

Макогон Ю.В., Пшонка О.Г., Чижиков Г.Д., Яценко А.Б.

ТПП В РЕГИОНЕ : ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ РАЗВИТИЯ

Донецк - 2000

ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ДОНЕЦКАЯ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА

Макогон Ю.В., Пшонка О.Г., Чижиков Г.Д., Яценко А.Б.

**ТПП В РЕГИОНЕ :
ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ РАЗВИТИЯ**

Донецк - 2000

УДК 334.788.2 (477.61/62)

Макогон Ю.В., Пшонка О.Г., Чижиков Г.Д., Яценко А.Б. ТПП в регионе: проблемы, пути развития. Донецк: ДонНУ, 2000.- 70 с.

Рецензенты:

Александров А.И. – д.э.н., проф. ДонНУ

Лукьянченко Н.Д. – д.э.н., проф., зав.кафедрой ДонНУ

Амитан В.Н. – д.э.н., проф., вице-президент АО «Данко»

Публикуется по решению Ученого Совета Донецкого национального университета

© Донецк, ДонНУ

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
Введение	4
1. Мировой опыт становления и развития Торгово-промышленных палат	
Роль Торгово-промышленных палат в системе международной экономики	5
История создания и основы функционирования ТПП Украины	7
Место ТПП Украины в мировых экономических процессах	12
2. Анализ деятельности Донецкой торгово-промышленной палаты	
Роль Донецкой торгово-промышленной палаты в развитии внешнеэкономической деятельности региона	17
Анализ деятельности Донецкой торгово-промышленной палаты	24
Анализ процесса организации участия предприятий в международных выставках	37
3. Методы повышения эффективности деятельности Донецкой торгово-промышленной палаты	
Проблемы и перспективы развития Донецкой ТПП	44
Пути повышения эффективности информационно-консалтингового обеспечения бизнеса в системе ТПП Украины	51
Вовлечение предприятий региона в электронную коммерцию	53
Список рекомендуемой литературы	63
Приложения	65

Введение

Человеческое общество на пороге XXI века подходит к качественно новой ступени своего развития - к переходу от материального (индустриального) общества к информационному (постиндустриальному), основанному, прежде всего, на производстве, распространении и потреблении информации. В обществе существенно преобразуются все протекающие в нем процессы и определяющую роль начинает играть информация.

Специализация торговых палат ориентирована на сбор, подготовку, анализ и распространение бизнес – информации. Торговые палаты существуют с целью представления бизнес интересов предприятий во всех регионах. Таким образом, палаты остро заинтересованы в использовании новых информационных и коммуникационных технологий там, где эти технологии могут быть использованы для увеличения конкурентоспособности, создания новых возможностей для бизнеса.

Торгово-промышленная палата обладает компетенцией и инструментами по содействию развитию внешнеэкономической деятельности, прежде всего, на уровне предприятия. Учитывая состояние развития услуг торговой палаты в области внешней торговли и нужды предприятий малого и среднего бизнеса региона, представляется целесообразным, рассмотреть такой фактор повышения эффективности внешнеэкономической деятельности предприятий, как применение новых информационных технологий.

Торгово-промышленные палаты Украины работают над содействием экспорту и интернационализации через свои отделы внешнеэкономических связей. Тем не менее, эти отделы работают на региональных уровнях, как единичные центры активности, без представления о деятельности проводимой в других центрах и услугах предоставляемых компаниям – членам. И без реального и эффективного сотрудничества и координации. Следовательно, усилия торговых палат по оказанию консультационных услуг предприятиям в области внешней торговли фрагментарны и зачастую дублируются. Как результат, разнообразие и качество услуг, предлагаемых предприятиям, не отвечает их ожиданиям. Так же это противоречит потенциальной возможности торговых палат играть активную роль в этой области и с компетентностью, необходимой сейчас в области поддержки интернационализации.

В данном труде авторы попытались изучить способы повышения эффективности деятельности ТПП, как важного фактора развития внешнеэкономических связей региона, с целью устранения разницы между спросом предприятий на услуги и предложением услуг торговыми палатами.

1 **Мировой опыт становления и развития торгово - промышленных палат (ТПП)**

Роль торгово - промышленных палат в системе международной экономики

К группе организаций, содействующих развитию международного сотрудничества и торговли относятся торгово - промышленные палаты (ТПП).

Палаты — это членские организации, представляющие деловые сообщества и состоящие из предприятий и частных лиц — предпринимателей. Общая цель деятельности палат состоит в защите и содействии развитию бизнеса. Они совмещают в себе роль организаций, с одной стороны, выполняющих представительские функции, обслуживающих предприятия и оказывающих им различные услуги, и, с другой стороны, организаций, консультирующих правительство и местные органы власти и воздействующих на них в интересах создания более благоприятного делового климата.

Все палаты объединяют между собой общие характерные черты. Во-первых, это некоммерческие (неприбыльные) организации. Во-вторых, они строятся на принципах самоуправления, т.е. политика палат прежде всего определяется их членами. В-третьих, палаты организуются по территориальному признаку и представляют интересы своих членов в пределах определенных географических рамок. В-четвертых, палаты являются многоотраслевыми организациями, объединяющими предприятия и фирмы самых разных направлений деятельности.

Наиболее глубокую историю и большой опыт деятельности имеют торгово-промышленные палаты Франции, Германии, Англии, США и ряда других зарубежных стран.

Предшественниками современных палат были средневековые европейские ремесленнические корпорации и купеческие гильдии. Они представляли собой местные органы самопомощи, создаваемые и управляемые ремесленниками и купцами в интересах защиты и регулирования своей торговли. Эти организации не имели общенациональной основы, а были сконцентрированы в главных центрах торговли. Купеческие гильдии создавали товарные биржи, определяли и контролировали меры веса и измерения, руководили арбитражными судами, осуществляли управление портами и рынками.

С введением свободной торговли влияние гильдий упало.

Современная форма палат появилась в виде так называемых «торговых палат» во Франции, введенных на общенациональном уровне в период правления Наполеона. В 1802-1804 годах во Франции было создано 176 палат.

Был принят закон о торговых палатах, согласно которому принадлежность к соответствующей торговой палате для каждого предпринимателя была обязательной. Закон также допускал в каждом городе или регионе существование только одной палаты. Французские палаты того времени являлись полуправительственными органами поддержки торговли и промышленности.

На сегодняшний момент в мировой системе торговли ТПП выполняют функции консультантов и третейских судей. Роль этих органов в разных странах различна и определяется моделью права, на основе которого действует палата. В мире имеют место условно два типа палат, осуществляющих свою деятельность на основе модели частного или публичного права. Для первой модели характерно отсутствие законодательства о палатах, членство является добровольным, никакие задания палатам государством не делегируются (Великобритания, США и др.).

Для модели публичного права характерны: наличие специального закона о палатах; обязательное членство; палате придан статус официального консультативного органа правительства и делегированы государственные задания; регулирование регионального охвата («одна палата на один регион»); особый контроль со стороны государства (Германия, Франция и др.).

В Украине модель палаты является смешанной, в которой преобладают черты модели палаты на основе публичного права с элементами частного (добровольное членство).

Особо следует остановиться на рассмотрении деятельности Международной торговой палаты (МТП), основанной в 1919 году. Торгово-промышленная палата Украины стала действительным членом МТП в 1993 году. Членами МТП являются около 8000 фирм и экономических организаций отраслевого и регионального типа - промышленных, торговых и транспортных ассоциаций, федераций, торговых палат, банковских объединений из более чем 120 стран мира.

В рамках МТП функционируют 20 постоянных комиссий, рассматривающих вопросы морского и воздушного транспорта, маркетинга, банковской практики, международных инвестиций, охраны окружающей среды, различные аспекты международной торговли.

МТП предоставляет ряд услуг деловым кругам как через свои специализированные агентства (Арбитражный суд, Международное морское бюро, Центр по морскому сотрудничеству, Бюро по расследованию случаев подделок товарных знаков, Международное бюро торговых палат, институт международной торговой практики, издательство МТП), так и путем разработки унифицированных правил и стандартных документов, например, справочник торговых терминов «Инкотермс», унифицированные правила по документарным аккредитивам.

ТПП Украины, как член МТП, а через нее и региональные ТПП, в том числе и Донецкая ТПП, получили более широкий доступ к источникам

информации по всем вопросам международного бизнеса, к материалам технических комиссий, конгрессов, конференций, симпозиумов, проводимых под эгидой МТП.

История создания и основы функционирования ТПП Украины

Среди украинских организаций, содействующих развитию внешнеэкономических связей Украины с зарубежными странами, особое место занимает Торгово-промышленная палата Украины, а также региональные торгово-промышленные палаты, призванные активно содействовать развитию предпринимательской деятельности в Украине, и прежде всего во внешнеэкономической сфере деятельности.

Торгово-промышленная палата Украины образована в 1973 году на базе отделения Всесоюзной торговой палаты. А более активно развиваться и налаживать международные связи ТПП Украины начала сравнительно недавно – 4-5 лет тому назад.

Новый этап развития ТПП Украины начался в 1994 году после принятия Указа Президента Украины «О Торгово-промышленной палате Украины». Суть этого этапа заключалась в завершении создания соответствующей правовой базы для подготовки Закона «О торгово-промышленных палатах в Украине», который окончательно определил бы статус, права и деятельность этих организаций в соответствии с международной практикой и заложил бы фундамент для дальнейшего наращивания и реализации их возможностей как составных частей национальной экономики, одного из самых авторитетных представительских органов деловых кругов нашего государства.

С развитием рыночных отношений, расширением внешнеэкономической деятельности предприятий в регионах появилось понимание значения местных палат и необходимости их образования. В 1995 году на базе региональных подразделений ТПП Украины были созданы торгово-промышленные палаты в Крыму, Донецке, Киеве, Одессе, Кировограде, Ивано-Франковске, Днепропетровске, Запорожье, Луганске, Харькове, Львове и других городах областного значения.

18 мая 1995 года в Киеве состоялся очередной съезд ТПП Украины, делегаты которого представляли свыше 2000 действительных членов Палаты – предприятий, ассоциаций, банков, предпринимательских структур всех форм собственности. Съезд утвердил «Основные направления деятельности Торгово-промышленной палаты Украины на 1995-2000 гг.», Устав ТПП Украины в новой редакции, избрал руководящие органы Палаты – Совет и Президиум.

Основными направлениями деятельности ТПП Украины были определены:

- 1) развитие организационной и правовой основы системы Торгово-промышленной палаты Украины;
- 2) повышение роли палат как представительских органов предпринимателей Украины;
- 3) совершенствование и расширение услуг ТПП Украины и региональных торгово-промышленных палат;
- 4) укрепление материально-технической базы системы ТПП Украины.

Верховный Совет Украины 2 декабря 1997 года принял Закон «О торгово-промышленных палатах в Украине». Принятие этого закона является признанием роли торгово-промышленных палат в укреплении экономики нашей страны. Закон четко определяет общие правовые, экономические и социальные задачи создания торгово-промышленных палат в Украине, устанавливает организационно-правовые формы и направления их деятельности, а также принципы их взаимоотношений с государством.

Цели и задачи торгово-промышленных палат и их права, установленные Законом, распространяются на все палаты, действующие в Украине, в том числе на Донецкую торгово-промышленную палату.

Торгово-промышленная палата Украины является негосударственной, некоммерческой, общественной организацией, объединяющей украинские предприятия и украинских предпринимателей в целях защиты их интересов в отношении с государством и его органами, а также с социальными партнерами - организациями трудящихся.

Торгово-промышленная палата Украины может заниматься предпринимательской деятельностью лишь поскольку это необходимо для выполнения ею своих уставных задач. Полученная ТПП прибыль между ее членами не распределяется. ТПП Украины является юридическим лицом. Она отвечает по своим обязательствам всем своим имуществом, однако при этом не несет ответственности по обязательствам своих членов, также как и они не отвечают по ее обязательствам. ТПП не отвечает по обязательствам созданных ею предприятий. В свою очередь и они не отвечают по ее обязательствам. Выполняя свои функции, предусмотренные уставом, ТПП действует в рамках Конституции и украинских законов.

Согласно Положению о ТПП, они создаются в целях содействия развитию экономики Украины, и интегрированию в мировую хозяйственную систему, формированию современной промышленной, финансовой и торговой инфраструктуры, созданию благоприятных условий для предпринимательской деятельности, урегулированию взаимоотношений предпринимателей с их социальными партнерами, всемерному развитию всех видов предпринимательства, торгово-экономических и научно-технических связей украинских предпринимателей с предпринимателями зарубежных стран.

Торгово-промышленные палаты образуются на территории одного или нескольких субъектов Украины, а также других административно-территориальных образований на основе принципа добровольного объединения

их учредителей. На одной и той же территории может быть образована одна ТПП. Членами торгово-промышленной палаты могут быть украинские предприятия независимо от формы собственности и их организационно-правовой формы и предприниматели, зарегистрированные в установленном украинским законодательством порядке, а также организации, объединяющие предприятия и предпринимателей.

В соответствии с Положением о Торгово-промышленной палате Украины осуществляет свою деятельность и выполняет свои задачи и функции на национальном уровне в соответствии с уставом и обладает всеми правами, необходимыми для их реализации. ТПП Украины осуществляет представительские функции как в Украине, так и за границей, объединяет на национальном уровне торгово-промышленные палаты областей и регионов, осуществляет общую координацию их деятельности.

ТПП осуществляет следующие функции:

выдает разрешения на открытие в Украине представительств иностранных торговых палат, смешанных торговых палат, федераций, ассоциаций и союзов предпринимателей, а также иностранных фирм и организаций, в сотрудничестве с которыми заинтересованы члены торгово-промышленных палат;

свидетельствует обстоятельства форс-мажора (обстоятельства непреодолимой силы) в соответствии с условиями внешнеторговых сделок и международных договоров Украины, а также торговые и портовые обычаи, принятые в Украине;

определяет порядок ведения негосударственного Реестра предприятий и предпринимателей, финансовое и экономическое положение которых свидетельствует об их надежности как партнеров для предпринимательской деятельности в Украине и за рубежом;

оказывает помощь, представляет и защищает интересы членов ТПП внутри страны и за рубежом по вопросам, связанным с хозяйственной деятельностью;

содействует развитию производства конкурентоспособной продукции путем привлечения зарубежных технологий и “ноу-хау”, инвестиций, создания акционерных обществ, совместных предприятий и других организаций;

осуществляет организацию обучения современным методам ведения предпринимательской деятельности, проведения стажировок специалистов как в стране, так и за рубежом;

содействует развитию фермерства и малых предприятий;

осуществляет меры по недопущению и пресечению недобросовестной конкуренции и неделового партнерства, используя присущие торгово-промышленным палатам формы и методы воздействия;

в меру своих сил и возможностей содействует осуществлению процесса приватизации;

предоставляет консультационные услуги, содействует иностранным фирмам и организациям в поиске деловых партнеров в Украине, осуществляет информационное обслуживание по вопросам внешнеэкономической деятельности, ее правового обеспечения и коммерческой деятельности в зарубежных странах;

удостоверяет свидетельства о происхождении товаров, вывозимых из Украины, товаросопроводительной документации на них и ряда других документов, связанных с осуществлением внешнеэкономических операций;

выполняет поручения внешнеэкономических и др. хозяйственных организаций на проведение экспертизы, контроля качества и комплектности, проверки количества импортных и экспортных товаров;

осуществляет посреднические операции по патентованию изобретений, промышленных образцов, регистрации товарных знаков и знаков обслуживания фирменных наименований мест происхождения;

осуществляют декларирование товаров при проведении экспортно-импортных операций субъектами ВЭД;

проводит активную выставочную деятельность на территории Украины и за рубежом;

устанавливает и развивает связи с иностранными деловыми и общественными кругами;

содействует деловому туризму, организации и проведению деловых встреч, симпозиумов, конференций и конгрессов по самому широкому спектру хозяйственной и внешнеэкономической деятельности;

выполняет заказы на переводы экономической и научно-технической документации, а также на устные переводы с иностранного на украинский (русский) и с украинского (русского) на иностранный языки;

осуществляет рекламную работу, выполняет заказы на изготовление художественных рекламных оригинал-макетов;

издает журналы, бюллетени, сборники, справочники, информационно-рекламные, учебно-методические материалы и др. печатную продукцию по вопросам, входящим в компетенцию ТПП Украины и др.

Основу ТПП Украины составляют региональные, областные и местные палаты (см. прил.), которые защищают интересы своих членов практически по всем вопросам хозяйственной деятельности, содействуют созданию рыночной инфраструктуры в регионах, способствуют приватизации, привлечению иностранных инвестиций, обучают специалистов, патентуют изобретения, декларируют товары, проводят товарную экспертизу, выполняют заказы на переводы, организуют выставки, обеспечивают обслуживание иностранных фирм, издают и распространяют справочные материалы и информационные материалы по коммерческим проблемам.

Помимо отдельных предприятий и фирм в ТПП Украины входят ассоциации, объединения. Через эти объединения с ТПП взаимодействуют

десятки тысяч участников хозяйственной деятельности (от индивидуальных производителей до крупных промышленных и финансовых структур).

При ТПП Украины в настоящее время действуют:

Международный коммерческий арбитражный суд (МКАС), предметом рассмотрения в котором могут быть гражданско-правовые споры в сфере ВЭС, если хотя бы одна из сторон имеет коммерческие предприятия за границей, а также споры предприятий с иностранными инвестициями между собой и др. субъектами украинского права;

Морская арбитражная комиссия (МАК), в компетенцию которой входят практически любые гражданско-правовые споры из сферы торгового мореплавания, включая перевозочные и буксирные отношения, куплю-продажу и ремонт судов, спасание и столкновение судов и т.д. Сторонами таких споров могут быть как иностранные, так и только украинские субъекты права.

