
10.4. Wielostronne instytucje regulowania stosunków handlowych na poziomie światowym	377
ROZDZIAŁ 11. RACHUNKOWOŚĆ W HANDLU ŚWIATOWYM	389
11.1. Biznes światowy i rachunkowość	391
11.2. Rachunkowość w krajach świata	399
11.3. Systemy krajowe rachunkowości: specyfika i regulowanie	407
11.4. Reglamentacja rachunkowości na poziomie międzynarodowym	418
ROZDZIAŁ 12. KULTURA KORPORACYJNA ORAZ ETYKA W HANDLU MIĘDZYNARODOWYM	425
12.1. Kultura korporacyjna	427
12.2. Etyka w handlu światowym	442
12.3. Specyfika prowadzenia negocjacji	455
ZAŁĄCZNIKI	467
WYDAWNICTWA KATEDRY RACHUNKOWOŚCI I AUDYTU ŻYTOMIERSKIEGO PAŃSTWOWEGO UNIwersYTETU TECHNOLOGICZNEGO	491

Вийшли з друку

**Ф.Ф. Бутинець,
Н.І. Петренко**

**Аудит: стан і
тенденції розвитку в
Україні та світі**

Монографія

**Бухгалтерський облік
у бюджетних
установах**

Навчальний посібник

Основи бізнесу

Навчальний посібник

Колектив авторів



Франц Францович Бутинець, керівник авторського колективу, д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку і аудиту, Відмінник освіти України, член Аудиторської Палати України, член Ради Спілки аудиторів України, сертифікований аудитор і ліцензований судовий експерт, засновник Житомирської наукової школи бухгалтерського обліку.

Автор понад 200 наукових праць, з них більше 60 - підручники, практичні та навчальні посібники, монографії загальним обсягом 800 др. арк.

Під його керівництвом захищено більше 20-ти кандидатських дисертацій



Тетяна Василівна Барановська, викладач кафедри обліку і аудиту, випускниця Житомирського інженерно-технологічного інституту. Співавтор монографії "Облікова політика в Україні: теоретичні засади формування та практика застосування".

Співавтор підручника "Бухгалтерський фінансовий облік", навчальних посібників "Економічний аналіз", "Облік в галузях економічної діяльності: торгівля, автотранспорт, будівництво", "Бухгалтерський фінансовий облік. Конспект лекцій" тощо.

Наукові інтереси: проблеми формування та застосування облікової політики, економічний аналіз



Світлана Леонідівна Береза, к.е.н., доцент, заступник завідувача кафедри обліку і аудиту, закінчила з відзнакою Житомирський інженерно-технологічний інститут.

Сертифікований користувач-методист програмного забезпечення "Парус-Предприятие 7.20" з правом викладання у навчальних закладах.

Співавтор підручників "Бухгалтерський облік в торгівлі", "Бухгалтерський фінансовий облік", навчальних посібників "Бухгалтерський облік", "Основи бізнесу" тощо.

Наукові інтереси: проблеми обліку та контролю грошових коштів та дебіторської заборгованості, податковий облік



Світлана Володимирівна Бойко, викладач кафедри обліку і аудиту, випускниця Житомирського інженерно-технологічного інституту.

Автор наукових статей з проблем обліку витрат і калькулювання.

Співавтор підручника "Бухгалтерський фінансовий облік", навчальних посібників "Бухгалтерський фінансовий облік. Конспект лекцій", "Основи бізнесу".

Наукові інтереси: управлінський облік, проблеми калькулювання



Валерій Петрович Бондар, к.е.н., доц. Державної академії статистики, обліку і аудиту (м. Київ), директор аудиторської фірми Midsnell Group International (MGI) "Консалтинг ЛТД".

Автор багатьох статей з обліку та аудиту.

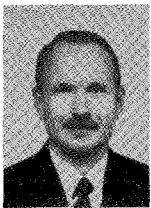
Наукові інтереси: економічний аналіз, аудиторська діяльність



Катерина Павлівна Боримська, співробітниця кафедри обліку і аудиту, навчається з I-го курсу в науковій бухгалтерській школі при кафедрі, помічник Секретаря Вченої Ради Житомирського державного технологічного університету.

Співавтор навчального посібника "Основи бізнесу".

Наукові інтереси: основи бізнесу, теорія бухгалтерського обліку



Георгій Анатолійович Буравков, голова Міської ради м. Житомира, закінчив Вінницький політехнічний інститут та Житомирський державний технологічний університет.

