

кому фінансовому ринку кошти нерезидентів, небанківських організацій і фізичних осіб.

Широке коло інвесторів забезпечує можливість запозичення на переважних умовах (менші процентні ставки і більший термін запозичення) порівняно із залученням на ці цілі прямих кредитів комерційних банків. Даний ефект випуску облігацій є дуже істотною перевагою фінансового інструменту порівняно з банківським кредитом.

Основне завдання емітентів при емісії муніципальних облігацій — правильно визначити обсяг і цілі емісії. Необхідно, насамперед, чітко визначити, під які фінансові або виробничі проекти залучаються гроші (наприклад, транспортні об'єкти, платні об'єкти інфраструктури і под.), джерела надійних доходів для погашення і виплати відсотків, мати всі розрахункові дані інвестиційних проектів, а також необхідно реально враховувати ризики емісії. Не рекомендується здійснювати емісію муніципальних облігацій для покриття дефіциту місцевого бюджету.

Велика надійність і ліквідність облігацій місцевих позик дозволяє зробити їх оптимальним інструментом залучення інвестицій у виробництво. Так, у світовій практиці значного поширення набув випуск муніципальних облігацій "під дохід від промислового проекту" (industrial revenue bonds), які мобілізують кошти під будівництво виробничих об'єктів з їх подальшим продажем або здачею в оренду приватним корпораціям. При цьому механізм емісії конвертованих муніципальних облігацій, призначених для фінансування конкретних виробничих проектів, дозволяє забезпечити страхування інвестицій.

Державна політика по відношенню до ринку місцевих облігацій повинна спрямовувати на недопущення штучного посилення диференціювання регіонів, підвищення ефективності використання місцевими органами коштів з метою виробничого інвестування і підконтрольності цих процесів для органів влади, інформаційної відкритості для інвесторів і населення регіонів [2].

Успішне проведення регіональних позик відіграє важливу роль у поліпшенні інвестиційного клімату в регіонах, створює могутній імпульс розвитку інфраструктури регіональних фондових ринків, подібно до того, як емісія державних цінних паперів і масова приватизація забезпечила прискорення формування фондового ринку в загальнонаціональному масштабі. Учасники фондового ринку отримують практичний досвід андеррайтингу цінних паперів, необхідний для забезпечення подальшого розміщення корпоративних позик. Відпрацьовуються механізми первинного розміщення цінних паперів серед населення, удосконалюється робота інститутів регіонального біржового та позабіржового ринку, регіональних торгових, розрахункових і депозитарних систем. Інвестори одержують досвід практичної роботи з емісійними борговими цінними паперами.

Емісія муніципальних облігацій дозволяє також вирішити проблему трансформації заощаджень населення в інвестиції. Через нерозвиненість фондового ринку особисті накопичення до сьогодні не змогли забезпечити відповідний обсяг інвестицій. Лише менша частина заощаджень населення потрапляє на ринки позикового капіталу, що сприяє підтримці процентних ставок на найвищому рівні. Недовіра населення до корпоративних цінних паперів, недержавних інвестиційних інститутів визначає слабкість вітчизняних страхових фондів, істотно обмежує можливість залучення коштів населення корпоративними емітентами. Найпопулярнішим об'єктом приватних інвестицій як і раніше залишається вільно конвертована валюта. У цих умовах надійні та досяжні для населення низькономінальні регіональні цінні папери можуть сприяти дедоларизації особистих заощаджень населення, мобілізації їх з метою виробничого інвестування.

Особливе значення має також і той факт, що облігація є стандартизованим борговим зобов'язанням: в рамках облігаційної позики, реалізованої конкретним емітентом, всі облігації не відрізняються за умовами, на яких вони були продані. Одноманітність робить облігацію потенційним предметом фондової торгівлі. Завдяки таким властивостям облігації, як оборотність і ліквідність, а також таким допоміжним її характеристикам, як стандартність і серійність, емісія облігацій надає регіональним органам влади великі можливості для управління своїм боргом, порівняно із залученням кредитів комерційних банків.

Облігації є гнучким фінансовим борговим інструментом, їх випуск може бути сконструйований так, щоб зробити його максимально зручним як для емітента, так і для інвестора.

Привабливість регіональних облігацій для інвестора визначається двома основними чинниками:

вищою кінцевою їх прибутковістю порівняно з банківськими депозитами за рахунок податкових пільг. Суми, залучені в результаті емісії облігацій, за українським законодавством не обкладаються податком на прибуток і податком на додану вартість; більшою надійністю і ліквідністю цих цінних паперів порівняно з цінними паперами акціонерних товариств або банків (ще більшу надійність, ніж муніципальні облігації, мають тільки державні цінні папери).