В отличие от органов государственной юстиции, обладающих обязательной юрисдикцией и действующих согласно строгим судопроизводственным нормам, использование арбитража как внесудебного порядка разрешения споров зависит от договоренности сторон. Заклучая экспортно-импортные, транспортные, лизинговые, инвестиционные и иные контракты, стороны, как правило, включают в них оговорки о месте, процедуре и др. условиях проведения арбитража по могущим возникнуть разногласиям. Данный вопрос рассматривается профессиональными международными коммерсантами и их юристами в качестве одного из важных и самостоятельных пунктов в переговорах, в ходе которых контракты нередко ориентируются на арбитражные центры в различных странах.

В международный коммерческий арбитраж могут по соглашению сторон передаваться:

споры из договорных и иных гражданско-правовых отношений, возникающих при осуществлении внешнеторговых и иных видов международных экономических связей, если коммерческое предприятие хотя бы одной из сторон находится за границей;

споры предприятий с иностранными инвестициями и международных объединений и организаций, созданных на территории Украины, между собой, споры между их участниками, а равно их споры с др. субъектами украинского права.

Рассмотрение споров в арбитраже (третейском суде - понятие равнозначное, синонимичное в тексте законов) осуществляется арбитрами - третейскими судьями, выступающими в качестве частных лиц. Их избирают сами стороны, в т.ч. из граждан различных стран. Решения арбитров обычно признаются как окончательные, не подлежащие пересмотру по существу. Арбитражи могут образовываться сторонами для разрешения отдельных споров (так называемый разовый арбитраж), либо существовать в виде постоянно действующего центра (институционный арбитраж). В частности, при торговых палатах создается именно институционный арбитраж. Поддержание таких

центров является одной из важных задач в содействии палатами развитию торгово-экономических и иных деловых отношений.

Одним из важных факторов, обуславливающих интерес к арбитражу, является возможность выбора самими сторонами места, процедуры и формы арбитража, избрание компетентных в данной конкретной области арбитров, относительно меньшие издержки арбитражной процедуры по сравнению с судебными, несвязанность процедуры нормами, регламентирующими деятельность судов, конфиденциальность разбирательства и др.

Место ТПП Украины в мировых экономических процессах

ТПП Украины является членом Международной торговой палаты (МТП) объединяющей торгово-промышленные палаты и предпринимательские организации более чем 100 стран. Статус “члена национального уровня” позволяет ТПП Украины участвовать в работе международных технических комиссий (по вопросам налогов, маркетинга, банковского дела, международных инвестиций, торговли, менеджмента, окружающей среды, интеллектуальной собственности и ряду др. проблем), получать на льготных условиях большую часть публикаций, издаваемых МТП, принимать участие в конгрессах, конференциях и др. мероприятиях, организуемых под ее эгидой.

ТПП Украины сотрудничает со Всемирным экономическим форумом, Конференцией ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), Международным торговым центром ЮНКТАД/ГАТТ, Международной организацией труда, Международным бюро выставок, Союзом международных ярмарок, Международным выставочным комитетом “Интерэкспо”, Международной ассоциацией по охране промышленной собственности, Ассоциацией центров международной торговли, Ассоциацией европейских торговых палат, Европейским центром по вопросам управления, Конференцией стран Балтийского моря и др. ТПП Украины имеет свои представительства в ряде стран, их функции - содействие установлению двусторонних экономических контактов, сбор аналитической и коммерческой информации о состоянии рынков, предоставлении деловых услуг украинским предпринимателям-экспортерам. Действуют также смешанные торгово-промышленные (торговые) палаты с участием ТПП Украины.

Успех социально-экономического развития Украины в немалой степени зависит от качества и количества потребляемых обществом товаров и услуг.

В стране создается система правового регулирования качества продукции. Действует ряд законодательных актов, защищающих права потребителя. Однако положение дел относительно качества товаров и в первую очередь пищевых продуктов и продовольственного сырья на потребительском рынке Украины является сложным. Это касается также товаров, импортируемых в Украину.

Несмотря на меры, принимаемые государственными органами, некачественные и опасные товары продолжают тем или иным путем поступать на потребительский рынок страны. Бывают случаи, когда получатель, чтобы не испортить отношений с поставщиком или просто из-за некомпетентности, скрывает или вовремя не обнаруживает факт поступления недоброкачественной продукции. Конечно, такая продукция не пройдет сертификацию в государственной системе УкрСЕПРО. Но прежде, чем получатель убедится в этом, пройдет время, по истечении которого может нарушиться срок приемки товара, а значит, будет утрачена сама возможность предъявить претензию поставщику за поставку недоброкачественного товара, и как следствие, возместить убытки.

Предъявление претензии дело не простое, здесь все должно быть учтено с самого начала, и основным звеном в этом является правильная организация приемки товара, целью которой должно являться фактическое отражение количества и качества, с соблюдением при этом определенных правил и сроков приемки. Результаты приемки обязательно фиксируются в акте, которых тоже составляется с соблюдением определенных правил. Необходимо иметь в виду, что претензионные ситуации могут возникнуть весьма неожиданно для получателя товара. Не предвещающая неприятностей приемка технически исправного контейнера с импортной обувью, поступившего из Одесского морского торгового порта в адрес одного из мариупольских предприятий, закончилась выявлением крупной недостачи. В контейнере, вскрытом в присутствии эксперта ТПП, было обнаружено три нарушенных ящика, в которых недоставало 21 пары мужских кожаных зимних сапог. Трудно было предположить недостачу спирта, поступившего в 1999 году в контейнерах из США. Однако при вскрытии в присутствии эксперта ТПП и при поштучном пересчете бочек со спиртом в процессе выгрузки была обнаружена недостача от 2 до 35 двухсотлитровых бочек в большинстве проверенных контейнеров. Непросто товарополучателю предположить недостачу массы нетто груза в единице упаковки, однако анализ проведенных экспертиз показывает, что такие недостачи имеют место. Так, например, проверкой в морском торговом порту количества российского экспортного груза – нитрата аммония в мешках обнаружено недовложение товара в каждом мешке по 0,674 г, что составило общую недостачу по теплоходной партии в количестве 103,3 т. Экспертами ТПП также была обнаружена недостача цинка в чушках, поступившего из России в адрес одного из предприятий города. Многие претензионные ситуации, возникающие в момент приемки товара от органов транспорта, легко прогнозируются. Такие ситуации часто возникают при приемке плодоовощной продукции, мебели, изделий из стекла, фарфора, фаянса и других скоропортящихся или бьющихся товаров.

Продолжается поступление на базы и в торговую сеть города плодоовощной продукции, при этом качество ее часто не соответствует указанному в товаросопроводительных документах грузоотправителя.

Причины тому могут быть разные, но чаще всего поступает продукция, зараженная возбудителями болезней уже с поля или сада, особенно в этом, обильном осадками, году. И когда процесс транспортирования продолжается несколько суток, то в закрытом помещении транспортного средства, без регулирования температурно-влажностного режима, без принудительной вентиляции воздуха при достаточно плотной укладке товара в тару нарушаются биохимические процессы в плодах, развиваются болезнетворные грибы и бактерии, значительно снижающие качество товара. Если в Греции в ящик с мандаринами случайно попадет несколько загнивших плодов, то через неделю в Мариуполе в непригодных для перевозки цитрусовых трюмах теплохода может обнаружиться свыше 15% пораженных гнилью плодов. Кроме того, при транспортировании плоды могут получать механические повреждения, наличие которых также снижает их качество и лежкоспособность. Предварительный анализ результатов, проведенных в последние два года экспертиз, показал, что имеют место существенные отклонения качества и количества от установленных договорами (контрактами) норм по приему товара по количеству и качеству. Поэтому контроль материально ответственным лицам следует осуществлять с помощью специалиста – эксперта бюро экспертиз Торгово-промышленной палаты. В этом случае грузополучатель решает для себя несколько задач:

- не надо создавать комиссию и обучать ее правилам приемки в случаях поступления отечественных товаров;

- специалистом в момент приемки будет оприходован товар;

- в случаях предъявления претензии поставщику получатель будет иметь акт экспертизы, составленный по всем правилам, предусмотренным для международных перевозок.

ТПП – это экспертная организация, акты которой принимаются к рассмотрению в любом Международном коммерческом арбитражном суде. Если поставка идет из-за рубежа, то на основании акта экспертизы будет осуществлено начисление пошлины и налогов.

Недоброкачественный товар реализовать становится все труднее, так как требования потребителя к качеству повышаются, а законы страны, защищающие интересы потребителя, совершенствуются, но условия производства, транспортирования и хранения продукции остаются пока прежними, то есть далекими от совершенства. В этих условиях товарополучатель должен быть особо внимательным. Приглашая эксперта ТПП в случае возникновения спорных ситуаций, связанных с поставкой продукции ненадлежащего качества и несоответствующего товаросопроводительным документам количества.

Учитывая новые подходы в оценке возможностей украинских предприятий со стороны зарубежных бизнесменов, для утверждения украинских предприятий, организаций, фирм и предпринимателей, которые честно и добросовестно хотят выполнять свои обязательства перед инофирмами

и отечественными партнерами, стремятся утвердить свой имидж на мировом и отечественном рынках. Президиум ТПП Украины, как независимой организации, два года назад утвердил решение о ведении Реестра надежных украинских партнеров, финансовое положение которых свидетельствует об их надежности как партнеров для предпринимательской деятельности в Украине и за ее пределами.

В отличие от Государственного реестра, который фиксирует наличие того или иного субъекта предпринимательской деятельности, Реестр ТПП не является обязательным, в него входят на добровольных началах, но выданное палатой свидетельство в подтверждение надежности украинского партнера значительно облегчает ведение переговоров, заключение контрактов.

Добровольная регистрация, регулярная подача данных о финансовом, производственном состоянии предприятия в торгово-промышленную палату свидетельствует о его честных намерениях в ведении дел. Эта открытость ценится партнерами очень высоко. Поэтому во многих странах предприниматели стремятся попасть в такие реестры.

Безусловно, ТПП делает это объективно, непредвзято на основе документальных данных. Поэтому в положении о Реестре предусмотрена подача предприятиями целого ряда официальных сведений о состоянии дел, однако, это совсем не означает, что желаящим они будут переданы. Существует коммерческая тайна, пожелания самих предпринимателей по поводу неразглашения каких-либо данных. Все это учитывается в работе. Палата может лишь подтвердить соответствующим документом надежность украинского партнера, в какой-то мере выступив гарантом этого.

В Реестр могут быть занесены все украинские предприятия, которые отвечают требованиям, предусмотренным Положением, утвержденным 24 ноября 1994 года.

Регистрация украинских предприятий осуществляется палатой Украины или региональными торгово-промышленными палатами, в частности, киевские и областные предприятия регистрирует Киевская торгово-промышленная палата.

Предприятию, занесенному в Реестр, выдается свидетельство о регистрации. Регистрация производится на основании заявления заинтересованного украинского предприятия, подписанного его руководителем. К нему прилагаются:

- копия регистрационного свидетельства, выданного местными органами государственной власти;

- копии баланса – форма №1 и отчета о результатах финансовой деятельности – форма №2 (для ассоциаций и объединений предприятий – дополнительно отчет о финансово-имущественном состоянии предприятий – форма №3, заверенные аудиторской фирмой);

- копия декларации и наличия валютных средств на счетах банков за рубежом с отметкой налоговой инспекции;

регистрационная карта, заверенная руководителем предприятия и главным бухгалтером;

справка банка об отсутствии просроченной задолженности по банковским кредитам;

документы об оплате проверки материалов для внесения предприятия в Реестр;

согласие руководства предприятия о предоставлении третьим лицам информации по конкретным пунктам регистрационной карты.

В Реестр заносятся украинские предприятия, которые отвечают следующим требованиям:

предприятие является юридическим лицом, соответствующим образом зарегистрированным, и имеет счет в гривнях (в иностранной валюте);

предприятие является прибыльным на протяжении последних двух лет;

общий коэффициент покрытия долгов составляет не менее 2 и не более

4;

коэффициент срочной ликвидности превышает 60%;

коэффициент абсолютной ликвидности не менее 30%;

уровень собственного капитала составляет не менее 60%;

соотношение суммы заемных средств к сумме собственных средств не превышает 75%;

соотношение сумм балансовой прибыли к сумме затрат на производство продукции более 25%;

показатель общей платежеспособности.

За проверку документов, регистрацию, перерегистрацию и выдачу сертификата с украинского предприятия, которое заносится в Реестр, будет взиматься плата согласно установленному тарифу. Например, за проверку документов для внесения в Реестр членов Торгово-промышленной палаты - \$56, для не членов Палаты - \$70. За начальную регистрацию с предприятия-члена Палаты - \$80, а предприятия, не являющегося членом ТПП - \$100.

После проверки полноты и правильности оформления поданных для регистрации документов и их соответствия требованиям, изложенным выше, Торгово-промышленная палата в месячный срок будет осуществлять регистрацию украинского предприятия в Реестре и от имени ТПП Украины выдавать соответствующее свидетельство, действующее в течение года после регистрации.

Информация, которая содержится в свидетельстве, предназначена только для ориентирования партнеров предприятий. Предусмотрено положение предпринимателей относительно неразглашения предоставленных в ТПП сведений. Дополнительные сведения о предприятии будут представляться партнерам только с согласия руководителя предприятия – участника Реестра.

В условиях перехода к рыночным отношениям Реестр будет иметь все возрастающее значение не только для зарубежных, но и для отечественных партнеров, независимо от формы собственности, которой они владеют.

2

Анализ деятельности Донецкой торгово-промышленной палаты

Роль Донецкой торгово-промышленной палаты в развитии внешнеэкономической деятельности региона

Донецкая торгово-промышленная палата (ДТПП) является негосударственной неприбыльной самоуправляющейся организацией, объединяющей на добровольных началах юридических лиц, которые организованы и действуют в соответствии с законодательством Украины, граждан Украины, зарегистрированных как предприниматели, и их объединения.

Около 300 предприятий и организаций - членов ДТПП представляют 80% экспортного потенциала Донецкой области.

В соответствии с Указом Президента Украины и Законом «О торгово-промышленных палатах в Украине» ДТПП призвана защищать интересы своих членов в государственных органах Украины, а в вопросах хозяйственной, а также внешнеэкономической деятельности – и в международных организациях.

Донецкая торгово-промышленная палата была образована 3 февраля 1995 года в соответствии с Указом Президента Украины и решением Учредительной конференции.

Целью деятельностью Палаты является содействие развитию народного хозяйства и национальной экономики, ее интеграция в мировую хозяйственную систему, формирование современной промышленной, финансовой и торговой инфраструктуры, организация благоприятных условий для предпринимательской деятельности, всестороннего развития всех видов предпринимательства, не запрещенных законодательством Украины, научно-технических и торговых связей между украинскими предпринимателями и предпринимателями зарубежных стран.

Опираясь на богатый мировой опыт торгово-промышленных палат и исходя из реальных условий функционирования Донецкой торгово-промышленной палаты, основными направлениями ее деятельности являются:

- становление организационной структуры и совершенствование форм и методов работы;

- повышение роли Палаты как представительского органа предприятий Донецкого региона;

- совершенствование и расширение услуг;

- укрепление материально-технической базы Палаты.

ДТПП решает вопросы расширения и повышения эффективности форм

делового сотрудничества с зарубежными партнерами, справочно-информационного обеспечения участников внешнеэкономических связей, поиска деловых партнеров, организации выставочной деятельности в Донецкой области и за рубежом, предоставление внешнеэкономических и правовых консультаций и рекламно-издательских услуг, осуществление инопереводов, предоставление услуг по экспертизе, сертификации товаров и декларированию грузов, приватизационных, маркетинговых, брокерских и других видов услуг.

В крупнейших промышленных городах области - Горловке, Мариуполе, Краматорске - образованы отделения ДТПП с широким кругом полномочий, в г.Харцызске создано представительство ДТПП.

Основа экономики Донецкой области- это высокоразвитая тяжелая промышленность, в первую очередь угольная отрасль, металлургия, химия, машиностроение.

Занимая лишь 4,4% территории Украины при доле 10,2% от всего населения страны, Донецкая область производит более 50% отечественного угля, 45% всего металла. Область обеспечивает выпуск 100% горношахтного и 90% прокатного оборудования, шестую часть цемента, треть – оконного стекла, 84% пищевой соли в Украине.

В соответствии с программой социально- экономического развития Донецкой области «Донбасс – 2010», предполагается создать предпосылки формирования эффективной социально ориентированной экономической системы рыночного типа с необходимым правовым, экономическим и организационным обеспечением на основе рационального использования ресурсного потенциала области. Среди ее приоритетов - восстановление нормального функционирования топливно-энергетического, машиностроительного, агропромышленного и товаро-производительного комплексов, путем внедрения наукоемких, малоэнергоемких, материаловосберегающих и экологически чистых технологий. В целом, характеризуя объемы экспортных поставок и сообразуясь с мировой практикой, можно утверждать, что по основным отраслям производства промышленность Донецкой области экспортно ориентирована.

