



КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ  
БІЗНЕСУ та ТЕХНОЛОГІЙ

# ВІСНИК

---

№1(10)2009



**КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ  
БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ**  
04078, м. Київ,  
вул. Білицька, 41/43  
(044) 430 15 77, 353 42 42  
info@kibit.edu.ua

**РЕКТОР:** ЯКОВЛЕВА Олена В'ячеславівна  
— кандидат філософських наук, професор  
**РІК ЗАСНУВАННЯ** — 1961  
**КВАЛІФІКАЦІЙНИЙ РІВЕНЬ:**  
бакалавр, спеціаліст, магістр  
**РІВЕНЬ АКРЕДИТАЦІЇ** — III, IV

#### **ШКОЛА БІЗНЕСУ КІБІТ**

Відкрита у 2004 році.  
Надає повний обсяг  
послуг з бізнес-освіти.  
Діють короткострокові  
програми PDS, MBA.

[www.kibit.edu.ua](http://www.kibit.edu.ua)

Ліцензія АД № 034560  
від 04.05.2012 р.

#### **ФІЛІЇ КІБІТ:**

**БІЛОЦЕРКІВСЬКА ФІЛІЯ**  
09100, вул. Логінова, 39/2,  
тел.: 8 (0446) 333 108;  
8 (04463) 512 77  
e-mail: info\_bc@kibit.edu.ua

**ВІННИЦЬКА ФІЛІЯ**  
21022, вул. Тарногородського, 46  
тел.: 8 (0432) 69 32 62;  
8 (0432) 63 06 77  
e-mail: info\_vn@kibit.edu.ua

**ЖИТОМИРСЬКА ФІЛІЯ**  
10029, вул. Комерційна, 2а  
тел.: 8 (0412) 44 84 07;  
8 (0412) 48-24-50  
e-mail: info\_gt@kibit.edu.ua

**ЗАПОРІЗЬКА ФІЛІЯ**  
69123, вул. 14 Жовтня, 15  
тел.: 8 (061) 270 60 87;  
8 (061) 277 00 81  
e-mail: info\_zp@kibit.edu.ua

**ЛУГАНСЬКА ФІЛІЯ**  
91006, кв. Южний, СШ № 51  
тел.: 8 (0642) 711 706;  
8 (0642) 710 798  
e-mail: info\_lg@kibit.edu.ua

**НІЖИНСЬКА ФІЛІЯ**  
16604, вул. Незалежності, 42  
тел.: 8 (04631) 9 03 51/52;  
8 (04631) 7 51 41  
e-mail: info\_ng@kibit.edu.ua

**УМАНСЬКА ФІЛІЯ**  
20300, пров. К. Цеткін, 2  
тел.: 8 (04744) 4 28 20;  
8 (04744) 3 50 44  
e-mail: info\_ym@kibit.edu.ua

#### **ФАКУЛЬТЕТИ:**

#### **■ МЕНЕДЖМЕНТУ ■ ЕКОНОМІКИ ■ ПСИХОЛОГІЇ**

0306

#### **МЕНЕДЖМЕНТ І АДМІНІСТРУВАННЯ:**

менеджмент туристичної індустрії  
менеджмент зовнішньоекономічної діяльності  
менеджмент підприємницької діяльності  
менеджмент промислових підприємств  
менеджмент охорони праці

0305

#### **ЕКОНОМІКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО:**

фінанси  
облік і аудит

0301

#### **СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ НАУКИ:**

психологія праці та управління  
педагогічна психологія  
клінічна психологія

#### **ДРУГА ВИЩА ОСВІТА**

за всіма напрямками

#### **МАГІСТРАТУРА**

за спеціальністю «фінанси»

#### **МАТЕРІАЛЬНО- ТЕХНІЧНА БАЗА:**

власні навчальні приміщення,  
комп'ютерні класи, доступ до Інтернет,  
бібліотека, читальний зал,  
власна поліграфічна база

#### **ПРОФЕСОРСЬКО-**

#### **ВИКЛАДАЦЬКИЙ СКЛАД:**

висококваліфіковані фахівці  
(професори, доценти,  
спеціалісти-практики)

#### **ФОРМИ НАВЧАННЯ:**

денна, заочна

Диплом бакалавра, спеціаліста,  
магістра державного зразка. Студенти проходять практику у державних та комерційних установах. Працює служба працевлаштування студентів. Здійснюються мовні та фахові стажування студентів за кордоном. На запрошення Інституту лекції читають професори з провідних Університетів Західної Європи. Ведеться підготовка до незалежного зовнішнього тестування з математики, української мови та літератури, історії України.

**КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ**

# **В І С Н И К**

Випуск №1 (10)

Київ  
Видавництво КІБіТ  
2009

*Висловлюємо подяку президенту Київського інституту бізнесу та технологій Ірині Іванівні Яковлевій за підтримку видання*

Наукові статті викладачів та студентів присвячені актуальним проблемам економіки, філософії, психології, управління, інформаційних технологій, економічного аналізу сучасного стану України. У статтях викладено результати наукових досліджень та обговорень під час щорічної науково-практичної конференції Інституту “Студент-Дослідник-Фахівець”.

#### **РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:**

**РОМАНЕНКО О.В.**, канд. філос. наук – голова редколегії  
**ЯЗИНІНА Р.О.**, д-р географ. наук – відповідальний секретар  
**МИХАЙЛИЧЕНКО М.В.**, канд. пед. наук  
**ВЕТЧИНОВ І.А.**, д-р. екон. наук  
**РОМАНЮК А.С.**, д-р. фіз.-мат. наук  
**ЄНА О.В.**, канд. екон. наук  
**КАЛІБЕРДА Л.П.**, канд. істор. наук  
**КОНЧИН В.І.**, канд. екон. наук  
**КОРОСТЕЛЬОВ В.А.**, канд. екон. наук  
**ГРИДКОВЕЦЬ Л.М.**, канд. психол. наук

#### **Рецензенти:**

**СКРИПКА П. І.**, канд. філос. наук (Київський національний університет імені Тараса Шевченка)  
**ГАПОНЮК М. А.**, канд. екон. наук (Київський національний економічний університет)

Відповідальна за випуск — **ЯЗИНІНА Р. О.**, д-р географ. наук

---

Вісник Київського інституту бізнесу та технологій  
№1 (10) 2009

Видається з 2004 р.

Свідоцтво про державну реєстрацію  
в Держкомітеті телебачення та радіомовлення  
серія КВ № 880 від 01.06.2004 р.

Засновник: ПВНЗ “КІБІТ” ТОВ

Затверджено до друку Вченою Радою  
Київського інституту Бізнесу та технологій  
Протокол №6 від 21 січня 2009 року

Тираж 500 прим.

Адреса редакції:  
04078, м. Київ, вул. Білицька 41/43  
Телефон для довідок: 8-044-430-32-64

Видавець — ПВНЗ “Київський інститут бізнесу та технологій” ТОВ  
04078, м. Київ, вул. Білицька 41/43  
Телефон для довідок: 8-044-430-32-64  
e-mail: kibit@kibit.edu.ua

За достовірність інформації в публікаціях  
відповідальність несуть автори статей,  
студенти та їх наукові керівники

# ФІЛОСОФСЬКИЙ СВІТОГЛЯД НА МЕЖІ ТИСЯЧОЛІТЬ

---

УДК 17.022.1.(334)

СЕМЕНЮК К.С., к.ф.н.

м. Київ

## ЕТИКО-ЕСТЕТИЧНИЙ АСПЕКТ АНАЛІЗУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

Трансформаційні процеси в умовах глобалізації суспільства вимагають полінаукових підходів до розгляду здавалося б достатньо очевидних питань. Проблема неутилітарної оцінки бізнесу пов'язана в першу чергу з визначенням шляху розвитку українського підприємництва, з орієнтирами, які визначають його місце в глобальній світовій економіці.

В нинішніх високодинамічних умовах розвитку цивілізації підприємництво покликане враховувати людські та соціальні аспекти впливу бізнесу на працівників, споживачів, а також сприяти вирішенню загальнолюдських проблем. Люди, як правило, очікують від бізнесу не лише високих економічних результатів, а й істотних досягнень з точки зору соціальної мети й соціально-культурних інтересів. Україна прагне будувати гуманістично-орієнтовану економіку, а отже, її успіхи на цьому шляху будуть прямо пропорційні рівню досягнень українського бізнесу в культурно-духовній сфері.

Проте, в сучасних умовах ще не можна з впевненістю стверджувати, що у свідомості українського населення слово “підприємець” перестало ототожнюватися з такими поняттями, як “шахрай”, “лихвар”, “пройдисвіт” [1]. Якщо слідувати цим твердженням, то виникає питання: про які естетико-етичні принципи у розвитку бізнесу можна взагалі вести мову? Крім того, виникає питання, чому йдеться про підприємництво в синкретичному контексті і естетики і етики? Чому, наприклад, не спробувати спочатку більш глибоко розібратися тільки з двома парами понять, наприклад: бізнес–естетика; або бізнес–етика? Адже відомо, що дотепер актуальним було питання: “чи моральний бізнес в цілому?” – питання, відповідь на яке й обіцяє стати передумовою, критерієм етичного аналізу ситуацій вже всередині самого бізнесу. Питання: “чи моральний бізнес?” – звучить приблизно так само, як: “чи моральне суспільство, в якому цей бізнес функціонує?” Тому що якщо питання викликає не тим, що в підприємстві існує можливість ігнорувати мораль, то й суспільство не завжди, і не у всіх своїх проявах моральне. Отже, етика бізнесу – це та ж етика суспільства, так само як і естетика бізнесу – це по суті естетика суспільства. Цієї ж позиції дотримуються більшість дослідників. Так, канадський дослідник Д. Брейбрук вважає, що “саме теоретичне визначення спірних проблемних ситуацій, яке спирається

на загальні принципи класичної етики, здатне внести ясність і логіку в систему мотивації бізнесмена, визначити коректну лінію його поведінки” [2]. І далі: “Бізнес, подібно державі, родині й історичним підвалинам християнства, занадто багатогранний, щоб можна було судити про нього з простих позицій добра і зла”.

В історії філософії, етики та естетики легко простежити тенденцію подібного недиференційованого аналізу вищих естетичних і етичних цінностей. Так, ще Аристотель не обмежується перерахуванням різних благ, а спеціально підкреслює, що предметом його розгляду є не просто благо (to agaton), найвище благо (to ariston) [3], яке відбиває його концепцію калокагатії: нерозривна цілісність естетично прекрасного й морально досконалого, що утворює гармонію зовнішнього (естетика людини) і внутрішнього (її етика). Аристотель ототожнює мистецтво, науку й ремесло, що взагалі було притаманне античній філософії, але принципова їхня тотожність, єдність, синкретизм не заважають давати чітку характеристику кожного окремо. З розвитком античного індивідуального господарства термін “калокагатія” як естетико-етичний синкретизм став застосовуватися для позначення практичних і дбайливих хазяїв.

Про аспекти переходу естетичного начала в етичне писали й інші видатні мислителі. Зокрема, Гегель стверджував, що вищий акт розуму, що охоплює всі ідеї, є естетичним актом і що “істина і добро поєднуються родинними узами лише в красі”; Г.В. Плеханов зробив три відкриття в матеріалістичній естетиці, які можна інтерпретувати й у розглянутому нами контексті: по-перше, введення категорії суспільної психології, яка є опосередкованою ланкою між матеріальним вираженням суспільного буття та естетичною творчістю; по-друге, введення принципу конкретного історизму естетичного аналізу – на кшталт того, як утилітарна цінність в онтогенезі й філогенезі стає потім естетичною цінністю; і по-третє, введення принципу перекладу ідеї художньої цінності “з мови мистецтва на мову соціології” за допомогою визначення соціологічного еквівалента даної цінності й оцінки її естетичних достоїнств [4].

