

На нашу думку, важливо створити механізм мотивації кожного працівника підприємства до генерації нових ідей та альтернативних варіантів вирішення питань діяльності й розвитку підприємства. Передумовою функціонування такого механізму повинно бути бажання керівників підприємства займатись проблемами довгострокового розвитку підприємства та вміння бачити перспективу. Одночасно подібний підхід з врахуванням наведених рекомендацій стосовно формування критеріїв оцінки діяльності підприємства та його підрозділів забезпечує раціональне використання складових економічного потенціалу підприємства. Як бачимо, чільне місце у даній схемі, повинна займати людина, інтелектуальний потенціал якої у вітчизняній економіці використовується недостатньо.

1. *Зубов В.М. Как измеряется производительность труда в США. – М., 1990.*
2. *Поліщук Н.В. Методи аналізу діяльності підприємства // Фінанси України. – 2001. – № 1.*
3. *Riggs J., Felix G. Productivity by objectives. – Prentice Hall, 1983.*
4. *Бланк И.А. Управление прибылью. – К., 1998.*
5. *Хелферт Э. Техника финансового анализа / Пер. с англ. – М., 1996.*

УДК 334:658

А.Г. Загородній, З.О. Коваль

Національний університет "Львівська політехніка"

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВЗАЄМИН ВИРОБНИКІВ ТА СПОЖИВАЧІВ ПРОДУКЦІЇ: РЕАЛЬНИЙ СТАН І ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ

© Загородній А.Г., Коваль З.О., 2001

Розглядається існуючий в Україні механізм державного регулювання взаємин виробників і споживачів продукції та доводиться необхідність його удосконалення. Пропонується введення державного реєстру та рейтингове оцінювання українських підприємств.

The gear, existing in Ukraine, of state regulation of interactions of the industrial workers and customers of production is considered and the necessity of its refinement is proved. It is offered creations of the state registry and of a rating of the Ukrainian firms.

Необхідною умовою здійснення ефективної підприємницької діяльності є існування розвинутої ринкової інфраструктури. У загальноекономічному розумінні інфраструктура уособлює сукупність різних організацій, інститутів, що забезпечують взаємодію суб'єктів ринкових відносин, створює загальні умови функціонування ринку. На кожному ринку існують свої, притаманні саме сфері підприємницької діяльності, організації та підприємства, що забезпечують ефективний взаємозв'язок продавців і покупців. Зокрема, на товарному ринку діють підприємства гуртової та роздрібною торгівлі, товарні біржі, товарно-посередницькі фірми, державні органи контролю та регулювання ринку.

Зростання ролі підприємництва як суспільного явища у формуванні ринкової системи та становленні нових форм економічних зв'язків пов'язане з необхідністю державного регулювання відносин виробників товарів (послуг) із споживачами. Згідно з чинним законодавством держава гарантує усім підприємствам, незалежно від обраних ними

організаційних форм підприємницької діяльності, рівні права і створює рівні можливості для доступу до матеріально-технічних, трудових, інформаційних, природних та інших ресурсів. Держава законодавчо забезпечує свободу конкуренції між підприємствами, захищає споживачів від проявів недобросовісної конкуренції та монополізму в будь-яких сферах підприємницької діяльності. Держава здійснює захист прав споживачів, їх економічних інтересів, забезпечує гарантований рівень споживання, прав споживачів на належну якість продукції, забезпечення виконання гарантійних зобов'язань, права споживача на безпеку продукції, право споживача на інформацію про продукцію, права споживача у сфері торгівельного та інших видів обслуговування та права споживача (покупця) на обмін товарів належної якості.

Взаємовідносини виробників і споживачів, при яких виробник має власну збутову мережу і не використовує посередників (рис. 1), регулюються Законом України “Про захист прав споживачів”, Законом України “Про ціни і ціноутворення”, Цивільним кодексом України, іншими законодавчими документами, і здійснюються на договірній основі. Договір – усна чи письмова угода між споживачем і продавцем (виконавцем) про якість, строки, ціну та інші умови, за якими здійснюються купівля-продаж, роботи та послуги. Договір можна оформляти квитанцією, товарним чеком або іншими письмовими документами [1].