Внешнеторговый оборот товаров и услуг Донецкой области в 9 месяцев 1999 г. составил 2138,6 млн. долл. США, в том числе экспорт – 1527,0 млн. долл. США, импорт – 611,6 млн. долл. США. Положительное сальдо – 915,4 долл. США.

Основу внешней торговли - 96,8% - составляет торговля товарами. Ее оборот в январе-сентябре текущего года уменьшился по сравнению с соответствующим периодом прошлого года на 19,3% и составил 2069,7 млн. долл. США. При этом экспорт сократился на 15,2%, составив 584,9 млн. долл. США. Положительное сальдо равнялось 899,9 млн. долл. США.

Таблица 2.1. Основные показатели внешней торговли товарами и услугами Донецкой области (млн. долл. США)

Показатели	9 месяцев 1997 года	9 месяцев 1998 года	9 месяцев 1999 года	9 месяцев 1999 года к 9 мес. 1998 года, %
Внешняя торговля товарами				
Внешнеторговый оборот	2643,6	2565,3	2069,7	80,7
- уд. Вес бартера, %	7,8	4,4	2,0	X
Экспорт	1900,9	1751,41	1484,8	84,8
- уд. Вес бартера %	5,7	3,2	1,3	X
Импорт	742,7	814,2	584,9	71,8
- уд. Вес бартера, %	13,3	6,9	3,7	X
Сальдо	+1158,2	+936,9	899,9	96,0
Внешняя торговля услугами				
Внешнеторговый оборот	135,6	150,3	68,9	45,8
Экспорт	84,5	95,7	42,2	44,1
Импорт	51,1	54,6	26,7	48,9
Сальдо	+33,4	+41,1	+15,5	37,7

Экспорт товаров осуществляли 858 предприятий и организаций, импорт – 1173. Крупнейшими экспортерами остаются ОАО "Мариупольский комбинат им. Ильича", ОАО "Металлургический комбинат "Азовсталь", ОАО "Енакиевский металлургический завод ", ОАО "Макеевский металлургический комбинат", ОАО "Харцызский трубный завод". Ими обеспечено более 68% экспорта области.

Свыше 47% импортных закупок приходится на долю 7 предприятий области: ОАО "Мариупольский металлургический комбинат "Азовсталь", ОАО "Концерн "Стирол", Корпорации "Индустриальный Союз Донбасса" и ее дочернего предприятия "Донецкий индустриальный Союз", ОАО "Авдеевский коксохимзавод", СП "Цифровая сотовая связь Украины".

В экспорте по-прежнему основное место занимают сырье и материалы (90%). В структуре сырья основная доля приходится на продукцию черной металлургии (72% общего объема экспорта). Машины и оборудования составляют 7% экспорта области.

В товарной структуре импорта также преобладают сырье и материалы – 66%. Ввозимое сырье представлено главным образом топливом (32%) и минералами (11%). Машины и оборудование составляют 25%.

В отчетном периоде продукция предприятий и организаций области экспортировалась в 106 стран мира. Крупнейшими торговыми партнерами были: Китай (18,0% всего экспорта), Россия (13,2%), Италия (6,6%), Турция (6,5%), Тайвань (5,3%), США (3,4%).

Импортные операции совершались с 76 странами мира. Наиболее интенсивно торговые связи развивались с фирмами России (56,9% импорта

области), Словакии (5,5%), Германии (5,2%), Швеции (3,5%), США (3,1%), Польши (3,0%).

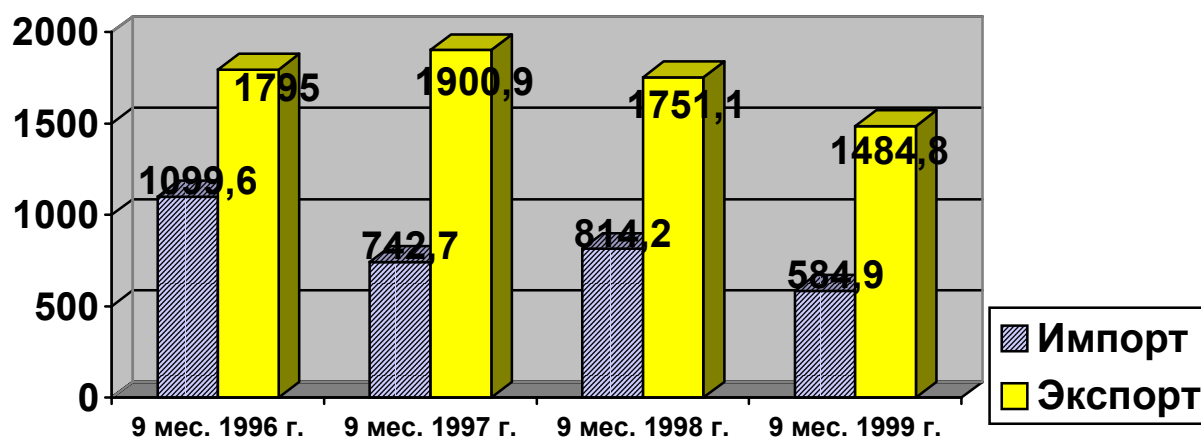


Рисунок 2.1. Динамика экспорта и импорта товаров Донецкой области

Удельный вес Донецкой области в общем объеме иностранных инвестиций Украины составляет 6,6%. С января по сентябрь 1999 года поступило 42,70 млн. долл. США иностранных инвестиций, что в 3,2 раза больше, чем за 9 месяцев 1998 года (13,53 млн. долл. США), в том числе из стран СНГ и Балтии – 0,34 млн. долл. США (0,8% к общему объему поступлений), из других стран мира – 42,36 млн. долл. США (99,2%).

Таблица 2.2. Динамика поступлений иностранных инвестиций в экономику области (млн. долл. США)

9 месяцев 1996 г.	9 месяцев 1997 г.	9 месяцев 1998 г.	9 месяцев 1999 г.
9,24	20,34	13,53	42,70

Инвестирование осуществлялось, главным образом, в виде движимого и недвижимого имущества – 19,12 млн. долл. США (44,7% полученного объема) (в том числе оборудования в акции – 1,05 млн. долл. США), денежных средств – 16,85 млн. долл. США (39,5%) (в том числе покупка акций – 3,3 млн. долл. США), ценных бумаг – 5,04 млн. долл. США (11,8%).

Одновременно капитал нерезидентов уменьшился за счет отозванных инвестиций на 3,03 млн., долл. США и курсовой разницы на 0,93 млн. долл. США. Общий объем инвестиций на 1.10.00 составил 204,90 млн. долл. США.

Наибольшие объемы средств поступили от нерезидентов из Виргинских островов (Брит.) – 73,42 млн. долл. США (35,8% общего объема), США – 50,01 млн. долл. США (24,4%), Великобритании – 16,48% долл. США (8,0%), Германии – 15,60 млн. долл. США (7,6%), Кипра – 11,68% млн. долл. США (5,7%), Финляндии – 4,31 млн. долл. США (2,1%), Российской Федерации – 3,87 млн. долл. США (2,0%), Нидерландов – 3,59 млн. долл. США (1,8%), Канады – 2,32 (1,1%), Дании – 2,07 млн. долл. США (1,0%).

Значительный интерес у инвесторов вызывают такие отрасли экономики, как черная металлургия – 69,38% млн. долл. США (33,9% общего объема поступивших инвестиций на 1.10.99), внутренняя торговля – 18,76 млн. долл. США (9,2%), мукомольно-крупяная и комбикормовая промышленность – 17,70 млн. долл. США (8,5%), внешняя торговля – 16,61 млн. долл. США (8,1%), пищевая промышленность – 16,32 млн. долл. США (8,0%), пенсионное обеспечение – 8,41 млн. долл. США (4,1%), химическая промышленность – 7,72 млн. долл. США (3,8%), цветная металлургия – 6,60 млн. долл. США (3,2%), сельское хозяйства – 7,01 млн. долл. США (3,4%), связь – 2,99 млн. долл. США (1,5%), угольная промышленность – 2,19 млн. долл. США (1,0%).

Иностранцами партнерами инвестировано 285 предприятий Донецкой области. Наибольшие объемы инвестиций получено предприятиями Донецка – 120,96 млн. долл. США (159 предприятий), Артемовска – 20,98 млн. долл. США (5), Харцизска – 14,76 млн. долл. США (8), Горловки – 8,15 млн. долл. США (9), Ждановки – 7,31 млн. долл. США (3), Володарского района – 6,91 млн. долл. США (2), Енакиево – 6,39 млн. долл. США (7), Мариуполя – 4,95 млн. долл. США (37), Волновахского района – 5,42 млн. долл. США (4).

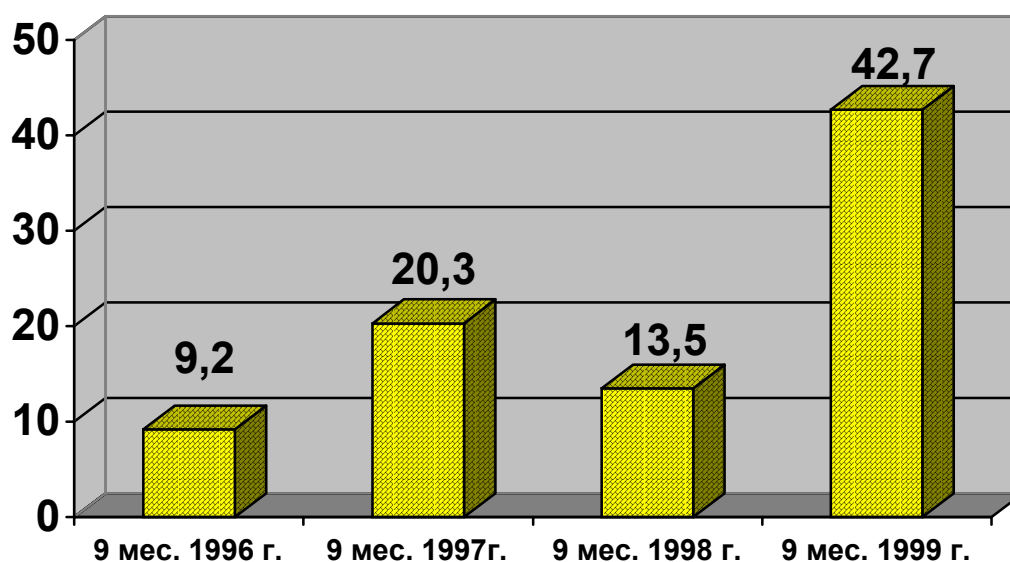


Рисунок 2.2. Динамика поступлений иностранных инвестиций в экономику Донецкой области

Таблица 2.3. Иностранные инвестиции в регионы Украины

Регионы Украины	Количество предприятий	Иностранные инвестиции на 1.10.99	Удельный вес, %
1	2	3	4
Всего:	7174	3122863,48	100,0
Автономная Республика Крым	134	129232,38	4,1
Днепропетровская	358	170810,46	5,5
Донецкая	285	204895,61	6,6
Закарпатская	337	70396,33	2,3
Запорожская	135	215331,37	6,9
Киевская	167	267239,77	8,6
Львовская	763	110938,43	3,6
Одесская	517	173716,01	5,6
Полтавская	119	206293,25	6,6
Харьковская	186	58929,71	1,9
Хмельницкая	61	13385,44	0,4
Город Киев	3058	992175,38	31,8
Город Севастополь	16	14455,58	0,5

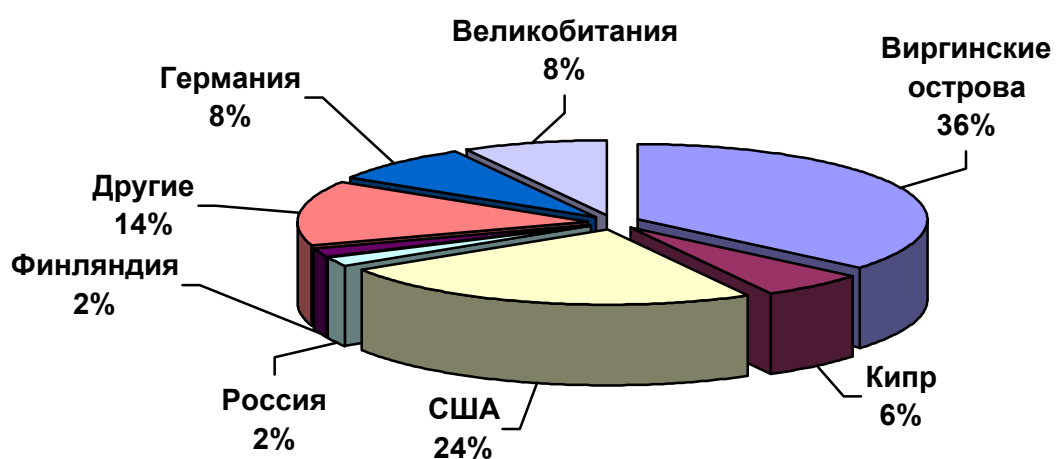


Рисунок 2.3. Поступление иностранных инвестиций по странам-инвесторам на 1 октября 1999 г.

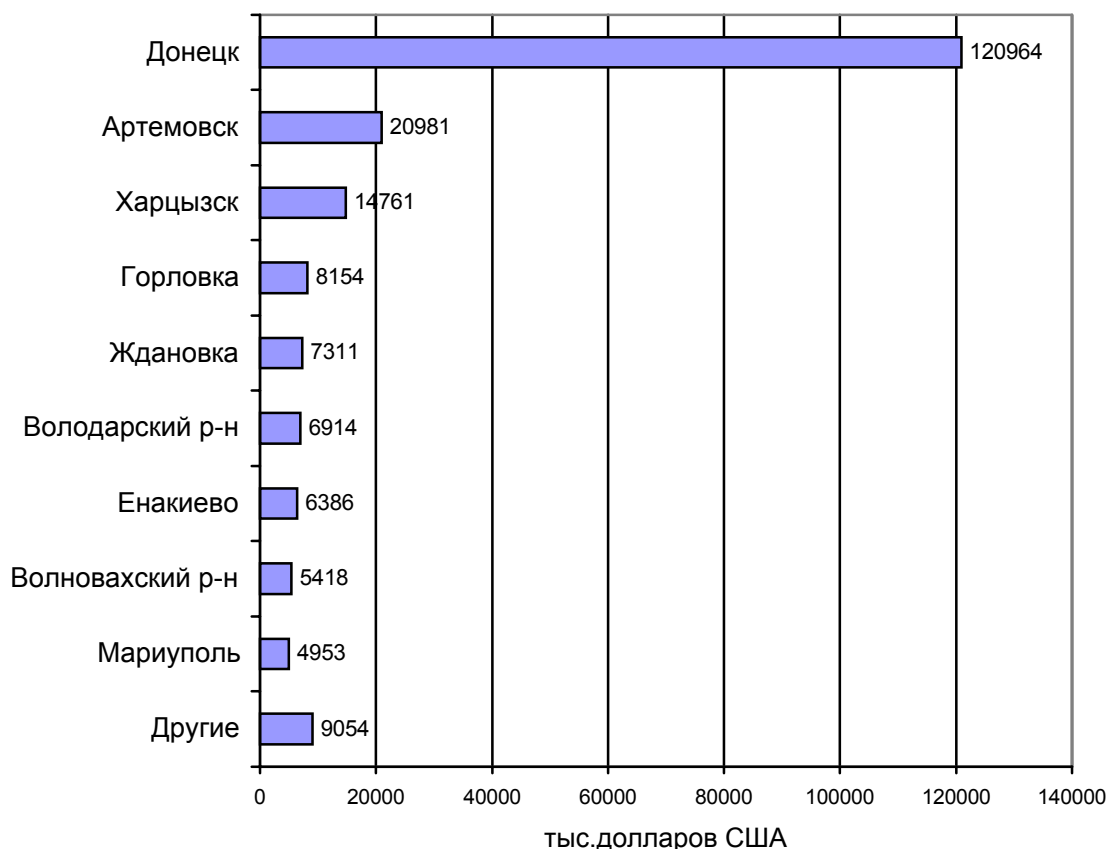


Рисунок 2.4. Поступление иностранных инвестиций по городам области

Таким образом. Донецкая область, как крупнейший субъект внешнеэкономической деятельности в Украине, не сдает свои позиции на протяжении последних пяти лет. Сложившийся баланс внешней торговли товарами и услугами позволяет увеличивать объемы валютных поступлений в экономику области. Основная задача - не останавливаться на достигнутом, создавать конкурентоспособную продукцию, которая со временем станет основной статьей экспорта, заменит экспорт сырья. Этому будет способствовать создание на территории Донецкой области специальных экономических зон.

Исходя из авангардной роли Донецкого региона в экономике Украины и учитывая важность проблем Донбасса для всей страны, становится понятным, насколько важными являются задачи, стоящие перед Донецкой Торгово-промышленной палатой.

Анализ деятельности Донецкой торгово - промышленной палаты (ДТПП)

Целью деятельности Донецкой торгово-промышленной палаты является содействие развитию народного хозяйства и национальной экономики, ее интеграции в мировую хозяйственную систему, формирование современной промышленной, финансовой и торговой инфраструктуры, организация благоприятных условий для предпринимательской деятельности, всестороннего развития всех видов предпринимательства, не запрещенных законодательством Украины, научно-технических и торговых связей между украинскими предпринимателями и предпринимателями зарубежных стран.

Свою работу ДТПП проводит в сотрудничестве с Торгово-промышленной палатой Украины (г. Киев), областной и городской администрацией, с министерствами, посольствами, таможней, ГНИ по Донецкой области, другими государственными и негосударственными структурами, промышленными предприятиями и организациями.