Тема співвідношення естетичних цінностей і моралі, естетичної теорії цінностей і етики безпосередньо стосується проблеми бізнесу як у соціально-філософському, так і в соціологічному аспекті даної проб-

леми. Відкривши пострадянське суспільство, бізнес окреслив певне естетично-ціннісне поле, яке повинне підлягати етичній оцінці: гарний бізнес у цілому чи поганий, красивий чи некрасивий, цінність це чи анти-цінність? Така нейтральна оцінка стає необхідною фундаментальною основою розгляду конкретних його проявів вже в будь-якому випадку з позиції моралі – неважливо, претендує він чи ні на винахід якихось нових естетико-етичних норм, на винахід "нової естетики" й "нової моралі". Суть естетико-етичних принципів вітчизняного бізнесу має бути в перевазі духовно-моральних мотивів життєвої поведінки над матеріальними.

Таким чином, в сучасних умовах світове конкурентоздатне підприємництво мусить інтегрувати й акумулювати в себе вже не тільки елементи "економічної активності" або "мистецтва ведення ділової активності"[5], але й елементи естетико-етичних начал: гармонії, прекрасного, експресії, виразності, удосконалення форм і функцій процесу й результату праці підприємців. Сучасний естетико-етичний аспект бізнесу, якщо говорити термінами К. Маркса, – це гармонія елементів живої й опредметненої праці, "що здійснюються за законами краси". Зазначений процес становлення естетико-етичного бізнесу реалізується в результаті удосконалення людини у всіх її численних соціокультурних зв'язках і як носія елементів творчості, що орієнтується на удосконалення виробництва, споживання, обміну й розподілу в системі економічних відносин. Емпірично досліджуваний процес впровадження естетико-етичних принципів у розвитку сучасного підприємництва вбачається в сучасному дизайні, наприклад, офісу чи робочого місця, комп'ютера чи автомобіля, житла чи послуг тощо, аж до найдосконаліших естетичних форм сучасних трудових відносин. При цьому під дизайном розуміється не тільки особливий вид проектної міждисциплінарної художньо-технічної діяльності з формування предметного середовища, але й нетрадиційна художньо-конструктивна формотворча діяльність суб'єкта, особливість якої полягає в етико-естетичному способі цілісного формування будь-яких об'єктів матеріального й ідеального середовища. Тому сучасний підприємець повинен володіти не тільки здатністю естетичного освоєння дійсності й здатністю до естетичної діяльності, але й володіти діловою етикою.

Наше розуміння дизайну як етико-естетичної формотворчої діяльності підприємця пов'язано з визнанням первинності художнього конструювання в бізнесі як особливої творчої діяльності, підлеглої комерційним завданням сучасного промислового виробництва, твердим законам ринку й попиту масового споживача на промислові вироби високої якості, які змушений враховувати підприємець. Такий дизайн може істотно підвищити конкурентоздатність вітчизняних товарів та послуг на світовому ринку. Тим самим ми порушуємо питання не тільки про дизайн вітчизняних

підприємницьких відносин і поведінки, але і про соціологію сучасного бізнесу в естетико-етичному контексті.

Наступний аспект визначається як наявність тієї важливої обставини, що естетико-етичні основи ділової активності підприємця втілюються в його успіху, який досягається сьогодні шляхом створення конкурентоздатного продукту на ринку – такого продукту, продаж якого пов'язаний з його кінцевим естетичним споживанням: з його престижем, іміджем, торговою маркою, брендом, гарантованою якістю, з повною задоволеністю споживача сукупністю всіх якісних характеристик, включаючи естетичні та етичні.

У ринковій ситуації, коли об'єктом етико-естетичної оцінки виступає конкурентоздатний продукт, це означає, відповідність його доцільної форми й споживчих властивостей естетико-етичним особливостям сприйняття "конкретно-історичного споживача". Такі особливості складаються під впливом багатьох соціокультурних факторів, і в підсумку виникає те, що К. Кантор визначав як "історично визначену форму естетичної доцільності"[6]. Такого роду ринковий продукт створюється саме підприємцем – людиною за своєю сутністю вільною, розкутою, творчою, діяльність якої подібна до мистецтва, яка ґрунтується на особливому настрої і стані душі, які є формами ділової романтики й засобами реалізації людиною властивих їй потенцій. Тим самим не тільки споживач, але й підприємець формує естетико-етичний бізнес, про який ми говоримо. Естетико-етичний бізнес втілюється у відповідному підприємницькому відношенні до світу й підприємницькій поведінці. Підприємницьку поведінку можна визначити як поняття, що позначає специфічний соціокультурний вид активності особистості чи колективу, пов'язаний з можливістю самодостатнього розпорядження своєю творчою діяльністю, ресурсами, результатами праці за всім спектром підприємницької самореалізації: приймати рішення, нести відповідальність, організувати, змінювати зміст інноваційної, ризикованої, самостійної, продуктивної поведінки з метою отримання доходу з елементів невизначеності ринкового середовища. Ментальність, чи дух підприємництва, пов'язаний з новаторським пошуком, незалежністю, креативністю, вірою у свої сили, готовністю до ризику тощо. Підприємець, як справедливо вказував Г. Гінс, живе тим, що творчо створює нові види споживчих цінностей, розширює і поліпшує виробництво, залучає до роботи нових людей, збагачує і поповнює джерела, з яких черпаються засоби на поліпшення благополуччя широких мас. Підприємець – це психологічний тип, у якого, подібно винахіднику, артисту, полководцю є особливі відмінні властивості й таланти. Не всі мають однакові здібності. Подібно тому, як народжуються геніальні артисти, чи вчені винахідники, так народжуються і геніальні підприємці; подібно тому, як бувають більш рішучі й сміливі полководці й політики, так

бувають і більш рішучі й сміливі підприємці. Людина з підприємницькими схильностями бореться за успіх, діє, удосконалює, поліпшує, ризикує, комбінує і, таким чином, “або очищає дорогу іншим, схилиючись перед невдачами і своїм негативним досвідом, попереджаючи від помилок інших, або, навпаки, тріумфує, домагаючись успіху та переваг, таким чином показуючи іншим шлях до успіху” [7]. Усіх підприємців, на наш погляд, і визначає дуже важливе начало: тільки їм властиві естетико-етичні принципи ведення бізнесу.

Таким чином, в рамках глобальної світової економіки, пострадянська філософія бізнесу на Україні має зазнати принципових змін. Бізнес, що еволюціонує відповідно до інноваційних ідей та явищ постійно оновлюваного світового співтовариства, на сучасному етапі, мусить розглядатися крізь призму гуманітаристики. Тому, постановка питання про пострадянське підприємництво й бізнес у соціокультурно-

му естетико-етичному контексті, показує, що сучасна реальна норма підприємницької поведінки повинна бути в сучасних умовах, перш за все, естетико-етичною нормою.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Дряхлов, Н. И., Давыденко, В. А., Юрченко, И. Н. Эстетико-этические принципы в развитии современного предпринимательства: Теоретико-методологические аспекты // Социологические исследования. – 1997. – N 11. – С. 90–99.
2. Braybrooke D. Ethic in the world of business. N.Y.: Roman, 1983. XVII. P. 12.
3. Див.: Аристотель. Соч. М., 1984. Т. 4. Никомахова етика. С. 55.
4. Эстетика: Словарь / Под общ. ред. А.А. Беляева и др. М: Политиздат, 1989. С. 259–260.
5. Див.: Бусыгин А.В. Предпринимательство. Основной курс: Учебник в 2-х кн. / Кн. 1. М: Интерпракс. 1994. С. 7.
6. Кантор К. Красота и польза. М.: Наука. 1967. С. 46.
7. Гинс Г.К. Предприниматель. М.: Посев, 1992. С. 13, 14, 15.

УДК: 101.1+369.71

БІЛЯЄВ М.О., ст. викладач  
м. Біла Церква

### ФІЛОСОФІЯ ТА ПРОБЛЕМА ГУМАНІЗАЦІЇ ОСВІТИ

При читанні нормативних курсів з філософії у вузах України необхідно враховувати ту гуманістичну традицію, яка склалася під впливом таких філософів, як Г. Сковорода, М. Дрогоманов, М. Костомаров, Т. Г. Шевченко, українських революціонерів-демократів. За останній час в українській філософській школі ця гуманістична традиція проявилася досить явно. За цей час було написано ряд цікавих філософських робіт, основним змістом яких виступає людина та її світ. Представниками цього напрямку являються такі провідні філософи України, як В.І. Шинкарук, І.В. Бичко, В.П. Іванов, І.Ф. Надольний, М.Ф. Тарасенко та інші.

Ціль такої гуманізації – підвищити загальний рівень особистості культури студентів, виховувати рівнобіжно освічених фахівців, задовольняти ті культурні потреби та інтереси, які являються у студентів. Це завдання можливо реалізувати читанням різних спецкурсів та спецсеминарів з логіки, естетики, філософії, психології, філософських проблем природничонаукового та технічного знання, соціології, які повинні протягом усіх років навчання студента у вузі, поступово при цьому вдосконалюючись.

При цьому можна таку гуманітарну програму умовно розділити на дві частини: сформувати у студентів початкові уявлення про культуру та стійкий інтерес до неї, бажання до самоосвіти, праці над собою та дати студентам можливість ознайомитись з системою поглядів та оцінок сучасної культури, відобразити загальні та головні риси різних її течій та напрямів. Беручи до уваги ту гуманістичну традицію, яка склалася,

програма філософії у вузі повинна також послідовно розкривати суттєві характеристики людини та її світу – зовнішнього та внутрішнього.

Важливо відповісти також на ряд принципових питань. Одне з головних, на нашу думку – якщо філософське знання за своєю природою політеоретичне, то філософія – це насамперед інструмент осмислення світу, а не його зміни. Це положення повинно знайти конкретне застосування на практиці герменевтичної педагогіки. Іншими словами, якщо філософія так само як і мораль, мистецтво, релігія, наука вимірюється насамперед загальнолюдськими мірками, то вона з необхідністю інтерсуб’єктивна хоча й одночасно персоналістична й поліваріантна плюралістична. В якій же мірі філософія може бути причетна до зміни світу? Адже вона тільки осмислювала світ в цілому та його різноманітні фрагменти. Філософія завжди виступала як індивідуальна теоретично-ціннісна система знань з осмислення світу. Вона була й залишилася “культурою душі”. З цієї причини не випадково мало хто протестує проти індивідуалізації філософського навчання чи використання принципів герменевтики у викладанні філософії, концептуально-методологічного й проблемного характеру викладання філософії.

Таким чином: необхідно радикально вдосконалювати курси суспільних наук, а також, що не менш важливо – змінити форми й методи проведення занять, пошук найбільш ефективних й оптимальних для кожного вузу, факультету, курсу, групи. В цілому єдино правильний і можливий шлях викладання філософії

сьогодні – це діалоговий метод навчання, причому при проблемному характері викладання матеріалу, в співставленні з альтернативними концепціями й системами цінностей.

В даний момент, коли ми усвідомили необхідність переведення гуманізму в інший вимір, що можливо тільки на основі здолання абстрактно-антропоцент-

ристських установок. В центрі гуманізму повинен стати не абстрактний індивід, а буття людини в світі, в єднанні як з природою, так і з соціальним середовищем. В цьому й заключається одна з головних задач оновлення філософського знання у вузі. Без нього неможливо сформувати в суспільстві гуманістичний світогляд, який базується на загальнолюдських цінностях.

#### УДК 17.035+174.4

БУЛАВЕНКО С.Д., ст. викладач  
м. Ніжин

### ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ

*У даній статті йдеться про проблеми формування економічної культури у студентів вищих навчальних закладів. Автор пропонує до розгляду власні змістові-модуси складові економічної культури та категорійну матрицю економічної культури.*

*In this floor the question is about the problems of forming of economic culture at the students of higher educational establishments. An author offers the own constituents of economic culture and general structure of economic culture to consideration.*

Найголовнішим завданням суспільства є виховання особистості, для якої найвищим ідеалом є єдність особистих та національно-державних інтересів. У Конституції України Ст. 23 зазначається: "Кожна людина має право на вільний розвиток своєї особистості, якщо при цьому не порушує права й свободи інших людей та має обов'язки перед суспільством, в якому забезпечується вільний і всебічний розвиток її особистості". У Національній доктрині розвитку освіти звертається увага на те, що "...виховання громадянина має бути діяльним, чітко спрямованим на мету, суголосним у теорії і практиці, по орієнтованим на самопізнання й пізнання світу, на його перетворення й само творення у світлі найвищих гуманістичних та національно-державницьких ідеалів, на розвиток історичної пам'яті почуттів і понять совісті й честі, особистої гідності й національної гордості за свій народ, за приналежність до його держави, мови, культури, традицій і діянь українських світочів-державотворців, освітян, учених, хліборобів, полководців, винахідників, письменників, художників, композиторів, архітекторів, діячів театру й кіно, творців Конституції, філософсько-гуманістичних концепцій, теорій, космологічних та землезнавчих гіпотез і відкриттів, великих аналітиків минулого і сучасного та пророків майбутнього" [4 / 9].