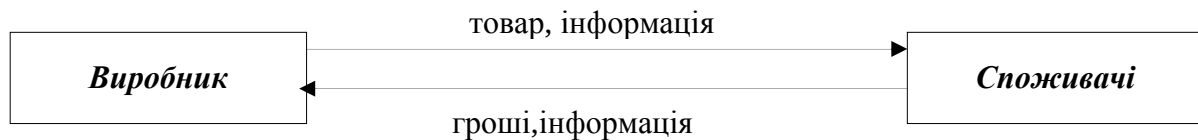


Рис. 1. Схема організації прямих взаємоз'язків між виробниками і споживачами

Держава законодавчо забезпечує громадянам захист їх економічних інтересів як споживачів, надає можливість вільного вибору продукції, а також виготовлювачів і продавців, одержання знань і навиків, необхідних для прийняття самостійних рішень при придбанні та використанні продукції відповідно до їх потреб і гарантує придбання або одержання іншими законними способами продукції в обсягах, що забезпечують рівень споживання, достатній для підтримання нормального здоров'я і життєдіяльності. Споживач має право вимагати від продавця (виконавця), щоб якість придбаної ним продукції відповідала обов'язковим вимогам державних стандартів, іншій нормативно-технічній документації і договорам. Вимоги до продукції, що підлягають єдиному регулюванню, встановлюються державними органами в межах їх компетенції щодо державних стандартів і є обов'язковими. Усі вимоги мають передбачати безпеку продукції, охорону здоров'я і життя громадян та охорону навколишнього середовища, а також суміщення та взаємозамінність виробів. Згідно із законом продавець зобов'язаний передати споживачу (покупцю, замовнику) продукцію, яка відповідає за якістю вимогам стандарту, іншій нормативно-технічній документації та умовам договору. Усі види продукції повинні мати гарантійний термін. Закон України “Про захист прав споживачів” регулює також порядок дії договорів про виконання робіт і надання послуг. Зокрема, замовник має право відмовитись від договору про виконання робіт і надання послуг і вимагати відшкодування збитків, якщо виконавець своєчасно не приступає до виконання договору або виконує роботу так повільно, що закінчити її в строк стає

явно не можливим. Якщо під час виконання робіт або надання послуг стане очевидним, що вони не будуть виконані згідно з умовами договору, замовник має право призначити виконавцю відповідний термін для усунення недоліків, а в разі невиконання цієї вимоги в призначений термін розірвати договір і вимагати відшкодування збитків, або доручити виправлення недоліків третій особі за рахунок виконавця. При наявності у роботах(послугах) істотних відступів від умов договору або інших істотних недоліків замовник має право вимагати розірвання договору.

Взаємозв'язки виробників і споживачів можна здійснювати і через посередників – підприємства гуртової та роздрібною торгівлі. До того ж, існує декілька варіантів реалізації цих взаємозв'язків. Наприклад, посередник може надавати інформацію виробникам про існування споживчого попиту, виробник, своєю чергою, надає інформацію про свої товари та послуги і після укладення угоди передає товар посереднику (рис. 2). Посередник надає інформацію споживачам про якість товару, його переваги (використовуючи рекламу, заходи стимулювання збуту, персональний продаж та пропаганду), реалізовує його в обмін на гроші, а споживач, здійснюючи покупку, інформує про попит. Проте, об'єктом продажу підприємства-посередника може виступати також інформація (рис. 3), яка необхідна виробнику, щоб знати про попит на товар, стан на ринку та інші фактори, а споживачам для більш ефективного та раціонального задоволення потреб. Відносини підприємства з іншими підприємствами, організаціями, як і з громадянами в усіх сферах господарської діяльності, здійснюється на основі договорів.



