

Посилання на статтю

Колосов А.М. Створення моделі захисту соціальних інтересів при продажу українських підприємств / А.М. Колосов // Управління проектами та Розвиток виробництва: Зб.наук.пр. - Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля, 2011. - № 4 (40). - С. 11-16. - Режим доступу: <http://www.pmdp.org.ua/images/Journal/40/11kampyr.pdf>

УДК 316.3

А.М. Колосов

СТВОРЕННЯ МОДЕЛІ ЗАХИСТУ СОЦІАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ ПРИ ПРОДАЖІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто питання створення моделі захисту соціальних інтересів громадян України при продажі українських підприємств закордонним покупцям. Рис. 3, дж. 3.

Ключові слова: вартість підприємства, транзакційні витрати у соціальній сфері, втрати держави, соціальні інтереси, моделювання.

А.М. Колосов

СОЗДАНИЕ МОДЕЛИ ЗАЩИТЫ СОЦИАЛЬНЫХ ИНТЕРЕСОВ ПРИ ПРОДАЖЕ УКРАИНСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Рассмотрены вопросы создания модели защиты социальных интересов граждан Украины при продаже украинских предприятий зарубежным покупателям. Рис. 3, дж. 3.

Ключевые слова: стоимость предприятия, транзакционные издержки в социальной сфере, потери государства, социальные интересы, моделирование.

A.M. Kolosov

CREATING MODELS OF SOCIAL SECURITY INTERESTS IN UKRAINIAN COMPANIES SALES

The problem of creating a model of social protection interests of the citizens of Ukraine to the sale of Ukrainian enterprises overseas buyers. Figure. 3, j. 3.

Keywords: enterprise value, transaction costs in the social sphere, the loss of state and social interests simulation.

Постановка проблем. Протягом всього періоду самостійного існування України спостерігається процес продажу українських підприємств закордонним

власникам. Так наприклад, вже до 2003 року більшість найвпливовіших підприємств Луганської області, в тому числі такі як Лисичанський НПЗ, Алчевські металургійний комбінат та коксохімічний завод, які забезпечували від 50 до 40 % обсягу продукції області, потрапили до власників із участю закордонних покупців. Така ж доля спіткала інші найважливіші підприємства області, через що надходження до бюджету таких міст як Кіровськ, Брянка, Антрацит, Первомайськ, Свердловськ значно зменшилися. Частка тільки одного іспансько-українського підприємства «Інтерсплав» у м. Свердловську, яка становила раніше 3,5 % обласного обсягу продукції, зменшилася до 0,9 % через безперервні спроби продажу державної частки цього підприємства закордонним покупцям [1]. У 2004 році під контроль американської компанії перейшло 60 % майна Сєверодонецького ВО «Азот».

У період 2010-2011 років продовжився процес поглинання українських підприємств закордонними компаніями. Найбільше просування до економіки України здійснив російський бізнес, що надало нові підстави для занепокоєння подальшою долею національної промисловості. Росіяни придбали підприємства в металургії, машинобудуванні, паливному, фармацевтичному та інших видах бізнесу. Так, за участю «Внешкобанк» придбані 50% + 2 акції корпорації «Індустріальний Союз Донбасу», через що під контроль російського бізнесу перейшли металургійні комбінати Алчевська та Дніпродзержинська, групою російських інвесторів викуплений ще один металургійний гігант України – ВАТ «Запоріжсталь». Черговим підтвердженням лояльності української влади до російського капіталу стало друге пришествя російського «Трансмашхолдингу» до ВАТ «ХК«Луганськтепловоз», а також придбання російсько-британською ТНК-ВР мережі АЗС «Вік-Ойл» з розширенням мережі на 118 станцій, вісім нафтобаз і 122 земельні ділянки [2].

Характерною рисою сучасних продажів є практично повне відсторонення уряду чи будь-яких інших інституцій України, щонайменше офіційно, від оцінки цих трансформацій з точки зору національних інтересів, зокрема соціальних інтересів громадян України. Практично всі продажі здійснюються за змовою двох сторін – продавців та покупців – без будь-якого залучення учасників, які б представляли інтереси держави, місцевих громад, партнерів, міноритарних власників тощо.

На фоні уваги, яку приділяють суспільство та засоби масової інформації поглинанням українських підприємств, практично за межами теоретичних досліджень залишається проблема доцільності продажів українських підприємств з більш об'єктивних позицій, які б враховували також і соціальні інтереси громадян, що і визначає актуальність наукових досліджень у цієї сфері, зокрема – спробу створення в даній статті моделі захисту соціальних інтересів при продажі українських підприємств.

