

Практичний досвід свідчить, що в умовах ринкової економіки для визначення потреби в лікарських засобах, включаючи вартісні аспекти, особливо ідентифікацію всіх витрат на рівні лікувального закладу, необхідно використовувати методичні підходи фармакоекономіки та досвід зарубіжних страхових компаній.

1. Закон України „Про лікарські засоби” від 04.04.1996 // Відомості Верховної ради України. – 1996. – №22. – С. 86. 2. Заліська О.М. Фармакоекономіка: Теоретичні основи фармакоекономіки: Навч. посібник / За ред. Б.Л. Парновського. – Львів: „Простір-М”, 2000. – Ч.1. – 64 с. 3. Міністерство охорони здоров'я України, Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України. Наказ № 480/294 від 03.12.2001 “Про затвердження переліку вітчизняних та імпортованих лікарських засобів і виробів медичного призначення, ціни на які підлягають державному регулюванню” // Сборник нормативных документов по аптечному делу в Украине. – К.: Фирма „Горизонт”. – 2002. – С. 97–128. 4. Johansson M., O'Breein B.D. // Med. Decision Making. – 1998. – №18. – P.1–3. 5. Goold S.D., Vijan S. // J. Lab. Clin. Med. – 1998. – №132 (5). – P. 376–382.

УДК: 346.546:346.546.4:346.546.7

Н.Л. Станько

Національний університет “Львівська політехніка”

## УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ПІДТРИМКИ ТА СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

© Станько Н.Л., 2004

Наведено відмінності у теоретичному та практичному підході щодо трактування терміна „монопольна фірма” та „домінуюча фірма”. Сформульовано визначення терміна „суб'єкт господарювання з ринковою владою”. Визначено елементи моніторингової діяльності, а також функції та обов'язки органів, які беруть участь у формуванні конкурентних відносин в національній економіці.

The article direct to the theoretical and practical differences between terms of “monopoly firm” and “dominant firm”. The author formulations the definition of the “person with market power”. In this article there is definition of monitoring activity elements, the functions and responsibilities organs, which take part in formation competitive relations in national economy.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Проблеми створення та підтримки конкурентного середовища в національній економіці дедалі частіше набувають актуальності, оскільки суб'єкти господарювання зацікавлені здійснювати господарську діяльність, перебуваючи у конкурентних взаємовідносинах зі своїми контрагентами. У процесі глобалізації національної економіки та інтеграції насамперед у європейське співтовариство виникають проблеми забезпечення сприятливих умов для створення конкурентного середовища та практичних механізмів регулювання конкурентних взаємовідносин, які існують паралельно з недосконалістю інформаційного забезпечення діяльності. Проблеми потребують вирішення як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Для вирішення проблем конкурентних взаємовідносин необхідно вивчати, з одного боку, економічні, а з іншого – правові аспекти організування та регулювання конкуренції на товарних ринках. З економічної точки зору вагомий внесок у розв'язання окреслених питань внесли

автори теорії організації галузевих ринків (С. Авдашева, Н. Розанова, Ф. Шерер, Д. Росс), авторський колектив під керівництвом А. Шаститко, який здійснив глибокий аналіз методів визначення монополю високої (низької) ціни і монополю прибутку. В національних виданнях переважно зустрічається аналіз законодавчо-нормативної бази та монополізації ринків, натомість не проводилось комплексне дослідження роботи органів, які беруть участь у формуванні та підтримці конкурентного середовища в національній економіці.

**Не вирішені раніше частини загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття.** Як на теоретичному, так і на практичному рівні не опрацьована достатнім чином інформаційна база для регулювання конкурентних взаємовідносин, не акцентувалася увага на значенні моніторингової діяльності та чіткості термінології для підвищення ефективності діяльності Антимонопольного комітету України.

**Цілі статті.** Уточнити базові терміни в конкурентній політиці, окреслити основні напрями оптимізації функцій та обов'язків антимонопольних органів, удосконалити роботу органів регулювання конкурентних взаємовідносин в національній економіці з врахуванням моніторингової діяльності та суспільного контролю.

