

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕН НА НЕФТЬ НА МИРОВОМ РЫНКЕ**

В XX столетии была открыта большая часть крупных месторождений нефти с низкими издержками производства. В последние десятилетия минувшего столетия постоянно росло количество открываемых месторождений с небольшими запасами на фоне резкого снижения количества открываемых крупных месторождений. В перспективе ожидается, что изменение обеспеченности запасами нефти будет происходить под воздействием таких факторов, как возрастающие трудности открытия новых запасов для возмещения текущих объемов добычи нефти; концентрация основных мировых запасов нефти в небольшой группе стран - членов ОПЕК.

Колебания мировых цен на нефть происходят главным образом из-за нарушения баланса между спросом и предложением. Немаловажную роль в колебания цен на нефть играют состояние коммерческих запасов нефти и спекулятивные операции нефтяных дилеров. На состояние коммерческих запасов большое влияние оказывают сезонные колебания мировых цен. С наступлением весенне-летних месяцев и завершением отопительного сезона спрос сокращается и цены падают. С наступлением холодов и началом отопительного сезона спрос на нефть растет, что сопровождается соответствующим ростом цен. Чтобы избежать чрезмерного роста цен, срабатывают коммерческие запасы.

При прогнозировании цен на нефть необходимо учитывать, как будет складываться в мире соотношение между спросом и предложением. Спрос на первичные источники энергии, в том числе на нефть, зависит от темпов роста экономики, то есть от роста валового внутреннего продукта (ВВП). При намеченных средних темпах роста ВВП в мире (на период до 2010 г.) 3,2%, ожидается, что потребление нефти будет расти несколько меньшими темпами и составит около 1,5% в год. При таких темпах роста объем мирового потребления нефти вырастет с 3900 млн. тонн в 2001 г. и примерно до 4790 млн. тонн в 2010 г. В долгосрочных прогнозах, когда динамика объема потребления нефти определяется в зависимости от темпов роста ВВП, имеется серьезный источник неопределенности. При этом не принимается во внимание циклический характер развития экономики и возможности возникновения неожиданных потрясений, предсказание которых представляет большие затруднения. Поэтому прогнозируемые цены на нефть могут отклоняться в ту или иную сторону от их фактического уровня. Отклонения могут возникнуть не только от потрясений экономического характера, но и под воздействием политических факторов, а также в зависимости от ужесточения требований, направленных на защиту окружающей среды.

*Reshin Eduard, Riga, Latvia*

## **STRATEGY OF DEVELOPMENT AND ITS KEY COMPONENTS**

The comprehensive marketing research that has been made considering the positive experience and results delivered in Eastern Europe markets, allowed concluded and suggested the following core directions of strategic development for Procter & Gamble:

1. Staying focused on strategic choices that are working.

Our strategic choices are working and remain the right «where to play» choices for at least the next five years. The core categories - Laundry, Hair Care, Diapers and Feminine Care - continue to offer substantial growth opportunities.

2. Building on core strengths in branding, innovation and scale.

These continue to be the strengths that create the greatest advantage for Procter & Gamble and set us apart from competition. We continue to lead innovation and build more new brands than any other consumer products company. In fact, we introduced a number of the top new non-food brands and products in the most recent year reported. And our global scale is a strength few competitors can match.

3. Making key systemic interventions to extract even greater value from our core strengths.

We will do this by creating greater customer value; broadening and leveraging Procter & Gamble brands; developing flexible organization models; and focusing more explicitly on value creation.

4. Strengthening financial discipline with sound cost and cash management.

The right cost structure is important to be able to offer the right products at the right price and remain competitive. We must leverage the new organizational structure, spread fixed cost over a wider volume base and shift into higher-margin, higher-growth businesses. Heightened focus and priority on cash flow is helping drive breakthrough results. The company's latest forecasts indicate capital spending for '02-03 to be at or below 4.5% of sales for the second year in a row. And, we will raise our long-term target for free cash flow generation as a percentage of earnings.

Altogether, stability and further sustainable growth as explicitly proven by the through analysis, might be assured being well supported and driven by the following sub-components:

1. Branding.

We've gone from 10 to 13 billion dollar brands in the past 3 years. How do we do this? By staying close to consumers.

2. Innovation.

Procter & Gamble creates a lot of new brands and categories. We think broadly about innovation - what it is, where it comes from. We're surrounding consumers with innovation at every touch-point.

3. Scale.

We're the global leader in all four core businesses: Laundry, Baby Care, Hair Care and Feminine Protection. We're building even more scale advantage with Procter & Gamble's global organization design, and are now starting to see the full benefits of this unique structure.

*Решина Г., БРИ (Риза)*

## **МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ ЛАТВИЙСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

По выводам Всемирной организации здравоохранения, минимальная сумма, которая должна выделяться на здравоохранение, должна составлять не менее 5% от ВВП. Это минимальная сумма, которую должно выделять на здравоохранение любое государство. По сравнению с другими странами Балтии в Латвии выделяется средств значительно меньше -3,3%; в Литве -5,8%, а в Эстонии -6%.

В настоящее время финансирование здравоохранения в Латвии имеет как бы три ветви: государственная программа, базовая программа и платная медицина. Первую