

Стратегії мінімізації негативних наслідків кризи

Розглянуто нові стратегії забезпечення ефективності економіки в умовах кризи та пом'якшення її наслідків.

Ключові слова: криза, ефективність виробництва, валютний курс, протекціонізм.¹

Світова фінансова криза висунула ряд проблем, які мають теоретичне та практичне значення, вимагають переусвідомлення деяких усталених положень. Тому актуальне привернення уваги і до позитивних наслідків кризи, які сприяють полегшенню функціонування національної економіки, а в деяких випадках – забезпеченню ефективності та підтриманню конкурентоспроможності.

Увесь світ нині переживає складний період. Для України він характеризується дуже різким скороченням припливу валюти за капітальним та товарним рахунками платіжного балансу. Після чотирьох-п'яти років постійного припливу інвестицій і кредитів у іноземній валюті економіці доводиться перебудовуватися на кредитування у гривні, що є складною проблемою.

У лютому 2009 р. відбулося чергове падіння України в рейтингу Fitch. Зниження вдруге за півроку було цілком очікуваним, ще у вересні 2008 р. цей показник для України був ВВ – зі «стабільним» прогнозом. При зниженні рейтинговими агентствами рейтингу країни й емітентів бондів в Україні інвестори одержать право зажадати від українських позичальників дострокового погашення по євробондах і синдигованих позиках. Те ж саме можна сказати й про банки.

Головна причина падіння довіри до країни – ризик втрати кредиту МВФ і неготовність української влади цьому протистояти. Можна знайти й інші пояснення:

- відсутність єдиної програми боротьби із кризою;
- падіння виробництва за період з листопада 2008 р. по січень 2009 р., що перевищило найгірші прогнози (мінус 28,6% за рік);
- погіршення ситуації в основних торговельних партнерів України: девальвація рубля й тенге негативно позначається на конкурентоспроможності українських товарів.

Інфляція в 2008 р. склала 22,3%, що стало рекордом за останні вісім років (2001–2008), і навіть перевищила показники росту цін у період фінансової кризи 1998 р. (відповідно 20,0% – у 1998 р., 19,2% – у 1999 р., хоча була меншою за 25,8% у 2000 р.). Реальний ефективний обмінний курс (РЕОК) гривні в 2008 р. девальвував на 23,7%. Істотна девальвація РЕОК детермінована значним зниженням курсу гривні стосовно долара, євро й російського рубля.

Цією обставиною цілком можливо скористатися. Валютний курс є одним з ефективних засобів регулювання зовнішньоекономічних зв'язків. Виявлення взаємозалежності між його коливаннями з екзогенними чинниками становить неабиякий інтерес у теорії та практиці. Зміна курсу в той чи інший бік може сприяти розширенню або скороченню експорту та імпорту, підвищенню чи зниженню цінової конкуренції експортних або імпортних товарів, надходженню чи відпливу капіталів, посиленню чи ослабленню інтересу місцевих продуцентів і споживачів до зовнішнього ринку тощо.

Згідно з даними Національного банку України на січень 2009 р. реальне послаблення обмінного курсу гривні та різке зниження внутрішнього попиту зумовило суттєвіше скорочення імпорту товарів (на 50,7% до січня 2008 р.) порівняно з експортом (на 32,7%) [1]. Реальне знецінення валюти має вплив на зовнішньоекономічну діяльність: здатне скоротити його обсяг, збільшуючи витрати на імпортовані проміжні складові та капітальні товари й знижуючи кількість кредитів у реальних термінах, тоді як за знецінення зростають ціни. Але воно може також стимулювати інвестування, покращуючи прибутковість у товарному секторі й інколи збільшуючи постачання іноземної валюти, яка може бути використана для додаткового імпорту капітальних товарів. Оцінювана нижче своєї вартості грошова одиниця може бути благом для експорту в короткостроковому плані, проте варто усвідомити, що в тривалішому періоді сприяє виникненню інфляції, особливо якщо в країні має місце спад.