**Виклад основного матеріалу дослідження із повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Розмежування понять монополю фірми та домінуючої фірми під час аналізу теоретичних та законодавчо-нормативних положень не виявлено, внаслідок чого доходимо висновку, що на законодавчому рівні та в практичному застосуванні ці два поняття ототожнюються, що і вимагає уточнення ознак монополю фірми та домінуючої фірми. Потреба у вищевказаному підтверджується і тезою В. Коновалюка[1] про необхідність розробки класифікації монополю утворень, на основі якої можна виробити єдиний підхід до оцінки їх діяльності, а саме – визначати і регулювати частку ринку, що належить монополіям і розробити механізм впливу на структуру ринку і підприємницькі відносини.

Проведений аналіз теоретичних положень дозволив нам згрупувати критерії визначення фірми монополіста та домінуючої фірми (див. табл. 1), на основі чого простежується чітка відмінність у цих двох категоріях, ознаки яких пропонуємо використовувати для ефективного здійснення антимонопольного регулювання.

Таблиця 1

**Критерії визначення монополії та домінуючої фірми\***

№ з/п	Назва критерію	У випадку монополії	У випадку домінуючої фірми
1	2	3	4
1	Кількість фірм на ринку	Одна фірма-монополіст	Домінуюча фірма-лідер та інші фірми-аутсайтери
2	Контроль на ринку	Значний (абсолютний)	Обмежений або значний
3	Кінцевий попит на продукцію	Відносно нееластичний	Відносно нееластичний
4	Граничні витрати	З ростом обсягу випуску зростають граничні витрати	Значно нижчі ніж в конкурентів
5	Умова максимізації	$MC=MR$ , де $MC$ – граничні витрати, $MR$ – граничний дохід	По відношенню до кінцевого попиту діє як монополіст ( $MC=MR$ )
6	Частка на ринку	Велика	Відносно велика
7	Продукт	Унікальний, відсутність замінників	Вищої якості ніж у фірм-аутсайдерів

\* Складено автором за: 1) Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков: Учебник. – М.: ИЧП “Издательство Магистр”, 1998. – 320 с.; 2) Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков: Пер. с англ. – М.: ИНФРА – М, 1997. – VI, 698 с.

1	2	3	4
8	Метод ціноутворення	Цінова дискримінація, політика монополю високих та монополю низьких цін	Цінова дискримінація, цінове лідерство, політика „високих цін”, ціноутворення з використанням переваги, хижацьке ціноутворення, динамічна модель ціноутворення
9	Обсяг виробництва	$Q_m$	$Q_l (Q_l < Q_m)$
10	Індекс Лернера (показник визначення монополю (ринкової) влади)	$L = (P - MC) / P = 1 / E_d$ , де $P$ – ціна реалізації; $MC$ – граничні витрати; $E_d$ – цінова еластичність попиту	$L = Q_l / (E_d * Q - E_{sa} * Q_a)$ , де $Q_l$ – обсяг реалізації домінуючої фірми; $Q_a$ – обсяг реалізації фірм-аутсайдерів; $Q$ – ринковий обсяг реалізації; $E_d$ – еластичність ринкового попиту; $E_{sa}$ – еластичність попиту для фірм-аутсайдерів
11	Характер та інтенсивність конкуренції	На частку єдиної фірми припадає 100% ринку	На частку однієї з фірм припадає від 50 до 100% ринку, на якому відсутній конкурент, який би наближався до неї за розміром та часткою ринку

Враховуючи можливість домінуючої фірми діяти як монополіст, то для підтримки та створення конкурентного середовища необхідним є вислідковування монополістичних тенденцій та розрахунок монополю ефекту, який зазначався в теорії антимонополю регулювання [2].

Групування теоретичних основ антимонополю та конкурентної діяльності показало, що оптимальним варіантом в антимонополю регулюванні діяльності монополій та домінуючих фірм може стати моніторинг діяльності фірм за структурним підходом та заборона діяльності фірм за поведінковим підходом, оскільки самі монополії, як і домінуючі фірми можуть ефективно впливати на ринкову ситуацію, зокрема, через фінансову можливість здійснювати науково-технічні розробки.