Общая численность членов Донецкой Торгово-промышленной палаты по состоянию на 01.01.99г. составляет 301 предприятия,

Из них:

- 56 предприятий малого и среднего бизнеса;
- 8 государственных предприятий;
- 178 акционерных обществ различного типа;
- 33 совместных предприятий;
- 10 научно-исследовательских институтов, НИИ;
- 6 высших учебных заведения;
- 4 предприятия сельского хозяйства,
- 6 банков.

За 1998 год принято в члены Палаты 31 предприятие, исключено –10.

Основные функции Донецкой Торгово-промышленной палаты:

- помощь в установлении контактов между украинскими и зарубежными фирмами;
- координация и организация выставок и ярмарок в Украине и за рубежом;
- деловая информация об украинском рынке, предприятиях и условиях ведения дел в Украине;
- справочно-консультационная информация о фирмах, зарубежных рынках и ценах, действующих на них;
- юридическая и консультационная помощь украинским и зарубежным фирмам по вопросам внешнеэкономической деятельности;
- иностранные переводы научно-технической документации;
- рекламные, полиграфические и издательские услуги;
- деловые поездки в зарубежные страны. Организация и проведение

деловых встреч, симпозиумов, семинаров, конференций. Оформление выездных документов;

- оформление договоров (контрактов) купли- продажи, бартерных, консигнаций, договоров о совместной деятельности с учетом требований. Предъявляемых к форме внешнеэкономических контрактов;

- негосударственный реестр предприятий, финансовое положение которых свидетельствует об их надежности;

- выдача сертификатов и актов экспертизы происхождения товаров и продукции в Украине;

- оформление грузовых таможенных деклараций;

- определение кодов товаров согласно международной гармонизированной системы описания и кодирования товаров;

- выдача сертификатов о принадлежности продукции, работ и услуг собственному производству совместных предприятий и предприятий с иностранными инвестициями;

- консультации по вопросам создания и функционирования предприятий с иностранными инвестициями и получения ими льгот (при Палате работает Комитет содействия совместным предприятиям и предприятиям с иностранными инвестициями);

- выдача свидетельств, удостоверяющих наступление форс-мажорных обстоятельств;

- экспертиза количества и комплектности импортных и отечественных товаров, сырья и оборудования. Продукции производственно- технического назначения и автотранспорта;

- оценка объектов приватизации, домостроений, остаточной стоимости товаров после пожара и других стихийных бедствий. А также экспертная оценка имущества для оформления банковских кредитов.

22 декабря 1998 года состоялось первое заседание Консалтингового Комитета, созданного при ДТПП с целью объединения усилий ведущих консалтинговых структур региона по привлечению инвестиций в экономику Донецкой области. В заседании приняли участие представители 18 организаций, занятых в сфере консалтингового бизнеса, а так же подразделения академических институтов и ВУЗов, подготавливающих специалистов в области консалтинга. На заседании были определены основные задачи цели Комитета и рассмотрен проект «Положения о Консалтинговом Комитете при Донецкой ТПП».

Для разрешения хозяйственных споров при Палате работает Третейский суд. Аудиторские услуги оказывает фирма «Внешаудит- Меркурий», созданная и функционирующая при Палате.

Структура управления Донецкой Торгово- промышленной палатой приведена в приложении .

Международные экономические связи.

Вопросы расширения и повышения эффективности форм делового

сотрудничества с зарубежными партнерами всегда стояли в центре внимания всех подразделений ДТПП и, в первую очередь, управления международного экономического сотрудничества, основными задачами которого являются :

- Организация работы в Донецкой Торгово-промышленной палате, региональных отделениях, направленной на содействие предприятиям-членам Палаты в развитии экспортного потенциала, более активное привлечение их к международному экономическому сотрудничеству.

- Проведение работы по развитию международных связей и контактов в ДТПП с зарубежными партнерами и международными организациями.

- Планирование и организация работы торгово-экономических делегаций предпринимателей Донецкой области за границей.

- Организация эффективной работы центрального аппарата донецкой ТПП и ее региональных подразделений с иностранными делегациями предпринимателей, которые прибывают в Донецкую область.

- Организация приема в ДТПП иностранных миссий, отдельных представителей предприятий, организаций и фирм; подготовка делегаций ДТПП и ее отдельных представителей в командировка за границу для встреч и переговоров с зарубежными торговыми палатами, ассоциациями, фирмами и другими подразделениями;

- Подготовка и анализ соответствующей отчетности по Управлению и отделениям Палаты и представления ее по мере необходимости в ТПП Украины; ведение протокольной работы в Донецкой ТПП.

- Оказание информационно-справочных и консультационных услуг в системе Донецкой ТПП, координация этой работы между отделениями Палаты.

- Организация издания газеты "Меркурий" - Вестника Донецкой ТПП осуществление связи со средствами массовой информации осуществление рекламно-издательской деятельности

- Организация работы с членами Палаты, вовлечение в состав Палаты Украинских субъектов предпринимательской деятельности; информационная работа с членами Палаты. Предоставление переводческих услуг.

На 1 января 1999 Донецкой ТПП подписаны Соглашения о сотрудничестве с 18 Торгово-промышленными палатами ближнего и дальнего зарубежья. В течение 1998 года, Донецкой ТПП подписаны соглашения о сотрудничестве с Торгово-промышленной палатой Ростовской области (Россия). В настоящее время готовятся к подписанию соглашения о сотрудничестве Эстонско-Российской Палатой Предпринимателей (Эстония), Турецко-украинским деловым советом, Греческо-Украинской Палатой (Греция) и Смешанной торговой палатой Восток (Чешская Республика).

С целью расширения международных контактов в интересах предприятий - членов Палаты. Донецкой Торгово-промышленной палатой установлены тесные контакты и регулярный обмен информацией с ТПП Ирана, Экономической Палатой Чехии, ТПП Словакии, ТПП Македонии,

Будапештской ТПП, Хозяйственной Палатой Польши, ПТП г. Дюссельдорфа, ТПП г. Мадрида, ТПП г. Магдебурга, посольствами Италии, Австрии, Венгрии, Турецкой Республики в Украине.

Специалистами ДТТП осуществлялись посещения ТПП Украины, Харькова, Днепропетровска, Запорожья и др. с целью укрепления сотрудничества и обмена опытом работы.

Донецкая ТПП стала участником совместного проекта ТПП Украины и системы торговых палат Пезаро и Урбино итальянской области Марке с целью оказания помощи предприятиям двух стран в установлении кооперационных связей в области мебельной, швейной и текстильной промышленности.

Информационная работа.

Целесообразно рассмотреть такую область компетенции Управления Международного Экономического Сотрудничества Донецкой Торгово-промышленной палаты как информационная работа.

Торгово-промышленные палаты во всем мире ассоциируются с информацией. Донецкая ТПП уделяет большое значение информационному обслуживанию своих членов и зарубежных фирм, она входит в единую информационную сеть ТПП Украины, являющейся частью единой международной информационной сети Международной торговой палаты, владеющей пожалуй самой актуальной и самой обширной деловой информацией в мире.

С одной стороны, продолжается использование традиционных носителей информации (буклеты, справочники и т.п.). ДТТП имеет одну из лучших по объему и содержанию библиотеку деловой информации Донецкой области, насчитывающую более 7000 экземпляров.

Главным в работе ДТТП является автоматизация справочно-информационного обеспечения.

ДТТП входит в систему АИС ТПП Украины, активно работает в системе “Укр-пак”. Это дает возможность получать и обмениваться более качественной и оперативной информацией.

ДТТП владеет электронными версиями справочников цен мирового рынка, информацию о мировых ценах на товары и продукцию их переработки, лесоматериалы, текстильные товары, а также другими базами данных.

Донецкая ТПП ведет активную работу с электронной почтой.

Ведется работа по подключению к международной сети Интернет. Создана веб-страничка Донецкой ТПП. Проведена работа по установлению контактов с региональными Палатами по вопросам обмена информации через электронную почту. На сегодняшний день Интернет является технологически наиболее совершенным каналом доступом к информации.

В ДТТП регулярно проводится анкетирование предприятий-членов палаты по вопросам улучшения информационного обслуживания.

Справочно-информационное обеспечение реализуется ДТТП через

систему услуг: адресные, адресно-номенклатурные, фирменные, фактографические, консультационно-аналитические справки, информационный маркетинг, поиск партнера, обмен деловыми предложениями, ценовая информация.

Одним из видов оказания информационных услуг является организация и проведение семинаров по актуальным вопросам внешнеэкономической деятельности, налоговой и таможенной политики.

За период 1998 года проведено 18 семинаров по актуальным вопросам внешнеэкономической, налоговой и таможенной деятельности предприятий. Общее количество слушателей составило 402 человека.

В качестве примера можно привести тематику ряда семинаров, проведенных ДТПП в 1998- 99 гг.:

- 1) Актуальные вопросы внешнеэкономической деятельности.
- 2) Актуальные вопросы таможенного регулирования ВЭД.
- 3) Актуальные вопросы банковского законодательства.
- 4) Штриховое кодирование товаров- практика внедрения.
- 5) Новое в бухгалтерском учете, отчетности и налогообложении.
- 6) Новое в валютном регулировании Украины.
- 7) Арбитражное регулирование.
- 8) Валютное регулирование.
- 9) Международное лицензирование.
- 10) Сертификация и стандартизация во внешнеэкономической деятельности.

Поиск делового партнера.

Одним из наиболее актуальных направлений деятельности ДТПП в настоящее время является поиск делового партнера. Актуальность указанного направления определяется настоятельной необходимостью для Донецкого региона оживления внешнеэкономической деятельности предприятий в связи с созданием в регионе свободных экономических зон и районов со специальным инвестиционным режимом. Практически все направления работы ДТПП в той или иной степени ориентированы на поиск и делового партнера для отечественных предприятий за рубежом и для зарубежных предприятий в Украине.

Наряду с традиционными формами работы по поиску делового партнера в ДТПП используется электронная система деловых возможностей IRCCNet, наилучшим образом приспособленная для удовлетворения нужд предприятий, фирм, компаний, заинтересованных в установлении деловых связей.

В 1998 году, было распространено среди членов Палаты 620 коммерческих предложений зарубежных фирм различной тематики, которые были получены от ТПП Украины и зарубежных стран, посольств, аккредитованных в Украине и зарубежных фирм. Донецкая Торгово-промышленная палата регулярно предоставляла информационные справочные

материалы Донецкой облгосадминистрации. Донецкому городском исполкому.

Членам Донецкой ТПП регулярно направляется информация о семинарах, деловых поездках, проводимых в Украине и за ее пределами.

Негосударственный реестр предприятий, финансовое положение которых свидетельствует об их надежности.

Важной частью информационного обслуживания является возможность предоставления данных о надежности фирм, как зарубежных, так и отечественных. С этой целью в Украине ТПП ведется негосударственный реестр украинских предприятий, финансовое положение которых свидетельствует об их надежности.

Учитывая новые подходы в оценке возможностей украинских предприятий со стороны зарубежных бизнесменов для утверждения украинских предприятий, организаций, фирм и предпринимателей, которые честно и добросовестно хотят выполнять свои обязательства перед инопартнерами и отечественными партнерами, стремятся утвердить свой имидж на мировом и отечественном рынках. Президиум ТПП Украины, как независимой организации, два года назад утвердил решение о ведении Реестра надежных украинских партнеров, финансовое положение которых свидетельствует об их надежности как партнеров для предпринимательской деятельности в Украине и за ее пределами.

В России аналогичный Реестр действует с 1991 года. В него внесены несколько тысяч российских предприятий.

В отличие от Государственного реестра, который фиксирует наличие того или иного субъекта предпринимательской деятельности. Реестр ТПП не является обязательным, в него входят на добровольных началах, но выданное Палатой свидетельство и подтверждение о надежности украинского партнера значительно облегчает ведение переговоров, заключение контрактов в операциях купли-продажи, бартера, создания СП и других деловых отношениях.

В Реестр могут быть занесены все украинские предприятия, которые отвечают требованиям, предусмотренным Положением, утвержденным 24 ноября 1994 г. Вышеуказанный документ имеет полное название "Положение о негосударственном реестре украинских предприятий, финансовое положение которых свидетельствует об их надежности как партнеров для предпринимательской деятельности в Украине и за рубежом. (Реестр ТПП Украины).

Регистрация украинских предприятий осуществляется Торгово-промышленной палатой Украины или региональными торгово-промышленными палатами, в частности, киевские и областные предприятия регистрирует Киевская Торгово-промышленная палата.

Предприятию, занесенному в Реестр, выдается свидетельство о регистрации.

Регистрация производится на основании заявления заинтересованного

украинского предприятия, подписанного его руководителем.

В Реестр заносятся украинские предприятия, которые отвечают следующим требованиям:

- предприятие является юридическим лицом, соответствующим образом зарегистрированным, и имеет счет в гривнах (в иностранной валюте),
- предприятие является прибыльным не протяжении последних двух лет,
- общий коэффициент покрытия долгов составляет не менее 2 и не более 4,
- коэффициент срочной ликвидности превышает 60%,
- коэффициент абсолютной ликвидности не менее 30%,
- уровень собственного капитала составляет не менее 60%,
- соотношение суммы заемных средств к сумме собственных средств не превышает 75 %, сумм балансовой прибыли к сумме затрат на производство продукции более 25 %,
- показатель общей платежеспособности.

Честное имя, имидж фирмы очень много значат в мире сами по себе. На это не жалеют ни сил, ни средств, так как в результате это авторитет и успех дела. Когда же они подтверждаются выводами такой авторитетной организации, как Торгово-промышленная палата, цена таких свидетельств значительно возрастает.

Безусловно, ТПП делает это объективно, непредвзято на основе документальных данных. Поэтому в Положении о Реестре предусмотрена подача предприятиями целого ряда официальных сведений о состоянии дел, однако, это совсем не означает, что желаящим они будут переданы. Существует коммерческая тайна пожелания самих предпринимателей по поводу неразглашения каких-либо данных. Все это учитывается в работе. Палата может лишь подтвердить соответствующим документом надежность украинского партнера, о какой-то мере выступив гарантом этого.

Выставочная деятельность.

Выставочная деятельность ДТТП тесно связана с деятельностью ТПП Украины, предприятий- членов ДТТП, выставочных фирм и предприятий организаторов выставок, как отечественных, так и зарубежных.

Значение выставок и ярмарок для поиска новых рынков, расширения числа покупателей, определение возможного спроса на новые товары, увеличение количества контрактов и завязывание новых контактов в деловом мире страны организатора выставки трудно переоценить.

Выставочная деятельность ДТТП со времени ее образования была направлена на поддержку отечественного производителя, оказание ему действенной помощи в продвижении товаров на рынки сбыта. Количество

выставочных мероприятий из года в год растет. Так в 1995 году ДТПП организовала 2 международные выставки- «Интерпрогресс-95» и «Италбизнес-95» - многопрофильная выставка итальянских фирм. В 1995 году ДТПП содействовала участию предприятий Донецкой области в международных выставках в Лейпциге и Ганновере (Германия), Дубаи (ОАЭ), Падуе (Италия). В этом же году ДТПП начато создание базы данных о ярмарках и выставках в зарубежных странах. Значительное количество выставок было организовано в 1997 году:

- «Весна- 97» (4-7-марта), г. Донецк;
- «Интербизнес- Донецк- 97» (27-30 мая), г.Донецк;
- «Донбасс- прогресс- 97» (27-30 августа). Г. Донецк;
- «Универсал- 97» (19-21 сентября), г.Горловка;
- «Новогодние подарки- 97» (10-13 декабря), г. Краматорск;
- «Новогодний супермаркет-98» (23-29 декабря), г. Донецк.

Эти выставки посетило около 60000 человек, 380 предприятий стали их участниками.

В 1998 году количество выставочных мероприятий по сравнению с предыдущим годом несколько снизилось, что связано с финансовым кризисом в Украине и ряде других стран. Например, не было организовано такое крупное мероприятие, как Дни немецкой экономики, проведение которого было на сентябрь 1998 года. Тем не менее в 1998 году был проведен ряд крупных и популярных выставок. Среди них можно отметить следующие:

С 3-6 марта 1998 г. Донецкая Торгово-промышленная палата совместно Мариупольским отделением Донецкой ТПП организовали и провели универсальную выставку-ярмарку «Весна-98». В универсальной выставке-ярмарке "Весна Мариуполь'98", приняло участие 57 предприятий и фирм различных форм собственное из пяти регионов Украины: Киевской, Николаевской, Херсонской, Донецкой областей Республики Крым. За время проведения выставку посетило порядка 12 000 человек.

С 12 по 15 мая 1998 г. Донецке Торгово-промышленной палатой совместно фирмами «Юнион-Экспо» (Днепропетровск) и МахРоГ (Польша) была проведена многоотраслевая выставка-ярмарка «ИнтерБизнес-Донецк-98». В выставке принимали участие 6 предприятий из Польши и 46 предприятий Донецкой, Днепропетровской, Львовской, Харьковской, Херсонской областей

Донецкая Торгово-промышленная палата совместно с Торгово-промышленной палатой Ростовской области при поддержке Донецкой областной госадминистрации, Администрации Ростовской области выступили организаторами проведения в г. Донецке российско-украинской выставки-ярмарки «Сотрудничество-98».