Рис. 2. Схема організації взаємовідносин суб'єктів товарообігу

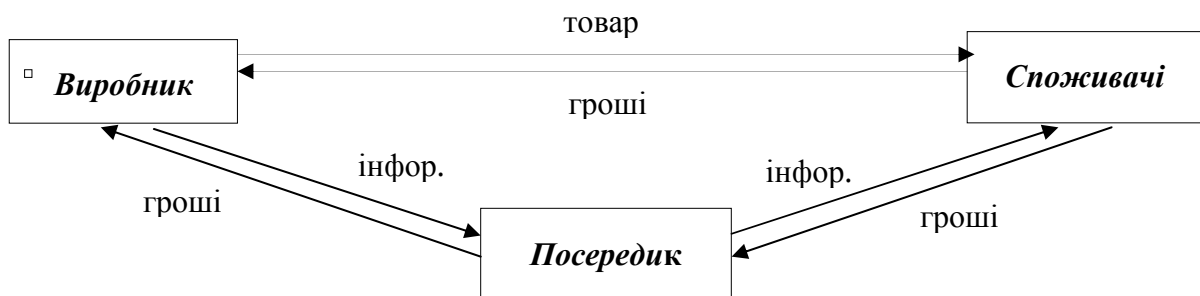


Рис. 3. Схема організації взаємовідносин суб'єктів товарообігу

Відносини підприємства з іншими підприємствами, організаціями, як і з громадянами в усіх сферах господарської діяльності, здійснюється на основі договорів. Підприємства вільні у виборі предмета договору, визначенні зобов'язань, будь-яких інших умов господарських взаємовідносин, що не суперечать законодавству України [2]. Підприємство здійснює реалізацію своєї продукції, інших матеріальних цінностей на основі прямих угод (контрактів), державних замовлень, через товарні біржі, мережу власних торгових підприємств. При цьому в основному використовуються договір купівлі-продажу, договір поставки тощо. За договором купівлі-

продажу продавець зобов'язується передавати майно у власність покупцеві, а покупець зобов'язується прийняти майно і сплатити за нього певну грошову суму. За договором поставки організація-постачальник зобов'язується передати у певні строки або строк організації-покупцеві (замовнику) у власність (в оперативне управління) певну продукцію, згідно з обов'язковим для обох організацій плановим актом розподілу продукції; організація-покупець зобов'язується прийняти продукцію і оплатити її за встановленими цінами [3].

Усі розрахунки підприємств (включаючи платежі до бюджету і виплату заробітної плати) повинні, згідно з Законом “Про підприємства в Україні”, проводитись в календарній черговості надходження розрахункових документів. Розрахунки підприємств за своїми зобов'язаннями проводяться у безготівковому та готівковому порядку через установи банків відповідно до правил здійснення розрахункових та касових операцій, затверджуваних Національним банком України. Підприємство може постачати продукцію, виконувати роботи, надавати послуги в кредит із сплатою покупцями процентів за користування цим кредитом. Для оформлення таких угод підприємство може застосовувати в господарському обігу векселі. Підприємство несе відповідальність за дотримання кредитних договорів і розрахункових дисциплін. Підприємство, яке не виконує своїх зобов'язань по розрахунках, може бути оголошене арбітражним судом банкрутом у порядку, встановленому Законом України “Про банкрутство”. За порушення договірних зобов'язань, кредитно-розрахункової і податкової дисципліни, вимог до якості продукції та інших правил здійснення господарської діяльності підприємство несе відповідальність, передбачену законодавством України. Сплата штрафів за порушення умов договору, а також відшкодування завданих збитків не звільняють підприємство без згоди споживача від виконання зобов'язань щодо поставок продукції, проведення робіт чи надання послуг.