Девальвація гривні пом'якшила наслідки світової кризи для української економіки. Саме завдяки слабкості національної валюти та її швидшому падінню в порівнянні з іншими валютами ринків, що розвиваються, в останні місяці 2008 року українські експортери одержали певні переваги перед іншими. Ефект від девальвації гривні, що підвищила конкурентоспроможність українського експорту, вже проявився в січні 2009 р., коли виявилися ознаки відновлення в металургійному секторі (виробництво чавуну в січні 2009 р. порівняно із груднем 2008 р. зросло на 12%, сталі – на 6% і прокату – на 8%), уже були реалізовані складські запаси, та істотно зменшилися запаси металургійної продукції в портах, завантаження виробничих потужностей підприємств галузі досягло 64% порівняно з 32% у першій декаді листопада 2008 р. [2], й почалося нарощування виробництва завдяки можливості продажу продукції за привабливішими цінами в порівнянні з конкурентами, наприклад, зі Східної Європи.

Варто усвідомити, що девальвація національної валюти не є панацеєю від рецесії. І до відновлення попиту на зовнішніх ринках констатація переломних тенденцій та повернення до позитивного росту є передчасною. Але зниження курсу гривні все ж сприяє експортерам пережити світову кризу й дає можливість секторам, орієнтованим на внутрішній попит, скористатися перевагами від заміщення імпорту, оскільки в сформованих умовах споживачі скорочуватимуть видатки на імпортні товари, що подорожчали, і за можливості замінюватимуть їх дешевшими товарами внутрішнього виробництва. На початку піднесення світової економіки темпи відновлення в Україні можуть бути кращими, ніж в інших країнах, що розвиваються. І якщо отримані в результаті девальвації гривні цінові переваги вдасться зберегти протягом усього цього року, економіка зможе швидше впоратися із кризою.

Надання бізнесу можливостей скористатися цими зовнішніми перевагами усередині країни повинно супроводжуватися створенням умов, які допоможуть компаніям пережити кризу і одержати стимул для подальшого росту. Певною мірою це можна здійснити за рахунок протекціонізму, але ситуація у цій площині є неоднозначною й суперечливою.

З одного боку, на необхідності відкритості світової економіки постулює федеральний канцлер Німеччини Ангела Меркель, «безумовним шляхом від рецесії до депресії» назвав протекціонізм прем'єр Великобританії Гордон Браун, не скочуватися до ізоляціонізму й економічного егоїзму наполягає прем'єр-міністр Росії Володимир Путін. Однак, з іншого боку, подібні твердження в практичній площині не дотримуються – навпаки, у світі констатується наростання протекціонізму. За рахунок зведення торговельних бар'єрів Росія підвищила імпордне

мито на автомобілі, Молдова почала антидемпінгове розслідування щодо імпорту кондитерських виробів із цукру й шоколаду, основним постачальником яких є українські й російські підприємства. Не лишилася осторонь і наша держава. У Законі України «Про внесення змін до деяких законів України метою поліпшення стану платіжного балансу в зв'язку зі світовою фінансовою кризою» № 923-VI від 4 лютого 2009 р. запроваджено тимчасову цільову надбавку до ставок ввізного мита до діючих напередодні набрання чинності цим Законом у розмірі 13% митної вартості товарів, що ввозяться на митну територію України в режимі імпорту, крім товарів критичного імпорту [3]. Це означає додатковий імпорتنний збір на ряд закордонних товарів: автомобілі, курятину й вино.