Тривалий час очолював фірму "ІнтерСтиль", яка якістю своєї продукції здобула світову славу.

Співпрацює з кафедрою обліку і аудиту в сфері реалізації та впровадження наукових здобутків у практику діяльності підприємств, організацій, професійних об'єднань, співавтор навчального посібника "Основи бізнесу".

Наукові інтереси: соціальна та економічна політика розвитку міста, роль бухгалтерського обліку і контролю в суспільних відносинах



Віктор Григорович Вальюк, доцент кафедри обліку і аудиту, начальник Житомирського об'єднаної державної податкової інспекції, закінчив Харківську юридичну академію (нині - Українська національна юридична академія) та Житомирський державний технологічний університет.

Співавтор навчальних посібників "Наукові дослідження в бухгалтерському обліку", "Основи бізнесу", "Бухгалтерський облік у бюджетних установах".

Наукові інтереси: проблеми обліку розрахунків за податками та платежами, організація системи господарського контролю



Олена Петрівна Войналович, викладач кафедри обліку і аудиту, закінчила з відзнакою Житомирський державний технологічний університет.

Співавтор підручника "Бухгалтерський фінансовий облік", навчальних посібників "Економічний аналіз", "Бухгалтерський фінансовий облік. Конспект лекцій", "Основи бізнесу" тощо.

Наукові інтереси: проблеми теорії бухгалтерського обліку, організація бухгалтерського обліку



Олена Миколаївна Глушук, викладач кафедри обліку і аудиту, закінчила Житомирський інженерно-технологічний інститут. Співавтор підручника "Бухгалтерський фінансовий облік", навчальних посібників "Бухгалтерський облік в аптеках", "Бухгалтерський облік у громадському харчуванні", "Бухгалтерський фінансовий облік. Конспект лекцій", "Економічний аналіз" тощо.

Наукові інтереси: облік і контроль в галузях економічної діяльності, бухгалтерське відображення процедури банкрутства підприємств, облік нематеріальних активів



Микола Іванович Гордійчук, заступник начальника Житомирської об'єднаної державної податкової інспекції, закінчив Омську вищу школу міліції МВС СРСР (кваліфікація юриста) та Житомирський інженерно-технологічний інститут.

Співпрацює з кафедрою обліку і аудиту з питань податкової та бухгалтерської практики.

Наукові інтереси: правовий аспект бухгалтерського обліку, бухгалтерська експертиза



Тетяна Вікторівна Давидюк, доцент, заступник завідувача кафедри обліку і аудиту, закінчила з відзнакою Житомирський інженерно-технологічний інститут. Має сертифікат "ІС:Професіонал", сертифікований користувач-методист програмного забезпечення "Парус-Менеджмент і Маркетинг 7.40" з правом викладання у навчальних закладах. Член Вченої Ради обліково-фінансового факультету ЖДТУ.

Співавтор монографії "Двойная запись в бухгалтерском учете: историко-теоретический аспект"; підручників "Управлінський облік", "Інформаційні системи бухгалтерського обліку" та ряду навчальних посібників.

Наукові інтереси: проблеми теорії бухгалтерського обліку, управлінський облік, комп'ютеризація бухгалтерського обліку



Анатолій Петрович Дикий, викладач кафедри обліку і аудиту, випускник Житомирського державного технологічного університету. Протягом 5-ти років проходив навчання та стажування на кафедрі обліку і аудиту.

Сертифікований користувач-методист програмного забезпечення "Парус-Зарплата 7.40" з правом викладання у навчальних закладах.

Наукові інтереси: проблеми теорії бухгалтерського обліку, комп'ютеризація бухгалтерського обліку



Ірина Володимирівна Драган, співробітниця кафедри обліку і аудиту, навчається з 1-го курсу в науковій бухгалтерській школі при кафедрі, член Вченої Ради обліково-фінансового факультету Житомирського державного технологічного університету.

Наукові інтереси: основи бізнесу, теорія бухгалтерського обліку



Світлана Михайлівна Дячек, викладач кафедри фінансів, закінчила з відзнакою Житомирський інженерно-технологічний інститут. Співавтор навчальних посібників "Бухгалтерський облік в торгівлі", "Фінансовий менеджмент", "Фінансова діяльність підприємства", "Банківські операції", "Фінанси підприємства".