Аналіз визначеності та дослідженості проблеми. Хоча в обґрунтуванні рішень щодо продажу будь-якого значного підприємства зазвичай беруть активну участь різні наукові сили, все ж таки наукове обґрунтування прийняття рішень здебільшого відображає вимоги замовників таких досліджень – продавців чи покупців. Та якою об'єктивною не була б спроба науковців врахувати різні наслідки угод з продажів підприємств, вона вряд чи може бути вдалою, оскільки більш-менш стрункої теорії врахування інтересів інших сторін з боку держави, на території якої продається підприємство, поки що не існує.

Беззаперечно, теоретичні основи уявлення прямих наслідків змін границь бізнесу базуються на працях засновників неокласичної теорії організації Дж. Хікса й Дж. Робінсон, поведінкової теорії Д. Макгрегора й А. Маслоу [3], нової

інституціональної теорії, початок якої покладений ще науковою працею Д. Коммонса «Економічна теорія колективних дій» [4].

В найбільш концентрованому вигляді базу оцінювання ефектів зміни границь бізнесу створює економіка транзакцій Р. Коуза та О.І. Вільямсона [5, 6], а саме узагальнено сформульована Р. Коузом «проблема соціальних витрат» відносно так званих зовнішніх ефектів (екстерналій), якими є побічні ефекти будь-якої трансформації бізнесу, які не стосуються безпосередньо її учасників, але стосуються третіх осіб. Існування екстерналій призводить до розбіжності між приватними і соціальними витратами (за формулою: соціальні витрати дорівнюють сумі приватних і екстернальних, тобто покладених на третіх осіб). Очевидно, що безпосереднє застосування даної формули в реальних умовах економіки України потребувало б створення відповідного економічного механізму, який враховує всі ефекти, що виникають.

Отже, **метою статті** є привертання уваги до позначеної проблеми та спроба підійти до її вирішення на основі більш-менш інструментального підходу до визначення доцільності продажу українських підприємств з урахуванням соціальних інтересів громадян.

Виклад основного матеріалу. По-перше, визначимо наявність об'єктивних спонукальних мотивів українських власників до продажу своїх підприємств у кожній галузі господарства, як, наприклад, у металургії, де має місце значна монополізація ринку. В цих умовах виникають такі спонукальні обставини, як посилення монопольного становище на внутрішньому ринку; посилення експортних можливостей; особистий інтерес власників у продажі за більш високу ціну та ін.

В хімічній галузі, наприклад, спонукальний мотив до продажу створює неоднаковість умов існування на внутрішньому ринку підприємств, які споживають газ від НАК «Нафтогаз», та тих, які мають інші більш дешеві джерела постачання, а звідтіль і неможливість перших конкурувати на внутрішньому ринку.

Взагалі, діє й такий мотив: що задешево придбається, то й залюбки продається.

Найбільш поширеними наслідками дій за такими мотивами є:

зростання монополізації в економіці України, а відтак – подальше спотворення внутрішнього ринку;

прямі втрати держави від заниження вартості бізнесу, який виводиться за межі країни;

відмова від утримання соціальної сфери підприємств;

зниження відповідальності містоутворюючих підприємств за стан міської інфраструктури та підтримку гідного рівня життя працівників;

проникнення в сферу взаємодії між керівництвом проданих підприємств та місцевим населенням правил та порядків іншої держави тощо.

Як перелічені, так і багато інших менш значних наслідків практично не відображаються в угодах щодо продажу підприємств між приватними власниками, що спричиняє явні втрати держави від продажу українських підприємств за кордон. Відобразимо схемою на рис. 1 взаємодію найважливіших спонукальних мотивів для продажу українських підприємств та найпоширеніші наслідки цього процесу.

Для визначення взаємодії сторін, які приймають участь у продажі підприємств, скористаємося розробленою раніше моделлю обґрунтування організаційної доцільності збереження цілісності підприємства або продажу його частки [7, с. 300-301]. Відповідно, параметризацію відносин, що виникають при продажі підприємства в цілому, можна представити схемою на рис. 2.

Відповідно до наведеної схеми мають місце три сторони процесу, що розглядається: підприємство, покупець, держава. Також виникають три види відносин: *a* – між підприємством та покупцем; *b* – між підприємством та державою; *c* – між державою та покупцем.