Розвинуті країни також активно вдаються до політики протекціонізму. Зокрема, наприкінці січня 2009 р. палата представників США схвалила пакет заходів антикризового плану Барака Обами на 787 млрд. дол., в якому прописано пункт «Купуй американське», а також для розвитку інфраструктури пропонується використання заліза або сталі винятково внутрішнього виробництва. Це означає, що для проектів, які фінансуються з антикризових фондів, будуть використовуватися сталь, залізо та інші товари виробництва лише США. Фактично план має діяти в руслі класичної кейнсіанської політики подолання кризи шляхом стимулювання споживчого попиту. На основі аналогічного плану президента США Едварда Гувера на початку 1920-30-х рр. були споруджені Золотий міст у Сан-Франциско, Лос-Анджелеський акведук, Дамба Гувера на р. Колорадо та інші об'єкти стратегічної важливості. Однак його реалізація здатна викликати негативні наслідки для економіки інших держав і аналогічну реакцію з їх боку, зокрема, експортоорієнтованих країн (наприклад, Німеччини), або економік, що розвиваються (Китай, Бразилія й Індія), наслідком чого стане світова торговельна війна.

Канада, що ввійшла в кризу з відмінними макроекономічними показниками (високим економічним ростом, подвійним профіцитом – бюджету й торговельного балансу, стійкими до потрясінь банківським сектором і ринком нерухомості) внаслідок протекціонізму США зіткнулася з уповільненням експорту, що істотно прискорило рецесію. Падіння обсягів експорту в США генероване встановленням штучних перешкод для канадських товарів і послуг у рамках плану Барака Обами. Для Канади, що постачає в США різні метали, деревину й інші матеріали для будівництва, цей закон неминуче обернеться новою хвилею звільнень і падінням промислового виробництва. Наприклад, сталеливарні підприємства, що забезпечують зайнятість 6 тис. осіб у Квебеку, будуть змушені скоротити не менше 2 тис. робочих місць тільки в цій провінції й ще кілька тисяч по всій Канаді. Якщо протекціоністські заходи США залишаться чинними, канадським виробникам доведеться в терміновому порядку шукати нові ринки збуту, а федеральному бюджету країни – кошти на допомогу тисячам нових безробітних.

З одного боку, рефлекс протекціонізму має логічне обґрунтування. В 1930 р., під час світової кризи, у США було прийнято закон Смута-Хоулі, що різко підвищив мито на понад 900 товарів, який Генеральний директор СОТ Паскаль Ламі назвав «однією з найбільших помилок економічної історії». Внаслідок вжитих заходів, а також симетричної реакції інших країн, світова торгівля практично зупинилася: за 1929-1933 рр. її обсяг скоротився на дві третини. Однак щільний взаємозв'язок у світовій економіці й здійснення процесу міжнародного виробництва на базі порівняльних і конкурентних переваг (здебільшого за рахунок міждержавних відмінностей у цінах на сировину, комплектуючі, вартість робочої сили, трансакційні витрати) обумовили масовані протести торговельних партнерів і спротив деяких ТНК, (Boeing, Caterpillar і General Electric), яким для одержан-

ня сировини й забезпечення збуту продукції необхідні відкриті ринки. Політика ізоляціонізму шкодить їхньому бізнесу.

У такій нелегкій ситуації кожний протекціоністський захід сприймається дуже болісно. Автопром Німеччини зазнає збитків через підняття Росією мита на нові автомобілі до 25% на початку 2009 р.

Збільшення аграрних дотацій і посилення контролю над імпортом сільськогосподарської продукції в лютому 2009 р., які зафіксовані в рамках плану підтримки сільських регіонів, прийнятому в Китаї, цілком має пояснення з національної точки зору. Однак комбінація аграрного протекціонізму з егоїстичною грошовою політикою заниженого обмінного курсу юаню (яка не виключає подальшої девальвації в умовах кризи) може призвести до різкого посилення напруженості в міжнародних торговельних відносинах.

Це стосується й невідповідності штучного обмеження імпорту. Під час минулих криз було доведено, що політика протекціонізму не дає особливих ефектів. Обмеження Україною ввозу автомобілів, ліків, м'яса та ін. може спричинити відповідні дії з боку Євросоюзу щодо обмеження імпорту в ЄС чутливих для України товарів – продукції металургії (зокрема, труб, машинобудування та ін.).