Общее число участников выставки «Сотрудничество-98» составило предприятия, из которых - 60 предприятий и организации Ростовской области. С украинской стороны в выставке участвовали 104 предприятия-экспонента из Донецкой, Днепропетровской, Киевской, Одесской, Полтавской областей,

представивши промышленные изделия, технологическое оборудование, товары народного потребления. Пищевой и перерабатывающий комплекс Донецкой области был представлен 4 предприятиями-производителями.

В общей сложности российскими и украинскими предприятиями на выставке было заключено соглашений на сумму более 1 500 000 руб.

11-13 февраля 1998 г. отделение Донецкой ТПП провело специализированную выставку-ярмарку «Жилье - 2001»: строительные материалы и технологии, бытовая химия, отделочные материалы, бытовая техника, которой приняли участие 30 предприятий Донецкой области.

3-6 марта 1998 г. Мариупольское отделение Донецкой ТПП провело универсальную выставку «Весна-Мариуполь-98» приняли участие 70 предприятий.

22-25 апреля 1998 г. Краматорское отделение Донецкой ТПП организовало и провело универсальную выставку-ярмарку «Весенний супермаркет – 98», в которой приняли участие 25 предприятий и организаций, экспонирующих ТНП и продукты питания.

29 августа-1 сентября 1998 г. Донецкой Торгово-промышленной палатой была организована и проведена Донецкая контрактная выставка-ярмарка «Донбасс- Прогресс '98.», приуроченная ко Дню города Донецка. В выставке-ярмарке "Донбасс-Прогресс '98", приняло участие 45 предприятий и фирм различных форм собственности, в том числе из четырех областей Украины : Донецкой, Луганской, Запорожской, Киевской. За время проведения выставку посетило около 10 000 человек.

16-18 сентября 1998 г. Горловским отделением проведена в городе Горловка III Международная выставка-ярмарка «Универсал-98». В выставке приняли участие 57 предприятий и организаций из 8 областей Украины

23-26 сентября 1998 г. Краматорским отделением в городе Краматорск проведена многоотраслевая выставка-ярмарка «Осень-98», в которой приняли участие 22 предприятия.

С 29 сентября по 2 октября 1998 г. в городе Мариуполе проводилась универсальная выставка - ярмарка "Осень-Мариуполь-98" приняло участие 74 предприятия различных форм собственности из гг. Донецка, Симферополя (республики Крым), Луганска, Одессы, Киева, Харькова, Днепропетровска, Новоазовска, Бориславля (Херсонской обл.), Чугуева (Харьковской обл.), в том числе 12 предприятий представляющих средства массовой информации. За время проведения выставку посещало ежедневно около 3 000 человек. Также выставку посетили официальная делегации администрации г. Таганрога, делегации Ивано-Франковской области, гг. Бердянска, Киева представители фирм Польши, Аргентины, Армении, Сирии, Греции.

9-12 декабря Краматорским отделением проведена универсальная выставка-ярмарка «Новогодние подарки-98», в которой приняли участие 22 предприятия.

С 26 по 29 декабря 1998 года во Дворце Спорта «Дружба» Донецкой Торгово-

промышленной палатой была организована и проведена традиционная выставка ярмарка «Новогодний супермаркет-99», в которой приняло участие более 60 фирм и организаций, занимая общую площадь порядка 1000 м., за время проведения выставку посетило более 10 000 дончан и гостей города.

В приложениях №2, №3, №4 приведены диаграммы, характеризующие динамику изменения по годам (начиная с 1995 года) количества выставочных мероприятий, проведенных при участии ДТПП, а так же динамику изменения количества заключенных контрактов, подписанных протоколов о намерениях и прибыли ДТПП от проведения выставочных мероприятий.

Анализ приведенных диаграмм показывает, что увеличение (уменьшение) количества выставок не всегда сопровождается пропорциональным увеличением (уменьшением) количества контрактов и размера прибыли, хотя о полном отсутствии такой зависимости говорить нельзя.

Например, уменьшение количества выставочных мероприятий в 1998 году не привело к снижению количества заключенных контрактов и размера прибыли. По-видимому, здесь сказывается также то, насколько крупными и значимыми были проведенные выставки.

Кроме того, ясно, что прибыль ДТПП, полученная от проведения выставочных мероприятий, не может являться достаточным показателем оценки экономической эффективности выставок для предприятий -участников выставок.

Эффективность выставочных мероприятий.

Определение эффективности выставочных мероприятий, как важного контролирующего элемента выставочной деятельности, является актуальной проблемой. Вместе с тем, ни в Украине, ни за рубежом до сих пор не найдена точная зависимость между суммами, затраченными на конкретные выставочные мероприятия и их результатами из - за наличия множества побочных факторов. Например, трудно провести грань, между действием выставочных мероприятий и результатом личных продаж, деятельности коммерческих агентов, неожиданно возникших специфических условий реализации (сезонности, изменения цен и т. д.).

Исходя из того, что выставочная деятельность по ее целям, задачам и организации можно отнести к деятельности рекламной, можно сделать вывод о том, что и ее эффективность можно определять такими же методами, какими принято определять эффективность рекламных мероприятий.

При определении эффективности выставочной деятельности следует иметь ввиду, что указанная деятельность как правило, всегда эффективна для фирм и предпринимателей, оказывающих услуги при организации выставок фирмам участницам выставок, то есть для фирм, занимающихся выставочным бизнесом. В большой степени это относится и к торгово- промышленным палатам. Вкладывая деньги в организацию той или иной выставки, торгово-промышленная палата, как правило, рискует своей популярностью в деловом

мире, в случае, если выставка не смогла решить поставленных перед нею задач. Определенную прибыль палата в любом случае получит.

Эффективность внешнеэкономической деятельности Донецкой Торгово-промышленной палаты, с точки зрения эффективности палаты, как хозяйствующего субъекта, может быть показана на примере эффективности проведения выставочного мероприятия. С этой целью была рассчитана величина прибыли, которую ДТПП получила от подготовки и проведения выставки- ярмарки "Сотрудничество- 98". Для расчета показателя прибыли рассчитывается сумма затрат на подготовку и проведение выставочного мероприятия. Смета расходов представлена в таблице в приложении №6.

Как видно из таблицы, общая сумма затрат на подготовку и проведение выставки- ярмарки «Сотрудничество- 98» составила 61606 грн. Сумма выручки от организации этого мероприятия составила 65691 грн. Следовательно, показатель прибыли равен 4085 грн.

Фирма- участник выставки финансирует выставочную деятельность со значительно большим риском для себя.

В среднем, расходы фирм на участие в выставочных мероприятиях составляют 15-30% всех средств, расходуемых на маркетинговые коммуникации. Причем для предприятий, производящих товары индивидуального потребления, этот показатель несколько ниже- около 5-10%, а для производителей средств производства выше- 30-35%.

Типичная структура затрат на участие в выставке выглядит следующим образом:

- арендная плата- 15-20%;
- монтаж экспозиции- 40-50%;
- демонтаж экспозиции- 5-10%;
- расходы на рекламоносители- 5-10%;
- представительские расходы- 15-25%;

Большинство специалистов считают, что затраты на выставочную деятельность, как и на любые другие виды рекламной деятельности, должны рассматриваться как неизбежные расходы продуцента реализуемых товаров, подобно расходам на обучение, исследования, оборудование, т.е. для достижения запланированного объема реализации необходимо поддерживать определенный, выработанный рыночной практикой процент отчислений на выставочную деятельность и другие виды рекламы, зависящий от этого объема.

По аналогии с принятием «рекламного бюджета», учитывая, что выставочную деятельность фирмы можно отнести из видов рекламы, можно ввести понятие «выставочного бюджета».

Расходы на выставочную деятельность по их экономической природе являются текущими затратами, или издержками. В тоже время, данный вид затрат является одним из главных факторов роста объема сбыта товаров и рентабельности участников выставок. Иногда, значительные суммы, расходуемые на выставочные мероприятия, могут способствовать получению

прибыли через достаточно большой промежуток времени. Исходя из этого, можно говорить об одной из форм инвестиционных расходов, которые, подобно капиталовложениям в основные средства, окупаются иногда многие годы.

Количественно определить эффект, как важнейшую характеристику выставочной деятельности достаточно сложно. Процесс разработки выставочного бюджета в значительной степени содержит субъективный, творческий элемент и во многом зависит от интуиции, имеющегося опыта, индивидуальных характеристик ответственных за этот процесс специалистов.

К определению выставочного бюджета наиболее часто применяются следующие методы:

- разработка бюджета исходя из наличия денежных средств;
- формирование бюджета, базируясь на его объеме за предыдущий период («от факта»);
- планирование ассигнований на выставки, путем установления фиксированного процента к объему продаж;
- расчет выставочного бюджета с учетом практики конкурирующих фирм;
- использование различных математических моделей взаимосвязи расходов на выставки и изменения объема сбыта;
- разработка выставочного бюджета на основе планирования затрат.

Особый интерес представляет определение выставочного бюджета с использованием математических моделей. Указанный метод может быть применен для определения необходимых затрат практически на любой вид рекламы.

Существует несколько моделей. Одна из наиболее известных- модель М.Видаля- Х.Вольфа. Модель основана на предположении, что изменение объема сбыта товара в период t есть функция четырех факторов: затрат на выставки; константы, выражающей реакцию сбыта; уровня насыщения рынка товарами, представленными на выставке и константы, выражающей уменьшение объема реализации. Основное уравнение модели имеет следующий вид:

$$\frac{dS}{dt} = rA \frac{M - S}{M} - bS ,$$

где

S -объем сбыта товаров в период (переменная);

$\frac{dS}{dt}$ - изменение объема сбыта товара в период (переменная);

A - объем затрат на выставки в период (переменная);

g - реакция оборота на выставки (определяется как объем реализации, вызванной каждой затраченной на выставки денежной единицей в условиях, когда $S=0$) (константа);

M - уровень насыщения рынка данным товаром (параметр);

b - уменьшение объема реализации (определяется как доля объема реализации, на которую этот объем уменьшается в единицу времени в условиях, когда $A=0$) (константа).

Таким образом, из уравнения следует, что увеличение объема реализации будет тем большим, чем выше значение константы реакции объема продажи на выставки, чем меньше насыщен рынок товарами фирмы и чем меньше значение константы уменьшения объема реализации.

Преимущества метода: затраты на выставки увязываются не только с желаемым ростом товарооборота, но и с характером рынка. Недостатки: сложность и трудоемкость. Кроме того, модель предполагает функциональную зависимость между показателями в то время, когда количественная неопределенность эффекта выставочной деятельности является одной из ее характерных черт. Погрешности в определении параметров уравнения, а также в расчетах могут быть значительно больше тех, которые допускаются при использовании экспертных оценок, интуиции опытных специалистов-практиков.

При определении эффективности выставочной деятельности фирмы участника выставки и окупаемости затрат на выставочные мероприятия следует также принимать во внимание следующие моменты:

1. Выставки организуются не только для увеличения сбыта товаров и завоевывания новых рынков сбыта.
2. Целью многих выставок является демонстрация новых достижений в области науки и техники не только конкретных фирм, но и государства в целом. В этом случае эффективность таких выставок практически невозможно оценить в денежном выражении. Их роль и значение трудно переоценить, так как их результатом, прежде всего, является научно-технический прогресс как в стране- организаторе выставки, так и в странах участницах выставок.
3. Результатом многих международных выставок и ярмарок является также установление новых международных экономических связей, создание новых совместных предприятий, расширение географических размеров рынка сбыта продукции. Экономическую эффективность таких выставочных мероприятий оценить достаточно сложно и в этих случаях приходится полагаться на интуицию специалистов и прибегать к применению экспертной оценки ожидаемого эффекта.

Анализ процесса организации участия предприятий в международных выставках.

Немаловажное значение для развития внешнеэкономических и международных контактов имеют деловые поездки специалистов ДТПП представителей предприятий и организаций- членов палаты. Как правило, такие поездки организовываются ДТПП на выставочные мероприятия. Проводимые за рубежом. Для планирования зарубежных деловых поездок ДТПП заблаговременно информирует своих членов и другие предприятия и организации о намечаемых зарубежных мероприятиях. Информация, как правило, в достаточно полном объеме публикуется в Вестнике ДТПП «Меркурий», а также в более сокращенной форме сообщается в печати, по радио и телевидению.

Количество деловых поездок членов ДТПП из года в год растет, повышается их результативность. Как правило, деловые поездки членов и работников ДТПП приурочены к проведению различных выставочных мероприятий за рубежом и в значительной степени связаны с выставочной деятельностью ДТПП.

В 1998-99 г.г. возросло число украинских участников международных выставок, проводимых за рубежом, однако, в нынешней экономической ситуации многим украинским предприятиям, выпускающим даже конкурентоспособную продукцию, участие в солидной выставке за рубежом может оказаться невозможным в финансовом плане. Выходом из положения в этом случае может быть участие в международных выставках на территории Украины, организуемых представительствами Зарубежных выставочных фирм.

Анализ процесса организации участия компаний в международной выставке проводится на основе методологии предложенной проектом Европейских палат Нэтпрайз. Применяемая методика, является составной частью проекта направленного на усовершенствование услуг ТПП в области поддержки интернационализации деятельности предприятий малого и среднего бизнеса. В особенности, проект предназначен уполномочить служащих ТПП обеспечивать более полные, ориентированные на бизнес ответы на запросы предприятий –клиентов, заинтересованных в операциях на глобальных рынках. В настоящий момент, проект находится на стадии развития.

Достижение поставленных целей будет осуществляться с помощью применения информационных технологий обеспечивающих совместную работу, делая лучший опыт работы экспертов ТПП и лучшую информацию доступными через целостную сеть торгово- промышленных палат.

Как бы то ни было, применение только информационных технологий является недостаточным. Целью является изменить каждодневную работу служащих ТПП, трансформировать торгово - промышленные палаты в сетевую организацию, организацию, которая извлекает преимущество от сетевых возможностей гибкости и разнообразия и способности динамично отвечать

потребностям предприятий малого и среднего бизнеса с их постоянно меняющейся экономической структурой. Нэтпрайз полностью ориентирован на бизнес, отводя информационным технологиям роль эффективного обеспечения предложенных бизнес - моделей, и, где это возможно, изменения текущих практик ведения бизнеса.

Система информационных технологий Нэтпрайз будет содействовать и стимулировать подобные изменения, но в первую очередь, сотрудники торговых палат должны стать мотивированными и полностью понимающими участниками процесса развития. Для этого проект требует подготовительных акций среди участвующих торговых палат, организационного анализа для формирования базы к будущему развитию сети, путем идентификации, определенного воспроизведения некоторых основных механизмов, которые определяют опыт и экспертизу торговых палат.

Этот анализ выполняет первый необходимый шаг к трансформации пресональных знаний и опыта в организационные знания и опыт торговых палат. Данный анализ так же позволяет вовлечь в проект на ранней стадии всех заинтересованных участников.

Реинжиниринг Бизнес- Процессов (РБП) фокусируется на исследовании бизнес- процесса внутри и между организациями. Каждый процесс идентифицируется как набор логически взаимосвязанных задач, выполняемых для получения определенного бизнес- результата.

Применяя основные принципы, которые направляют любые действия по реинжинирингу бизнес- процессов, необходимо не терять полный контроль над изменениями, которые происходят, когда организация переосмысливает собственный бизнес- процесс.

С целью предложить усовершенствованную бизнес- практику в любой организационной структуре, необходимо ясно представлять настоящую ситуацию, для того чтобы сформулировать стратегическое видение желаемых усовершенствований и для того чтобы инициировать и контролировать изменения.

Из сказанного выше следует, что первый этап Нэтпрайз содержит действия, направленные на формирование “организационной базы знаний торговых палат”, используя следующие инструменты:

- формирование модели существующих бизнес- практик , построенной на непосредственном опыте операторов внешней торговли торговых палат,
- формирование модели предложенной бизнес-практики оснащенной информационными технологиями, с ясными указаниями направлений изменений и катализаторов изменений, предложенных в новой модели,
- формирование метрик для измерения организационных изменений,
- формирование метрик для измерения того, какое влияние оказывают организационные изменения на реальное усовершенствование

услуг для предприятий (например, степень удовлетворения клиента, эффективность, качество услуг, и т.д.).

Это должно сопровождаться фазой применения информационных технологий и акциями по развитию кадров, с целью обеспечить плавный переход от существующих процессов к предложенным.

Первый этап должен определить сферу аналитической работы, т.е. идентифицировать изучаемый процесс.

Модель процесса необходима, для того чтобы работать над презентацией актуальных знаний о текущей и будущей бизнес-практиках.

Так как целью работы является усовершенствование текущих бизнес-практик, всесторонняя модель бизнес-процесса должна отображать все фундаментальные грани в отношении функциональной модели бизнес-практики, человеческих ресурсов, используемых материальных и нематериальных ресурсов. Информации при этом отводится фундаментальная роль.

Процесс- это серия операций совершаемых с целью сделать или достигнуть что-либо. Бизнес- процесс может быть определен как набор логически взаимосвязанных задач, выполняемых с целью достижения определенного бизнес- результата. Задача является частью работы, которую необходимо выполнить.

Из данного определения следует, что любой процесс может быть представлен разбитым на отдельные задачи, каждая из которых является компонентом целого процесса. Не существует абсолютного правила, каким образом разбивать процесс на части. Задача является многозначной, цельной и однородно - исчисляемой сущностью, где:

1. Многозначность означает, что она должна представлять понятный, объективный, измеримый шаг в развитии процесса;
2. Целостность означает, что для каждой задачи должно быть определено, при каких условиях и обстоятельствах она может быть рассмотрена как выполненная, т.е. что рассматривается как результат;
3. однородность означает, что все задачи в процессе должны быть определены на базисе общего уровня детализации.