Міське населення також отримує важливий для його існування об'єкт і користується його товарами, роботами або послугами.

Перераховані вище привабливі властивості регіональних облігаційних позик як особливої форми запозичення зумовили бурхливий розвиток даного сегменту ринку цінних паперів в багатьох розвинених країнах і дозволили облігаціям стати основною формою регіональної позики.

На жаль, залучення коштів до бюджетів місцевих органів влади шляхом випуску облігацій місцевих позик на сьогодні не має значного поширення в Україні. Протягом останніх років в Україні зареєстровано лише декілька випусків облігацій місцевих позик [2].

Особливі властивості муніципальних облігацій як емісійного цінного паперу обумовлюють існування цілого ряду переваг, які одержують муніципальні органи влади, залучаючи додаткові грошові ресурси шляхом емісії облігацій. Використання цих переваг дозволить облігаціям стати основною формою регіональних позик і одним із основних інструментів фінансового ринку, використаних муніципальними органами влади для залучення позикових коштів.

Література: 1. Кравченко Ю. Інструменти фондового ринка: Види. Свойства. Особенности эмиссии. Финансовые вычисления: Учебное пособие. — К.: Ника-Центр, Эльга, 2004. — 344 с. 2. Павлов В. І. Цінні папери в Україні: Навчальний посібник. / В. І. Павлов, І. І. Пилипенко, І. В. Кривов'язюк. — К.: Кондор, 2004. — 400 с. 3. Рынок ценных бумаг и биржевое дело: Учебник для вузов / Под ред. проф. О. И. Дегтяревой, проф. Н. М. Коршуновой, проф. Е. Ф. Жукова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. — 501 с.

Стаття надійшла до редакції
25.01.2006 р.

УДК 658.316

Кобелєв В. М.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ЕЛЕКТРОТЕХНІЧНИХ ВИРОБІВ

In the article the basic components of the Ukrainian electrotechnical products market are considered. On the example of asynchronous electric motors the tendencies of offer and demand change on that products are investigated as well as the parameters of export and import during several years. The special attention is given to the research of the competitive environment of the Ukrainian electrotechnical products market. The methods of increasing its competitiveness are grounded.

Вітчизняний ринок електротехнічних виробів надзвичайно широкий. Типорозмірні ряди, наприклад, тільки електричних двигунів налічують багато десятків найменувань продукції, що використовуються практично в усіх галузях промисловості та населенням. Склад учасників ринку в основному постійний протягом останніх років, нові фірми серед них з'являються досить рідко. Розвиток попиту на продукцію, що аналізується, швидше за все не розширить коло учасників, а тільки закрі-

Закінчення табл. 1

Дослідження стану та перспектив розвитку українського ринку електротехнічних виробів дозволило виявити та проаналізувати ряд важливих складових. Чільне місце серед них займає динаміка економічних показників розвитку електротехнічної промисловості, структура її підгалузей та основна номенклатура продукції, що випускається (табл. 1).

```

graph TD
    A[Електротехнічна продукція – 100%] --> B[Вироби для генерування електроенергії — 8,7%]
    A --> C[Вироби для передачі та розподілу електроенергії — 31,7%]
    A --> D[Вироби для споживання електроенергії - 57,4%]
    A --> E[Вироби для забезпечення засобів зв'язку — 2,2%]
    D --> F[На електропривід машин 32,7%]
    D --> G[На технологію 4,0%]
    D --> H[На електропостачання 8,5%]
    D --> I[На освітлення 3,1%]
    D --> J[На побутові потреби 9,1%]
  
```

Електротехнічна продукція – 100%

- Вироби для генерування електроенергії — 8,7%
- Вироби для передачі та розподілу електроенергії — 31,7%
- Вироби для споживання електроенергії - 57,4%
 - На електропривід машин 32,7%
 - На технологію 4,0%
 - На електропостачання 8,5%
 - На освітлення 3,1%
 - На побутові потреби 9,1%
- Вироби для забезпечення засобів зв'язку — 2,2%

Суть та наукова новизна розробленого методу визначення місткості ринку конкретного товару зводиться до наступного. Балансовий метод дозволяє на основі офіційних даних про обсяги виробництва, збуту, експорту та імпорту АД, а також змін складських залишків цього товару визначити місткість ринку АД України в цілому. За допомогою методу ланцюгових відношень визначаються структурні співвідношення в окремих сегментах ринку АД (сегментація за функціональним призначенням продукції). Отримані дані проходять тестову перевірку за допомогою методу експертних оцінок і при необхідності корегуються. Запропонована методика визначення місткості ринку була успішно апробована автором також при дослідженнях ринку низьковольтної апаратури, трансформа-

