

2. Реформирование жилищно-коммунального хозяйства: опыт и перспективы деятельности : монография / [Л.В. Беззубко, А.Н. Шамонова, С.А. Ефимочкина, Б.И. Беззубко]. – Донецк : Норд-компьютер, 2008. – 200 с.
3. Дацій О.І. Наукові принципи розвитку Житлово-комунального господарства та побудова цільових комплексних програм / О.І. Дацій // Держава та регіони. Серія: Державне управління. – 2006. – № 4. – С. 46–50.
4. Менеджмент в сфері услуг : учеб. пособ. / [В.В. Дорофиев, С.Ф. Поважный, И.Н. Осипенко и др.]. – Харьков, 2004. – 824 с.
5. Регуляторна реформа у житлово-комунальному господарстві України: аналітична доповідь по проекту “Програма розробки політики” // Регуляторна реформа у житлово-комунальному секторі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.icps.com.ua>.
6. Строкань Т.М. Регіональний розвиток житлово-комунального господарства України / Т.М. Строкань. – Черкаси : ЧІТІ, 2001. – 326 с.
7. Студінський В.А. Маркетинг у житлово-комунальній сфері : навч. посіб. / В.А. Студінський ; Державна академія житлово-комунального господарства. – К. ; Житомир : ДАЖКГ : Волинь, 2001. – 312 с.

УДК 351.84

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИЙ МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Болдін О.С.

аспірант Харківської державної академії культури

Annotation

In the article the analysis of basic constituents of organizational-legislative mechanism of government control of exhibition-fair activity in Ukraine is carried, and the ways of development of the organizational-legislative providing of this sphere are offered.

Анотація

У статті здійснено аналіз основних складових організаційно-правового механізму державного регулювання виставково-ярмаркової діяльності в Україні та запропоновано шляхи подальшого розвитку організаційно-правового забезпечення цієї сфери.

Ключові слова

Виставково-ярмаркова діяльність, виставково-ярмаркові заходи, державне регулювання, організаційно-правовий механізм державного регулювання.

I. Вступ

Виставково-ярмаркова діяльність (далі – ВЯД) відноситься до числа істотних факторів, що стимулюють розвиток усіх галузей вітчизняної економіки, тому вона закономірно стає об'єктом державної уваги й контролю. Організація виставково-ярмаркових заходів в інтересах України надасть можливості значно прискорити процеси економічних реформ і перетворень, стабілізувати становище в економіці, сприятиме відродженню власного виробництва. Виставкова діяльність на рівні окремої галузі, зовнішньоекономічної діяльності підприємства, управлінські аспекти функціонування виставкового підприємства, проблеми організації виставково-ярмаркових за-

ходів уже давно знаходяться в центрі уваги вчених у сферах менеджменту та маркетингу та є предметом досліджень Т. Ананьєвої, І. Багрової, В. Власюк, О. Гетьман, О. Григоренко, О. Гуменної, Л. Назаренко, Н. Рєдіної, А. Романова, І. Філоненко та інших науковців. Однак, питання необхідності державного регулювання ВЯД, визначення допустимих меж впливу держави та можливостей державної підтримки цієї сфери є досить новими у науковій літературі та потребують більш глибокого дослідження. В умовах відсутності державної стратегії підтримки ВЯД в Україні особливої актуальності набуває наукове обґрунтування системи законодавчого забезпечення, що сприятиме ефективному розвитку національної виставкової діяльності.

II. Постановка завдання

Метою статті є аналіз основних складових організаційно-правового механізму державного регулювання виставково-ярмаркової діяльності в Україні та обґрунтування шляхів його вдосконалення.

III. Результати

В Україні, на відміну від цілого ряду зарубіжних держав, таких як США, Німеччина, Італія, Іспанія, Єгипет та ін., не прийнято єдиного правового акта щодо регулювання основних аспектів ВЯД. Різні питання зазначеної діяльності в Україні регулюються як законодавчими актами загального характеру, так і нормативними правовими актами Кабінету Міністрів України, інших центральних органів виконавчої влади, регіональних органів влади та органів місцевого самоврядування.