Три приведенных условия говорят о том, что задача есть процесс. Для того чтобы это было верным, должны соблюдаться два условия:

1. Цель задачи должна быть определима.
2. Задача должна быть представлена, подразумевая дальнейшее деление на подзадачи.

Итак, процесс может быть разбит на задачи, каждая из которых также является процессом и может быть представлена, в свою очередь, в качестве набора задач. Эта процедура может выполняться до тех пор, пока не будет достигнута необходимая степень детализации процесса. Наоборот, процесс может подразумеваться как часть задачи в процессе более высокого уровня. Эта

процедура может выполняться вплоть до достижения необходимого уровня абстрактности.

При использовании соответствующих техник моделирования, полученные результаты могут стать базой знаний пригодных для:

1. Рекомендаций
2. Дальнейшего усовершенствования
3. Развития
4. Расширения
5. Измерения качества

Предмет исследования выше упомянутой модели бизнес- процесса, должен изучаться вместе с действительными пользователями, с помощью расширенных сессий интервью.

Любой комплекс систем взаимосвязей, такой как один из исследуемых проектом Нэтпрайз, нуждается в дальнейшем определении, через доскональное изучение всех системных отношений, т.е., подсистем отношений между участниками процесса.

Учет и понимание всех взаимосвязей необходим для признания модели процесса годной. Более того, любое предложенное изменение должно учитывать влияние существующих и создаваемых связей.

Мероприятия разработанные для Нэтпрайз было решено осуществлять через серию этапов.

Методология была разработана для специфического окружения, в котором работают Итальянские торговые палаты, но может быть использована как полная или частичная методология для любой другой организационной среды.

Следующий анализ был проведен перед началом проекта Нэтпрайз.

Описание приводится для пояснения основы проекта.

Таблица 2.4. Общая классификация деятельности в среде торговых палат.

Влияние и взаимосвязь: Внешние	-исследования -статистика -продвижение -регистрация бизнеса	-содействие экспорту -осуществление коммуникаций -проведение маркетинговых исследований
Влияние и взаимосвязь: внутренние	-экономико-административный менеджмент	-управление кадрами -менеджмент правовых услуг
	Общая деятельность	Специализированная деятельность

Развитие сети не всегда возможно. Иногда, это просто не имеет смысла (например, общая деятельность по внутренним взаимосвязям). Специализированная деятельность с исключительно внутренним влиянием требует простой модели сети: копирование процесса может быть достаточным. «Вертикальный» подход может быть достаточным для общей деятельности с высоким внешним влиянием; в данной ситуации иерархический подход в сети будет полезен для достижения экономии и предоставления однородных услуг.

Сеть действительно полезна и имеет смысл, когда имеется или существует необходимость в широком распространении компетентности, большое число людей, работающих с высокой степенью знаний. Когда наличествует распространение знаний и компетенции, появляется необходимость в процессах распространения.

Следующая схема проясняет данное утверждение.

Таблица 2.5. Общая классификация процессов в среде торговых палат-типология процессов.

Влияние и взаимосвязь: Внешние	-исследования -статистика -продвижение -регистрация компаний «вертикальный» процесс	-содействие экспорту -осуществление коммуникаций -проведение маркетинговых исследований процесс распространения
Влияние и взаимосвязь: Внутренние	-экономико-административный менеджмент	-управление кадрами -менеджмент правовых услуг процесс копирования
	Общая деятельность	Специализированная деятельность

Организация может продвигаться от процессов копирования к процессам распространения через «вертикальные» процессы. Цель Нэтпрайз - это установление информационной структуры, для помощи в работе с процессами распространения в поддержке экспорта.

После глобального подхода к деятельности торговых палат, проект Нэтпрайз был начат со следующих видов деятельности:

- фокус на интернационализации услуг предприятиям малого и среднего бизнеса.
- анализ нужд предприятий малого и среднего бизнеса в регионе, используя данные из существующих обзоров.

- как результат анализа, концентрация внимания на пяти основных процессах, которые связаны с областью услуг для предприятий малого и среднего бизнеса в сфере внешней торговли и интернационализации;
- участие локальных предприятий малого и среднего бизнеса в международных торговых выставках и ярмарках;
- партнерские программы: двухсторонний запрос для коммерческих партнеров- это поиск за рубежом для национальных партнеров и национальный поиск для зарубежных партнеров;
- предложение возможностей финансирования для предприятий малого и среднего бизнеса;
- обучающие программы;
- деятельность по исследованию рынка.

Каждый из основных процессов был разбит на под- процессы и глубоко проанализирован с помощью интервью с персоналом торговых палат , работающих в сфере международных услуг.

Для каждого процесса были проанализированы следующие критические области, играющие наибольшую роль в оказании клиентам удовлетворительных и качественных услуг:

- затраты времени на процесс;
- как и когда палата вступает в контакт с предприятиями в течение процесса;
- примеры существующих наилучших практик в системе;
- идентификация основных проблематичных областей или этапов в процессе и возможные действия по корректированию;
- дизайн схемы взаимосвязей между людьми и институтами вовлеченными в поток процесса;
- как и когда люди, вовлеченные в процесс будут использовать или производить информацию. Какой вид информации они производят (формальную, неформальную, структурированную, неструктурированную...);
- каналы и средства используемые для связи с предприятиями, институтами и другими пользователями, вовлеченными в потоки процесса;
- первый уровень анализа новых метрик для использования при усовершенствовании услуг.

Вся сопутствующая информация, поступающая на этих этапах будет использоваться для дизайна рациональной сети, для идентификации технологических компонентов и дизайна применения.

При формировании «вертикального» анализа были рассмотрены все основные виды деятельности в анализируемой сфере.

Были выделены несколько макро- видов деятельности и названы «процессами»: как пример процесса, рассмотрена организация международной выставки.

Процесс состоит из набора событий. Каждое событие делится на три части:

1. инициатор события
2. действие
3. объект и/или получатель действия

В соответствии с данной методологией был проанализирован процесс организации участия компаний в международных выставках в Донецкой Торгово-промышленной палате.

Сравнение процесса сформулированного проектом и имеющего место в ДТПП показало идентичность этих процессов.

Тем не менее, нельзя рассматривать полученный процесс как модель наилучшей практики.

Модель наилучшей практики будет предложена после того как базовая модель будет сформулирована, интегрирована на международном уровне и проанализирована на предмет потенциальных усовершенствований, посредством применения возможностей новых технологий и посредством организационных инноваций, таких как, совместное владение информацией, сотрудничество меж административными и географическими границами и ноу-хау менеджмент торговых палат.

3

Методы повышения эффективности деятельности Донецкой торгово-промышленной палаты

Проблемы и перспективы развития Донецкой ТПП

Пять лет назад в системе Торгово-промышленной палаты Украины произошли кардинальные изменения, которые привели к ее реорганизации в соответствии с общемировой практикой. На базе фирмы “Донецквнешсервис”, основываясь на положениях Указа Президента Украины решением конференции действительных членов Палаты 3 февраля 1995 года была учреждена Донецкая Торгово-промышленная палата (ДТПП). Тем самым начался новый этап во многом символизирующий зарождение и развитие новой исторически себя оправдавшей формы взаимодействия между предприятиями, между государством и бизнесом – отношения консолидации и партнерства.

Итоги деятельности Донецкой ТПП на пороге III тысячелетия показывают, что все эти годы Палата устойчиво набирает обороты в своей деятельности, улучшается ее взаимодействие с членами Палаты, органами государственной и исполнительной власти, существенно возрастает к ней интерес со стороны зарубежных и отечественных кругов.

Весомым подтверждением этому является тот факт, что Донецкая ТПП занимает 1-е место по основным экономическим показателям среди всех региональных торгово-промышленных палат Украины. Почти в 1,5 раза возрос перечень оказываемых услуг. В 1,4 раза увеличилась членская база. Значительно интенсивнее стали внешнеэкономические контакты.

Торгово-промышленные палаты известны в мире как авторитетные деловые ассоциации уже 400 лет. Донецкая ТПП начинает свою историю с 1 января 1964 года, однако активное самостоятельное развитие ТПП Украины начинается более пяти лет назад, когда после принятия Указа Президента Украины «О торгово-промышленной палате Украины», существенно были расширены функции Палаты.

Однако Указ не решал все вопросы, необходимо было законодательно легализовать статус Торгово-промышленной палаты и ее влияние на развитие экономических отношений в Украине и за рубежом.

Эта задача была решена принятием 2 декабря 1997 г. Верховным Советом Украины Закона Украины «О торгово-промышленных палатах в Украине», который определяет общие правовые, экономические и социальные положения создания торгово-промышленных палат, устанавливает организационно-правовые формы и направления их деятельности, определяет принципы их взаимоотношений с государством, а также Постановлением Кабинета

Министров Украины от 1 апреля 1999 года № 529 «О поддержке деятельности торгово-промышленных палат»

Законом полностью определены статус, права и деятельность Торгово-промышленной палаты Украины как негосударственной неприбыльной самоуправляемой организации, которая на добровольных основах объединяет на правах членства предпринимателей различных форм собственности, а также закладывает основы для дальнейшего наращивания и реализации возможностей торгово-промышленных палат в Украине как составной части национальной экономики и рыночно направленной инфраструктуры.

Базируясь на демократических методах управления, текущие и перспективные направления деятельности ДТПП определяются конференцией, Советом и Президиумом Донецкой ТПП.

Работа с членами Палаты. Главным стратегическим направлением деятельности Палаты является первоочередное внимание членам Палаты в содействии им в развитии внешнеэкономических связей, вовлечению в члены Палаты новых предприятий и организаций, осуществляющих экспортно-импортные операции и их всесторонняя поддержка.

Многие предприятия в период экономических преобразований и изменений приходят к пониманию простой истины, что в тесном и взаимовыгодном сотрудничестве с Палатой можно избежать многих ненужных затрат, сберечь и время и деньги.

На сегодняшний день членская база Донецкой торгово-промышленной палаты значительно расширилась и составляет 319 предприятий, что по сравнению с 1995 г. свидетельствует о 40 % увеличении. Члены ДТПП представляют практически все отрасли промышленности, агрокомплекс, банковскую, страховую, туристическую, информационные сферы, научно-исследовательские и учебные заведения.

Увеличение количества членов Торгово-промышленной палаты происходит в первую очередь в связи с ростом доверия к деятельности Палаты, углублением экономических реформ, расширением внешнеэкономической деятельности и необходимого маркетингового обеспечения деятельности украинских экспортеров.

В системе Донецкой Торгово-промышленной палаты постоянно увеличивается количество и качество оказываемых услуг, которые предоставляются членам палаты, бесплатно или на льготных условиях. Для оказания услуг членам Палаты, выпуска вестника „Меркурий“ и развития информационной базы полностью используются членские взносы. Однако, членские взносы к объему поступлений составляют всего лишь 4 %. Их явно недостаточно. Донецкой ТПП приходится привлекать средства из других источников дохода, средства спонсоров, чтобы быть в состоянии оказывать услуги членам Палаты на современном уровне.

Внеэкономическая деятельность. Особое внимание Донецкой ТПП неизменно уделяется активизации международных экономических связей, инвестиционной деятельности в Донецком регионе, и особенно с созданием в Донецкой области специальных экономических зон и территорий приоритетного развития.

Донецкая ТПП, будучи составной частью ТПП Украины, является членом Международной торговой палаты в Париже, одной из крупнейших и авторитетнейших в мире организаций, сотрудничает с Ассоциацией торгово-промышленных палат Европы, является участником 52 многосторонних и двусторонних соглашений с партнерами из 42 стран. Этими соглашениями предусматривается обмен деловой информацией, содействие субъектам предпринимательской деятельности в поиске партнеров в сфере производства и торговли, осуществление деловых миссий, организация обучения, проведение выставок и ярмарок и др.

В интересах предприятий – членов Донецкой ТПП Палатой подписаны прямые двусторонние соглашения о сотрудничестве с 18 зарубежными Торгово-промышленными палатами.

С целью установления контактов, выяснения возможностей для сотрудничества, условий для осуществления инвестиций только за последние 5 лет Палатой на основании подписанных Соглашений было организовано 45 целевых поездок руководителей и специалистов, как правило членов Палаты в Австрию, Италию, Чехию, Германию, Объединенные Арабские Эмираты, Австралию, Грецию, Венгрию, Турцию, Словакию, Россию и другие страны.

Во многих из этих стран участники имели возможность ознакомиться со специализированными экспозициями международных ярмарок и выставок новейших технологий разных отраслей промышленности, науки и техники.

На протяжении 1995 - 1998 гг. Донецкой ТПП принято 47 зарубежных делегаций и более 300 отдельных представителей организаций и фирм из 40 стран. Целью этих делегаций было установление деловых контактов с украинскими партнерами, выяснение возможностей для сотрудничества, условий для осуществления инвестиций.

Все это способствовало укреплению позитивного имиджа Донецкого региона как партнера в международном экономическом сотрудничестве.

Заметным явлением в международной жизни региона в целом явились Дни украино-немецкой экономики, проведенные Палатой совместно с Союзом Торгово-промышленных палат Германии в июне и декабре 1997 г.

Совместно с Экономической палатой Чешской республики, Чешским центром в Украине в октябре 1998 года была проведена торговая миссия чешских предпринимателей в Донбассе. Деловые переговоры с чешскими предпринимателями провели представители более 100 предприятий и организаций, многим из которых удалось достигнуть предварительных соглашений о сотрудничестве.

18 мая 1999 года была организована деловая миссия турецких предпринимателей и подписано соглашение о создании Донецкого регионального комитета Турецко-украинского делового Совета.

Донецкая ТПП стала участником совместного проекта ТПП Украины и системы торговых палат Пезаро и Урбино итальянской области Марке с целью оказания помощи предприятиям двух стран в установлении долговременных кооперационных связей, в т. ч. и создание СП в области мебельной и строительной промышленности, агропромышленного комплекса.

Образовательные программы. Важное значение в своей деятельности ДТТП уделяет развитию образовательных и семинарских программ, как одной из главнейших составляющих успешного развития бизнеса на предприятиях. С каждым годом это направление деятельности Палаты становится одним из ведущих, приобретая стратегическое значение.

ДТТП совместно с образовательной корпорацией «Гранд» (Украина) и ТПП Лейпцига (Германия) по программе «Украина-Саксония» оказала содействие предприятиям Донбасса в подготовке их специалистов в Германии по повышению квалификации в области международного бизнеса.

Донецкая ТПП совместно с Донецкой облгосадминистрацией, а также рядом зарубежных и украинских партнеров, стала участником европейской программы ТАСИС: «Социальное воздействие реструктуризации угольной промышленности и преодоление его последствий путем развития на местах в Донбассе», рассчитанной на 18 месяцев. В рамках этой программы ДТТП выступила учредителем Агентства развития бизнеса.

Впервые в Украине в системе Торгово-промышленных палат при Донецкой ТПП на базе Краматорского отделения создан Учебный центр содействия предприятиям и организациям в подготовке и переподготовке кадров по различным актуальным вопросам развития современного бизнеса, через который сотни человек прошли полный курс обучения и получили квалифицированные свидетельства по профессиям «секретарь» и «оператор ЭВМ».

Важное место в деятельности ДТТП занимают краткосрочные семинары. Только в 1999 году проведены 61 семинар по актуальным вопросам внешнеэкономической, налоговой и таможенной деятельности предприятий. Общее количество слушателей составило 1730 специалистов и руководителей. Положительно себя зарекомендовали семинары по вопросам ценообразования во ВЭД совместно с Укрпромвнешэкспертизой, по вопросам акционерных обществ – с Донецкой фондовой биржей, по вопросам внедрения системы качества ISO 9000 – совместно с голландской фирмой ТНО, по вопросам финансовой реструктуризации – с нашими кипрскими партнерами.

Комитеты и третейский суд. Понимая необходимость консолидации научных и практических кругов, при ДТТП созданы 11 отраслевых Комитетов,

в т.ч консалтинговый и юридический. Уже в ближайшем будущем можно будет ощутить реальную помощь от работы этих Комитетов. Донецкая ТПП все больше становится перекрестком информационных и консалтинговых услуг.

Большие перспективы открываются перед юридической службой Донецкой ТПП. Ее помощь предприятиям и организациям - действительным членам Донецкой ТПП является существенной и ощутимой. Это касается работы Третейского суда при Донецкой ТПП, подготовки исковых заявлений предприятий, в Международный коммерческий арбитражный суд при ТПП Украины, юридических консультаций, выдачи экспертных заключений наступления форс-мажорных обстоятельств.

В соответствии с Указом Президента Украины „О Торгово-промышленной палате Украины“ ведется негосударственный реестр украинских предприятий, финансовое состояние которых свидетельствует об их надежности как партнера в предпринимательской деятельности как в Украине, так и за рубежом.

Бесспорным приоритетом для ДТТП является и постоянная нацеленность на расширение спектра своих услуг. В настоящее время Палата является региональным представителем в вопросах штрих-кодирования на товары. Совместно с Европейской программой БИСТРО Донецкая ТПП начала оказывать услуги в вопросах передачи интеллектуальной собственности (лицензионного права). У предприятий появилась реальная возможность юридически приобретать право на торговые марки, современные технологии ведущих зарубежных компаний.

Выставочная деятельность. Выставочная деятельность является одним из приоритетных направлений ДТТП, что закономерно вытекает из функций ТПП, определенных Законом.