Щодо структурного підходу, то критеріями для нього можуть бути частки ринку монополії та домінуючої фірми, а також врахування кількості конкурентів у випадку домінуючої фірми та відсутності товарів-замінників у випадку монополії.

Щодо поведінкового підходу у випадку монополії, то критерії для нього можуть бути такі: монополю ціна, співвідношення ціни та витрат, співвідношення граничних витрат та обсягу випуску, монополю прибуток, перехресна еластичність попиту, х-неефективність, втрати суспільства. Щодо поведінкового підходу у випадку домінуючої фірми, то критерії його визначення можуть бути такими:

- 1) рівень цін. Домінуюча фірма може діяти як монополіст і здійснювати цінову дискримінацію або ж встановлювати завищені або занижені ціни;
- 2) обмеження діяльності інших підприємств на ринку;
- 3) концентрація діяльності. Встановлення контролю над діяльністю інших підприємств;
- 4) рівень граничних витрат (нижчий ніж у конкурентів);
- 5) монополю прибуток. Діє правило  $MC = MR$ ;
- 6) перехресна еластичність попиту. Врахування товарів заміників окрім товарів доповнювачів.

Вищенаведене розмежування монополії та домінуючої фірми привело нас до висновку про необхідність формулювання терміна „суб’єкт господарювання з ринковою владою”. На основі аналізу теоретичних положень зазначимо, що допустимим є отожднення поняття „монополю влада” та „ринкова влада”, оскільки як одне, так і інше трактується як значна частка на певному ринку, що дозволяє впливати на структуру ринку і на поведінку фірм-конкурентів. Щодо терміна „суб’єкт господарювання з ринковою владою”, то на основі проведених досліджень пропонуємо вважати суб’єктом господарювання з ринковою владою такого суб’єкта господарювання, який діє на ринку без конкурентів (монополіст) або в оточенні кількох чи великої кількості фірм, володіє значною часткою ринку і здатен збільшити величину прибутку шляхом зниження обсягу випуску продукції і збільшення ціни на її одиницю.

Наведені вище розмежування понять „монопольна фірма” та „домінуюча фірма” потребують врахування в Положенні про складання та ведення Переліку[5]. На подібному підході наголошує Н. Саніахметова[6], яка вважає необхідним розрізняти контроль за структурою та контроль за поведінкою, що спостерігаємо у практиці антитрестівських органів США. Так, зазначалось, що порушення законодавства монополією не є обов’язковою передумовою такої форми контролю за монополістичною ситуацією, достатньо наявності монополістичної структури. Відповідно, це швидше контроль за структурою, а не поведінкою. Це правило обумовлюється тим, що монополістична ситуація, яка шкодить конкуренції, може існувати при відсутності незаконної поведінки монопольного утворення. Контроль за монополістичною структурою призначений для того, аби діяти в ситуаціях, коли олігополія може викликати небажані економічні наслідки, а у випадку монополії - відсутні докази незаконної діяльності.

Сьогодні в Україні ведеться Перелік, який містить дві частини: природні монополії та інші монопольні утворення. За цією класифікацією Переліку (див. табл. 2) можливою стає ефективна діяльність підприємств, які завдяки своєму значному становищу на ринку дозволять отримувати для суспільства блага, які не здатні виробити інші підприємства.

Таблиця 2

**Підходи щодо ведення Переліку суб’єктів господарювання, що займають монопольне чи домінуюче становище**

№ з/п	Існуючий підхід	Підхід, що пропонується	
		Назви розділів	Дії органів АМКУ
1.	Розділ 1. Природні монополії	Розділ 1. Природні монополії;	Моніторинг та регулювання
2.	Розділ 2. Інші монопольні утворення	Розділ 2. Інші суб’єкти господарювання:	
3.		Частина 2.1. За структурою: 2.1.1 монопольні утворення	Моніторинг
		2.1.2 домінуючі фірми	Моніторинг цін, витрат і обсягів реалізації з метою виявлення монополістичних тенденцій господарської діяльності
4.		Частина 2.2. За поведінкою: 2.2.1 монопольні утворення 2.2.2 домінуючі фірми	Особлива увага, постійний контроль, моніторинг та заборона. Суспільний контроль

Щодо біхевіористичної точки зору, то такі суб’єкти господарювання (далі – СГ) мають постійно відслідковуватись, а їх діяльність підлягає постійному моніторингу, оскільки неконкурентна поведінка є основною перешкодою для створення конкурентного середовища і відповідно дотримання засад конкурентної політики.