Усі галузі національної економіки не можуть мати однакову конкурентоспроможність, конкурувати на рівних з іноземними компаніями і тому потребують різного ступеню захисту, через що протекціонізм може стати актуальним в умовах кризи. У той же час існує зворотний бік, коли для більшості виробників втрата доступу на закордонні ринки може означати фактичну втрату останніх. Тут ситуація посилюється не тільки протекціонізмом, але й жорсткістю конкуренції, що може спричинити витіснення. Так, криза не вплинула на ставлення Індії до імпортерів – воно завжди було строгим. Економіка країни орієнтована на внутрішній ринок, тому доступ на цей ринок для іноземних виробників постійно зачинений. Для постачання продукції в Індію необхідне її виробництво на території країни.

Загалом світова фінансова криза спричинила три серйозні наслідки:

- різке зведення ліквідності фінансової системи та дошкульний удар по достатності капіталу;
- кризу довіри між банками;
- різке скорочення обсягів кредитування економіки.

Поки що констатується відсутність розуміння системної природи кризи й необхідності перегляду багатьох постулатів, що панували раніше. Порятунком багатьох підприємств і банків здійснюється за рахунок багатомільярдних дотацій. Тут слід пригадати твердження багатьох економічних класиків про те, що державне втручання є злом, а вільний ринок спроможний вирішити всі проблеми. Державне втручання проявлялося в т. ч. у приватизації, зниженні податків, скасуванні митних тарифів і урядового контролю, дерегулюванні. Протягом тривалого часу панувала догма, згідно з якою приватизація покінчить із паразитизмом і неефективністю. Проте результатом став хаос, настання кризи породило нову тезу, відповідно до якої постала необхідність спрямування надзвичайно масштабних коштів на порятунок приватного бізнесу. У цьому контексті напрошується кілька висновків.

1. Нинішні борги й дефіцити приватних корпорацій викликані багаторічним потуранням самої держави й політикою «заохочення бізнесу». Усі ці компанії реально зобов'язані урядові набагато більшими коштами порівняно навіть з астрономічними сумами, які нині виділяються на порятунок

приватного сектора. Вони не покривають і частини його реального боргу перед державою.

2. У країнах колишнього СРСР компанії були приватизовані за викидними цінами, а зараз частково викуповуються урядами за новою ринковою ціною, яка до того ж, не виключено, буде завищеною у кожному конкретному випадку, через що суспільство зазнає збитків двічі.
3. Уся попередня політика заохочення бізнесу призвела до розвитку безвідповідальності, марнотратства, корупції й неефективності в колосальних масштабах. Надання урядової допомоги сприятиме лише продовженню тієї ж хибної практики.

Виходячи із цього, державна допомога в умовах кризи повинна мати конкретну специфіку й скерованість:

1. Бути одноразовою – з метою виключення постійних дотацій одного економічного агента. Це стимулюватиме останнього до оптимізації своїх потреб і видатків.
2. Мати переважно кредитний характер на основі обов'язкової поворотності.

Із даної ситуації можливі виходи, які сприятимуть підвищенню ефективності виробництва. Один із них – націоналізація й списання (повна або часткова) боргів корпорацій, що звернулися за державною допомогою та спрямування вичурчених коштів насамперед не на виплату корпоративних боргів, а створення інфраструктури, будівництво доріг і шкіл, модернізацію підприємств і наукових розробок, перекваліфікацію кадрів, підвищення оплати праці вчителів, лікарів і викладачів вузів.

Існує беззаперечний позитивний мультиплікаційний ефект, яким слід скористатися: розвинена інфраструктура, зокрема якісні автомагістралі, стимулюють розвиток економіки. Це незаперечний факт, як і те, що більшість українських доріг за міжнародними стандартами мають найнижчу категорію, що практично прирівнюється до бездоріжжя. За роки незалежності в Україні так і не вдалося впорядкувати транспортну інфраструктуру. Магістралі будувалися в основному до Олімпіади 1980 року, причому авральним методом, із залученням військових частин. Відтоді «Укравтодор» щорічно латає «діри» на дорогах країни, а якісні автомагістралі нечисленні: Київ – Бориспіль, деякі ділянки трас Київ – Одеса, Київ – Чоп (у межах Львівської й Закарпатської областей), з натяжкою: Київ – Житомир, Київ – Чернігів на Москву.