Наукові інтереси: фінансовий менеджмент, бухгалтерський фінансовий облік



Віктор Валерійович Євдокимов, ст. викладач кафедри обліку і аудиту, випускник Житомирського інженерно-технологічного інституту. Має сертифікат "ІС:Професіонал", сертифікований користувач-методист програмного забезпечення "Парус-Предприятие 7.20", "Парус-Менеджмент і Маркетинг 7.40", "Парус-Зарплата 7.40" з правом викладання у навчальних закладах.

Співавтор підручника "Бухгалтерський фінансовий облік", навчальних посібників "Бухгалтерський фінансовий облік. Конспект лекцій", "Наукові дослідження в бухгалтерському обліку", "Основи бізнесу" тощо.

Наукові інтереси: проблеми теорії бухгалтерського обліку, комп'ютеризація бухгалтерського обліку, моделювання в бухгалтерському обліку



Ірина Вікторівна Жиглей, к.е.п., доцент, заступник декана обліково-фінансового факультету, закінчила з відзнакою Житомирський інженерно-технологічний інститут.

Співавтор підручників "Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності", "Бухгалтерський облік в торгівлі", навчальних посібників "Організація міжнародних розрахунково-кредитних відносин", "Бухгалтерський фінансовий облік. Конспект лекцій", "Основи бізнесу" тощо.

Наукові інтереси: бухгалтерський облік валютних операцій



Ірина Валеріївна Замула, аспірант кафедри обліку і аудиту, закінчила з відзнакою Кримський державний аграрний університет.

Співавтор підручника "Бухгалтерський фінансовий облік", навчальних посібників: "Бухгалтерський облік у сільському господарстві", "Економічний аналіз", "Бухгалтерський фінансовий облік. Конспект лекцій".

Наукові інтереси: управлінський і фінансовий облік



Ірина Миколаївна Зьолко, співробітниця кафедри обліку і аудиту Житомирського державного технологічного університету, навчається в науковій бухгалтерській школі при кафедрі.

Наукові інтереси: основи бізнесу, теорія бухгалтерського обліку



Софія Михайлівна Кафка, аспірант Тернопільської академії народного господарства, закінчила Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу.

Співавтор ряду наукових статей, присвячених проблемам аналізу фінансових результатів.

Наукові інтереси: бухгалтерський фінансовий облік



Марина Олегівна Ковальчук, співробітниця кафедри обліку і аудиту Житомирського державного технологічного університету, навчається з I-го курсу в науковій бухгалтерській школі при кафедрі.

Наукові інтереси: основи бізнесу, теорія бухгалтерського обліку



Марія Олегівна Козлова, викладач кафедри обліку і аудиту, закінчила з відзнакою Житомирський інженерно-технологічний інститут. Співавтор підручника "Бухгалтерський фінансовий облік" і навчальних посібників "Економічний аналіз", "Бухгалтерський фінансовий облік. Конспект лекцій", "Ділова англійська мова", "Основи бізнесу" тощо.

Наукові інтереси: історія бухгалтерського обліку, облік у зарубіжних країнах, облік зобов'язань і резервів



Михайло Михайлович Кривошей, перший заступник голови Державної податкової адміністрації, начальник УПМ ДПА в Полтавській області, депутат Житомирської обласної ради, закінчив Харківський юридичний інститут та Житомирський державний технологічний університет.

Співавтор навчальних посібників "Звітність підприємства", "Бухгалтерський облік у бюджетних установах".

Наукові інтереси: фінансовий та податковий контроль



Володимир Петрович Левчук, голова ДПА в Дніпропетровській області, закінчив з відзнакою Горківську вищу школу МВД СРСР та Житомирський державний технологічний університет.

Співавтор навчальних посібників "Наукові дослідження в бухгалтерському обліку", "Бухгалтерський облік у бюджетних установах".

Наукові інтереси: фінансовий та податковий контроль



Сергій Федорович Легенчук, викладач кафедри обліку і аудиту, закінчив з відзнакою Житомирський державний технологічний університет. Сертифікований користувач-методист програмного забезпечення "Парус-Підприємство 7.20" з правом викладання в навчальних закладах.

Співавтор навчального посібника "Основи бізнесу".