Україна поки не має у своєму розпорядженні Закону “Про виставково-ярмаркову діяльність”, але підготовчі кроки вживаються вже протягом більше, ніж десять років. Серед документів, які започаткували державне регулювання ВЯД, можна виділити Указ Президента України “Про заходи щодо вдосконалювання виставкової діяльності в Україні” від 30.10.1996 р. № 1015/96 (з урахуванням змін від 22.01.2000 р. і 30.04.2001 р.) [4]. Цим Указом, зокрема, було затверджено створення Ради з питань виставкової діяльності й визначено коло її повноважень, розробку концепції й державної програми розвитку виставкової діяльності, процедуру створення Національного виставкового центру України, підлеглого Кабінету Міністрів України. Статус Ради як консультативного органу при Президенті України було визначено у його Розпорядженні “Про Раду з питань виставкової діяльності в Україні” від 27.03.2001 р. з виділенням таких основних завдань Ради, як підвищення рівня ВЯД з метою посилення її впливу на науково-технічне й технологічне відновлення вітчизняного виробництва.

Важливе значення для ВЯД мало Розпорядження Президента України “Про вдосконалення проведення виставково-ярмаркових заходів в Україні” від 02.10.2000 р. № 343/2000-рн, яке зобов'язувало Кабінет Міністрів передбачати в загальнодержавних програмах соціально-економічного розвитку проведення спеціалізованих виставок і ярмарків з найбільш актуальної тематики, щорічно затверджувати участь України у виставці за кордоном, передбачати для цих цілей фінансові ресурси, забезпечувати реалізацію програм навчання кадрів у сфері ВЯД.

Для регулювання питань, пов'язаних з організацією й проведенням виставково-ярмаркових заходів на території України, а також участю українських організацій у виставках і ярмарках за кордоном, Урядом у 2007 р. була розроблена й схвалена Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності в Україні (далі – Концепція), затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 22.08.2007 р. № 1065 [3].

Метою Концепції є забезпечення ефективного розвитку виставково-ярмаркової діяльності, регулювання відносин її суб'єктів, визначення пріоритетів удосконалення такої діяльності.

Відповідно до Концепції, основними завданнями у сфері ВЯД є:

- визначення пріоритетів з урахуванням галузевих і географічних чинників;
- посилення державної підтримки та сприяння організації експозицій продукції пріоритетних галузей національної економіки на міжнародних виставках та ярмарках;

- створення сприятливих умов для виходу вітчизняних товаровиробників на зовнішній ринок;
- сприяння науково-технічному і технологічному оновленню вітчизняного виробництва;
- залучення інвестицій і кредитів для розвитку національної економіки;
- створення умов для активної участі вітчизняних та іноземних компаній і організацій у виставках і ярмарках в Україні;
- забезпечення прозорості виставкової діяльності, захисту від проявів недобросовісної конкуренції та створення рівних умов для суб'єктів виставкової діяльності.

Спроба систематизації нормативно-правових засад державного регулювання ВЯД була зроблена у липні 2005 р., коли групою депутатів було подано проект Закону “Про виставкову діяльність в Україні” (реєстраційний номер проекту 7812) [1]. У проекті представлені нові форми регулювання правових, економічних та організаційних засад, що виникають у процесі підготовки і проведення виставкових заходів в Україні та за участю нашої держави у виставкових заходах за кордоном.

Закон “Про виставкову діяльність в Україні” передбачає такі завдання:

1) поєднати зусилля усіх суб'єктів виставкової справи в Україні: законодавчої та виконавчої влади всіх рівнів, Української та регіональних торгово-промислових палат, фахових та галузевих об'єднань підприємців та промисловців, окремих підприємств та засобів масової інформації у справі економічної розбудови України та зміцнення позицій України на політичній арені світу;

2) використовувати виставково-ярмаркові заходи з метою:

- збору та обробки інформації для використання її при розробці власної внутрішньої та зовнішньої економічної політики;
- просування на світовому ринку товарів та послуг вітчизняного виробника;
- залучення в Україну, для забезпечення власного економічного розвитку, новітніх технологій, обладнання тощо з інших країн, якщо ці товари не виробляються в Україні;

3) чітко визначити головні напрями і пріоритети розвитку, критерії взаємовідносин між усіма суб'єктами ВЯД;

4) забезпечити дієвий контроль за використанням коштів Державного та місцевих бюджетів, які спрямовуються на підтримку виставково-ярмаркових заходів.