Через культурні традиції, спадкоємність поколінь майстрів здійснюється зв'язок часів, що оберігає суспільство і цивілізацію від катастрофи "здичавіння". Виховання, освіта, формування культури поколінь – завдання та обов'язок вищих навчальних закладів. Але сьогодні проблеми культури, культурної технології, культурного забезпечення соціального розвитку, ставши першорядними у вирішенні багатьох завдань, залишаються поки що маловивченими на рівні приклад-

ного знання, тоді як виховання і освіта – важлива частина культури, а сама культура – їх головна передумова. Суперечності й деформації їх взаємодії ще й до тепер зумовлюють складність сфери культури з-під дії "залишкового" принципу соціальної політики. Саме тому освіта й сьогодні несе в собі відбиток дефіциту культури, який можна ліквідувати тільки в умовах послідовного й цілеспрямованого розвитку оновленої культури в цілому. Ще академік Д. С. Лихачов зазначав: "...Без культури в суспільстві немає... моральності. Без елементарної моральності не діють соціальні закони, економічні закони, не виконуються вказівки і не може існувати сучасна наука..." [6 / 132].

Ставлення суспільства до культури й уявлення про неї в свідомості людей завжди конкретні. Довгий час було поширено уявлення про культуру як сукупність знеособлених цінностей: результатів праці, наукової і художньої творчості. Це уявлення супроводжувало процеси відчуження особи від культури й сприяло знеособленню культурної політики. Але культура – це творчий потенціал людей, і їх духовне багатство, і моральність. Це також і якість ставлення до людей, їх праці, природи, соціальних інститутів, тобто якість, виражена в технології культури, в особистісній культурі.

У міру здійснення перебудови повинне розширюватися поле культури, відбуватися інтенсивне нарощування культурного шару, що забезпечує якість перетворень. Вже почав діяти культурний чинник перебудови, зокрема у сфері освіти і виховання. Їх культуроємність – барометр культурної ситуації в Україні. Якщо в освіті відтворюватимуться застійні, консервативні тенденції, то і в суспільстві їх дія може посилитися. Гуманізація та демократизація освіти

й виховання – ключ до гуманізації і демократизації суспільного життя.

Економічна освіта й виховання служать основою, яка формує тенденції гуманізації або дегуманізації суспільства, яка може деформувати або, навпаки, укріпити основні характеристики суспільно-економічного життя.

А.І. Дзундза зазначає: “Соціально-економічна культура українського суспільства, будучи важливим фактором розвитку економіки, переживає останнім часом істотні зміни. Розвиток господарства країни уповільнений через низку причин. Однією з них є несформованість соціальних та економічних якостей фахівців, їхня невідповідність до професійної діяльності в нових економічних умовах життєдіяльності соціуму. Незалежно від професійної спрямованості сьогодні кожному фахівцю потрібні знання нових соціально-економічних законів, розвинені якості економічного мислення, переосмислення системи цінностей. До того ж, в нових умовах господарювання в Україні народжуються нові принципи налагодження корпоративних стосунків, нормативи комунікативної культури, закони споживання товарів та послуг, принципово нові умови інвестиційної діяльності” [2 / 5]. Питання значення ціннісного підходу щодо формування особистості досліджували І. Бех, Р. Лозовська, В. Мадзігон, Н. Ничкало, В. Паламарчук, О. Савченко, М. Сметанський, В. Слободан, Т. Суценко, О. Сухомлинська, В. Ужик та інші.

Як було вище зазначено в основі економічного виховання лежить формування економічної культури.

Поняття загальної та економічної культури мають спільні риси, такі як: соціальні якості, що мають формуватися в особистості (справедливість, чесність корпоративність, порядність) та інституціональні якості (критичність і продуктивність мислення, прагнення до набуття нових знань і вмінь, дбайливе ставлення до навколишнього середовища тощо). Певна річ, що економічна культура суттєво відрізняється від поняття культури в її широкому значенні. Проте економічна культура охоплює цінності, норми, потреби, що виникають із суспільно-економічного життя певної економічної системи. Через вплив на свідомість суб’єктів господарської діяльності вона має високу організаційну спрямованість. Певною мірою економічна культура носить декларативний характер, через значний вплив зовнішніх факторів: пріоритет владних структур, рівень споживання в країні, рівень економічної грамотності громадян. Завдяки постійному оновленню соціально-економічних теорій, змінам стереотипів мислення та норм соціально-економічної діяльності економічна культура розвивається надзвичайно динамічно. В економічній культурі можемо виділити як цінності окремої особистості, так і цінності більш високого рівня. Суб’єкти економічної діяльності схильні до збереження та сприйняття традиційних нормативів і способів економічної діяльності за певних умов гос-

подарювання (наприклад у сільському господарстві). Для ринкової економічної системи більш характерною є здатність оновлювати свої традиції і норми з метою пристосування до зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції. Завдяки здатності продуктивно функціонувати за рахунок результатів діяльності носіїв культури й реалізації їхнього творчого потенціалу економічна культура вважається результативною [2 / 57].

Формуванню економічної культури приділяли увагу такі вчені як А. Дзундза, Т. Заславська, Я. Корнаї, Я. Кузьмінов, В. Макеєва, А. Моль, В. Радаєв, Р. Ривкіна, Г. Соколова та інші.

Дзундза А.І. визначає соціоекономічну культуру (СЕК) – як систему, що складається із сукупності узагальнених економічних і соціальних знань, якостей та стереотипів економічного мислення, які функціонально визначають складну систему цінностей, що в свою чергу проявляються в стійких переконаннях людини й нормативах її соціально-економічної поведінки [2 / 55].

Російські соціологи Т. Заславська і Р. Ривкіна зазначають, що “економічна культура – це сукупність соціальних цінностей і норм, які є регуляторами економічної поведінки й виконують роль соціальної пам’яті економічного розвитку: сприятливих чи гальмуючих трансляцію й відновлення цінностей, норм і потреб, що функціонують у сфері економіки і, які орієнтують її суб’єктів, на ті чи інші форми економічної активності” [3 / 10].

Білоруський соціолог Г. Соколова зазначає: “Економічна культура - це засіб взаємодії економічної свідомості (як відображення економічних відношень і пізнання функціонування і розвитку економічних законів) й економічного мислення (як відображення участі в економічній діяльності), що регулює економічну діяльність індивідів і соціальних груп і ступінь їхньої самореалізації у тих чи інших типах економічної поведінки” [9 / 82].

У філософському словнику економічна культура визначається як основна характеристика економічних відношень у соціумі, які виникають між людьми з приводу виробництва, обміну, розподілу і споживання матеріальних благ. У свою чергу економічні відношення визначають всі інші соціальні відношення, є їх базисом [10 / 557].

“Економічна культура: 1) зберігає цінності й норми, які необхідні для подальшого розвитку економіки; 2) накопичує еталони економічної поведінки, економічної активності (наприклад, зберігає традиції майстрів-умільців, традиції економічної взаємодопомоги в колективі тощо); 3) транслює з минулого в сучасність соціальні цінності й норми, що лежать в основі організації праці, інвестування коштів, споживання, розподільчих, фінансових та інших соціально-економічних дій і відношень; 4) оновлює цінності і норми, які регулюють розвиток соціально-економічної сфери, як скарбниця, нормативних уявлень, зразків поведінки” [2 / 57].

Аналіз науково-педагогічної літератури, наші дослідження й досвід практичної роботи дозволили нам виявити протиріччя між:

– динамікою економічного розвитку країни, що висуває вимоги системної організації процесу економічного навчання та виховання особистості і сформованою практикою навчально-виховного процесу;

– реальним рівнем методології формування економічної культури та вимогами соціально-економічних реалій суспільного устрою України до сформованої соціально-адаптованої особистості;

– зростаючим обсягом інформації та обмежених можливостей особистості до сприйняття та засвоєння цієї інформації.

На сучасному етапі розвитку суспільства пріоритетним підходом до проектування цілей та функцій освіти став культурологічний, який орієнтує систему освіти та виховання на рівноправний діалог з особистістю, яка здатна і прагне до всебічного саморозвитку. Особистісна культура формується у різних видах діяльності; повнота розвитку й самовизначення особистості зумовлена діапазоном і змістом її діяльності; якість виховання залежить від якості діяльності та спілкування. При організації виховного процесу, діяльності і самодіяльності студентів (їх самовиховання, самоорганізації, самоврядування та ін.) необхідно виходити з аналізу виховних ситуацій і визначень пріоритетних проблемних напрямів виховної роботи (тобто йти від реальності, а не тільки від ідеалу). Процеси гуманізації виховання й освіти та завдання з формування цілісної культури особистості тісно пов'язані.

Формування культури особистості в системі освіти опосередковується всією соціокультурною ситуацією, що динамічно змінюється, в суспільстві; вона може сприяти або, навпаки, перешкоджати формуванню соціально-адаптованої особистості. Сьогодні вузи, створюючи культурний потенціал особистості, покликані визначати спосіб її життєдіяльності й соціального буття, суб'єктивний зміст її продуктивної діяльності. Залежність рівня сформованості й особливостей культури особистості можуть мінятися в часі, в конкретних видах і сферах соціального життя. На кожному етапі соціального розвитку культивування всіх властивостей суспільної людини, в тому числі й формування її культури, є передумовою продуктивного функціонування суспільства. Успіх перебудови соціально-економічної системи залежить перш за все від людини та її культурного потенціалу, від ступеня сформованості соціально значущих, творчих якостей особистості, від їх практичної реалізації у всіх сферах управління, виробництва, науки, мистецтва.

Підвищити культурний потенціал, олюднити педагогічне спілкування, орієнтувати виховну роботу на інтереси особистості – ці принципи нового педагогічного мислення є альтернативою тим деформаціям, які мали місце. Розв'язання завдань гуманізації виховання припускає збільшення культуросемкості виховання

й освіти як моменту зростання культуросемкості всіх соціальних процесів, що відбуваються в ході перебудови.

На сучасному етапі розвитку економічної освіти, особлива увага звертається на формування особистості пристосованої до життя й праці в ринковій економіці. Проте ще недостатньо розроблені засади економічної освіти, які б відповідали вимогам сучасного розвитку нашого суспільства та менталітету українського народу.

Проблеми педагогіки опинилися сьогодні на перетині багатьох загальнонаукових, соціально-філософських, соціокультурних і етично-естетичних процесів, тому що в їх основі лежить гостра потреба в посиленні творчого характеру всього суспільного життя. Це визначає вимоги до культури економічного виховання.

Крилова Н.Б. виділяє такі вимоги:

**1. Аксиологічна культура виховання.** Ціннісний характер виховання – є непорушною істиною педагогіки. Розвиток основних гуманістичних цінностей – формування в особі добра, істини, краси, справедливості, свободи – характеризує всі кращі, прогресивні педагогічні теорії. Особливо ціннісна орієнтація економічного виховання є актуальною сьогодні, коли стверджуються загальнолюдські пріоритети суспільного життя. Відповідно метою економічної освіти – є розвиток творчої особистості. Гуманізація економічного виховання означає повернення йому загальнолюдських цінностей, рівнозначних для фахівця будь-якого профілю. Не спеціальні знання, уміння та навички, а особисті характеристики – головне, що визначає людину. Саме тому економічні знання, уміння та навички – лише елементарна основа особистості, а всебічно розвинені здібності й ціннісні орієнтації – вищий і ефективний рівень особистого розвитку. Він вимагає і вищої культури економічного виховання, складніших і творчих методів виховання, підготовки загалом.

**2. Технологічна культура виховання.** Педагогічна діяльність тому перестала в масі своїй бути творчістю, що вона замкнулася на тривіальному викладанні вузько трактованих дисциплін.