Наукові інтереси: проблеми обліку вексельних операцій, комп'ютеризація бухгалтерського обліку



Ірина Юрївна Литвиненко, аспірант кафедри обліку і аудиту, закінчила Академію Державної податкової служби України. Працює в Державній податковій адміністрації у Житомирській області на посаді головного спеціаліста, головного державний податковий ревізор-інспектор. Співавтор підручника "Бухгалтерський фінансовий облік".
Наукові інтереси: проблеми фінансового контролю, бухгалтерського обліку та аудиту



Ірина Вікторівна Литвинчук, викладач кафедри фінансів, закінчила з відзнакою Житомирський державний технологічний університет. Секретар Вченої ради обліково-фінансового факультету Житомирського державного технологічного університету.
Співавтор навчального посібника "Основи бізнесу".
Наукові інтереси: проблеми гармонізації бухгалтерського обліку, теорія бухгалтерського обліку



Наталія Михайлівна Малюга, к.е.н., доцент, заступник завідувача кафедри обліку і аудиту, сертифікований аудитор України, член Методологічної ради з бухгалтерського обліку при Міністерстві фінансів України, секретар Вченої Ради ЖДТУ. Випускниця Житомирського інженерно-технологічного інституту.
Під її керівництвом захищено 3 дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук.
Автор та співавтор 2-х монографій, ряду підручників і навчальних посібників.
Наукові інтереси: теорія і методологія бухгалтерського обліку та контролю, бухгалтерська експертиза



Сергій Захарович Мошенський, ст. викладач кафедри обліку і аудиту, заступник Голови правління ЗАТ "Пластета-буд" з економічних питань. Закінчив Луганський державний педагогічний інститут за спеціальністю "Математика" та Житомирський інженерно-технологічний інститут за спеціальністю "Облік і аудит", сертифікований аудитор України.
Співавтор підручника "Бухгалтерський фінансовий облік" та автор ряду наукових статей з бухгалтерського обліку та аудиту вексельних операцій.
Наукові інтереси: бухгалтерський облік та аудит вексельних операцій, організація бухгалтерського обліку в будівництві



Оксана Вікторівна Олійник, к.е.н., доцент, декан обліково-фінансового факультету, член Вченої Ради ЖДТУ. Закінчила з відзнакою Житомирський інженерно-технологічний інститут.
Автор навчального посібника "Економічний аналіз. Практикум".
Співавтор підручника "Організація бухгалтерського обліку", навчальних посібників "Економічний аналіз", "Бухгалтерський словник", "Бухгалтерський фінансовий облік. Конспект лекцій" тощо.
Наукові інтереси: проблеми обліку, аналізу та аудиту витрат підприємства, теорія економічного аналізу



Наталія Анатоліївна Остап'юк, викладач кафедри обліку і аудиту, закінчила з відзнакою Житомирський державний технологічний університет.
З 2000 р. працювала на посадах головного спеціаліста, провідного казначея відділу видатків Державного казначейства.
Співавтор підручника "Бухгалтерський фінансовий облік", навчальних посібників "Судово-бухгалтерська експертиза", "Основи бізнесу".
Наукові інтереси: проблеми теорії і практики судово-бухгалтерської експертизи, звітність підприємства



Тетяна Петрівна Остапчук, доцент кафедри обліку і аудиту, голова профкому Житомирського державного технологічного університету, закінчила з відзнакою Житомирський інженерно-технологічний інститут.
Співавтор підручника "Бухгалтерський фінансовий облік", навчальних посібників "Бухгалтерський облік у громадському харчуванні", "Економічний аналіз", "Бухгалтерський фінансовий облік. Конспект лекцій" тощо.
Наукові інтереси: проблеми теорії бухгалтерського обліку, облік інвестиційної діяльності підприємств



Володимир Вікторович Очолас, керівник проекту щодо відновлення діяльності ВАТ "Льонотекс", закінчив Дніпропетровський інститут інженерів залізничного транспорту ім. М.І. Калініна.

Співпрацює з кафедрою обліку і аудиту з питань щодо проблем відновлення діяльності підприємств України.

Наукові інтереси: проблеми економіки та стратегічний аналіз діяльності підприємств



Інна Анатоліївна Панченко, викладач кафедри обліку і аудиту, закінчила з відзнакою Житомирський державний технологічний університет. Співавтор навчальних посібників "Основи бізнесу", "Судова-бухгалтерська експертиза".

Наукові інтереси: проблеми теорії і практики бухгалтерської експертизи, контролю та бухгалтерського фінансового обліку



Наталія Іванівна Петренко, доцент кафедри обліку і аудиту, випускниця Житомирського інженерно-технологічного інституту, сертифікований аудитор України.

Співавтор монографії "Аудит: стан і тенденції розвитку в Україні та світі".