Відповідно до запропонованого підходу ведення Переліку СГ, що займають монопольне чи домінуюче становище, вимагає внесення коректив і в діючу Методику визначення монопольного чи домінуючого становища СГ на ринку[5]. При визначенні товарних меж ринку у випадку визначення монопольного становища варто враховувати взаємодоповнюваність товарів, а у випадку домінуючого становища – взаємодоповнюваність та взаємозамінюваність. При встановленні ознак ринкової влади розраховувати показник Лернера за формулами, наведеними в табл.1 як для монополії, так і для домінуючої фірми.

Проведений аналіз теоретичних положень та запропоноване уточнення категоріального апарату конкурентної політики дозволив нам зробити висновок про здійснення моніторингу монополій за структурним підходом і заборону монополістичної діяльності, ознаки якої можна виявити за запропонованою вище методикою. На проблемі моніторингової діяльності в системі формування конкурентних взаємовідносин наголошує і З. Борисенко[7], доводячи необхідність налагодження постійного моніторингу найважливіших ринків, стану їх монополізації, а також вивчення проблем, що виникають на цих ринках у результаті конкуренції.

Враховуючи результати проведених досліджень господарської діяльності окремих СГ, що займають монопольне становище на товарних ринках Львівської області, визначено основні елементи моніторингу діяльності монопольних утворень та домінуючих фірм (табл 3).

Таблиця 3

**Складові моніторингової діяльності щодо монопольних утворень та домінуючих фірм**

№ з/п	Необхідна інформація	Джерело інформації	Надавач інформації	Мета використання
1	2	3	4	5
1.	Кількість фірм на ринку товарів, робіт, послуг	Статистика	Держстатуправління	Визначення типу ринку: ринок з монопольним утворенням чи з ефектом домінування
2.	Частка на ринку усіх учасників	Статистика, матеріали Мінекономіки	Комісія з питань вивчення конкурентного середовища	Визначення: чи на ринку діє монопольне утворення, чи домінуюча фірма
3.	Товари-замінники	Держстандарт	Мінекономіки	Визначення: чи це ринок монополії, чи ринок з домінуючою фірмою
4.	Обсяг реалізації: – монополії; – домінуючої фірми; – фірм-аутсайдерів.	Статистична звітність та первинна документація підприємств	Комісія з питань вивчення конкурентного середовища Держстатуправління	Для визначення: чи володіє СГ ринковою владою чи ні, і якою мірою
5.	Ціна реалізації: – монополії; – домінуючої фірми; – фірм-аутсайдерів.	Статистична звітність; матеріали Держінспекції	Держінспекція з контролю за цінами	
6.	Обсяг виробництва: – монополії; – домінуючої фірми; – фірм-аутсайдерів.	Статистична звітність підприємств	Держстатуправління	
7.	Загальні витрати: – монополії; – домінуючої фірми; – фірм-аутсайдерів.	Матеріали Держінспекції	Держінспекція з контролю за цінами	
8.	Динаміка величини граничних витрат та обсягу виробництва	Статистична звітність підприємств	Держстатуправління Держінспекція по контролю за цінами	Виявлення ознак монополістичної поведінки
9.	Монопольний прибуток			
10.	Ціна реалізації підприємства і в товарній групі	Держінспекція Держстатуправління Мінекономіки	Комісія з питань вивчення конкурентного середовища	Виявлення монопольних тенденцій: при швидшому зростанні цін у підприємства ніж у товарній групі
11.	Темпи росту цін та спаду виробництва			Виявлення монопольного ефекту: темпи росту цін перевищують темпи спаду виробництва

Для моніторингової діяльності важливою є інформатизація Антимонопольного комітету України (далі – АМКУ), про недоліки якої у періодичних виданнях згадували неодноразово. Так, В. Марцин [8], зазначав, що з огляду на специфіку інформаційних потреб антимонопольного контролю, територіальні відділення повинні гарантувати ефективне інформаційне забезпечення.