Дорожнє будівництво забезпечить зниження собівартості перевезення сировини й товарів, збільшення витрат палива й мастильних матеріалів, приведе до поживлення дорожнього машинобудування, індустрії будівельних матеріалів, інтенсифікації перевезень, більшої мобільності трудових ресурсів, дозволить створити велику кількість нових робочих місць – до десятків тисяч на кожний мільярд доларів інвестицій. У свою чергу, зростання доходів, зайнятих у цій галузі, а отже, і їхньої купівельної спроможності, підтримає легку промисловість, сільське господарство та сферу послуг, а облаштовані дороги сприятимуть розвитку туризму.

Але для оптимізації будівництва приватних доріг наявності одного закону про концесії замало. Потрібне прийняття закону про стимулювання будівництва нових автотрас, про стимулювання створення нових робочих місць, про цільовий продаж землі під будівництво нових магістралей, про автодороги, де буде передбачене функціонування приватних і платних доріг. Крім цього, для інвесторів набагато актуальнішим було б впровадження механізму прямого інвестування.

Наприклад, інвестор, яким може бути фінансова структура, знаходить в Україні партнера, що виконує позначений обсяг робіт і заробляє гроші за фактом виконання. У підсумку забезпечується консенсус інтересів: в Україні з'являється дорога, інвестор отримує можливість окупувати проект за рахунок плати за проїзд і дорогу у власність, а також освоює пришляхову інфраструктуру. Однак, на наш погляд, реалізація цього варіанту є проблематичною, оскільки уріже чиновникам доступ до грошового потоку і таким чином закономірно викличе спротив.

Криза поставила проблему перегляду взаємозв'язку між поняттями «ефективність» і «конкурентоспроможність». Дійсно, підвищення ефективності роботи не гарантує виживання у кризовій ситуації. Приміром, скорочення металургійним комбінатом зайвого персоналу, перехід на новітні системи управління або навіть установлення замість мартенів електропечей в умовах відсутності попиту на метал не дозволить йому функціонувати стабільно (якщо, звичайно, його власник не володіє в офшорах коштами, накопиченими в попередній період, або має доступ до ресурсів, які в будь-якій формі роздаватимуться владою).

Заборона Росії на ввіз української продукції зумовила підвищення конкурентоспроможності останньої. Закриття поставок молочних товарів практично не вплинуло на обсяги виробництва в Україні сирів, сирків, йогуртів, та сметани. Про більшу конкурентоспроможність свідчить те, що з 15 молочних заводів, яким було надано ліцензію на поставку продукції в Росію, скористалися лише сім, інші вісім успішно вийшли на інші ринки збуту.

На основі цього можна зробити висновок, що наявність навіть абсолютно конкурентоспроможного товару не гарантує його успішної реалізації. Перед виходом на зовнішні ринки необхідно забезпечити конкурентоспроможність продукції й сервісу й будувати збутову політику, що орієнтована не на місцеві, а світові стандарти / зразки.

Криза зумовила необхідність перегляду маркетингових стратегій. Початок кризи для фірм зазвичай супроводжується істотним скороченням персоналу й маркетингового бюджету. Однак згортання запланованих маркетингових заходів через економічні кризи, якими б глибокими вони не були, найчастіше є помилковим. Навпаки, у цей період має сенс активізувати маркетингову стратегію. За аналогією з велосипедною гонкою *Le Tour de France*, можливість обігнати суперника, як правило, настає в найбільш важкий момент гонок. Так, корпорація *Coca-Cola* у період кризи в Латинській Америці активно скористалася загальною економічною ситуацією й розгорнула масштабну PR-кампанію, оскільки всі рекламні площі в той період дуже сильно подешевшали. А *Wall Mart* (американська роздрібна торговельна мережа) взагалі знизила ціни на товари, продавані в цьому регіоні, пояснивши цей крок розумінням скрутного становища всіх покупців у період кризи. Ця акція стала відмінним промоушеном.