Законопроект передбачає створення нових державних спеціалізованих структур, які регулюють та координують сферу ВЯД. Зокрема, у законопроекті зазначено, що керівництво виставковою діяльністю в Україні здійснюється Національною радою України

з виставкової діяльності, яка підпорядковується Верховній Раді України.

Національна рада України з виставкової діяльності створюється з метою:

- використання виставкової галузі у справі економічної розбудови України та зміцнення її позицій на політичній арені світу;
- поєднання зусиль усіх суб'єктів виставкової діяльності в Україні – органів законодавчої та виконавчої влади всіх рівнів, фахових та галузевих об'єднань підприємців та промисловців, окремих підприємств та засобів масової інформації – для цивілізованої співпраці у середовищі ринкових відносин;
- державної підтримки і регулювання виставкової діяльності в Україні;
- регулювання правових взаємовідносин, що виникають між суб'єктами у процесі виставкової діяльності в Україні.

Законопроект передбачено, що Національна рада України з виставкової діяльності визначає головні напрями, загальні засади, вимоги до організації виставкової діяльності в Україні і контролює діяльність усіх суб'єктів виставкової діяльності в державі. Крім того, Національна рада України з виставкової діяльності затверджує ранги і статус виставкових заходів та державний план виставкової діяльності в Україні.

Відповідно до розділу 3 законопроекту, з метою координації та контролю за виставковою діяльністю в Україні передбачено створення Виставкової палати України, яка входить до складу Торговельно-промислової палати України в якості окремого самостійного підрозділу і діє на підставі Закону України "Про Торгово-промислові палати в Україні".

До обов'язків Виставкової палати України входить:

- розробка проектів законодавчих та підзаконних актів з виставкової діяльності, нормативних документів, доповнень до них, Положення про ранги і статус виставкових заходів в Україні, Державного плану проведення виставок в Україні та участі України у виставкових заходах за кордоном;
- контроль за діяльністю вітчизняних та зарубіжних виставкових підприємств в Україні;
- видача ліцензій на право проведення виставкових заходів в Україні вітчизняними та зарубіжними виставковими підприємствами, на використання термінів "виставка" або "ярмарок" у підприємницькій діяльності, на організацію експозицій України на міжнародних виставках за кордоном, які продаються згідно з Державним планом участі України у виставкових заходах за кордоном та за державної підтримки; на організацію національних виставок України в інших державах.

Проектом закону про виставкову діяльність передбачено створення Національного

експертно-аналітичного центру, який забезпечує проведення на виставкових заходах роботи експертних груп і аналітичну обробку отриманої інформації.

З огляду на те, що виставкова діяльність потребує специфічного інформаційно-маркетингового забезпечення, у складі Національного експертно-аналітичного центру планується створення Центру з інформаційно-маркетингового забезпечення виставкової діяльності.

Серед функцій цього підрозділу визначено:

1) створення банку даних реквізитів виставкових підприємств; реквізитів осіб, які займаються проектними, будівельними роботами, транспортним і сервісним обслуговуванням виставкової галузі; тематик, місць і термінів проведення виставкових заходів; тарифів та умов участі експонентів у виставкових заходах; наявних у виставкових підприємств виставкових площ, обладнання і сервісних умов;

2) розробка рекомендацій до Державного плану проведення виставкових заходів;

3) розповсюдження інформації довідкового і рекламного характеру про виставкову діяльність в Україні;

4) сприяння встановленню і розвитку зв'язків між вітчизняними та зарубіжними виставковими підприємствами і установами, із засобами масової інформації;

5) розробка нормативних документів щодо інформації та її використання стосовно виставкової діяльності;

6) підготовка і проведення навчальних заходів для українських виставкових підприємств щодо інформаційно-маркетингових відносин; українських підприємств та установ щодо інформаційно-маркетингового забезпечення при підготовці та під час участі у виставкових заходах; засобів масової інформації щодо виставкової діяльності;

7) надання довідок і проведення консультацій з питань виставкової діяльності або виставкових заходів як в Україні, так і за кордоном;

8) створення відповідної репутації виставкової справи в Україні.

Передбачається, що фінансування з бюджету запропонованих до створення згідно із Законом спеціалізованих структур буде проводитись лише на стадії їх формування. Подальше фінансування цих структур буде проводитися за рахунок відрахування частки прибутку організаторів виставкових заходів, оплати виконання замовлень та власної комерційної діяльності.