Тим часом в будь-якій творчій діяльності технологія і методика повинні бути приховані від поверхневого погляду. Цим і визначається ступінь майстерності. Викладач повинен виховувати не спеціально, а впливати на творчий розвиток особистості такими засобами, які найбільше відповідають її власним прагненням, очікуванням і можливостям.

Виховання – це не пряма дія. Це тонкий особистісний вплив, що припускає передачу цінностей і норм культури тільки за умови допуску такого впливу в самосвідомість особи. Особа вибірково ставиться до впливу ззовні: тільки такий вибір (правильний або помилковий, що також треба допускати) може формувати її самобутність. Саме тому виховання поза самовизначенням і самовихованням не буває. Дегуманіза-

ція виховання вирощена на основі нерозуміння обмежень щодо можливостей прямої педагогічної дії, особливо якщо її намагаються здійснити поза спільною творчою діяльністю викладача й студента.

**3. Творча культура виховання.** Педагогіка визначила свою ефективність приблизно, ставила її в залежність від кількості й масовості заходів, тоді як особистість потрібно формувати індивідуально. Складність гуманізації сфери економічної освіти полягає в тому, що в учбових закладах поки не склалися традиції економічного навчання, що формує ініціативну, яскраву й самобутню індивідуальність. І це буде до тих пір, поки не стане нормою спільна творча діяльність викладача й студента.

**4. Культура педагогічного спілкування та комунікативна культура економічного виховання.** Загальновідомо, що особистість виховується особистістю в процесі спілкування, коли партнери в діяльності обмінюються рівноцінною інформацією, знаходять цікаві один для одного слова. Біда в тому, що викладання часто позбавлене не тільки культури особистісного спілкування, але й високої комунікативної культури навчання. Між викладачем і студентом не виникає справжнього творчого контакту, вони мають різні цілі в учбово-виховному процесі й говорять на різних мовах. Гуманність виховання виникає в умовах подолання цих явищ.

**5. Соціальна культура економічного виховання.** Виховання повинне стати відкритим для суспільної дії, мати широке соціокультурне середовище, що забезпечує різноманітність господарчої діяльності студента, його причетність до суспільно-економічних відносини й духовного життя суспільства. Тільки беручи активну участь в суспільно-економічному житті, особистість може сформуватися як громадянин, як суб'єкт соціально-економічних відносин. Тому гуманізація економічної освіти й виховання припускає розширення реальної соціально-економічної практики студента, в якій він міг би різносторонньо проявити свою активність, дістати можливість розвитку своїх здібностей [5 / 142].

На участь особистості в господарському житті суспільства впливають об'єктивні та суб'єктивні фактори. Об'єктивні фактори називаються інституціональними, а суб'єктивні – особистісними. Між цими двома факторами існує певний взаємозв'язок: культурні особливості економічних відносин у суспільстві формують культурні риси громадян, які впливають на інституціональну культуру.

До об'єктивних факторів, що впливають на участь особистості в господарському житті суспільства відносимо: норми економічної культури в суспільних відносинах, які впливають на особистісну форму економічної культури, що вкорінилася у свідомості людей. Суб'єктивними факторами, які впливають на формування економічної культури особистості можна вважати світогляд, рівень сформованості економічного мис-

лення, глибина та якість узагальнених економічних знань, розвиток особистої етики тощо. Тобто, інституціональний аспект економічної культури характеризують ті цінності й соціальні норми, що об'єктивно функціонують у рамках економіки, але корені яких перебувають у суспільних відносинах. Інституціональний аспект економічної культури – це цінності й норми, що характеризують не людей, а економіку як міжособистісну структуру, як сукупність соціально-економічних інститутів [3 / 113–127].

“Найважливішими соціальними інститутами, що насичують економіку цінностями й нормами є освіта й наука. Освіта формує уявлення про наукові закономірності розвитку економіки, особливості ринкових відносин, здійснює цілеспрямоване, систематичне формування в майбутніх суб'єктів господарської діяльності економічних знань, високої організованості та творчої ініціативи, підготовки їх до високопрофесійної праці, умілого, дбайливого ставлення до природи, вироблення звички практично використовувати економічні знання в реальному житті” [8 / 200].

Питання формування соціально-адаптованої особистості в сучасних соціально-економічних умовах розглядалося в роботах С. Архангельського, М. Горлача, А. Денисової, Грищенко, О. Долженка, Г. Китайгородської, В. Лагутіна, Б. Ломова, Н. Побірченка, І. Прокопенка, В. Радченко, Д. Тхоржевського, М. Фіцули, Г. Щедровицького В. Якуніна та інших. Особистісний напрямок діяльнісного підходу до визначення сутності культури розвивали З. Каганова, Н. Крилова, В. Леонт'єв, П. Сивоконь, З. Хелус. Культуру як універсальну систему регулятивів громадського життя, сукупність організаційних форм людської діяльності визначали Е. Соколов, А. Арнольдов, С. Артановський, Л. Коган, В. Межусев, В. Давидович, Ю. Жданов.

Культуру особистості Н.Б. Крилова [5 / 14] характеризує як вираз зрілості й розвиненості всієї системи соціально значущих особистих якостей, що ефективно реалізуються в індивідуальній діяльності (суспільно-політичній, економічній, професійній, науковій, комунікативній тощо). Культура є підсумком якісного розвитку знань, інтересів, переконань, норм діяльності й поведінки, здібностей і соціальних відчуттів. Система знань та інтересів особистості утворює кругозір, який формується на базі інформаційного знання (його показником є діючий понятійний запас). Кругозір, ерудиція особистості розвиваються в процесі пізнавальної діяльності й знаходять вираження в пізнавальній активності та в пов'язаній з нею інтелектуальній активності [1 / 11].

Система переконань утворює світоглядний рівень культури особистості, який формується на базі інтересів, життєвих переваг і ціннісних орієнтацій в процесі різних видів діяльності. Його показником є ідейна позиція особистості. Переконання реалізуються в світоглядній активності, яка виступає ідейною основою всіх форм активності, особливо суспільно-політичної. Система умів і розвинених на їх основі здібнос-

тей утворює рівень практичної діяльності, який формується на базі соціальних потреб і установок в процесі накопичення та реалізації досвіду. Їх показник – продуктивність діяльності. Система індивідуальних норм поведінки й освоєних методів діяльності утворює рівень регуляції соціальної поведінки особи, який формується на базі культурних зразків і принципів поведінки через різні форми спілкування й самовиховання. Вони реалізуються в поведінці, а також творчій активності особи. Система соціальних відчуттів утворює рівень емоційної культури, що формується на базі переживань процесів діяльності й поведінки особи й реалізовується в емоційній активності.

Віддзеркаленням соціальних проблем формування культури особистості являється комплекс наукових проблем, пов'язаних з аналізом структури й змісту особистісної культури, описом її морфології і типології, її функцій, особливостей і механізму становлення та розвитку.

На наш погляд, ефективність розв'язання соціально-економічних завдань особистістю в сучасних соціально-економічних умовах залежить від:

- рівня розвитку критичного мислення особистості;
- рівня усвідомлення сутності розв'язуваних соціально-економічних завдань;
- рівня готовності до прийняття рішення у нестандартних умовах сучасного соціально-економічного середовища;
- рівня усвідомлення соціально-економічної значимості реалізації поставлених завдань.

У Національній доктрині розвитку освіти [7] підкреслюється, що необхідно виховати гармонійно розвинену, творчу особистість, громадянина суспільства. Питання формування та розвитку творчої особистості розглядаються в працях А. Алейникова, В. Ананьєва, В. Бачинина, Н. Бердяєва, Р. Зобова, З. Мазура, Ю. Лотмана та інших.

Кожне суспільство виробило свою методологію формування культури як всього народу, так і кожної особистості зокрема. Проте, можна виділити два основні методи впливу на людей – це ієрархічна субординація, де основним є тиск на людину через примушування та підпорядкування власних дій загальноприйнятим культурним нормам, цінностям, правилам. Зазвичай ці методи в розвинутих економічних системах співіснують. В Україні перевага надається культурним методам впливу на особистість, пошук оптимальних шляхів вирішення соціальних проблем. Формування нового мислення (соціального, політичного, економічного, екологічного), нових, демократичних етичних і психологічних пріоритетів суспільного розвитку, норм міжособових взаємин повинно мати в своїй основі саме культурні традиції і новації. Нове культурне середовище, що сприяє розвитку, самоосвіті й самовихованню особистості, має допомогти в подоланні суперечностей її суспільної психології і свідомості.

Культурна діяльність (у вузькому значенні терміну) є цілеспрямованою діяльністю з оволодіння та спожив-

ання, обміну й створення культурних цінностей, норм, технологій, способів поведінки, з розвитку потреб та інтересів у сфері вільного часу. Вона є практичною підготовкою до виконання в майбутньому кожною особистістю її культурних функцій в трудовому колективі, в сім'ї, в громадських організаціях і неформальних групах.

Значення культурної діяльності полягає в тому, що вона задає і забезпечує реалізацію всебічного соціально-економічного потенціалу майбутнього суб'єкта господарської діяльності й тому впливає на розвиток змісту професійної, суспільно-політичної діяльності й соціальної поведінки. Значною мірою якість культурної діяльності студента знаходить вираз і в його навчальній, науково-дослідній діяльності, в спілкуванні з іншими студентами і викладачами. Вона зв'язує воедино всі різноманітні процеси реалізації культурних функцій у сфері пізнання, творчості, спілкування і відпочинку. Не слід вважати, що до кожного окремого виду діяльності необхідні тільки певні напрями й форми виховання. Особа формується цілісно. Будь-яка діяльність може розвивати всю систему соціокультурних якостей, якщо цілісна сама організація такої діяльності.

Теоретико-методологічні засади формування економічної культури особистості ґрунтуються на наукових позиціях щодо економічних знань, економічної культури суспільства та особистості (С. Сливка, Е. Суйменко, В. Пилипенко, Ю. Балашова, О. Янбулатова, К. Панфьонов, З. Шпунтова, А. Сур'як та багато інших). Аналіз наукової літератури з питань організації соціально-економічної підготовки студентів переконує нас в тому, що сучасні досягнення в педагогіці, а саме поетапне формування розумових дій, оптимізація навчального процесу, дидактика проблемного навчання, діяльнісний підхід у навчально-виховному процесі, ігрове навчання та інше взагалі не використовувалось чи використовувалось дуже поверхово.

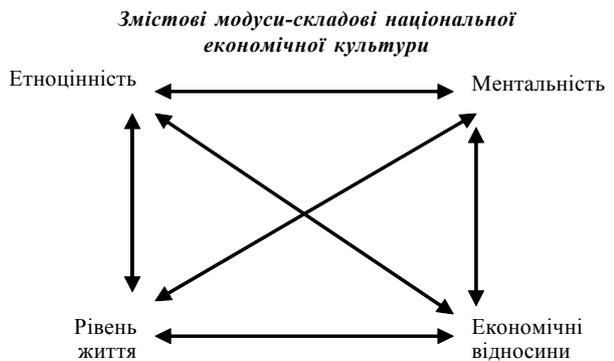
Формуванню економічної культури особистості в сучасних умовах присвячені дослідження А. Денисової, М. Кларіна, А. Колеченко, А. Нісімчука, О. Падалки, О. Пехоти, І. Прокопенка, В. Питюкова, І. Смолюка, Ю. Сурмина, Е. Федорової, М. Фіцули, А. Фурмана, О. Шпака та інших. Проблеми, пов'язані з гуманізацією освіти, досліджували Б. Ананьєв, Л. Божович, В. Зінченко, С. Кара-Мурза, Г. Костюк, О. Леонтьєв, В. Лозова, С. Максименко, О. Скрипченко, О. Сухомлинська, А. Сущенко, І. Кон, та інші. Економічна культура особистості як інтеграційна система якостей поєднує розвинене економічне мислення, світоглядну переконаність, навички суспільної діяльності, відчуття соціальної відповідальності, справедливості. Їх формування можливе тільки в умовах ініціативності студентів. Включення студентів в реальний економічний, господарський процес поглиблює економічну культуру студентів, розширює діапазон їх економічних інтересів, формує конструктивно-критичні властивості економічного мислення, гострого аналізу явищ, що відбуваються, і економічних процесів.