Автор вважає, що підвищення ефективності вирішення даного питання є можливим через посилення координаційної ролі статистичних органів у плані створення єдиної методології та уніфікації збирання первинної інформації, накопичення її у спеціальному централізованому банку даних з подальшою передачею в користування споживачам.

З огляду на результати проведеного дослідження господарської діяльності монопольних утворень Львівської області зазначимо, що у більшості випадків в органах Державної статистики відсутня необхідна інформація для здійснення адекватного аналізу ринку. Існуючу систему збирання інформації органами статистики можна використати тільки для визначення кількості СГ, які здійснюють свою господарську діяльність у межах певного товарного та територіального ринку.

Для вирішення проблем зі збиранням інформації для дослідження конкурентного середовища і було створено Міжвідомчу робочу групу зі статистичного вивчення монопольного сектора в економіці України, але через нерозголошення результатів її роботи доходимо висновку, що діяльність такої робочої групи є менш ефективною, ніж могла б бути діяльність рекомендованої нами Комісії з питань вивчення умов конкуренції, члени якої не поєднують виконання функціональних обов'язків кількох органів системи формування конкурентної політики, а виконуватимуть тільки ті функції та обов'язки, передбачені положенням про створення Комісії з питань вивчення умов конкуренції.

Зазначена вище моніторингова діяльність безпосередньо повинна бути врахована у роботі органів регулювання конкурентних взаємовідносин. За результатами проведених досліджень, а зокрема, на основі схем процесу роботи органів регулювання щодо дотримання конкурентного законодавства у Великобританії[9] пропонуємо при регулюванні конкурентних взаємовідносин застосовувати схему роботи органів регулювання (рисунок).