торів. Склад учасників вітчизняного ринку АД в основному стабільний і практично не змінюється протягом останніх років. Найбільш широко на ринку представлені [4] ВАТ "Південелектромаш" (Н. Каховка), ВАТ "Укрелектромаш" (м. Харків), ВАТ "Електромотор" (м. Полтава), ВАТ "Електромашина" (м. Харків) та ін. Було досліджено динаміку пропозиції АД на українському ринку (табл. 2), структуру їх імпорту (рис. 2) та експорту (рис. 3). Серед дистриб'ютерів найбільш відомі на нашому ринку ЛБЮ-тех (Київ), "Новий світ" (м. Суми), НПП Південпромаш (Н. Каховка) та ін. Основні обсяги імпорту АД йдуть з Росії, Турції, Польщі та Болгарії (рис. 2).

Таблиця 2

Динаміка пропозиції асинхронних двигунів на ринку України

Рік	Кількість, тис. шт.		
	Виробництво	Експорт	Імпорт
1998	774,1	95,2	44,3
1999	527,3	44,3	29,6
2000	619,0	179,7	27,0
2001	1162,7	109,1	28,3
2002	1158,3	121,3	31,1
2003	914,3	138,6	47,3
2004	1002,7	152,2	42,5

Непогано зарекомендували себе на півдні нашої країни АД з Тирасполя. Серед великих імпортерів слід відмітити також відомі європейські фірми "SIEMENS", "ABB", "LENZE" [4]. На погляд автора, розвиток попиту на АД швидше за все не збільшить кількість учасників ринку, а закріпить позиції уже відомих виробників та продавців АД.

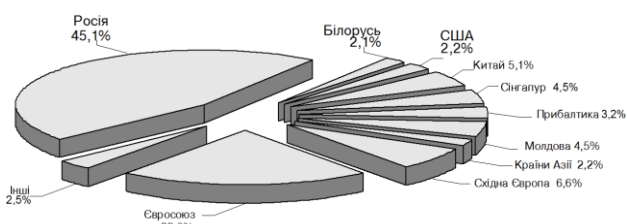


Рис. 2 Структура імпорту асинхронних електричних двигунів в Україну в 2004 році

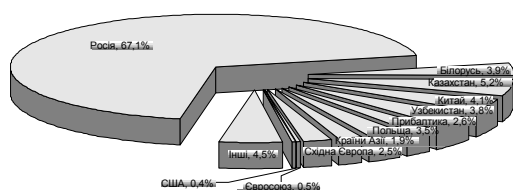


Рис. 3 Структура експорту українських асинхронних електродвигунів у 2004 році

Проведене дослідження показало, що з 2000 р. в Україні розпочався новий етап розвитку ринку АД, який, на погляд автора, продовжується і в цей час. За останні декілька років у два рази виросло виробництво АД. Паралельно йде розвиток зовнішніх ринків: з 1998 по 2004 р. обсяг експорту зріс на 50%. За останніми даними ця тенденція збережеться і надалі протягом 3 – 5 років за умови, що темпи зростання промислового виробництва та модернізації виробничих потужностей електромашинобудівних підприємств будуть на тому ж рівні. Обсяг експорту українських АД в 2004 році склав 152,4 тис. шт. на суму більше 140 млн. у. о., що на 15% більше, ніж у 2003 році та має стійку тенденцію до зростання [4]. Український виробник АД традиційно експортує свої вироби в країни СНД: Росію, Казахстан, Білорусію та ін. (див. рис. 3).

Низьковольтні асинхронні двигуни загального призначення потужністю 0,25... 400 кВт складають основу силового електроприводу і використовуються в усіх галузях. Вони споживають до 40% усієї електроенергії, тому їх удосконаленню

в промислово розвинутих країнах приділяється велике значення. Згідно з дослідженнями автора, розподіл АД за потужністю і споживанням електроенергії подано в табл. 3.

Таблиця 3

Розподіл АД за потужностями і спожитою електроенергією

Потужність, кВт	В % від загальної кількості	В % від загального споживання електроенергії
до 1	10	5
від 1 до 5	60	40
від 5 до 20	20	30
від 20 до 100	9	20
більше 100	1	5
Усього	100%	100%

У цілому АД потужністю від 1,0 до 100 кВт складають приблизно 90% та споживають 90% електроенергії, яка перетворюється в механічну. Проведені дослідження дозволили виявити, що найбільш масовим АД знаходиться в діапазоні потужностей 1 – 20 кВт, а серед виконавчих механізмів найрозповсюдженішими є станки, вентилятори, насоси та транспортери, які складають більшу половину загальної кількості механізмів (табл. 4).