Культура особистості визначається комплексом умов, факторів та якостей. У сукупності соціально-економічних якостей особистості Н.Б. Крилова виділяє шість систем: 1) систему переконань, яка сприяє формуванню світогляду, інтересів, життєвих принципів і ціннісних орієнтацій; 2) систему індивідуальних норм поведінки, на якій ґрунтуються форми саморегуляції; 3) систему соціальних почуттів, яка впливає на емоційний зміст культури і реалізується через емоційну активність; 4) систему соціальних зразків через різні засоби комунікації; 5) систему умінь і здібностей, яка визначає норми і принципи практичної діяльності, рівень соціальних потреб і прагнень; 6) систему знань та інтересів особистості, яка сприяє становленню професійного кругозору, інтелектуальній і пізнавальній активності [5 / 44]. Проте, не нашу думку, для формування економічної культури все ж пріоритетними залишаються загальнокультурні фактори та якості, що виражаються у зв'язках: людина – людина та людина – навколишнє середовище.

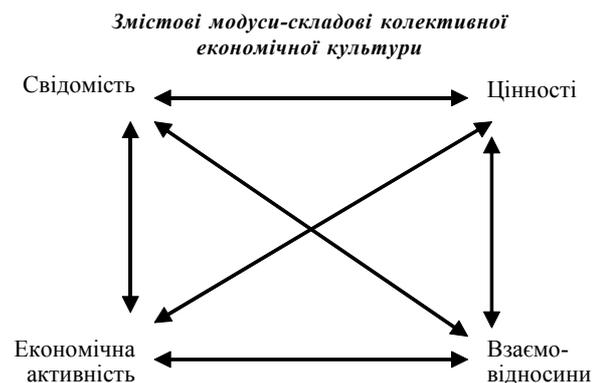
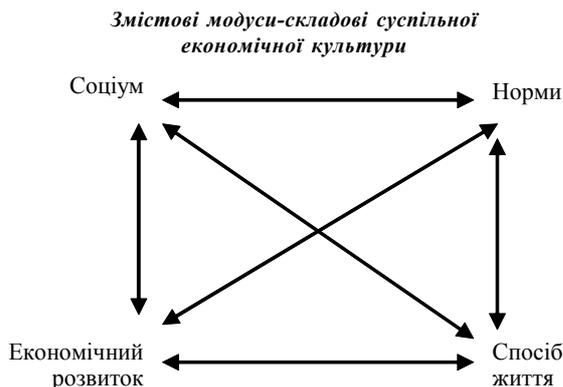
На основі аналізу науково-педагогічної літератури, власних досліджень і досвіду ми побудували змістові модули-складові економічної культури на рівні суспільства, національності, колективу та особливості. Наріжним каменем змістового модулю-складової сформованості економічної культури на рівні суспільства є сформований соціум, з якого випливають і норми поведінки, як окремих людей, так і суспільства загалом, законодавчі норми, моральні норми, робота економічних механізмів тощо. У сукупності всі норми певного соціуму лежать в основі життєвого укладу. Тобто, спосіб життя людей буде залежати від нормативних чинників, економічного розвитку суспільства, соціуму, що ми й бачимо при аналізі способу життя в різних економічних системах. І звичайно, від сформованого соціуму, норм та способу життя буде залежати рівень економічного розвитку суспільства. А рівень життя людей певного суспільства впливає на формування соціуму – круг замкнувся. Отже, всі складові матриці економічної культури суспільства взаємозв'язані.

Основою змістового модулю-складової економічної культури окремих етносів (чи народів) є етноцінність, які в свою чергу впливають на формування ментальності цілого народу (про це говорилось вище). Звичайно на основі ментальності, національної свідо-

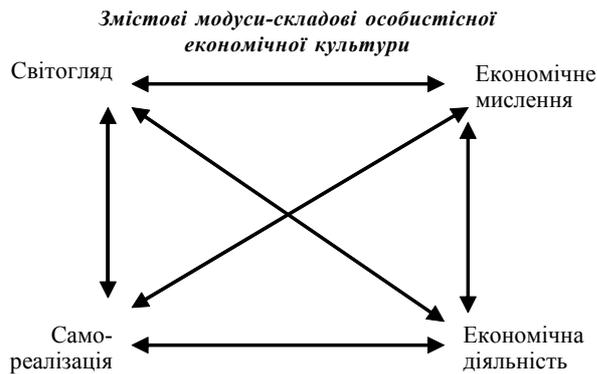
мості та, що не менш важливо, рівня життя установлюються економічні відносини між членами певного угруповання. Та саме в першу чергу від економічних відносин буде залежати рівень життя людей, хоча не можна забувати й про етноцінності та ментальність.



Перейдемо до розгляду наступної схеми формування економічної культури на рівні колективу. В основу даної матриці ми поклали колективну свідомість, яка й зумовлює ціннісні орієнтири групи людей. Залежно від рівня свідомості, переважаючих цінностей та активності членів колективу будуть формуватися взаємні відносини між людьми. Економічна активність всієї групи повністю буде залежати від свідомості колективу, сформованих цінностей та взаємовідносин між членами групи. Якщо проаналізувати цю схему на рівні групи вузу, то ми отримаємо такий результат. У групі зазвичай є лідер, який впливає (зазвичай неформальний лідер) на свідомість групи стосовно поведінки, навчання, відпочинку тощо. На основі сформованої у групі свідомості, чи то позитивної, чи то негативної у студентів формуються переважаючі цінності життя. Якщо лідер позитивно впливає на свідомість, то цінності будуть більш зрілими, матимуть позитивне налаштування на процес навчально-виховної роботи. Якщо ж у групі формується низька свідомість, то наслідком буде цинічне ставлення до перебування у вузі. Взаємовідносини в таких групах будуть протилежними. Якщо на першому курсі складеться творча, робоча атмосфера, на другому – взаємовідносини будуть будуватися на основі авторитетів. Від взаємовідносин буде залежати активність студентів стосовно навчально-виховної діяльності: активна творча діяльність чи пасивне споглядання та бездіяльність.



Остання схема розкриває сутність формування економічної культури на особистісному рівні. На формування світогляду людини впливають як зовнішні, так і внутрішні чинники. Проте, в основі економічного мислення особистості лежить сформований світогляд. Залежно від рівня (здатності) економічного мислення особистість здійснює чи здійснюватиме в майбутньому свою економічну діяльність у суспільстві. Та всі попередні складові матриці зумовлюють самореалізацію індивіда (повну чи часткову).



Проаналізовані четвертинні схеми багатовимірної структурно-функціональної будови економічної культури мають під собою не лише концептуальне, а й онтологічне і суто феноменологічне підґрунтя. Вони відображають емпіричну, повсякденну плінність життєвого процесу диференційовано та ієрархічно. Тому наступним кроком даного дослідження було створення нами категорійної матриці економічної культури, яка б виконувала необхідні теоретико-методологічні функції. В результаті вивчення горизонтальних і вертикальних зв'язків структурних зв'язків аналізованого феномену за допомогою низки філософських категорій (загальне, особливе, одиничне, конкретне й універсальне) ми створили категорійну модель економічної культури. Вона, на нашу думку, має кілька переваг.

По-перше, створена матриця характеризується фундаментальністю теоретичного пізнання того, що являє собою економічну культуру як суспільний феномен.

По-друге, сутність економічної культури обґрунтовується за допомогою національних універсалій, які у взаємодії і щепленні задають цілісний узагальнений образ людського світу, зосереджують історично накопичений етносом соціально-економічний досвід, є своєрідними глибинами програми життєактивності різних спільнот.

По-третє, пропонується матриця розкриває логіку становлення індивідуальної і колективної економічної культури, а також соціо-економічної діяльності, яка конкретизується у змістовій наступності категорій універсалій двох векторів ("соціум – етноцінність – свідомість – світогляд" та "соціум – норми – спосіб життя – розвиток"), що виявляють основний закон

генезису економічної культури як вершинний шлях культууроформування: ідея – думка – відчуття – реалізація – наслідок з одного боку та гена пам'ять – досвід – якості – потреби – наслідок з іншого.

По-четверте, здобута категорійна модель економічної культури відображає загальні та основні національні вартості економічного виховання.

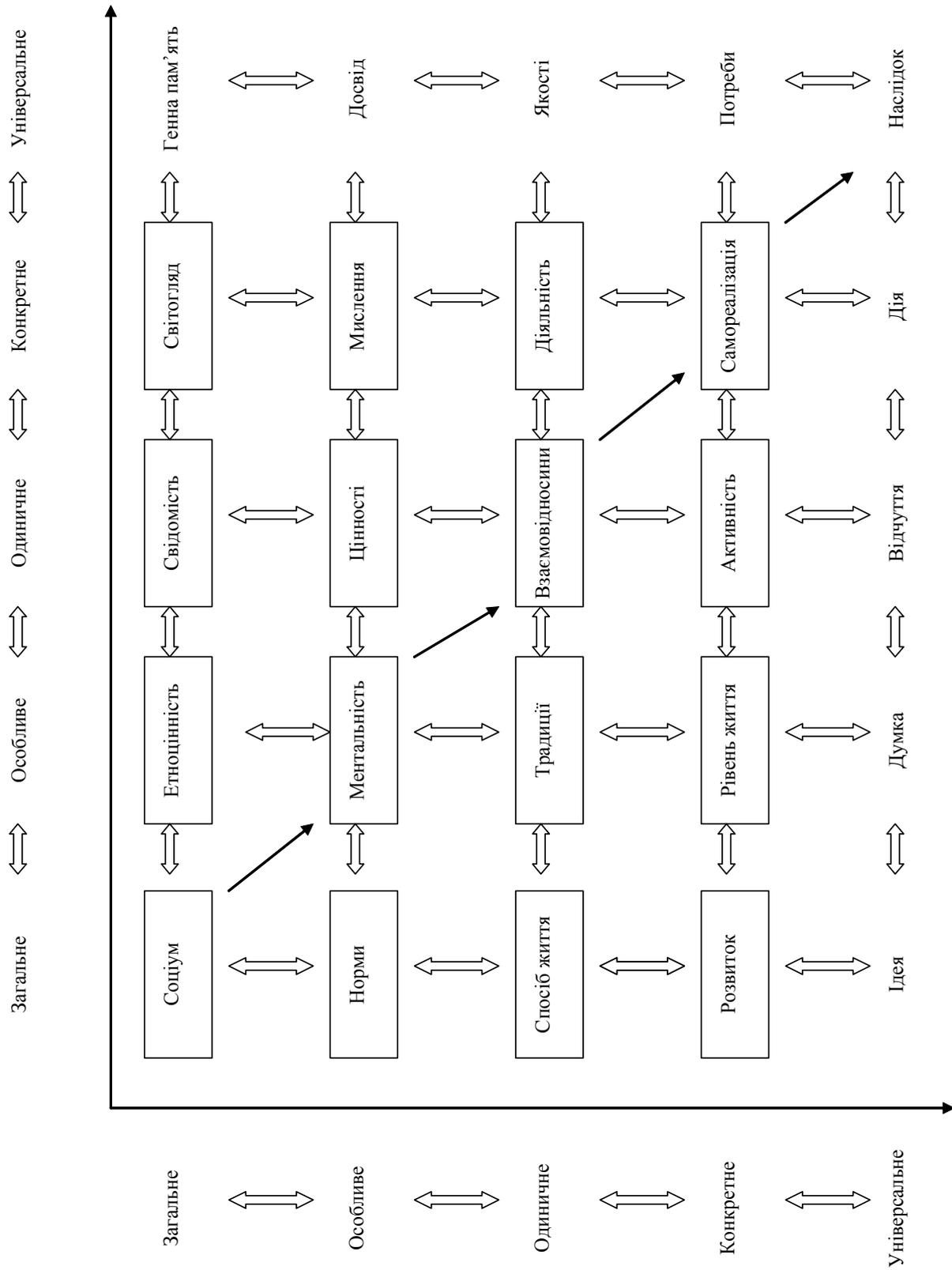
По-п'яте, дана модель може бути використана при формуванні економічної культури викладачами у студентів, для розуміння процесів, що відбуваються на всіх рівнях. А також для практичного використання при розробці різноманітних стратегій навчально-виховного процесу.