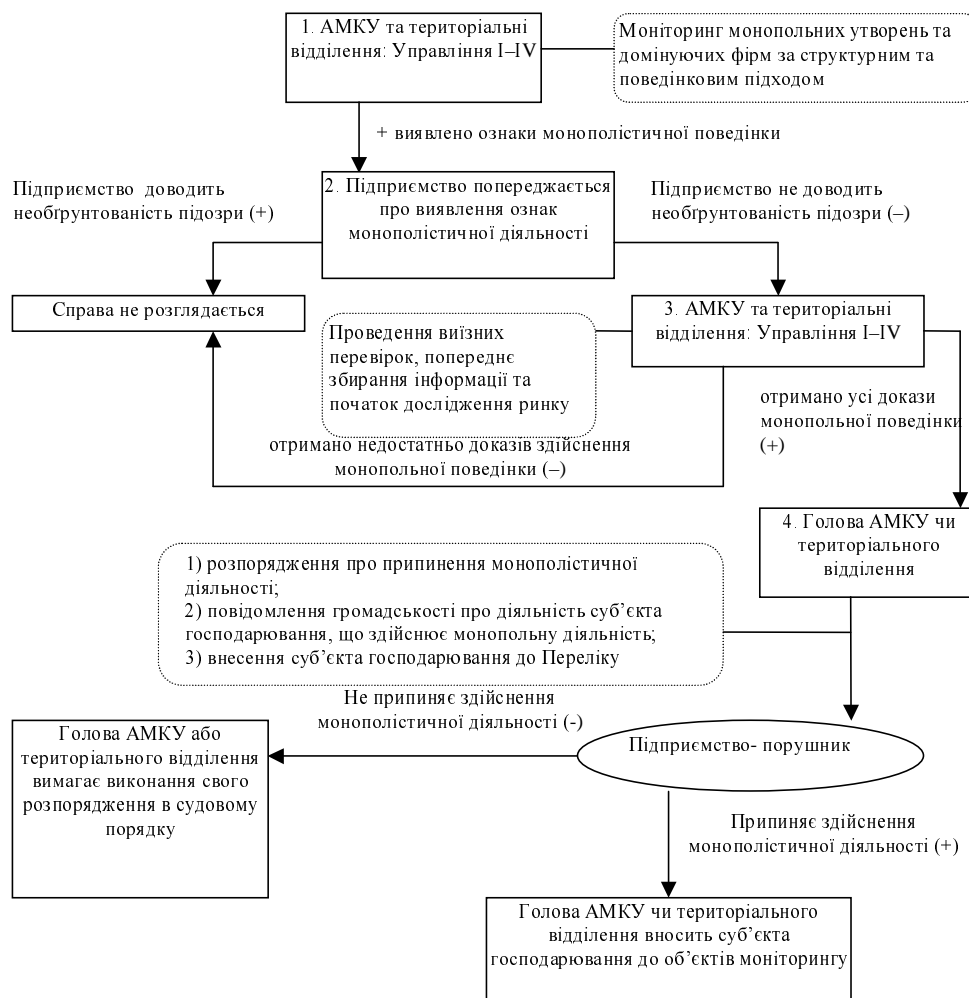


Схема роботи органів регулювання конкурентних взаємовідносин в національній економіці

Результати аналізу законодавчо-нормативної бази свідчать, що для СГ в досягненні економічної ефективності при здійсненні господарської діяльності вагомою перешкодою стають численні перевірки різноманітних органів державного регулювання. Встановлено, що АМКУ та його територіальні відділення можуть здійснювати як планові, так позапланові виїзні перевірки. Для спрощення роботи органів АМКУ та для створення сприятливої атмосфери у веденні господарської діяльності пропонуємо ліквідувати планові виїзні перевірки, а здійснювати перевірки у випадку, коли підприємство не довело необґрунтованість підозр в монополістичній поведінці, і органи АМКУ розпочинають дослідження ринку.

Щодо моніторингу монополізації ринків, то В. Власюк наголошує на необхідності тісної співпраці державних органів і спеціалізованих недержавних закладів, в тому числі консалтингових та маркетингових компаній<sup>[10]</sup>. У наведеній схемі (див. рисунок) наголошувалось на необхідності інформування громадськості. Підтвердженням цієї тези є результати інтерактивного опитування, яке проводило ТРК ЕРА 10 квітня 2003 р. З 1224 осіб, які подзвонили в студію, на запитання: „Чи потрібна монополія?” відповіло: 45% – ні, хочу конкуренції; 25% – так, я звик до монополії; 30% – що таке монополія? Результати проведеного опитування свідчать про низький рівень інформованості населення про проблеми монополії, необізнаність громадян – як фізичних, так і юридичних осіб про можливості їх участі у формуванні конкурентного середовища. Доказами цього стали результати проведеного аналізу участі фізичних та юридичних осіб у відкритті справ АМКУ та його територіальних відділень.

З прийняттям нового Розпорядження[11] АМКУ позбавив свої територіальні відділення можливості брати участь в організації підготовки та навчання спеціалістів з питань, що належать до компетенції відділення, а також організації виконання науково-дослідних робіт з питань проведення конкурентної політики, розвитку товарних ринків. Такий стан справ не сприятиме покращанню конкурентного середовища, особливо на регіональному рівні.

З огляду на вищезазначене доходимо висновку про необхідність посилення роботи територіальних відділень, зокрема налагодження співпраці з фізичними та юридичними особами, а також з регіональними відділеннями Держінспекції з контролю за цінами для ефективного моніторингу діяльності монопольних утворень та домінуючих фірм на регіональних ринках.

**Висновки.** Для створення конкурентного середовища в національній економіці необхідний відлагоджений механізм регулювання, який застосовували б у своїй діяльності компетентні державні органи, що беруть участь у формуванні конкурентного середовища. Результати проведених досліджень дозволили зробити висновок про необхідність удосконалення діючого механізму. З огляду на важливість термінологічного наповнення вважаємо за доцільне розмежувати поняття термінів „монопольна фірма” та „домінуюча фірма”, що підтверджено аналізом теоретичного та законодавчо-нормативного матеріалу та чітко розподілити якісні характеристики, що пропонується використовувати для державного регулювання конкурентних взаємовідносин.

У процесі формування конкурентного середовища важливим є групування та класифікація СГ, які є безпосередніми учасниками конкурентних взаємовідносин, з огляду на що акценти на структурному та поведінковому підході рекомендується застосовувати у Методиці визначення монопольного (домінуючого) становища СГ на товарному ринку та в процесі віднесення СГ до Переліку СГ, що займають монопольне (домінуюче) становище на ринках загальнодержавного та регіонального рівня.