Вказані відносини в основному відображають: *a* – вартість об'єкта, який продається; *b* – вартість забезпечення діяльності підприємства з боку держави (так звані «екстерналії» за Р. Коузом); *c* – додаткова вартість об'єкта, включення якої до угод продажу підприємств необхідно для компенсації втрат держави.

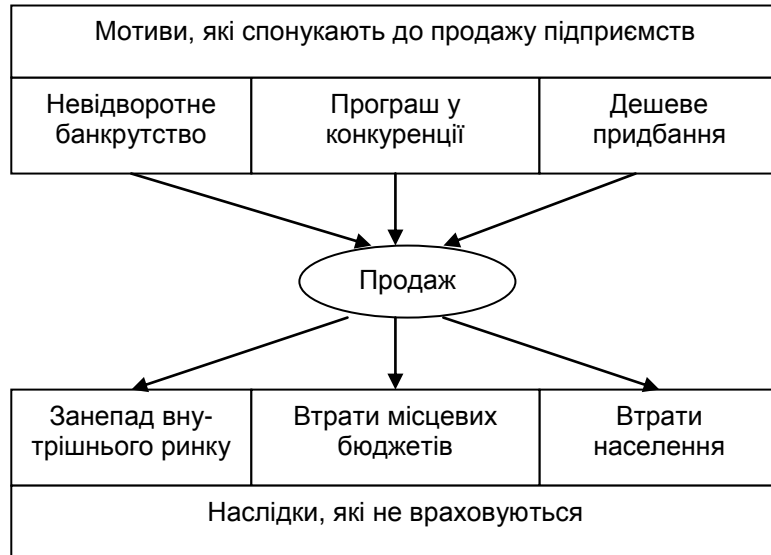


Рис. 1. Мотиви до продажу українських підприємств та наслідки, які не враховуються

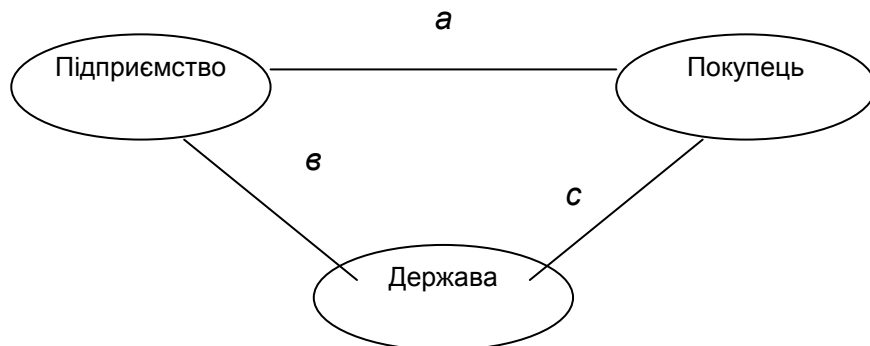


Рис. 2. Схема взаємодії сторін у процесі продажу підприємства та відносин, що виникають між ними

Міра співвідношення вказаних відносин впливає на визначення того, наскільки доцільним для всіх сторін процесу є продаж українського підприємства закордонному власнику.

Стосовно підприємства відносини *a* та *b* відображають ті функції, які не відбиваються у балансі підприємства, а відтак, вони є транзакційними. Відносини

a відображають ринкову або договірну ціну підприємства, а ϵ – транзакційні функції в середовищі соціальної інфраструктури, яка оточує підприємство. Таким чином, повна вартість об'єкта продажу складає $a + \epsilon$.

Придбання підприємства, як правило, не обмежується лише сплатою покупцем вартості об'єкта за договірною ціною a , але й включає певний пакет обов'язків, які передаються йому разом з підприємством і які у вартісному вимірі відображають відносини, позначені як c .

Таким чином, угода стає справедливою лише при досягненні рівності:

$$a + \epsilon = a + c.$$

Очевидно, на практиці таке рівняння не досягається, а відтак мають місце втрати держави, які становлять:

$$(a + \epsilon) - (a + c).$$

Природу виникнення подібних втрат продемонструємо хоча б на прикладі продажу ВАТ «Алчевський металургійний комбінат» (АМК). Так, в травні 2004 року на торгах Донецької фондової біржі Фондом держмайна України був проданий останній пакет акцій держави у 23,86 % за 5,5 мільйонів грн, тобто за безцінь, тоді як продаж 50% + 1 акції комбінату у 2010 році склала порядка мільярда євро.