Выставки подтвердили свою эффективность для их участников в установлении прямых деловых контактов и долгосрочных производственных и торговых связей с поставщиками сырья, промышленных изделий и товаров, оборудования и технологий, нахождении новых рынков сбыта.

За последние четыре года Донецкой ТПП отделениями в Горловке, Краматорске, Мариуполе проведено более 30 выставок, в которых приняло участие 1280 украинских и зарубежных предприятий.

Выставки, организуемые Донецкой ТПП, проводятся при поддержке Донецкой областной госадминистрации и мэрий городов, а также наших партнеров- ВЦ “ЭкспоДонбасс”, “Юнион-Экспо”, “Макспол”, “Контур”, “Мэдвин” и др.

Информационное обеспечение. Важнейшим в нашей работе остается качественное информационное обслуживание членов палаты, предприятий и организаций Донецкой области, зарубежных партнеров.

Сегодня процесс обмена информацией стал одним из наиважнейших в развитии экономических отношений между странами.

Донецкая ТПП входит в единую информационную сеть ТПП Украины, являющейся частью единой международной информационной сети Международной торговой палаты, владеющей пожалуй самой актуальной и самой обширной деловой информацией в мире.

В Торгово-промышленной палате создана и развивается комплексная система информационного обеспечения. Система служит для удовлетворения потребностей украинских и зарубежных субъектов предпринимательской деятельности, в первую очередь, членов Палаты, в деловой информации.

Наглядными являются такие цифры: в целом в 1998 зарубежным фирмам и организациям передано 1 840 деловых предложений предприятий – членов Палаты, в свою очередь среди предприятий – членов Палаты распространено 2 410 деловых предложений зарубежных фирм.

Справочно-информационное обеспечение реализуется через систему типовых услуг – адресные, адресно-номенклатурные, фирменные, фактографические, консультационно-аналитические справки, информационный маркетинг, поиск партнера, обмен деловыми предложениями, ценовая информация. В целом за 1998 год было оказано 2 480 справочно-информационных услуг

Огромное значение уделялось развитию справочно-информационного фонда ТПП, который включает ресурсы деловой информации более 9 000 экземпляров. Это книги, проспекты, каталоги. Не ошибусь, сказав, что такая коммерческая база информации практически уникальна в Донецком регионе.

В вопросах информационного обслуживания ДТТП тесно сотрудничает с Донецкой облгосадминистрацией, Донбасским таможенным комитетом, Государственной налоговой администрацией, Управлением внешних экономических связей Донецкой области, министерствами и ведомствами. А за многими выдаваемыми информационными справками, экспертными заключениями – жизненно важные вопросы развития предприятий и организаций. Продолжается совершенствование информационной работе в Палате с использованием современных электронных носителей, во всех отделениях созданы локальные сети. Завершено подключение Палаты в Интернет. Учитывая возрастающий интерес зарубежных фирм к нашему региону, перспективу создания свободных экономических зон, с целью развития внешнеэкономических связей предприятий под патронажем Донецкой торгово-промышленной палаты разрабатывается проект постоянно действующей интернет-выставки „Деловой Донбасс“.

Связи с общественностью, периодические издания. Продолжается последовательная работа по представлению деятельности Донецкой ТПП, ее действительных членов в вопросах установления и развития внешнеэкономических связей между предпринимателями Украины и других стран, предоставлению услуг и защите украинских товаропроизводителей.

Донецкая ТПП сотрудничает с ведущими национальными периодическими изданиями, 15 региональными и областными и изданиями, практически всеми региональными каналами телевидения и радиостанциями.

Журнал „Меркурий“ выходит общим тиражом 5 000 экземпляров и рассылается членам Палаты, органам исполнительной и законодательной власти, посольствам и торгово-экономическим миссиям за рубежом, торгово-промышленным палатам в Украине и за рубежом.

Экспертиза и сертификация товаров. Важнейшим направлением в работе Палаты остается заверка сертификатов происхождения товаров, осуществляемая по поручению правительства.

Качественно и квалифицированно осуществляются работы в области товарных экспертиз, декларирования товаров и услуг, иностранных переводов, направленные на создание благоприятных условий для внешнеэкономической деятельности предприятий и организаций Донецкой области.

За последние 5 лет составлено 57 333 актов экспертиз различных форм, заверено сертификатов происхождения – 93697 штук. Согласно лицензий и генеральных соглашений Донецкой ТПП осуществляется декларирование экспортных и импортных грузов, оценка стоимости имущества государственных предприятий, которые подлежат приватизации.

Перспективные задачи. Важнейшими стратегическими задачами на пороге III тысячелетия для ДТТП являются:

1. Качественное улучшение работы с членами Палаты.
2. Содействие созданию соответствующей среды и общих условий на Украине и Донецкой области, необходимых для успешного осуществления предпринимательской деятельности.
3. Укрепление взаимодействия Палаты с областной и городской администрациями, министерствами, ведомствами с целью и с позиции поддержки, защиты и представления интересов членов Палаты как на законодательном, так и на исполнительном уровне и прежде всего в вопросах содействия развитию СЭЗ в Донбассе, привлечения иностранных инвестиций.
4. Выработка механизмов для разрешения конкретных проблем, стоящих перед хозяйствующими субъектами.
5. Содействие развитию международного экономического сотрудничества внешнеэкономических связей Палаты и ее действительных членов.
6. Необходимость более тесного взаимодействия с предприятиями и организациями – действительными членами Палаты. С этой целью в Палате необходимо развивать концепцию развития информационно-справочного обслуживания на основе электронных средств обработки и передачи информации. Электронная информационно-справочная система позволит каждому предприятию оперативно получать интересующую его информацию, касающуюся вопросов внешнеэкономической деятельности.

7. Использование средств массовой информации с целью освещения деятельности Палаты, ее членов. И прежде всего – это дальнейшее развитие вестника „Меркурий“.

8. Усиление роли и значения Палаты как одного из влиятельных институтов формирования экономической и законодательной политики государства. В этой связи Палатой продумываются механизмы реального воздействия на государственные законодательные и исполнительные органы с целью поддержки и защиты интересов своих членов Палаты. Здесь видится важнейшим направлением развитие отраслевых комитетов, через которые как показывает мировой опыт, наилучшим образом можно активно вовлекать членов Палаты в процесс подготовки и принятия решений по главным направлениям работы Палаты, а особенно по вопросам поддержки предпринимательства.

9. Активное взаимодействие по вопросам экономической политики и внешнеэкономического сотрудничества с областной госадминистрацией. В таком сотрудничестве видятся большие перспективы, прежде всего в вопросах проведения международных выставок, международных экономических форумов.

10. Развитие международного экономического сотрудничества. Целью такой работы является активная поддержка членов Палаты в вопросах внешнеэкономической деятельности. Это организация деловых поездок в различные страны Европы, Азии и Америки, где будут предоставлены практически любые возможности по деловым встречам, контактам, переговорам. Это также касается вопросов участия в международных выставках, ярмарках.

11. Развитие обучающих программ и тренингов. Очевидна большая потребность предприятий и организаций Донецкой области в вопросах повышения квалификации, получения дополнительных знаний в области внешнеэкономической деятельности, налоговой и таможенной политики, управления и т.д. С этой целью Палатой планируется продолжить практику организации различного рода обучающих программ.

12. Расширение спектра услуг членам Палаты, и прежде всего в вопросах консалтинговых и юридических услуг.

Пути повышения эффективности информационно-консалтингового обеспечения бизнеса в системе ТПП Украины

Функция информационного обеспечения бизнеса является одной из общепринятых функций торгово-промышленных палат (ТПП) мира. В ТПП Украины эта функция начала активно развиваться более 10 лет назад, а с 1992 г. она реализуется как Комплексная система справочно-информационного и

консультационного обеспечения деловой информацией (КСИО). Главной целью этой системы является комплексное и всестороннее обеспечение деловой информацией украинских и зарубежных субъектов хозяйственной деятельности (в первую очередь членов Палаты), руководителей, структурных подразделений национальной и региональных палат, министерств, ведомств, местных органов государственного управления, структур управления экономикой и содействия развитию предпринимательства, а также обмен деловой информацией с партнерскими организациями.

Преимущество информационной системы ТПП определяется прежде всего её комплексностью, возможностью на обращение в одну службу получить исчерпывающую информацию, касающуюся различных направлений и видов по реализации экономических, внешнеторговых, хозяйственных, деловых и предпринимательских планов, проектов, программ или конкретных контрактов предприятий и организаций.

В соответствии с концепцией, КСИО – это комплексная система, которая состоит из двух взаимосвязанных элементов: ресурсов деловой информации и информационно-консультационных услуг, а также автоматизации как инструмента информатизации. КСИО также является двухуровневой системой, которая включает уровень национальной и уровень региональных палат и базируется на принципах рационального и гармонизированного развития каждого элемента системы.

Практические результаты многолетнего функционирования КСИО и её элементов в ТПП Украины, при всех отдельных имеющихся недостатках и нерешенных проблемах, показывает, что КСИО является крупнейшей эффективно действующей, информационной системой, обслуживающей бизнес в Украине, за последнее время возможности которой возросли благодаря активизации использования ресурсов ИНТЕРНЕТ.

Ресурсы деловой информации являются базовым элементом КСИО ТПП Украины. На начало 1999 года справочно-информационный фонд на бумажных носителях составлял 35842 экземпляров; справочно-информационный аппарат – 17188 карточек; общее количество электронных баз данных и справочно-информационных систем – 121; книговыдача – 3634 экземпляра.

Информационно-консультационные услуги являются прикладным элементом КСИО, практическая значимость которого реализуется с помощью предоставления платных и бесплатных услуг украинским и зарубежным пользователям деловой информации. Система включает более 20 направлений типовых информационно-аналитических, маркетинговых и экспертных услуг. Потребителями такого рода услуг ежегодно становятся около трёх тысяч украинских и зарубежных фирм и организаций. Среднегодовой прирост количества и объемов предоставления информационно-консультационных услуг составляет 25-30 %, что свидетельствует о высокой конкурентоспособности и результативности данного рода услуг системы ТПП Украины.

Наиболее проблемной составляющей КСНО является автоматизированная информационная система (АИС) ТПП Украины, которая, как показывает опыт её использования, получилась достаточно сложной, малоэффективной, затратной, ненадежной и в целом требует совершенствования, тем самым автоматизация, как инструмент КСНО требует скорейшей реорганизации и усовершенствования по различным аспектам (техническим, ресурсным).

Основными направлениями повышения эффективности КСНО и, прежде всего, с позиции её автоматизации и доступности могут явиться:

- отказ от сложной, высокостоймостной действующей модели АИС и переход к модели рациональной автоматизации элементов информационного обеспечения на базе технологий ИНТЕРНЕТ (в т.ч. технологий веб-серверов);

- отказ от затратной и нереальной практики по сбору и актуализации глобальных массивов деловой информации и её интеграции в единую базу данных деловой информации ТПП Украины;

- определение обязательных баз данных, и их самостоятельное ведение в согласованном формате на региональном уровне;

- самостоятельное обеспечение региональными Палатами подключение в Интернет и активизация использования интернет-технологий;

- создание межпалатной сети «ИНТРАНЕТ» по взаимобмену электронными ресурсами данных по интернет-технологиям;

- ведение ТПП Украины и передача региональным Палатам списка адресов веб-серверов Интернет с деловой информацией.

Данные мероприятия позволят сделать деловую информацию ещё более доступной и современной для бизнеса, снизят её стоимость, что, в конечном счёте, будет способствовать повышению эффективности и результативности информационно-консультационного обеспечения бизнеса.

Вовлечение предприятий региона в электронную коммерцию

Анализ деятельности Донецкой торгово - промышленной палаты показал, что роль и значение ДТПП в повышении эффективности внешнеэкономической деятельности предприятий Донецкого региона с каждым годом возрастает.

Однако существует настоятельная необходимость в совершенствовании и дальнейшем развитии организации и методов достижения целей и выполнения задач, определенных Законом Украины «О торгово - промышленных палатах Украины» и направленных на содействие развитию внешнеэкономических связей, экспорту украинских товаров и услуг, оказанию практической помощи предприятиям в проведении торгово - экономических операций на внутреннем и внешнем рынках, освоение новых форм сотрудничества.

Для того чтобы ДТНП в полной мере стала для предприятий Донецкой области инструментом повышения эффективности их внешнеэкономической деятельности, представляется необходимым реализация ряда предложений, содержание которых приведено ниже.

Эффективность деятельности торгово - промышленной палаты может рассматриваться с точки зрения эффективности специализированных услуг по содействию внешней торговле оказываемых торговой палатой предприятиям и организациям региона.

Торговые палаты существуют с целью представления бизнес интересов предприятий во всех регионах. Таким образом, палаты остро заинтересованы в использовании новых информационных и коммуникационных технологий там, где эти технологии могут быть использованы для увеличения конкурентоспособности, создания новых возможностей для бизнеса и в конечном итоге вести к лучшим перспективам ведения бизнеса созданным для всех.

Из проведенного во 2 главе анализа можно сделать вывод, что экспорт из области носит преимущественно сырьевой характер (экспорт ТНП упал на 1%- с 103,95 млн. долларов до 73.3 млн. долларов), а доля продукции с низкой степенью переработки в структуре экспорта постоянно увеличивается.

Что касается импорта, то в его структуре лидирующее положение занимали сырье и материалы- 71% от общего объема импорта, машины и оборудование – 24% и ТНП- 5%. В структуре импорта в 1997 году топливо и минералы, руды и шлаки, черные металлы составили 35%, машины и оборудование 29%, ТНП- 27%, прочие товары- 9%.

Таким образом, можно отметить главный итог прошлого года - резкое (более чем в пять раз) снижение доли импортируемых товаров народного потребления. В абсолютном выражении импорт ТНП упал с 267,9 млн. долларов до 55.6 млн. долларов США. Такая ситуация вполне закономерна, учитывая резкое удорожание импорта после девальвации гривни в течение лета- осени 1998 года.

Это должно было бы позволить отечественным предприятиям-производителям ТНП резко нарастить объемы производства, используя эффект импортозамещения, однако на практике этого пока не происходит.

Таким образом, можно сделать следующие выводы.

В структуре ВЭД области лидирующее положение занимают сырье и материалы. Соответственно, около 70% экспорта и 40% импорта области обеспечивают крупнейшие предприятия машиностроительной и металлургической индустрии.

Незначительная доля экспортно- импортных операций с ТНП в структуре внешнеэкономической деятельности области говорит о неблагоприятных условиях ведения бизнеса и, как следствие, неэффективной работе предприятий оперирующих на данном рынке.

В основном, в данной сфере работают предприятия малого и среднего бизнеса.

Малые предприятия, способны выполнить структурную перестройку экономики, предоставить населению свободу выбора работы, дополнительные рабочие места, обеспечить быструю окупаемость затрат, оперативно реагировать на изменение потребительского спроса.

Процесс развития и становления предприятий малого бизнеса в нашей области уже как-то стабилизировался, многие предприятия уже сформировали рынок сбыта своих потребителей, определили круг своих сторонников и конкурентов, выработали определенную стратегию деятельности.

О значении малого предпринимательства в экономике государства всегда свидетельствуют интегрированные показатели, характеризующие состояние этого сектора. Они значительно подчёркивают фундаментальную роль малого предпринимательства в социально-экономической и политической жизни, например, в развитых странах. Показателями весомой роли малого бизнеса как интегрирующего структурного элемента системы современной рыночной экономики являются, прежде всего, количественные параметры развития. Динамика развития и становления малого бизнеса области представлена в таблице 3.1.

Таблица 3.1. Состояние развития малого предпринимательства Донецкой области за 1993 - 1998гг.

	<i>1993</i>	<i>1994</i>	<i>1995</i>	<i>1996</i>	<i>1997</i>	<i>1998</i>
Количество предприятий, всего	8305	11170	13714	14118	14651	15448
Количество предприятий на 1000 жителей	1,5	2,1	2,6	2,7	2,8	3,0

В 1998 году осуществляли деятельность 15448 предприятий малого бизнеса, что почти на 6% больше, чем в 1997 году. Кроме того, по различным причинам приостановили деятельность или вообще её не начинали 12985 зарегистрированных предприятий. И почти столько же не представляют отчетность так как не осуществляют деятельности и не имеют финансовых возможностей выполнить процедуру закрытия.

Значит, коэффициент коммерческого риска, определяемый как отношение числа недействующих предприятий к числу зарегистрированных, является очень высоким-62,8%. Поэтому с самого начала деятельности предпринимательской структуры её деятельность нацеливается на обращение рыночной неопределенности в свою пользу и выступает решающим фактором при принятии решений.

Этот сектор экономики не получил в области должного развития и пока что не играет значительную роль как в экономически развитых государствах. На 1000 человек населения области в среднем приходилось в 1998 году 3 действующих предприятия малого бизнеса, что не на много выше, чем в среднем по Украине 2,7 за этот же период. Хотя и с момента начала развития предприятий малого бизнеса этот показатель постоянно возрастает в динамике, но не является столь высоким. В США он на 1 января 1996 года составлял 74,2 предприятия, в Италии - 68, Японии - 49,5.

Одной из главных причин, порождающей трудности в деятельности малого бизнеса, является отсутствие определенной системы управления региональной и отраслевой политикой в развитии этого сектора экономики, как в государстве, так и в области.