Для створення та підтримки конкурентного середовища важливим елементом є інформаційне середовище, яке позначається недосконалістю та закритістю, що було виявлено в ході аналізу. Для удосконалення роботи антимонопольних органів та інших органів, які беруть участь у формуванні конкурентного середовища, великого значення набуває моніторингова діяльність, яку згідно з пропозиціями повинен здійснювати АМКУ. В ході проведеного дослідження виявлено і охарактеризовано базові елементи моніторингової діяльності, використання яких дозволить підвищити ефективність роботи антимонопольних органів.

Важливим аспектом є оптимізація співпраці усіх учасників процесу створення та підтримки конкурентного середовища. З цією метою було проаналізовано функціональні обов'язки усіх учасників вищевказаного процесу, результат якого дозволив нам дійти висновку про необхідність створення нової структури – Комісії з питань вивчення конкурентного середовища.

1. Коновалюк В.И. *Теоретические аспекты антимонопольной деятельности государства // Социально-экономические аспекты промышленной политики: Сб науч. тр./ НАН Украины. Ин-т экономики промышленности // Ред.: А.И. Амоша (отв. ред.) и др. – Донецьк, 2002 – С. 378 –385.*
2. *Методы определения монополю высокoй (низкoй) цены и монополю прибыли/ Авт. коллектив Н.С. Батаева, И.В. Гречишкина, А.А. Никифоров, А.Н.Чеканский, А.Е. Шаститко (руководитель); Бюро экон. анализа – М.: ТЕИС, 2001. – 208 с.*
3. Шерер Ф., Росс Д. *Структура отраслевых рынков: Пер. с англ. – М.: ИНФРА – М., 1997. – VI, 698 с.*
4. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. *Теория организации отраслевых рынков: Учебник. – М.: ИЧП “Издательство Магистр”, 1998. – 320 с.*
5. *Бюлетень законодавства і юридичної практики України. – 2001. – №1: Антимонопольне законодавство України. – 416 с.*
6. Саниахметова Н. *Конкурентное законодательство в государствах с развитой рыночной экономикой// Підприємництво, господарство і право. – №4. – 2003 – С. 5–8.*
7. Борисенко З. *Перше десятиріччя конкурентної політики в Україні // Економіка України. – № 11. – 2003 – С. 4–8.*
8. Марцин В. *Конкуренція як засіб антимонопольного регулювання товарних ринків// Регіональна економіка. –2003 – №3. – С. 35–44.*
9. Станько Н.Л. *Державне регулювання економічної конкуренції та обмеження монополізму // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. – 2002. – С. 343–350.*
10. Власюк В. *Методическая полемика // Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України. – 2003. – №3 – С. 37–41.*
11. *Розпорядження Антимонопольного комітету України „Про затвердження змін та доповнень до Положення про територіальні відділення Антимонопольного комітету України” від 18 лютого 2004 р., №205/8804.*

УДК 657.412.7

М.Є. Федевич, О.О. Верес

Національний університет „Львівська політехніка”

## **ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НЕДЕРЖАВНИХ ПЕНСІЙНИХ ФОНДІВ В УКРАЇНІ**

© Федевич М.Є., Верес О.О., 2004

**Розглянуто досвід зарубіжних країн з питань створення і діяльності недержавних пенсійних фондів як фінансових посередників, визначено основні проблеми функціонування таких установ в Україні. На основі проведеного аналізу запропоновано шляхи і способи розв'язання проблем у сфері діяльності недержавних пенсійних фондів, описано основні перспективи і позитивні сторони їх розвитку для економіки України.**

**In the article the experience of foreign countries is considered in the questions of creation and activity of unstated pension funds as financial intermediaries, the fundamental problems of such Ukrainian establishments functioning are defined. Ways and methods of problem decisions are offered on the basis of conducted analysis, basic prospects and positives of unstated pension funds development are described for Ukrainian economic.**

**Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями . З огляду на катастрофічне зростання рівня бідності громадян пенсійного віку одночасно із зростанням частки пенсіонерів у загальному складі населення України й, відповідно,**