Взаємозв'язки між виробниками і посередниками регулюються державою за допомогою організаційно-адміністративних методів. Організаційно-адміністративний напрямок регулювання підприємництва криє в собі правове регулювання, інфраструктурне забезпечення, формування організаційної системи, підтримки й регулювання. Значний внесок у розроблення законодавчих і нормативних актів щодо регулювання взаємин виробників та споживачів продукції вносить комісія Верховної Ради України з питань економічної реформи та управління народним господарством, відділ із питань власності й підприємництва Кабінету Міністрів України, інші недержавні об'єднання – спілки, асоціації, навчальні центри.

Ефективність функціонування сфери товарообігу значною мірою залежить від механізму державного регулювання діяльності торгово-посередницьких структур. Інтереси держави, підприємств-виробників, підприємств гуртової та роздрібної торгівлі, а також споживачів перетинаються переважно в питаннях бюджетно-фінансової політики держави. Оскільки, інтереси кінцевих споживачів зводяться до придбання необхідних товарів за оптимальними для них цінами, то реалізація бюджетно-фінансових методів впливу на підприємства-учасники мережі товарообігу поряд з відповідними методами цінової політики виявлятиме вигідну для населення соціальну спрямованість діяльності органів державної влади [4].

Органи державного управління будують свої відносини з підприємствами (незалежно від того чи це виробники, чи посередники), використовуючи:

- податкову і фінансово-кредитну політику, в тому числі встановлення ставок податків і процентів із державних кредитів, податкових пільг,
- цін і правил ціноутворення, цільових дотацій, валютного курсу, розмірів економічних санкцій;

- державне майно і систему резервів, ліцензії, концесії, лізинг, соціальні, екологічні та інші норми і нормативи;

- договори на виконання робіт і поставок для державних потреб;
- науково-технічні, економічні та соціальні, республіканські й регіональні програми.

Останнім часом значення державної підтримки оптово-торговельних структур значно зросло. Вона повинна сприяти підвищенню ефективності і ролі оптових структур в обслуговуванні виробництва; економічному зацікавленні в розширенні й інтенсифікації послуг; забезпечення загальної економії фінансових і матеріальних ресурсів. Об'єктивна необхідність державної підтримки оптово-торговельних структур зумовлена такими обставинами:

- задовольняючи власні інтереси, гуртові посередники повинні забезпечувати з необхідним ефектом потреби підприємств-виробників, орієнтуватись на кінцеві результати і, відповідно, спиратись на підтримку з боку органів управління;

- органи управління покликані координувати гуртових посередників та підприємства-виробники, сприяти забезпеченню взаємовигідної економії при взаємодії суб'єктів товарного ринку;

- у розвитку системи послуг, які надаються посередниками, зацікавлені і органи управління (з врахуванням можливості одержання додаткової економії і поповнення бюджету, вдосконалення за участю посередників системи інформаційного обслуговування для регіонів тощо).

Важливим напрямом державного впливу на функціонування інфраструктури є координація товаропотоків через місця складування. Якщо підтримка оптових посередників спрямована на посилення їх ролі, розширення сфери діяльності, підвищення ефективності обслуговування, то координація товаропотоків забезпечує економію сукупних витрат на товарообіг.

Актуальним напрямом непрямого державного регулювання діяльності посередників є участь у формуванні цін. Згідно із Законом України “Про ціни і ціноутворення” (ст.8) “Державне регулювання цін і тарифів здійснюється шляхом встановлення:

- державних фіксованих цін (тарифів);
- граничних рівнів цін (тарифів) або граничних відхилень від державних фіксованих цін і тарифів”.

У разі надмірного зростання цін раніше виведених з-під контролю за рішенням Кабінету Міністрів України, виконавчих комітетів обласних і міських (міст республіканського підпорядкування) рад, допускається тимчасове повернення до державного регулювання цін і тарифів. Державне регулювання цін на продукцію монопольних утворень, вибір методів та встановлення термінів регулювання здійснюється на загальнодержавному ринку – Міністерством економіки; на регіональних ринках – урядом Автономної Республіки Крим, облвиконкомами, Київським та Севастопольським міськвиконкомами. Регулювання цін на продукцію монопольних утворень здійснюється шляхом встановлення: фіксованих цін, граничних рівнів цін, граничних рівнів торговельних надбавок, граничних нормативів рентабельності, запровадження обов'язкового декларування цін. Декларування підвищення вільних цін здійснюється підприємствами після погодження ними нового рівня з основними підприємствами-споживачами. Підвищення цін без декларування кваліфікується як порушення державної дисципліни цін і до порушників застосовуються штрафні санкції відповідно з чинним законодавством [5].