Таблиця 4

Розподіл асинхронних електродвигунів за механізмами

Механізми	У % від загальної кількості	Механізми	У % від загальної кількості
Вентилятори	37,7	Змішувачі	5,5
Транспортери	19,9	Механізми переміщення	4,0
Насоси	17,0	Замки, засувки	3,7
Станки	7,0	Компресори	2,8

На думку автора, сучасні вимоги ринку електровиробів в основному пов'язані з енергозбереженням. Слід зазначити, що ця проблема характерна не тільки для АД, а й для інших видів електровиробів. Вона є міжгалузевою й охоплює всі сфери та галузі української економіки [4; 6].

Існуючі в нашій країні технології виробництва товарів на сьогоднішній день є досить енерговитратними. Частка енерговитрат в собівартості продукції складає 35 – 50%, що на 10 – 15% вище, ніж у промислово розвинутих країнах. Це призводить до необґрунтованого подорожчання товарів і зниження їх конкурентоспроможності. За оцінками експертів Євросоюзу впровадження енергозберігаючих технологій і обладнання зменшує потреби в енергоресурсах на 30 – 40% [6]. Провідні фірми-виробники виготовляють енергозберігаючі стандартні АД потужністю 0,5 – 30 кВт і більше. У цих двигунах витрати електроенергії зменшені не менше, ніж на 10% порівняно з АД з "нормальним" коефіцієнтом корисної дії $\text{ККД}_{\text{норм}}$. При цьому $\text{ККД}_{\text{екон}}$ енергозберігаючого двигуна пропонується визначати наступним чином:

$$\text{ККД}_{\text{екон}} = \text{ККД}_{\text{норм}} / [1 - e(1 - \text{ККД}_{\text{норм}})], \quad (1)$$

де e – відносне зменшення загальних витрат B_{Σ} в АД ($e = \Delta B / B_{\Sigma}$).

Очевидно, що виробництво енергозберігаючих АД пов'язане з додатковими витратами, які можна оцінити за допомогою коефіцієнта подорожчання K_u , величину якого автор пропонує визначати наступним чином:

$$K_u = 1 + (1 - \text{ККД}_{\text{норм}}) e. \quad (2)$$

Результати розрахунків показують, що в умовах СНД додаткові витрати на створення енергозберігаючих АД окупляться за рахунок економії енергії протягом 2 – 3 років залежно від потужності АД.

У статті вперше за запропонованою автором методикою проведено визначення місткості ринку АД за окремими сегментами ринку України. Визначено кількісні характеристики ринку АД: попит, пропозиція, імпорт, експорт, розподіл парку АД за потужностями і за споживаною електроенергією. Проведене дослідження ринку АД дозволило обґрунтувати найважливіші напрямки вдосконалення конструкцій АД, серед яких центральним є енергозбереження. Запропоновано методичний підхід до визначення темпів збільшення витрат на виробництво енергозберігаючих АД та проведено розрахунки терміну їх окупності. У рамках енергозберігаючого напрямку вдосконалення конструкцій АД виникає ще один не менш важливий напрямок – це забезпечення можливостей роботи АД в системах електроприводу, що регулюється. Це дозволить суттєво зменшити експлуатаційні витрати. Не менш важливим є також підвищення ресурсу роботи АД та забезпечення необхідного рівня сервіс-фактору, що дозволить значно покращити показники експлуатаційної надійності АД.

Література: 1. Україна в цифрах у 2004 році. — К.: Держкомстат України, 2005. — 264с. 2. Лесникова М. Двигательная активность // Бизнес. — 2002. — №39. — 23.09. — С.28 – 31. 3. Лесникова М. Электротехническая промышленность // Ukrainian Market Review. — 2002. — №7. — С.38 – 41. 4. Сектор обзора: покупая украинский двигатель потребитель ориентируется на цену и качество // Мир техники и технологий. — 2004. — №5. — С.32 – 37. 5. Перерва П. Г. Проблемы совершенствования методологии определения потребности в в электротехнической продукции / П. Г. Перерва, А. К. Плетников. — М.: Информ-электро, 1989. — 52с. 6. Кравчик А. Э. Основные направления совершенствования асинхронных электродвигателей общего назначения / А. Э. Кравчик, М. В. Андрианов // Приводная техника. — 2005. — №2. — С. 6 – 7. 7. Новый электродвигатель ОАО "Укрэлектромаш" // Бизнес-мост. — 2005. — №3. — С. 23.