На наш погляд, запропонована законопроектом система державного управління виставковою діяльністю є занадто зарегульованою та передбачає утворення громіздкого адміністративного апарату з обмеження прав суб'єктів підприємницької діяльності.

Недоліком законопроекту, а також чинної Концепції розвитку виставкової діяльності в Україні, є те, що в них не визначено форми державної підтримки ВЯД. На наш погляд, необхідно доповнити законопроект та концепцію більш детальним описом форм та методів державної підтримки, серед яких мають бути:

- організаційна підтримка, що виражається у сприянні залученню вітчизняних та зарубіжних експонентів до участі у виставково-ярмаркових заходах, у формуванні організаційних комітетів цих заходів;
- фінансова підтримка, яка може здійснюватися за рахунок фінансових засобів, закладених у Державному бюджеті на розвиток ВЯД;
- надання статусу шляхом затвердження графіків проведення виставково-ярмаркових заходів на всіх рівнях виконавчої влади;
- інформаційна підтримка, що передбачає формування інтегрованої інформаційної системи забезпечення ВЯД.

Організаційна підтримка з боку держави може здійснюватися під час підготовки та проведення пріоритетних з точки зору української економіки виставково-ярмаркових заходів на території України, а також при організації участі українських організацій у виставково-ярмаркових заходах за кордоном, які мають важливе значення для торговельно-політичних та економічних інтересів України.

Необхідно мати на увазі, що організаційна підтримка виставково-ярмаркового заходу тісно пов'язана з інформаційною підтримкою і може виражатися у такому:

- сприяння органів державної влади у залученні вітчизняних підприємств та організацій – учасників виставки (ярмарки);
- формування організаційного комітету для підготовки найбільш значущих виставково-ярмаркових заходів з метою координації діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування, підвищення рівня заходу, надання йому статусу державної підтримки;
- залучення представництв України з торговельно-економічних питань та посольств України за кордоном до організації виставково-ярмаркових заходів за кордоном, а також до запрошення іноземних учасників на міжнародні виставки та ярмарки на території України.

Фінансова підтримка може мати пряму форму, тобто безпосереднє фінансування виставково-ярмаркових заходів з державного та місцевих бюджетів, а також непряму – через підтримку розвитку матеріально-технічної бази виставкової діяльності.

З метою фінансової підтримки розвитку та вдосконалення матеріально-технічної бази

виставкової діяльності необхідно розробити програму розвитку матеріально-технічної бази ВЯД. Така програма має містити дані про стан усіх виставкових комплексів України, їх характеристики, опис виставкових заходів, що там відбуваються, економіко-фінансові показники, розрахунок прибутків та збитків за попередній рік, потребу у фінансуванні поточної діяльності, бюджетної ефективності комплексу за попередній рік, проект розвитку комплексу з економіко-фінансовими показниками, план введення додаткових потужностей, план-графік інвестицій, оцінку економічного ефекту від реформування виставкової діяльності комплексу та перспективи розвитку комплексу.

Особлива увага в зазначеній програмі має бути приділена питанням залучення інвестицій, у тому числі іноземних, а також обґрунтуванню можливостей виділення коштів з державного та місцевих бюджетів.

Основним завданням інформаційної підтримки є створення інтегрованої інформаційної системи забезпечення ВЯД в Україні, яка дасть змогу організувати інформаційне забезпечення вітчизняних товаровиробників – потенційних учасників виставково-ярмаркових заходів – з широкого спектра питань, які представляють практичний інтерес, з використанням Інтернету і засобів масової інформації. Ця система має охоплювати як підготовку і проведення виставок та ярмарків на території України, так і сприяння участі вітчизняних організацій у виставкових заходах за кордоном.

IV. Висновки

Для забезпечення дієвої державної підтримки ВЯД в Україні необхідна розробка Концепції державної політики у сфері виставково-ярмаркової діяльності та створення єдиного правового поля, яке встановлюватиме принципи та методи взаємодії суб'єктів ринку виставкових послуг з метою стимулювання ВЯД. Прийняття Закону "Про виставкову діяльність в Україні" стане першим кроком на шляху до створення цивілізованого ринку у сфері виставково-ярмаркової діяльності. Закон дасть змогу законодавчо врегулювати відносини між усіма суб'єктами виставкової справи в Україні і забезпечити ведення конкурентної боротьби цивілізованими методами.