Для створення ескізу теорії формування економічної культури особливе значення має використаний метод категоріального синтезу, сутність якого полягає у: початковому виокремленні найуніверсальніших категорій, які в різних аспектах і ракурсах характеризують формування економічної культури; побудові категоріальної матриці як основоположного підґрунтя новостворюваної теорії; проведення синтезу змістових трактувань та інтерпретацій відповідних категорій, їх блоків, систем, що у взаємодоповненні вибудовують своєрідну споруду – теоретичні засади формування економічного мислення.

Проаналізувавши літературні джерела ми дійшли висновку, що, необхідно виділити вимоги до організації процесу формування економічної культури студентів у навчально-виховному процесі. На наш погляд ними є: пізнання і засвоєння ними в навчальній діяльності системи загальнолюдських цінностей; відчуття кожною особистістю себе членом суспільства; неприпустимості використання в педагогічному процесі засобів, здатних принизити особистість; створення для студентів у навчально-виховному процесі необхідних умов для всебічного прояву своєї індивідуальності; гуманізація основ педагогічного процесу; формування чіткої мотивації щодо оволодіння системою економічних знань, економічним мисленням, моральними якостями, суспільно-економічними цінностями, на яких ґрунтується розвиток економічної культури студентів. Саме співробітництво викладача й студента в процесі вирішення творчих економічних завдань передбачає об'єднання їхніх інтересів і зусиль, при цьому студент має відчувати себе не об'єктом педагогічних впливів, а самостійною і вільно діючою особистістю.

Отже, гуманізація навчально-виховного процесу можлива лише при реалізації цілого комплексу вимог, таких як: беззаперечне прийняття особистості студента, стійко позитивне ставлення до нього; прояв поваги до особистості і підтримка почуття власної гідності в кожного; усвідомлення права особистості бути не схожою на інших; надання права на волю вибору й ухвалення рішення; оцінка не особистості студента, а його діяльності, вчинків, досягнень; здатність відчувати (емпатія) кожного студента,

Категорійна матриця економічної культури



бачити будь-яку проблему з позицій студента; врахування індивідуально-психологічних і особистісних особливостей студента (тип нервової системи, темперамент, особливості мислення, можливості, інтереси, потреби, мотиви, спрямованість, сформованість позитивної Я-концепції, активність).

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Байкова Л.А. Воспитание в традиционной и гуманистической педагогике // Классный руководитель. 1998. № 2. – С. 2–11.
2. Дзундза А.І. Аналіз теоретичних та методологічних засад формування соціо-економічної культури студентів ВНЗ України // Педагогіка і психологія формування творчої особистості: проблеми і пошуки / зб. наук. праць. – Київ-Запоріжжя. – 2003 – Вип. 27. – С. 420.

3. Заславская Т.И., Рывкина Р.В. Социология экономической жизни. – Новосибирск, 1991. – С. 256.
4. Кононенко П.П. Концепційні основи програми національно-державницького виховання / Кононенко П.П., Кононенко Т.П. – К.: Т-во "Знання", 2007. – С. 72.
5. Крылова Н.Б. Культурология образования: Учеб. пособие для вузов.– М.: Новая школа, 2000. – С. 212.
6. Лихачев Б.Т. Педагогика. Курс лекций: Учеб. пособие для студ. пед. учебн. заведений и слушателей ИПК и ФПК – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 1999. – С. 523.
7. Національна доктрина розвитку освіти. – К., 2–2.
8. Падалка О.С, Нісімчук А.М., Смолюк І.О., Шпак О.Г. Педагогічні технології. - К.: Українська енциклопедія, 1995. – С. 254.
9. Соколова Г.Н. Экономическая социология. – Мн.: Выш. шк., 1998. – С. 368.
10. Философский словарь / Под ред. И.Т. Фролова. – М.: Политиздат, 1987. – С. 588.

#### УДК 32.019

ЗАМОРУЄВА С.В.

м. Вінниця

### ПОЛІТИЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПАРТІЙНОЇ ЕЛІТИ

Формування громадянського суспільства та сучасна політична ситуація в Україні актуалізували проблему політичної відповідальності. Двостороння відповідальність у суспільних відносинах, а саме, державної влади та громадянина, в процесі розвитку демократії стає важливим психологічним чинником суспільно-політичної соціалізації. Також складності, пов'язані з втіленням на практиці принципів громадянського суспільства, зумовили необхідність більш глибокого вивчення різних підходів до розуміння принципів та методів впровадження на практиці відповідальності перед суспільством керівної верхівки задля забезпечення умов для розвитку демократії в країні. У цьому контексті звернення до проблеми відповідальності політичних партій перед громадянами покликано сприяти подоланню проблеми нелегітимних політичних заходів, які проявляються в певному невиконанні політичних зобов'язань, обіцянок і схвалених суспільством програм.

Актуальність такого дослідження також викликана сучасним соціально-політичним станом країни, зміною ролі політичних партій, лідерів, структури державного управління, у зв'язку з законодавчим реформуванням 2004 року. До того ж, доцільність даного дослідження обумовлюється високою динамічністю політичних комунікаційних процесів саме на стику взаємодії між розвитком демократії і громадянським суспільством, пошуком нових зв'язків та методів політичного управління.

Оскільки політична відповідальність є, безумовно, складовою дієздатного політичного керівництва країни, то ця проблема піднімається багатьма науковцями. Це такі дослідники, як Бабкіна О., Варзар І., Горба-

тенко В., Корнієнко В., Денисюк С., Черленяк І., Пірен М., Мельниченко В., Мишин В. та ін. Але деякі аспекти феномену політичної відповідальності і, зокрема, відповідальності партійної еліти в науковій літературі є недостатньо вивченими.

Тому, метою даного дослідження є вивчення відносин політичної відповідальності між політичними партіями та громадянами в умовах функціонування демократичного суспільства, аналіз специфіки політичної відповідальності та реалізації її в сучасних умовах.

Із визначенням сутності поняття "політичної відповідальності" політичних партій та їх лідерів, аналізом природи цього поняття, розкриттям його структури, визначенням методів форм та механізмів відповідальності політичної еліти пов'язана низка проблем. Зокрема, проблему дослідження зазначеного поняття в сукупності організаційно-правових зв'язків політичного суспільства розробляє Черленяк І., який вдало аналізує структурну та динамічну складність поняття "політичної відповідальності". Ми можемо погодитись з запропонованою класифікацією та структурними рівнями, де розглядається політична відповідальність як окрема група [1].

На наш погляд, особливої уваги заслуговує монографія Мишина В. у якій автор розглядає побудову механізму політичної відповідальності та впроваджені його на практиці шляхом детальної розробки передвиборчих програм з обов'язковою наявністю в останніх системи самостійно запропонованих покарань у разі невиконання ними передвиборчих обіцянок [2].

Значної уваги питанню посилення відповідальності парламентських політичних партій приділяє Варивода Я., розглядаючи її як форму неформалізованих відносин

які з'ясовуються до обраних виборцями політичних сил [3]. Проблеми політичної відповідальності політичних партій з точки зору загального поняття “політичної відповідальності” можна віднайти в працях Пірен М. [4], Торьяника В., Мельниченка В. [5]. Проте у цих дослідженнях не достатньо приділяється уваги політичній відповідальності партій на сучасному етапі в Україні.

На наш погляд, відповідальність у суспільстві виявляє себе різноманітністю форм, тісно пов'язаних між собою серед яких слід виокремити три групи:

- перша включає у себе саме політичну відповідальність політичних партій (політичну відповідальність лідерів партій, політичну відповідальність функціонерів партій);

- друга – юридична відповідальність органів державної влади (політична відповідальність органів самоврядування, політична відповідальність державних діячів, політична відповідальність керівників органів державних установ та організацій, політична відповідальність керівників органів місцевого самоврядування);

- третя – політична відповідальність громадян за вибір влади та контроль за її діяльністю.

Як відомо, після впровадження в Україні нової політичної моделі ключовими суб'єктами політичного життя стали політичні партії, на які (з урахуванням повноважень щодо формування коаліційного уряду) покладається відповідальність за функціонування та розвиток української державності. Тому ключовими передумовами для посилення ролі партій у здійсненні влади слід вважати:

- запровадження пропорційної виборчої системи з голосуванням за закритими списками кандидатів від партій на парламентських та місцевих виборах;

- набуття чинності законом “Про внесення змін до Конституції України” від 8 грудня 2004 р., розширення кадрових і контрольних повноважень парламенту у сфері виконавчої влади, посилення ролі Кабінету Міністрів у здійсненні виконавчої влади;

- запровадження державного фінансування політичних партій (закон від 27 листопада 2003 р.).[3]

Політична відповідальність політичних партій, на нашу думку, має колективно-особистісний характер і коливається від неформальної форми суспільної відповідальності до можливості громадського суспільства усувати від влади політичні партії і сили у разі невиконання своїх обов'язків.

Необхідно також зауважити, що в Україні на практиці майже не реалізується відповідальність політичних партій за свої обіцянки перед виборцями, також не існує закріплення його на законодавчому рівні. Звідси і втрата інтересу виборців до передвиборчих програм партій і мала зацікавленість політичної еліти до відповідальності у інститутах державної влади.

Часто підкреслюється, що відповідальність певної політичної сили за виконання нею своїх політичних обіцянок не тягне за собою юридичних наслідків, отже, чи не єдиним дієвим інструментом політичної відпові-

дальності виступають вибори. Звідси чітко проглядається, що, так би мовити, “чиста” відповідальність має доконечно невизначений характер і полягає в переважно “майбутніх санкціях” (тобто політичну партію, яка не виконує свої зобов'язання перед виборцями і народом, можливо, не оберуть до парламенту наступного скликання)[6]. З юридичної точки зору, політична відповідальність партій є інститутом швидше звичаєвого права, що регулює відносини придбання, утримання і передачі влади. У законодавчій сфері політично панівний прошарок, політична еліта, прагне закріпити свій надзвичайний стан[7].

На наш погляд, до інших форм відповідальності політичних партій слід віднести критику зі сторони ЗМІ, експертів, громадських організацій та інших об'єднань громадян. Більшість експертів та політиків погоджується з тим, що реальна політична відповідальність останніх не можлива без розвиненого громадянського суспільства.

На нашу думку, однією з причин фактично мінімальної відповідальності партій за свої обіцянки в час передвиборчої програми є проблема їх контактування з суспільством (за винятком коротких передвиборчих періодів). До списку партії у більшості випадків приймаються так звані “спонсори”. В політичних партій немає стимулу до зближення з виборцями, адже останні не впливають на склад партійних списків і тому немає в кого вимагати звіту за дії народних обранців[2]. Таким чином, система обраних українським суспільством цінностей не впливає на процес побудови демократичної держави в Україні.

Реалії сучасного суспільства вимагають чіткої побудови механізму відповідальності політичних партій. На нашу думку, він має включати чотири основні моменти: 1 – програма розвитку країни, 2 – політична сила, що взяла на себе відповідальність за її виконання, 3 – виборці, 4 – законодавче закріплення відповідальності партій. Безпосередньо перед народом виставляють на розгляд свої варіанти програми суспільних перетворень та розвитку їх розробники. Так як представлені програми можуть бути оцінені за єдиним критерієм, за кінцевим очікувальним результатом [7]. Програми мають бути представлені з вказаними якісними та кількісними параметрами та чітко визначеними термінами їх реалізації порічно таким чином, щоб очікувальні результати їх виконання народ міг оцінити на практиці й мають містити чітку систему покарань, особисто запропонованих за невиконання програми [8].

Наразі, прийшов час, передвиборчі обіцянки та інші формально-декларативні програми необхідно замінити на абсолютно конкретні економічні політичні та соціальні виборчі зобов'язання, які проходячи певні юридичні процедури мають набувати силу закону та супроводжуватися адекватною політичною відповідальністю влади перед суспільством за їх виконання.

Мають бути розроблені законодавчо-правові норми, які б передбачали політичну відповідальність вла-

ди перед суспільством, тобто оголошення недовіри та відставки органів виконавчої влади а також дострокове припинення повноважень Рад різних рівнів у тому разі, якщо вони не виконали у визначений законом термін взятих на себе виборчих зобов'язань, враховуючи безпосередній контроль ЗМІ та громадських організацій [9].