*Стаття надійшла до редакції
28.02.2006 р.*

УДК 35::366.636

**Мельникова К. И.
Ильченко Н. М.**

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕЧАТНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

This article intends to the tendencies are analyzed and the problems the problems of press development Ukraine are determined.

Свобода слова и свободное выражение в печатной форме своих взглядов и убеждений гарантируются Конституцией Украины и в соответствии с Законом Украины "О средствах массовой информации (прессу) в Украине" означают право каждого гражданина свободно и независимо получать, сохранять, использовать и распространять любую открытую информацию с помощью печатных средств массовой информации [1].

На сегодняшний день для защиты и реализации указанных прав и свобод в Украине создана достаточная законодательная база. Несмотря на это, состояние дел и тенденции в этой сфере свидетельствуют о серьезном кризисе и значительных отклонениях от демократического развития. С одной стороны, законодательство Украины обеспечивает широкие

возможности для осуществления информационной деятельности, гарантирует право на свободу слова, печати и творчества (Законы Украины "Об информации", "О печатных средствах массовой информации", "О государственной поддержке средств массовой информации и социальной защите журналистов", "Об авторском праве" и др.). С другой стороны, сегодня очень тяжело обеспечить на практике задекларированные в законодательстве свободы. Редакторы газет и журналисты подтверждают, что вмешательство в творческий процесс представителей органов власти, депутатов разного уровня, владельцев газет становится все более ощутимым, что само по себе противоречит понятию свободы прессы. Получила широкое распространение практика использования влиятельных печатных средств массовой информации (СМИ) для дезориентации населения относительно ситуации в стране, навязывание политических оценок, манипулирование общественным мнением. Государственные СМИ фактически превратились в орудия для политической борьбы.

Кроме того, ситуация в информационной сфере Украины характеризуется постоянным сужением экономических возможностей ее субъектов, ухудшением материально-технической базы. Низкая рентабельность украинских СМИ привела к тому, что их владельцами становятся предприниматели, которые имеют основные доходы в других сферах бизнеса. Эти медиа превратились в политические проекты и, используя рычаги влияния на общественное сознание, стали помогать своим владельцам вести их основной бизнес. Это в свою очередь приводит к количественному и качественному ухудшению состояния газетно-журнальных издательств, а деятельность творческих коллективов становится зависимой от коммерческих интересов и финансовых структур. Как следствие, в обществе производятся и распространяются опасные для его морального и психологического состояния информация и псевдокультура.

Ситуация относительно обеспечения в Украине реальной свободы слова и права граждан на объективную информацию вызывает беспокойство Совета Европы, других международных организаций, профессиональных и правозащитных групп. В этой связи существует необходимость последовательного разрешения данных проблем в стране путем усовершенствования информационной политики и внедрением эффективных механизмов ее реализации.

Общие проблемы государственной политики Украины в сфере деятельности СМИ исследуются в работах И. В. Аристовой, О. Н. Гриценко, А. В. Литвиненко, Г. Г. Почепцова, И. В. Слисаренко, С. А. Чукут и др. Вместе с тем, несмотря на значительное внимание к данной проблематике, не все аспекты взаимоотношений государства и печатных СМИ рассмотрены достаточно глубоко, особенно, что касается осуществления информационной деятельности на местном уровне.

Цель данной статьи – анализ тенденций и проблем развития прессы в Украине, определение первоочередных задач информационной политики в сфере деятельности печатных СМИ.

Закон Украины определяет печатные СМИ как такие издания, что выходят с постоянным названием, периодичностью в один и больше номеров (выпусков) в год и на основе свидетельства о государственной регистрации [2].

Для установления определенных тенденций развития прессы следует провести более детальный анализ статистических данных относительно количества и учредителей печатных СМИ общегосударственной и местной сферы распространения.

Согласно данных Государственного комитета по вопросам телевидения и радиовещания, в 2004 году в Украине зарегистрировано и перерегистрировано 19 351 печатное периодическое издание. 8 248 единиц (или 42,6%) от этого количества – издания общегосударственной сферы распространения, 11 103 – местной. Первое место среди учредителей периодических изданий общегосударственной сферы распространения занимают субъекты предпринимательской деятельности. Так 3959 юридических лиц-субъектов предпринимательской деятельности являются учредителями печатных СМИ, что составляет 47,9% от общего количества изданий. На втором месте – физические лица – 1356 (16,4%), на третьем – учебные заведения – 639 или 7,7%. Среди учредителей печатных