Державне регулювання переслідує різні цілі, серед яких можуть бути:

- запобігання зростанню цін;
- стримування або стимулювання виробництва певних товарів;

- вилучення додаткових коштів для державного бюджету;
- запобігання значній диференціації доходів.

Потрібно звернути увагу на складові економічного регулювання підприємницької діяльності: ринкові, спонукальні основи та стимули, форми і методи державного регулювання. Якщо ринкові регулятори діють на рівні окремої фірми і по горизонталі (тобто знаходять свій прояв у взаємодії з іншими суб'єктами), то державне регулювання втілює дію макроекономічного середовища. Свобода підприємництва міцно спирається на конкуренцію, тому що в її основі лежить ринок, де діє багато самостійних господарських одиниць, кожна з яких сама по собі не здатна впливати на загальний попит чи ринкову ціну.

Проте ситуація в Україні характеризується нестабільністю законодавчої бази, дії законів, які регулюють підприємницьку діяльність гальмуються недостатньою їх довершеністю [6], що потребує постійних змін та доповнень щодо їх сутності, насамперед це стосується оподаткування, ліцензування, законодавчої бази щодо підтримки національного виробника та регулювання взаємовідносин виробників і посередників. Як наслідок, постійні зміни в законодавстві України, його суперечливість і недосконалість перешкоджають нормальному функціонуванню підприємств. Така ситуація в області політики і права призводить до недовіри до уряду країни, порушення законодавства тощо.

Існування проблеми неплатежів, недостатнє інформаційне забезпечення, недосконалість механізму регулювання взаємозв'язків між суб'єктами ринку та інші проблеми дають підстави для висновку про недостатню ефективність форм та методів державного регулювання зв'язків підприємства зі споживачами продукції та необхідність їх удосконалення. Побудова сучасного механізму державного регулювання взаємин виробників та споживачів продукції повинні базуватися на використанні певних принципів. По-перше, це ефективність дії механізму. Регулювання повинне сприяти зростанню добробуту населення, вирішенню на цій основі соціальних питань і не бути дорогим для держави. Другий принцип – справедливість. Вона повинна сприяти забезпеченню рівноправності усіх без винятку суб'єктів підприємницької діяльності. У поєднанні з відповідальністю за дотримання законодавства як органами державного регулювання, так і їх працівниками це дозволить зробити даний механізм послідовним, ввести такі принципи, як відповідальність і послідовність. Останнім принципом виступає простота. Правові аспекти мають бути зрозумілими за змістом і легкі у виконанні. Наведені принципи знаходять правове відображення в Указі Президента України “Про усунення обмежень, що стримують розвиток підприємницької діяльності” від 03.02 1998 р. В цьому Указі зазначається, що дерегулювання є одним з пріоритетних напрямів реформування державного управління економікою. Під дерегулюванням прийнято розуміти сукупність заходів, спрямованих на зменшення втручання державних органів у підприємницьку діяльність, усунення правових, адміністративних, економічних і організаційних перепон у розвитку підприємництва.