Така юридична норма по-перше, посилить відповідальність політичних сил перед суспільством за виконання взятих на себе виборчих зобов'язань, по-друге забезпечить ротацию кадрового складу органів державної влади, що сприятиме формуванню конкурентного середовища в сфері політичного, економічного та соціального менеджменту а також на ринку ідей та програм і започаткує процес формування справжньої політичної та управлінської еліти в нашій державі.

Отже, сьогодні проблема розробки критеріїв політичної відповідальності політичних партій, їх лідерів та функціонерів є однією з пріоритетних у суспільстві, й потребує подальшого вивчення. Існування лише циклічного електорального контролю під час виборів, відсутність законодавчого підґрунтя та механізмів зворотного зв'язку з електоратом можуть мати загрозові наслідки для розвитку демократичного суспільства в Україні.

УДК 161.1 (470+571)

КРЫГА Т.И., к. филол. н.  
г. Киев

## ФАКТЫ И ЯВЛЕНИЯ РУССКОЙ И МИРОВОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ В РУССКОМ И СЛАВЯНСКОМ АССОЦИАТИВНЫХ СЛОВАРЯХ

Культура относится к древнейшим явлениям человеческой жизни. Само слово "культура" появилось в римской античности, где оно первоначально означало "агрокультуру", т.е. "обработку", "возделывание", "культивирование" земли. Впоследствии этот смысл уступает другому, связанному с личными достоинствами и совершенством человека.

В середине XX века насчитывается около 150 определений понятия "культура". В настоящее время их число выросло до 500. Культура рассматривается с разных точек зрения. Культуру понимали как степень человеческого в человеке, т.е. внутреннее богатство (философы-просветители, Ф. Шиллер), как стиль жизни народа (Ф. Ницше), как "живая судьба народа" (Н. Бердяев) и т.п. В философском энциклопедическом словаре культура определяется как "специфический способ организации и развития человеческой жизнедеятельности, представленный в продуктах материального и духовного труда, в системе социальных норм и учреждений, в духовных ценностях, в совокупности отношения человека к природе, между собой и к самим

## ЛІТЕРАТУРА

1. Черленяк І. Політична відповідальність як категорія державного управління // Вісник Національної академії державного управління при президентіві України. – 2006. – Вип. 2. – С. 73–81.
2. Мишин В.М. Механизм ответственности власти. – Днепропетровск: Центр политического анализа. – 2001. – С. 55.
3. Варивода Я. Політична відповідальність депутатів Верховної ради та місцевих рад: проблеми взаємодії з виборцями [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ucipr.kiev.ua/modyules.php?op=modload>
4. Пірен М. проблеми професійної відповідальності політико-владної еліти в Україні // Соціальна психологія. – 2007. – №3. – С. 29–35.
5. Мельниченко В. Політична відповідальність у державному управлінні // Віче. – 2003. – №1. – С. 19–24.
6. Грязнова О. Політична відповідальність та народні депутати України [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www1.deputat.org.ua/content/print.php.actionanalytics&ar\\_id929](http://www1.deputat.org.ua/content/print.php.actionanalytics&ar_id929).
7. Головатий М. Кому служить політична еліта // Персонал. – 2006. – №21. – С. 35–41.
8. Чупрій Л. Аксіологічні основи політичної діяльності / Людина і політика. – 2002. - №4. – С. 99–107.
9. Політична відповідальність і влада в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://mediacrimea.com.ua/index.php?newsid=1831>

себе" [2: 293]. Другими словами, культура – это своеобразный продукт творческой деятельности людей, совокупность материальных и духовных ценностей, созданных человеком в процессе истории; это взаимоотношения, сложившиеся в процессе распределения культурных приобретений.

Культура изучается философами, историками, социологами, этнографами, психолінгвистами и другими представителями различных отраслей гуманитарных знаний. Она существует в самом человеке как некий духовный потенциал; она дана каждому новому поколению в виде готовых предметов, вещей и т.д., а также в виде абстрактных форм политики, искусства, литературы и т.д. Как атрибут человечества, она мозаична: состоит из культур различных народов и эпох, имеет специфические пространственно-временные и этносоциальные координаты.

Из представлений о пространстве, времени, самом человеке складывается картина мира как совокупность устойчивых представлений о мире, о месте в нем человека, о его отношении к себе и окружаю-

щим; складываются модели мира и человека, являющиеся основанием культуры. Именно картина мира определяет типологию, самобытность, своеобразие культур различных этносов.

Предмет нашего исследования – русская и мировая художественная культура. Художественная культура рассматривается как целенаправленный способ организации и развития человеческой жизнедеятельности, основой творчества которого является художественный образ: художественный образ воплощается в художественно-выразительном теле актера, балерины, танцора и т.д., в специальных знаковых системах (словесных, музыкальных, изобразительных, визуальных и т.д.), в вещах (например, одежда, обувь) и рождает произведения искусства.

Материалом для анализа послужили Русский ассоциативный словарь (РАС) [3] и Славянский ассоциативный словарь (САС) [4], подготовленные сектором психолингвистики и теории коммуникации Института языкознания РАН на основе массового ассоциативного эксперимента. Ассоциативно-вербальные поля (далее – АВП) и ассоциативно-вербальной сети (далее – АВС) как совокупности ассоциативно-вербальных полей, формируемые из ответов-реакций на заданные слова-стимулы, обладают достаточной репрезентативностью, что позволяет сделать выводы о сознании всех носителей русского языка и культуры. АВС РАС и САС позволяет создать четкую и полную картину культурного опыта усредненной русской языковой личности.

Культура органично связана с языком, являющимся его фундаментом, своеобразным внутренним базисом. Вне языка национальная культура не существует. Поэтому преимущественно язык выступает главным инструментом познания и освоения внешнего мира, критерием типологизации культур, средством определения их различий, особенностей, основным средством общения людей, именно благодаря языку человек имеет возможность знакомиться с другими культурами.

Культурная информация, заложенная в памяти носителей языка, в его АВС и актуализируемая в словах-реакциях, в русском и славянском ассоциативных словарях разбросана по разным статьям – АВП. Особенностью всех АВП является то, что ответы-реакции, вызванные определенными стимулами, часто на первый взгляд не имеют прямого отношения к культуре в целом, к живописи, музыке, литературе, архитектуре и другим видам искусства. Например, одной из реакций на слово-стимул *друг* в АВП выступает словосочетание *песни Высоцкого*; на стимул *рука* – *Паганини*; на стимул *след* – *Ротару*.

Совокупность тех сведений, которые составляют семантическое пространство понятия “культура” в широком смысле слова, представляет необходимую часть владения языком. Эта совокупность, как отмечает Ю.Н. Караулов, “создает тот самый общий для

всех носителей языка апперцепционный фон, или апперцепционную базу, что с большей экономией языковых средств и интеллектуальных усилий обеспечивает, наряду с грамматикой и словарем, их взаимопонимание” [1: 197]. Информация, актуализируемая в АВС парой стимул – реакция, “мозаична” и касается всех областей духовной культуры. В какой-то степени условно в ней можно выделить искусство, религиозно-мифологические представления, памятные места, гуманитарные знания общего характера из истории, философии [1: 197].

В обоих словарях в числе культурного типа реакций наиболее представлены прецедентные феномены (т.е. особая группа вербальных и вербализуемых феноменов, которые известны любому среднему представителю того или иного лингвокультурного сообщества, входят в когнитивную базу этого сообщества [5:148] и отражают в тексте национальные культурные традиции в оценке и восприятии исторических событий и лиц, мифологии, памятников искусства, литературы, произведений устного народного творчества [6:149]) русской и мировой литературы разных жанров, являющиеся тем литературным фондом, которым владеет средний носитель русского языка в возрасте от 17 до 25 лет. Прецедентные феномены в названных словарях задаются в предречевой готовности ассоциативно-вербальной сетью разными способами, в частности: **названием произведения**, легко узнаваемом (*смерть* → *поэта, старик* → *и море, страна* → *Муравия, что* → *делать*); **именем персонажа (сострадание** → *Соня Мармеладова, старик* → *и рыбка, экономный* → *Плюшкин, гнев* → *Тараса Бульбы, повеса* → *Куракин Анатолий*); **именем автора (воскресение** → *Толстой, дым* → *Тургенев, старик* → *Хемингуэй, деревня* → *Пушкин, жизнь* → *Мопассан*); **цитатой или выразительным намеком на цитату (хорошо** → *крошка сын, кровь* → *людская не водица, звезда* → *пленительного счастья, судьбы* → *кто, золото* → *золото, сердце народное*); **указанием на какой-то характерный предмет, действие, явление, место (старик** → *невод, письмо* → *Татьяны, ползти* → *Мересьев*). Информация в паре стимул – реакция позволяет установить некоторое типовое отношение носителя языка к тем или иным прецедентным текстам, их авторам и персонажам. Например, имя Ф.М. Достоевского появляется в качестве ответа на стимулы со значением страдания, сострадания, мучения.

Явления таких видов искусства, как классическая музыка, живопись, архитектура, скульптура в РАС и САС представлены двумя способами:

**именем автора или названием**, а для музыкальных произведений – **и именем исполнителя (утро** → *стрелецкой казни, квадрат* → *черный Малевича, экзамен* → *опять двойка, подлинный* → *Рембрандт, конец* → *Помпеи, памятник* → *Менделееву,*

*лист* → *Ференц*, *голос* → *Шаляпина*, *культура* → *Парфенон* и т.д.

Театр, кино, ТВ актуалізуються в словарях теми же способами: *солнце* → *пустыни*, *белое*, *Белое солнце пустыни*; *талант* → *и поклонники*, *три* → *тополя на Плющихе*, *уйти* → *огородами* (к/ф "Живет такой парень"), *учительница* → *сельская*, *быть* → *Шекспир*, *ну* → *погоды*, *балбес* → *Никулин*.

В обоих словарях встречаются прецедентные феномены, относящиеся к гуманитарным знаниям общего характера из истории, философии, психологии (*спор* → *Сократ*, *великий* → *Новгород*, *знать* → *что ничего не знаю*), мифологии, религии, фольклора (*сын* → *блудный*, *лестница* → *лестница Иакова*, *лик* → *Христа*, *гора* → *Парнас*, *огонь* → *Прометей*).

Объем статьи не позволяет сделать полный анализ данной проблемы, однако даже поверхностный обзор показал, что в обоих словарях в виде прецедент-

ных феноменов представлены все виды художественной культуры как составной части картины мира русских.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Караулов Ю.Н. Русский ассоциативный словарь как новый лингвистический источник и инструмент анализа языковой способности // Русский ассоциативный словарь. Книга 1. / Ю.Н. Караулов, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов, Н.В. Уфимцева, Г.А. Черкасова. – М., 1994.
2. Философский энциклопедический словарь. – М., 1989.
3. Русский ассоциативный словарь / Ю.Н. Караулов, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов, Н.В. Уфимцева, Г.А. Черкасова. – М., 1994. – Книга 1.
4. Славянский ассоциативный словарь / Н.В. Уфимцева, Г.А. Черкасова, Ю.Н. Караулов, Е.Ф. Тарасов. – М., 2004.
5. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. – М., 2003.
6. Немирова Н.В. Прецедентность и интертекстуальность политического дискурса // Лингвистика: Бюл. Урал. лингвист. о-ва. – Екатеринбург, 2004. – Т.11.

=УДК 378.147

МОШКО В.В., викладач

м. Ніжин

### РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Вступ України до європейського освітнього простору актуалізує проблему підвищення якості освіти у вищих навчальних закладах. У зв'язку з цим перед педагогічно – викладацьким складом вузів постають актуальні завдання щодо підвищення репутації своїх навчальних закладів, створення відповідних сприятливих умов навчання, які б гарантували якість освіти випускників та їх конкурентоспроможність на ринку праці. В свою чергу, приєднання до Болонського процесу не повинно призвести до деформації національної освітньої системи, запропоновані ж конвенцією положення слід розглядати як елемент зближення та гармонізації, а не уніфікації фундаментальних принципів функціонування.