Можливістю використання кризи на догоду маркетингу слугує приклад компаній Словенії. В 1991 р. всі країни, що входили до складу Югославії, боролися за незалежність, тим більше в умовах руйнівної економічної кризи, у результаті якої словенські компанії втратили 80% свого ринку. Одна з них - *Gorenje* (виробник побутової техніки), що втратила весь югославський ринок. Компанія поставила за мету прорив на західні ринки за рахунок формулювання двох головних завдань: удосконалення якості продукції й створення нового бренду. Варто зазначити, що принципово нового бренду створено не було, а лише оновлено старий/попередній за рахунок використання ім'я відомого італійського дизайнера Піно Форіно (який на той час співпрацював з компанією "Феррарі"). Після підписання контракту

почався випуск продукції під егідою Піно Форіно. В усіх рекламних комунікаціях наголошувалося, що даний дизайн створено спеціально для Gorenje. Результати були напрочуд вдалими: вже в 1992 р. вартість бренду Gorenje склала 62 млн. дол. І таким чином багато словенських компаній намагалися використовувати кризові часи для нарощування конкурентоспроможності. По суті, це - цілком закономірний процес. Так, згідно теорії еволюції Чарльза Дарвіна виживає не сильніший, а той, хто вміє пристосуватися, використовувати існуючі умови. Аналогічне правило діє й у бізнесі: будь-яка криза робить його сильнішим і витривалішим.

Криза є ідеальним часом для здійснення трансформацій. Не тільки тому, що виявляє неспроможність існуючих структур і суперечності економічного курсу, але й завдяки давно назрілим заходам, реалізація яких на практиці тривалий час вважалася занадто ризикованою й дорогою, які стають здійсненими. Одна з головних причин неспроможності економічних реформ полягає в політизованості економічного життя й самій політичній системі України. Остання вибудована на базі надзвичайно високого (якщо не суцільного) рівня безвідповідальності осіб, що приймають рішення. У перспективі триватимуть непопулярні реформи (як і раніше – у млявому режимі), оскільки зниження життєвих стандартів величезних мас населення є досить ризикованим. І тому можна прогнозувати, що проблеми ефективності та конкурентоспроможності не належатимуть до домінант у найближчий період, який буде тісно пов'язаний з президентськими та парламентськими виборами. Однак до останніх цілком реально віднести проекти щодо енергозбереження та модернізації газотранспортної системи України за участю японських підприємців – протоколи про це були підписані наприкінці березня 2009 р. під час візиту Прем'єр-міністра України в Японію.

Список використаних джерел

1. Оцінка стану платіжного балансу України (січень 2009 року). Аналітичний огляд. – Національний банк України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://bank.gov.ua/Publication/Analytical/PB/State_2009_pr.pdf.
2. Урядовий кур'єр. – 2009. – №33. – 24 лютого.
3. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України метою поліпшення стану платіжного балансу у зв'язку із світовою фінансовою кризою» № 923-VI від 4 лютого 2009 р. – // Законодавство України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?user=01&find=1&typ=1>.

Гаврилюк О.В. Стратегии минимизации негативных последствий кризиса.

Рассмотрены новые стратегии обеспечения эффективности экономики в условиях кризиса и смягчения ее последствий.

Ключевые слова: кризис, эффективность производства, валютный курс, протекционизм.

Gavrylyuk O.V. Strategies of Minimization of Negative Consequences of Crisis.

New strategies of providing of efficiency of economy are considered in the conditions of crisis and softening of its consequences.

Key words: crisis, efficiency of the production, rate of exchange, protectionism.

Надійшло 30.03.2009 р.