Это подтверждается тем, что основная масса этих предприятий действует в промышленно развитых регионах области. Так, в 1998 году произошло увеличение по сравнению с 1997 годом числа действующих предприятий в 20 городах области (71,4% от общего количества городов областного подчинения области), в 7,1% городов число малых предприятий не изменилось. В 21,5% городов области количество таких предприятий уменьшилось, аналогично почти в половине сельских районов. И поэтому в региональном аспекте по области показатель числа действующих предприятий на 1000 жителей очень варьирует: от 0,6 в г. Дзержинске до 6,2 в г. Донецке.

Аналогичная же ситуация сложилась и в отраслевой структуре развития предприятий малого бизнеса области. Нестабильность экономики Украины и области, различные неувязки в отечественном законодательстве ставят перед предпринимателями проблему или быть закрытыми или маневрировать в своей деятельности, заниматься выгодными на определенный момент видами деятельности. Поэтому только незначительная часть предприятий функционировала в секторе производства продукции - 25% от общего числа предприятий малого бизнеса, зато в это же время более чем в 50% преобладающим видом деятельности являлась торговля.

Для того, чтобы тенденция изменилась в направлении развития внешней торговли и производства ТНП в области, необходимы ряд мер на макро- и микро- уровне.

Торгово-промышленная палата обладает компетенцией и инструментами по содействию развитию ВЭД, прежде всего, на уровне предприятия. Учитывая состояние развития услуг торговой палаты в области внешней торговли и нужды предприятий малого и среднего бизнеса региона, представляется целесообразным, рассмотреть такой фактор повышения эффективности внешнеэкономической деятельности предприятий, как применение новых информационных технологий.

Основываясь на результатах исследования проведенного в рамках проекта Европейских палат КИТЕ (трансформация знаний и информации в электронную коммерцию), можно судить о выгодах получаемых малыми и

средними предприятиями, применяющими средства электронной коммерции. Термин "электронная торговля" означает использование современных средств электроники и электронных информационных технологий при заключении, подтверждении и выполнении международной торговой сделки.

Анализ основан на количественных и качественных данных полученных от 89 предприятий малого и среднего бизнеса из 17 стран, практикующих электронную коммерцию.

Возможности предлагаемые электронной коммерцией разделены на выгоды по затратам, выгоды по времени и выгоды по качеству. В то время как половина из интервьюируемых упомянула потенциальное сбережение затрат как выгоду электронной коммерции, ни одно из определенных препятствий не было оценено очень высоко. Это говорит о том, что респонденты не воспринимают их как серьезную проблему.

Снижение себестоимости не является ключевым фактором ведущим к принятию электронной коммерции предприятиями. В большей степени они заинтересованы в выгодах по времени и качеству.

Таблица 3.2. Выгоды применения электронной коммерции по фактору затрат.

№	Выгоды по себестоимости	% из>0	Средний балл
1	Снижение затрат на персонал	58%	3,51
2	Снижение затрат на транспортировку	54%	3,09
3	Снижение затрат на корреспонденцию	51%	2,9
4	Снижение складских затрат	47%	2,34
4 (5)	Снижение арендной платы	47%	2,31
6	Снижение затрат на перевод платежей	44%	2,18

Преимущества гибкости и сбережения времени постоянно указывались 55% или более из всех предприятий в примере. Быстрое реагирование на рыночные изменения и ускорение процедуры заказов упоминали наиболее часто 67% респондентов. Средние баллы были все же выше чем средняя оценка по сбережению затрат.

Ускоренная реакция на изменения рынка, более высокая гибкость и сокращение времени продаж получили баллы свыше 5. Не существует определенной зависимости между размером предприятия и его восприятием преимуществ сбережения времени.

Таблица 3.3. Выгоды применения электронной коммерции по фактору времени.

№	Выгоды по времени	% из >0	Средний балл
1	Ускоренная реакция на изменения рынка	67%	5,43
1 (2)	Ускоренная обработка заказа	67%	4,81
3	Повышенная гибкость	65%	5,03
3 (4)	Сокращение времени продаж	65%	4,93
5	Сокращение времени на доставку	57%	3,91
6	Ускоренная процедура платежа	55%	3,61

Наибольшим преимуществом электронной коммерции воспринимается доступ к новым рынкам (72%) сопровождаемый усовершенствованными отношениями с клиентом (71%) и новыми путями маркетинга (67%).

Данное открытие подтверждается другими исследованиями, такими как исследование Европейского рынка электронной коммерции. Эта группа преимуществ так же собрала наивысший средний балл: доступ к новым рынкам был рассмотрен как наиболее важное преимущество с оценкой в 6.29.

Таблица 3.4. Выгоды применения электронной коммерции по фактору качества.

№	Выгода по качеству	% из>0	Средний балл
1	Получение доступа к новым рынкам	72%	6,26
2	Улучшенные отношения с клиентами	71%	5,38
3	Новые пути маркетинга	67%	5,7
4	Усовершенствованные потоки информации	61%	4,63
5 (6)	Новые продукты и услуги	58%	4,21
6 (5)	Усовершенствованная доступность	57%	4,35
7	Улучшенная «прозрачность» рынка	52%	3,66
8	Уменьшение количества ошибок	51%	3,19

Другие преимущества упомянутые интервьюерами включали возможность идти в ногу со временем, возможность использовать новые формы торговли для виртуальных торговцев, снижение себестоимости корпоративных закупок, приобретение новых знаний и навыков, которые позволяют развить новые сферы бизнеса.

Все потенциальные преимущества были выбраны как минимум 44% выборки, и в большинстве случаев, более чем 60%. С другой стороны средний балл не связан с высокими процентами. Это показывает, что респонденты видят электронную коммерцию более как инструмент повышения уровня продаж, чем снижения затрат. Это может быть связано с фактом, что снижение затрат на персонал и доставку при электронной коммерции предполагает ее интеграцию в бизнес процесс.

Как бы то ни было, для многих компаний электронная коммерция всего лишь дополнительная деятельность или эксперимент, который не влияет на основу бизнеса компании.

Компании так же указали препятствия на пути к внедрению электронной коммерции.

В общем, компании видят барьеры на пути к электронной коммерции, более как проблему понимания, чем реальное препятствие, или как барьер который преодолен и не является более проблемой. К последней категории относится, например, стоимость инвестиций, которую 64% респондентов назвали препятствием к электронной коммерции, но среднее ранжирование очень низко, так как проблема была решена и предприятия ведут электронную торговлю. Около двух третей упомянуло культурные барьеры, 57% инфраструктуру и 56% безопасность. Стоимость пользовательского доступа была упомянута 52%, тогда как 47% отметили языковой барьер и 30% политические барьеры. Иногда препятствия были упомянуты как таковые клиентами, хотя реально они не существуют (это относится большей частью к безопасности). Следующая таблица ранжирует препятствия в соответствии с их средним баллом.

Таблица 3.5. Препятствия к применению электронной коммерции.

№	Препятствие	% из ответов>0	Средний балл
1 (2)	Стоимость инвестиций	64%	3,40
2 (1)	Культурное	62%	3,43
3	Инфраструктура	57%	2,97
4	Безопасность	56%	3,36
5	Стоимость пользовательского доступа	52%	2,45
6	Языковое	47%	2,17
7	Политический барьер	30%	0,95

В недавнем исследовании среди компаний США, около 47% респондентов назвали затраты главным препятствием. Только около 26% упомянули безопасность и менее 20% назвали технологию как проблему. Затраты на инвестиции для малого и среднего бизнеса обычно составляют большую пропорцию дохода, чем в больших фирмах.

В индивидуальных случаях, стоимость инвестиций представляет существенную проблему. Стать виртуальной компанией это большой инвестиционный шаг для малого бизнеса.

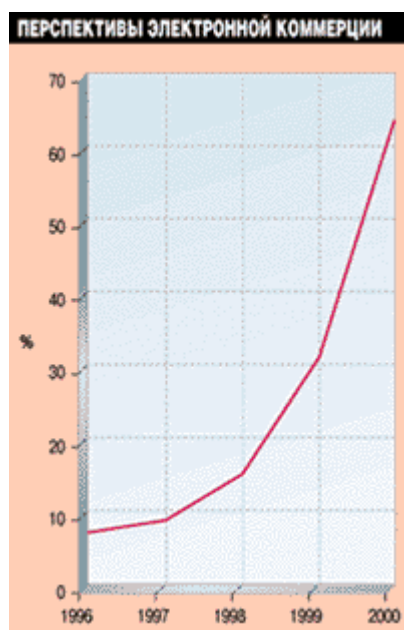
Опрошенные на предмет вопросов регулирования, которые могут повлиять на инициативы в электронной коммерции, всего лишь около трети опрошиваемых упомянуло как проблему.

Их отношение было обусловлено типом продукта/ услуги которые они предоставляли через Интернет - 29%, например, упомянули права интеллектуальной собственности и 27%, регулирование содержания, в особенности если их продукт или услуга содержал строгий цифровой компонент, например, музыка, программное обеспечение, информация. Такие компании будут выигрывать от ясной политики о том как может быть использована информация переданная в электронном виде. Около 37% упомянули защиту потребителя и межграницное регулирование. Эти компании обычно занимаются международной торговлей, и при этом нехватка международной гармонизации в таких вопросах, как защита данных и налогообложение вызывают административные трудности и вредят их бизнесу.

Недавний опрос свыше 100 компаний со штатом до 500 человек, проведенный Zona Research (Зона Ресеч), показал, что около 80% из них используют Интернет для маркетинга, а 10% уже занимаются электронной торговлей. Исследование также показало, что почти 45% этих компаний планируют начать реализацию программ продаж через Интернет в ближайшие год-два.

Gartner Group (Гэзэр Групп) предсказывает аналогичный рост рынка электронной коммерции (см. Рисунок 3.6).

Рисунок 3.1. Рост рынка электронной коммерции.



Gartner Group предсказывает неуклонный рост электронной коммерции в период до 2000 года. Данный график показывает процентный рост числа предприятий, занимающихся электронной коммерцией. Их число будет увеличиваться с развитием сети торговцев, технической инфраструктуры и приложений.

Рост числа отечественных пользователей Интернет на 100% за полгода и количества посещений виртуальных магазинов - на 5-20 в день, а также значительное присутствие предприятий и организаций Донецкой области в сети (WWW), позволяет проводить параллели между перспективами развития электронной коммерции в регионе и в мире в целом.

Украинская палата активно сотрудничает с Ассоциацией ТПП Европы. Европалаты начали интенсивную программу направленную на побуждение огромного числа предприятий среднего и малого бизнеса в Европе к восприятию Интернет как нового инструмента в достижении значительно более высоких результатов в бизнесе.

Эта проблема так же актуальна для Украины в целом и для Донецкого региона в частности. В ее решении ДТТП может опираться на опыт Европейской Ассоциации ТПП.

Были рассмотрены подходы к решению указанных проблем, предлагаемые в рамках ряда программ международных организаций. Проанализировав элементы международной электронной торговли, были выделены те из них, которые существенны в решении указанных

выше проблем и в создании предпосылок для использования преимуществ электронной торговли в нашей стране.

Так называемый, проект Европалат Демарш объединил группу тридцати торговых палат по всей Европе для совместной работы с общей целью добиться вовлечения как можно большего числа Европейских предприятий малого и среднего бизнеса в электронную коммерцию.

Наиболее успешна перспектива применения инициативы предложенной Германскими торговыми палатами в рамках проекта Демарш.

Название проекта Медиамит- Новая среда для среднего бизнеса. Его мероприятия были крайне успешны в демонстрации предприятиям малого и среднего бизнеса практических выгод электронной коммерции.

Основная инициатива - это развитие использования мультимедийных технологий для электронной коммерции среди малого и среднего бизнеса. Это достигалось путем хорошо спланированных усилий в области публичности, выставок, образования, проведения рабочих групп и технической поддержки.

Инновационность Медиамит в том, что он предоставляет возможность предприятиям увидеть шансы применения новых информационных технологий в собственном бизнесе.

Этот проект долгосрочен и находится в рабочем состоянии.

В настоящее время партнерами по проекту являются Торговые палаты Дортмунда и Кельна, Майкрософт, Дойче Телеком. Планируется привлечь как можно больше участников в ближайшие годы.

Данный проект может быть применен и другими Европейскими торговыми палатами. Идея состоит в создании пакета инструментов для ведения кампании в целях мотивирования предприятий использовать мультимедийные технологии. Медиамити Гмбх вместе с ее партнерами из медиа индустрий предоставляет эти инструменты (рабочие группы, выставки, маркетинговые концепции) заинтересованным палатам Германии. Данную деятельность стоит распространить в Европе.

Медиамит включал серию интенсивных семинаров, рабочих групп и выставок для предприятий никогда ранее не применявших электронную коммерцию. Торговые палаты Мадрида, Ирландии, Ля Рошели, Винченцы и Арголеса организовали похожие мероприятия у себя.

ДТПП владеет необходимым потенциалом для внедрения подобного проекта на собственной базе. Опыт проведения выставочных мероприятий и консалтинговых семинаров, накопленный торговой палатой может обеспечить эффективную адаптацию европейских инициатив к условиям Донецкого региона.

Список рекомендуемой литературы

1. Андреев В.Г. Интернет-Маркетинг и пути его эффективного использования // Интернет- маркетинг.- 1999, №7. –С.6-9.
2. Благодарный А.И. Контроллинг малого бизнеса региона и инвестиционных проектов //Отчет по научно- практическому семинару «Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций в экономику Украины (Региональный аспект)». Донецк: ДонГУ,- 1999.- С.127-130.
3. Блэк С. Паблик рилэйшнз. Что это такое?// Международный выставочный телеграф. –1998. -№08(30). - С.14-16.
4. Виленчук Р.Г. Внешнеэкономическая деятельность предприятий и организаций Донецкой области в 1998 году // Вестник статистики. - 1999. №4.- С. 28-30.
5. Выставка в регионе. Какой ей быть? // Меркурий. –1998. -№7-8. –С.16-19.
6. Годовой отчет Европалат по проекту Демарш.- Брюссель: Ассоциация Европейских Палат.- 1999.
7. Индивидуальные эксплуатационные планы Германских Торгово-промышленных палат по проекту Нэтпрайз. - Брюссель: ЭСПИРИТ.- 1998.
8. Кризис обрушил импорт ТНП.//Салон Дона и Баса.- 1999. - №39 (452). -С.5.
9. Кроха.Ф. О реестре надежных партнеров// Меркурий.- 1998.- №9-10. -С 18-23.
- 10.Кульпин Я., Файндт С. Электронная коммерция и безопасность телекоммуникаций.// Интернет Маркетинг.- 1998. -№2. –С. 20-22.
- 11.Ляшенко В.И. Тенденции развития малого бизнеса в Донбассе.// Меркурий.- 1998. -№13-14.- С.12-14.
- 12.Макогон Ю.В. Внешнеэкономическая деятельность предприятий и организаций Донецкой области.// Меркурий.- 1998.-№11-12.- С.17-18.
- 13.Макогон Ю.В., Лукьянченко Н.Д. Основы внешнеэкономических связей. - Донецк: ДонГУ, 1995.
- 14.Макогон Ю.В. Внешнеэкономическая деятельность (практика, управление, организация, регулирование). -Донецк: ДонГУ , 1997.
- 15.Макогон Ю.В. Международная экономика: теория и политика (курс лекций).- Донецк: ДонГУ,1995.
- 16.Новиков О.А. , Мясникова Л. Логистика и коммерция информационного общества.//- Отчет по материалам научно- практического семинара «Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций в экономику Украины (Региональный аспект)». Донецк: ДонГУ,- 1999. – С.85-91.
- 17.О торгово- промышленных палатах в Украине: Закон Украины // Ведомости Верховной Рады Украины (ВВРУ).- 1997.- 2 дек.
- 18.О внешнеэкономической деятельности: Закон Украины // Голос Украины- 1991. –16 апр.

19. Отчет о работе ДТПП в 1998 году. - Донецк: ДТПП, -1999.
20. Ознакомительный пакет Нэтпрайз, часть 1: анализ процесса торговых выставок и ярмарок. Брюссель: ЭСПИРИТ, -1998.
21. Пшонка О.Г. Партнеров нужно привлекать профессионализмом // Меркурий. -1998. - №5-6.- С. 21-24.
22. Рожков И.Я. Международное рекламное дело. -М.: Банки и биржи.ЮНИТИ, 1994.
23. Ромат.Е.В. Реклама в системе маркетинга: Учебное пособие/ Харьк. гос. Академия технол. и орг. питания. Харьков, -1995.
24. Сергеев А. П. Электронная коммерция. Тенденции развития в мире и России.// Интернет Маркетинг.-1998.- №8. – С 18-20.
25. Филиппов А. Организация «электронной торговли».// Внешняя торговля. 1997.-№ 7 – 9. С. 14-20.
26. Чижигов Г. Д.ТПП как аргумент выхода на рынки //- Деловой Донбасс. – 1998. -№28(148). – С.10-11.
27. Чулпанов А.Е. УАНЕТ в развитии. // Интернет- маркетинг.- 1999.- №6. -С. 15-19.
28. Чаппель К., Файндт С. Анализ практики электронной коммерции в малых и средних предприятиях. // КИТЕ. - 1999. -№1. -С. 24-20.
29. Частные и корпоративные пользователи услуг интернет в Украине // Интернет- маркетинг.-1999.- №8. –С.12-15.
30. Alan E. Branch. Export practice and management. London: Chapman& Hall. -1994.
31. Watson Alasdair. Finance of International Trade. The Chartered Institute of Bankers. – 1995.