Діяльність підприємства впродовж всього періоду його функціонування забезпечує значна кількість мешканців міста та міська інфраструктура, яка створювалася здебільшого з урахуванням потреб АМК. Відповідно ж до угоди щодо передачі місту житлового фонду АМК щорічно перераховував місту лише 7,5 мільйонів грн., втім бюджет Алчевська у 2005 році складав тоді 63 мільйони грн., 90% з якого йшло лише на виплати заробітної плати [8]. Ці витрати підприємства ні якою мірою не відповідали дійсній вартості внеску міста у діяльність АМК, тобто вартості відносин, позначених як ϵ .

Відзначимо також, що вартість підприємства, як і вартість транзакційних функцій у соціальній сфері з часом підвищуються, тобто є динамічними, що відобразимо схемою на рис. 3.

Якщо на графіку, наведеному на рис. 3, кривою лінією 1 позначити функцію збільшення загальної вартості підприємства ($a + \epsilon$), а лінією 2 – функцію змінювання загальної сплати покупцем ($a + c$), то різниця між ординатами вказаних функцій у кожний момент часу (відображуваного віссю абсцис) становить суму втрат держави від продажу підприємства.

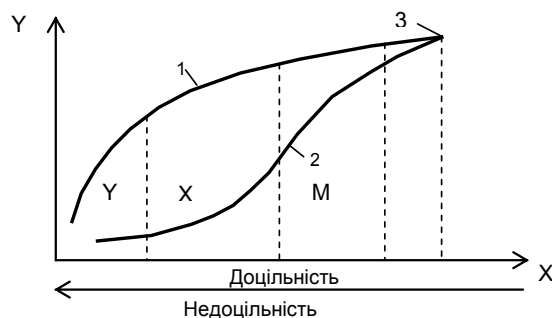


Рис. 3. Динамічна модель співвідношення загальної вартості підприємства (лінія 1) та суми його викупу (лінія 2)

У разі наближення кривої 2 до кривої 1 зменшуються втрати держави, а міра доцільності продажу підприємства підвищується. У протилежному випадку, коли лінії 1 і 2 все більше віддаляються одна від одної, міра доцільності зменшується, і продаж підприємства закордонному покупцеві є економічно недоцільним, оскільки соціальні інтереси населення не враховуються.

Висновки. Запропонована модель визначення доцільності продажу українських підприємств закордонному покупцеві з урахуванням соціальних інтересів населення може використовуватися при моніторингу з боку держави здійснюваних продажів з метою усунення втрат держави, коли її інтереси не враховуються угодами, які укладаються сторонами купівлі-продажу підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Иванов А. Кому принадлежит Луганская область [Электронный ресурс] / А. Иванов // Новости Луганска и Луганской области: CityNews. – 2003. – Режим доступа: <http://sprava.civicua.org/analitika>.
2. Баронин А. Русские пришли [Электронный ресурс] / А. Баронин, А. Колпаков // Компания Da Vinci AG. – 2010. – № 246. – Режим доступа: <http://gazeta.comments.ua/?art=1293097718>.
3. Приходько В.И. Современная организационная парадигма [Электронный ресурс] / В.И. Приходько // Менеджмент в России и за рубежом. – 1999. – № 3. – Режим доступа: <http://dis.ru/static/magaz/manag/index/html>.
4. Ядгаров Я.С. История экономических учений: [учебник] / Я.С. Ядгаров; 4-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 326 с.
5. Коуз Р. Фирма, рынок и право / Р. Коуз. – М.: Новое издательство, 2007. – 224 с.
6. Уильямсон О.И. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая» контракция / О.И. Уильямсон; пер. с англ. под ред. В.С. Катькало. – СПб.: Лениздат, 1996. – 702 с.
7. Колосов А.М. Організаційна поведінка підприємства в умовах мінливого середовища (150 питань теорії і практики організації): [монографія] / А.М. Колосов. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2010. – 344 с.
8. Колосов С.Н. Дискуссия о кинематографе, приватизации и падении нравов [Электронный ресурс] / С.Н. Колосов, А.Н. Колосов // Обозреватель. – 2006. – Режим доступа: forex.obozrevatel.com/news/2006/6/2/116413.htm.

Рецензент статті
Д.т.н., проф. Даніч В.М.

Стаття надійшла до редакції
13.11.2011 р.