Співавтор підручників "Контроль і ревізія", "Бухгалтерський фінансовий облік", навчальних посібників "Аудит і ревізія підприємницької діяльності", "Облік в галузях економічної діяльності: торгівля, автотранспорт, будівництво".

Наукові інтереси: проблеми теорії та методики господарського контролю



Олександр Михайлович Петрук, к.е.н., доцент, завідувач кафедри фінансів. Закінчив Київський інститут народного господарства ім. Д.С. Коротченка. Має сертифікат аудитора серії "Е" і сертифікат Асоціації комерційних банків США.

Під його керівництвом захищено дисертацію на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук.

Автор монографії "Облік та аналіз договірних відносин: проблеми теорії та практики".

Співавтор підручника "Бухгалтерський фінансовий облік", навчальних посібників "Фінансовий менеджмент", "Фінанси підприємств" тощо.

Наукові інтереси: проблеми гармонізації національних систем бухгалтерського обліку



Наталія Вікторівна Піка, співробітник кафедри обліку і аудиту Житомирського державного технологічного університету, навчається з І-го курсу в наковій бухгалтерській школі при кафедрі.

Наукові інтереси: проблеми теорії та практики фінансового обліку



Ірина Романівна Поліщук, викладач кафедри обліку і аудиту, закінчила з відзнакою Житомирський інженерно-технологічний інститут.

Співавтор підручника "Бухгалтерський фінансовий облік", навчальних посібників "Бухгалтерський облік у сільському господарстві", "Економічний аналіз", "Бухгалтерський фінансовий облік. Конспект лекцій", "Основи бізнесу", "Бухгалтерський облік у бюджетних установах".

Наукові інтереси: проблеми теорії бухгалтерського обліку, історія бухгалтерського обліку, облік власного капіталу в господарських товариствах



Аліна Володимирівна Рабошук, ст. викладач кафедри обліку і аудиту, закінчила з відзнакою Житомирський інженерно-технологічний інститут.

Співавтор підручника "Бухгалтерський фінансовий облік", навчальних посібників "Бухгалтерський фінансовий облік. Конспект лекцій", "Наукові дослідження в бухгалтерському обліку", "Ділова англійська мова", "Основи бізнесу" тощо.

Наукові інтереси: проблеми теорії бухгалтерського обліку, облік зовнішньоекономічної діяльності



Анна Володимирівна Рабошук, співробітниця кафедри обліку і аудиту Житомирського державного технологічного університету, навчається з I-го курсу в науковій бухгалтерській школі при кафедрі.

Співавтор навчального посібника "Основи бізнесу".

Наукові інтереси: основи бізнесу, теорія бухгалтерського обліку



Інна Тадеушівна Райковська, співробітниця кафедри обліку і аудиту Житомирського державного технологічного університету.

Співавтор навчального посібника "Основи бізнесу".

Наукові інтереси: методологія економічного аналізу, проблеми теорії бухгалтерського обліку



Катерина Василівна Романчук, викладач кафедри обліку і аудиту, закінчила з відзнакою Житомирський інженерно-технологічний інститут.

Співавтор підручника "Бухгалтерський фінансовий облік", навчальних посібників "Економічний аналіз", "Бухгалтерський фінансовий облік. Конспект лекцій", "Наукові дослідження в бухгалтерському обліку", "Основи бізнесу" тощо.

Наукові інтереси: теорія бухгалтерського обліку, бухгалтерський фінансовий облік, наукові дослідження в бухгалтерському обліку



Марина Василівна Семенчук, співробітниця кафедри обліку і аудиту Житомирського державного технологічного університету, навчається з I-го курсу в науковій бухгалтерській школі при кафедрі.

Наукові інтереси: основи бізнесу, теорія бухгалтерського обліку



Тетяна Вікторівна Соломаха, співробітниця кафедри обліку і аудиту Житомирського державного технологічного університету, навчається з I-го курсу в науковій бухгалтерській школі при кафедрі.

Співавтор навчального посібника "Основи бізнесу".

Наукові інтереси: теорія бухгалтерського обліку, фінансовий облік



Ірина Валеріївна Супрунова, співробітник кафедри обліку і аудиту Житомирського державного технологічного університету, навчається з І-го курсу в науковій бухгалтерській школі при кафедрі.

Наукові інтереси: основи бізнесу, теорія бухгалтерського обліку



Ірина Леонідівна Томашевська, співробітник кафедри обліку і аудиту Житомирського державного технологічного університету, навчається в науковій бухгалтерській школі при кафедрі.