Література

1. Закон України "Про виставкову діяльність в Україні" (проект) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
2. Закон України "Про торгово-промислові палати" від 02.12.1997 р. № 671/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1998. – № 13. – Ст. 52.
3. Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності : затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від

22.08.2007 р. № 1065 // Урядовий кур'єр. – 2007. – № 162. – 6 вересня.

4. Указ Президента України “Про заходи щодо вдосконалювання виставкової дія-

льності в Україні” від 30.10.1996 р. № 1015/96 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

УДК 351:336.027

ЕКОНОМІЧНІ МЕТОДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ ТА ВПЛИВ НА ГРОШОВИЙ РИНОК ЗА ДОПОМОГОЮ КРЕДИТНО-ГРОШОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ

Болдусва О.В.

кандидат економічних наук
Запорізький національний університет

Annotation

The economic methods of state securities regulation, in part: Tax Incentive stock market, raising the share of public spending on investment, including through capital market instruments and support demand for corporate securities, reduce and optimize the segment government securities are revealed in the article.

Анотація

У статті розглянуто економічні методи державного регулювання ринку цінних паперів, в частині: податкового стимулювання розвитку ринку цінних паперів; підвищення частки державних витрат на інвестиції, у тому числі через інструменти ринку цінних паперів; розширення кількості фінансових інструментів та підтримки попиту на корпоративні папери; скорочення та оптимізації сегмента державних цінних паперів.

Ключові слова

Механізми державного управління, державна політика, ринок цінних паперів, реформування.

I. Вступ

Розвиток фондового ринку має принципове значення для створення ефективною системи ринкової економіки. До сьогодні формування ринку цінних паперів в Україні фактично відбувалося без активної участі держави і чіткого визначення вихідних принципів організації його інститутів, інфраструктурних елементів, функціонального змісту, за відсутності необхідної правової бази. У зв'язку із цим все більш нагальною стає необхідність наукового осмислення тенденцій, реальних суперечностей і напрямів розвитку фондового ринку, які відповідають сучасному етапу трансформаційного процесу і стимулюють економічне зростання та інвестиційну активність. Сформований у надзвичайно короткі терміни і такий, що відображає практично всі специфічні особливості, які склалися в країні за період реформ фінансової системи, в тому числі її деформовану спекулятивну спрямованість, ринок цінних паперів в Україні, хоча і

функціонує в окремі періоди досить активно, але так і не став тим, чим мав бути за своєю природою – механізмом, що забезпечує переведення заощаджень на інвестиції та оптимізацію структури економіки шляхом перерозподілу коштів між галузями і сферами ринкової діяльності. Замість цього вітчизняна економіка отримала громіздкий і вкрай неефективний механізм з невизначеностями, величезними ризиками і втратами, який переслідує переважно спекулятивні завдання, пов'язані з дуже вузьким колом олігархічних груп.

У зв'язку із цим дослідження природи процесів формування та розвитку фондового ринку через його інституції та еволюційні передумови і пізнання механізмів саморозвитку ринкової економічної системи є найважливішою передумовою визначення науково обґрунтованої економічної політики щодо забезпечення сталого економічного зростання на базі інвестиційної активності. Нерозвиненість, незавершеність і неефективність інституціональної структури вітчизняного фондового ринку надає особливої актуальності проблемі визначення напрямів її оптимізації.

В Україні проблематикою теоретичних та практичних досліджень ринку цінних паперів, розробкою його економічної та організаційно-правової інфраструктури займалися С. Дяченко, А. Желіхівська, Г. Калач, О. Корнійчук, А. Меньшикова, В. Смагін, С. Степанчук, С. Хоружий та ін. Проте деякі аспекти податкового стимулювання розвитку ринку цінних паперів, обґрунтування частки державних витрат на інвестиції, в тому числі через інструменти ринку цінних паперів, розширення кількості фінансових інструментів та підтримки попиту на корпоративні папери, скорочення та оптимізації сегмента державних цінних паперів потребують подальших наукових досліджень.

II. Постановка завдання

Мета статті – дослідити економічні методи державного регулювання ринку цінних паперів, які включають вирішення питань