Щоб орієнтуватися у складній ринковій ситуації, підприємствам необхідно правильно оцінювати не лише свій виробничий, економічний і фінансовий потенціал, а й потенціал своїх можливих конкурентів і партнерів. У країнах із розвинутою ринковою економікою існують незалежні рейтингові агентства, що на договірних засадах виконують роботи для держави, фірм, акціонерних товариств, банків та інших замовників. Президія Торгово-промислової палати України 24 листопада 1994 року затвердила рішення про введення недержавного реєстру українських підприємств, фінансове становище яких свідчить про їхню надійність як партнерів, проте у більшості регіонів України реєстр ТПП не існує [6]. У зв'язку з цим необхідно, на нашу думку, цей процес здійснювати відповідним державним установам, відомствам або

підтримувати створення та функціонування спеціальних агенств. Тобто кожне підприємство повинне у певні строки подати інформацію, проаналізувавши яку, можна дати оцінку рентабельності, ділової активності, ринкової стійкості, платоспроможності, ліквідності підприємства та оцінку ефективності управління ним. При цьому надана інформація повинна відповідати таким вимогам: максимальна об'єктивність, точність, повнота. Показники мають бути несуперечливими і відображати цілісну характеристику фінансово-господарського стану підприємства. Автори вважають, що поряд з показниками, які характеризують фінансову та господарську діяльність, можна було б надавати інформацію, що характеризує ще й комерційну діяльність підприємства, кількість укладених угод, виконання боргових зобов'язань, взаємовідносини з постачальниками та замовниками. Наприклад, у США існує рейтингова система оцінки підприємств, що подає понад 1,2 млн. одиниць різноманітних за функціями, статусом, розмірами і призначенням фірм і компаній. У країні існує єдина класифікація цих організацій. Встановлено порядок, відповідно до якого починаючи з 1967 року і до сьогодні через кожні 5 років проводиться загальний перепис організацій промислової індустрії. Кожна організація у визначений час подає до Бюро перепису департаменту фінансів єдину для усіх форму на чотирьох аркушах, у якій повідомляє про себе відомості по 23 позиціях, результати обробленої інформації зводяться в один документ, що містить практично усю кількісну і якісну інформацію про підприємства різноманітних галузей. На жаль, в Україні такого документа, який би містив об'єктивну інформацію про фінансову, господарську і комерційну діяльність підприємств на сьогодні немає, і це незважаючи на те, що другий (після економічного стану в державі) фактор, який значно впливає на рівень комерційного ризику, – надійність комерційних партнерів [6], оскільки, вступаючи в господарський зв'язок з невідомим постачальником, підприємство ризикує. Звичайно, що у разі неспроможності постачальника у підприємства можуть виникнути загроза реалізації намічених планів або ж прямі фінансові витрати, що призведе до зниження прибутку. У зв'язку з цим підприємства змушені вишукувати різноманітні засоби, що дозволять визначити надійність комерційних партнерів. Так, західні фірми нерідко вдаються до послуг спеціалізованих агентств, які готують довідки про постачальників, в тому числі із використанням неформальних каналів. Вітчизняні ж підприємства при виборі постачальника переважно покладаються на власну інформацію або на інтуїцію, що звичайно підвищує рівень комерційного ризику.

Органи державного управління повинні координувати інтереси гуртових посередників і підприємств-виробників, надавати їм необхідну інформацію, сприяти забезпеченню взаємовигідної економії при їх взаємодії, зниженню витрат товарообігу, надавати певні пільги за принципом: чим більша кількість товару продається за нижчими цінами, тим істотніші пільги для суб'єктів усього каналу товарообігу.

1. Закон України "Про захист прав споживачів" // *Відомості Верховної Ради УРСР*. – 1991. – № 30. – Ст. 379. 2. Закон "Про підприємства в Україні" // *Відомості Верховної Ради УРСР*. – 1991. – № 14. – Ст. 169. 3. Плотников В. Стимулирование экономических интересов // *Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция*. – 2001. – № 2. – 31 с. 4. Гордон М. Товародвижение // *Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция*. – 2001. – № 2. – 31 с. 5. Парижак Н.В. Державне регулювання ціноутворення в Україні // *Фінанси України*. – 2000. – № 4. – 31 с. 6. Дідик Л.М. Рейтингова оцінка підприємств // *Фінанси України*. – 1999. – № 5. – 27 с.