Наукові інтереси: проблеми обліку цінних паперів



Тетяна Вікторівна Шахрайчук, викладач кафедри обліку і аудиту, випускниця Житомирського інженерно-технологічного інституту. Має сертифікат "ІС:Професіонал", сертифікований користувач-методист програмного забезпечення "Парус-Предприятие 7.20" з правом викладання у навчальних закладах.

Співавтор підручника "Інформаційні системи бухгалтерського обліку", навчальних посібників "Бухгалтерський фінансовий облік. Конспект лекцій", "Економічний аналіз", "Основи бізнесу", "Бухгалтерський облік у бюджетних установах".

Наукові інтереси: управлінський облік, автоматизація бухгалтерського обліку



Марія Михайлівна Шигун, к.е.н., доцент, заступник декана обліково-фінансового факультету, закінчила з відзнакою Житомирський інженерно-технологічний інститут, сертифікований аудитор України.

Брала участь у навчальній програмі підготовки викладачів за міжнародними стандартами бухгалтерського обліку і аудиту (Київ, 2001 р.), пройшла практичний курс з Міжнародних стандартів аудиту (Київ, 2001 р.).

Співавтор підручників "Бухгалтерський фінансовий облік", "Організація бухгалтерського обліку", навчального посібника "Аудит і ревізія підприємницької діяльності" тощо.

Наукові інтереси: проблеми бухгалтерського обліку та господарського контролю



Наталія Валентинівна Шумлянська, викладач кафедри обліку і аудиту, закінчила Варшавський університет, відділення польської філології.

Наукові інтереси: ділова польська мова, ведення переговорів на міжнародному рівні



Людмила Йосипівна Юрківська, ст. викладач кафедри обліку і аудиту, консультант Українського Центру Реструктуризації та Розвитку Приватного Сектору, випускниця Житомирського інженерно-технологічного інституту.

Співавтор навчальних посібників "Організація бухгалтерського обліку. Вправи, ситуації, тести", "Бухгалтерський словник", "Ділова англійська мова", "Основи бізнесу".

Наукові інтереси: проблеми реструктуризації підприємств

Готуються до видання

Методика ведення переговорів:

підготовка, ведення,
бухгалтерські ситуації

Навчальний посібник

Бухгалтерський податковий облік

Навчальний посібник

Судово-бухгалтерська експертиза

Навчальний посібник

Навчальне видання

СВІТОВИЙ БІЗНЕС

Колектив авторів:

д.е.н, професор: Ф.Ф. Бутинець; к.е.н., доценти: С.Л. Береза, В.П. Бондар, І.В. Жиглей, Н.М. Малога, О.В. Олійник, О.М. Петрук, М.М. Шигун; доценти: Т.В. Барановська, В.Г. Валько, Т.В. Давидюк, Т.П. Остапчук, Н.І. Петренко; старші викладачі: В.В. Євдокимов, С.З. Мошенський, Ал.В. Рабошук, Л.Й. Юрківська; викладачі: С.В. Бойко, О.П. Войналович, О.М. Глушук, А.П. Дикий, С.М. Дячек, І.В. Замула, М.О. Козлова, С.Ф. Легенчук, І.В. Литвинчук, Н.А. Остап'юк, І.А. Панченко, І.Р. Поліщук, К.В. Романчук, Т.В. Шахрайчук, Н.В. Шумлянська; аспіранти: С.М. Кафка, І.Ю. Литвиненко; магістр: І.Т. Райковська; співробітники: К.П. Боримська, Г.А. Буравков, М.І. Гордійчук, І.В. Драган, І.М. Зьолко, М.О. Ковальчук, М.М. Кривошей, В.П. Левчук, В.В. Очолас Н.В. Піка, Ан.В. Рабошук, М.В. Семенчук, Т.В. Соломахо, І.В. Супрунова, І.Л. Томашевська.

Відповідальний редактор д.е.н., професор Ф.Ф. Бутинець

НБ ПНУС



693467

Редактор *С.Л. Береза*
Технічний редактор *О.А. Лаговська*
Коректор *А.П. Дикий*
Художник обкладинки *В.В. Євдокимов*

Підписано до друку 18.02.2004 р. Папір офсетний. Формат 60×84 1/16.
Гарнітура "Таймс". Друк офсетний. Ум. др. арк. 36,4.
Обл. вид. арк. 36,42. Замовлення 759

ПП "РУТА"
10014, Україна, м. Житомир, вул. М. Бердичівська, 17а