Одним з ефективних інструментів адаптації національної системи освіти до європейських стандартів, який відповідає принципам гуманізації, прозорості, інтенсифікації та індивідуалізації навчального процесу є запровадження рейтингової системи освіти. В даному контексті особливого значення набуває організація самостійної пізнавальної діяльності студентів, яка індивідуалізує освітній процес, стимулює творчі здібності студента, а також сприяє розвитку навиків самоосвіти.

Доцільність запровадження самостійної роботи студентів на базі рейтингової системи можна пояснити кількома аргументами:

- потребами суспільства у висококваліфікованих спеціалістах, орієнтованих на безперервну самоосвіту;
- бажанням та можливістю студента становлення власної особистості, самовиховання та організації індивідуально – орієнтованого навчального процесу;
- створення гуманної, прозорої та орієнтованої на виховання особистостей системи вищої освіти.

Організація самостійної роботи студентів на рейтинговій основі передбачає застосування, в першу чергу, особистісно – орієнтованих освітніх технологій:

- активне використання в навчальному процесі проблемних ситуацій, ділових ігор, дискусійних питань, тощо. При цьому, всебічно задіяним є людський фактор, активізується пізнавальна мотивація студента, з урахуванням практичного значення формуються його ціннісні орієнтири.

Запровадження рейтингової системи освіти, в цілому, слід розглядати з двох позицій: з організаційної – перед викладачем проблемним моментом виявляється створення необхідних педагогічних умов щодо забезпечення управління учбовим процесом, з позиції діяльності студента – засвоєння знань відбувається без сторонньої допомоги, виникає необхідність у коректному та адекватному їх відтворенні.

Рейтингова система передбачає, як правило, різнорівневе оцінювання навчання та відхід від п'ятибальної системи. Однак запропонована європейська шка-

ла ECTS дає відповідні можливості для об'єктивного застосування в рамках системи рейтингів. Для студентів використання даної системи також передбачає наявність певних переваг: рівномірний розподіл сил протягом семестру, покращення засвоєння необхідної інформації, забезпечення систематичної роботи при самостійному плануванні часу для навчання. Крім того, диференційованість завдань, що пропонуються студенту на вибір та різні шкали їх оцінювання, дозволяють йому стежити за своїми успіхами протягом семестру та при можливості своєчасно підвищити свій рейтинг за рахунок виконання додаткових завдань. Таким чином застосування рейтингової системи освіти може виявитись ефективною, якщо вона високомотивована та особистісно-значима для студента. При такому підході участь викладача в організації

самостійної роботи полягає у створенні оптимальних умов її планування та подальшого проведення. Позитивним є те, що даний тип організації навчального процесу та окремих його складових не суперечить стандартам організації європейської вищої школи, а виправдовує себе та набуває необхідної життєздатності.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Болонський процес у фактах і документах. – Тернопіль: ТДПУ. – 2003. – 52с.
2. Шейко В. М., Кушнарєнко Н. М. Організація та методика науково – дослідницької діяльності: Підручник для вищих навчальних закладів. – К.: Знання – Прес, 2002. – 259 с.
3. Шишкіні Н. О. Сутність поняття та функції самостійної роботи студентів. – Педагогіка та психологія: збірник наукових праць – Харків: ОВС, 2002. – Вип. 22. – с. 144–149.

#### УДК 348 655.11

ПОШКУРЛАТ А.В., ст. викладач  
м. Київ

### ДІЯЛЬНІСТЬ ДУХОВНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Однією з найважливіших функцій Церкви є підготовка майбутніх пастирів у духовно-навчальних закладах, мережа яких в УПЦ “налічує 5 духовних семінарій, одну духовну академію, 28 духовних училищ та понад трьох тисяч недільних шкіл”.

Від успішності навчально-виховної справи значною мірою залежить розвиток церковного життя. Особисті якості священнослужителя і його освітній рівень, виховання і спосіб життя нерідко виступають визначальними факторами для згуртування парафії і збільшення кількості її активних членів. І в міській, і в сільській місцевості України інформація про ерудованого й високоморального духівника досить швидкими темпами поширюється серед віруючих і мирян. Такі пастирі нерідко стають відомими далеко за межами держави. До них за порадою чи просто священницьким благословінням приїздять з різних, часом віддалених місцевостей. Авторитет священника, як духовної особи, дуже багато важить у середовищі не тільки парафіян, а й самих парафіяльних священнослужителів. Вони також прагнуть мати духівника і нерідко саме до останніх спрямовують і своїх парафіян, які опинилися в нестандартній ситуації.

Особливої ваги авторитет пастиря набуває у великих містах, де парафіяни мають можливість альтернативного вибору духівника. В Києві, обласних центрах і просто великих містах, де існує кілька храмів, можна нерідко спостерігати таку картину: до одного храму в неділю та свята приходить величезна кількість людей, а до іншого, котрий належить до тієї ж конфесії, навідується помітно менше віруючих. Та й в окремих великих церквах, де служить декілька священників,

авторитет деяких з них відразу стає помітним за кількістю віруючих, що стоять у черзі до сповіді.

Саме тому УПЦ приділяє велику увагу навчанню та вихованню пастирів через створення мережі духовно-навчальних закладів по всій території України. Ця мережа весь час вдосконалюється відповідно до потреб Церкви, до потреб життя всієї країни.

У часи початку відродження церковного життя в Україні духовних навчальних закладів було небагато. Так, наприкінці 1991 р, в державі існувало лише три духовні семінарії та 8 духовних училища. За десятиліття незалежності України їх кількість значно збільшилася і на 01.01.2002 р. при УПЦ налічувалося вже 15 духовно-навчальних закладів, у яких навчалось 1805 студентів денного та 2360 - заочного відділення.

Історично в останні десятиліття вагоме місце посідала Одеська духовна семінарія. Рік святкування 1000-ліття Хрещення Русі виявився ювілейним і для цього закладу, котрий відзначив своє 150-ліття. У важкі для Церкви радянські роки (починаючи з 1945 р.) семінарія не припиняла навчально-виховного процесу, витримуючи посилений тиск органів державної влади. За часів правління М.С. Горбачова, тобто за часів так званої “перебудови”, її діяльність стала більш легітимною в очах держави, що обумовило значне збільшення числа студентської молоді. Лише в 1989 р. набір до першого класу семінарії зріс на третину. При цьому в цей час набори до навчального духовного закладу стали відбуватися без наполегливих “рекомендацій” з боку відповідних владних структур. Під час ювілейних урочистостей (святкові богослужіння, засідання і науково-богословські кон-

ференції) семінарію було нагороджено орденом Сергія Радонезького II ступеня.

Характерно, що на ювілей провінційної семінарії прибули, окрім високих духовних осіб РПЦ, поважні представники державної влади – заступник голови Ради у справах релігій при Раді Міністрів УРСР Л.О. Пилипенко, заступник уповноваженого Ради у справах релігій при Раді Міністрів УРСР по Одеській області М.О.Адонін, представники міської влади та громадських організацій. Це був один з наслідків "перестройки" – держава на офіційному рівні брала участь у святкуванні внутрішньоцерковних подій, що мали мінімальний зв'язок з суспільним життям. У подальшому разом з представниками влади на подібних заходах (особливо наукових конференціях) стали частими гостями представники інтелігенції, що стало дійовим засобом взаємозбагачення навчально-виховних процесів у світських та духовних навчальних закладах. В останніх нерідко можна побачити світських викладачів, які викладають частину предметів. Водночас і викладачі-священнослужителі інколи стали запрошуватися для виступів чи лекцій до світських навчальних закладів різного типу.

Про реальні здобутки Одеської семінарії на початку 90-х рр. можна дізнатися з річного звіту в. о. інспектора семінарії протоієрея Васильєва від 13 грудня 1991р. У звіті зазначено, що на 1 грудня загальна кількість вихованців становить 284 чоловік, у тому числі 54 у священному сані. Є й заочний сектор, де навчається 263 священнослужителя. Другий рік при семінарії успішно працює регентське відділення, на якому навчаються 29 вихованок. При семінарії діє недільна школа, де навчаються 200 дітей різного віку. Представники семінарії регулярно ведуть заняття в загальноосвітніх школах та інших навчальних закладах.

Надзвичайно важливою подією церковного життя УПЦ стало відновлення діяльності столичних духовних шкіл, які до часів встановлення радянської влади мали вагомим значення в підготовці священнослужительських кадрів для всієї Російської Православної Церкви. Тільки в кінці 80-х рр. київському духовенству з неабиякими труднощами вдалося відновити давню традицію духовної освіти.

В ювілейний рік (1988 р.) знову стала функціонувати Київська Духовна Семінарія, де викладають 34 педагоги, що отримали вищу, або незакінчену вищу богословську освіту. Спочатку студентів набирали лише на денне відділення, а пізніше й на заочне. Кількість спеціалістів і бакалаврів значно менша від загальної кількості семінаристів. Це пов'язано з тим фактом, що присвоєння звань спеціалістів і бакалаврів було запроваджено в практику значно пізніше, ніж було створено Київські Духовні Академію та Семінарію. А ось як пригадує початок функціонування Духовних шкіл ректор КДАіС, професор, протоієрей Микола Забуга в інтерв'ю 2000 р.: "У 1989 році, через рік після того, як держава віддала Лаврський монастир Церкви,

була відкрита Духовна семінарія. За три роки потому – Академія. Перші студенти були направлені з Одеської Семінарії, а весь набір склався з 98-ми чоловік. Починали з нуля, з двох невеликих приміщень, у яких все було занедбане". Зараз в КДАіС створено дійсну систему духовного навчання майбутніх священнослужителів.

До майбутніх пастирів керівництвом семінарії встановлено цілий ряд деталізованих вимог, котрі відображають характер цього навчального закладу. Наприклад, серед документів, які подають при вступі абітурієнти, значиться рекомендація правлячого архієрея чи парафіяльного священника, затверджена знову ж таки місцевим архієреєм. Такі рекомендації, як правило, видаються лише тим мирянам, які довгий час регулярно відвідують храм, мають певні успіхи щодо внутрішнього самовдосконалення та деякі заслуги перед Церквою. Подібні застереження мають на меті не допустити до виконання пастирських обов'язків осіб випадкових, далеких від Церкви. На іспитах від абітурієнтів вимагають 'рунтового знання "Біблії", осмисленого відтворення молитов тощо.

Навчально-виховний процес у семінарії має чітке практичне спрямування. Більшість навчального часу відведено на ті дисципліни, знання яких необхідно пастиреві в повсякденному церковному житті та спілкуванні з мирянами.

Три роки семінаристи вивчають догматичне богослов'я (4 години на тиждень), Святе Письмо Старого й Нового Заповіту (від 2 до 6 годин на тиждень), церковний спів (2–4 години на тиждень). Усі вищезазначені предмети є необхідними для здійснення і розуміння богослужінь (насамперед літургій, котрі називають "серцем" православ'я) та проведення проповідницької діяльності.

Ще довший період – 4 роки – семінаристи вивчають загальноцерковну історію та історію Православної Церкви на Русі (від 2 до 4 годин на тиждень). Ці предмети спрямовані на розширення історичного світогляду майбутніх священнослужителів і практичне їх значення є дещо меншим. Проте величезні обсяги фактологічного матеріалу зумовили викладання цих предметів протягом всього навчання студентів у семінарії. Чималим є й обсяг вивчення інших суто богословських дисциплін – гомілетики, канонічного права, патристики, церковного устава, основного богослов'я і апологетики, пастирського етикету тощо. Семінаристів ознайомлюють і зі значним обсягом філологічних предметів – майбутні пастирі вивчають церковнослов'янську, грецьку, латинську і англійську мови.

Поряд з цим церковна освіта не замикається сама в собі. Навчальна програма Київської Духовної Семінарії передбачає і вивчення ряду світських дисциплін – історії України (2 години на тиждень), історії культури України (у такому ж обсязі), вікової та соціальної психології (у такому ж обсязі). Усі ці предмети є обов'язко-

вим компонентом освіти першокласників семінарії. Навчання в цьому закладі триває 4 роки.

До 1997–1998 навчального року кількість семінаристів, які вступили до 1-го класу стаціонарного відділення семінарії, весь час зростала (з 46 в 1989 р. до 126 в 1997 р.). У наступні роки на стаціонарне відділення стали набирати меншу кількість семінаристів (у 2001 р. в семінарії всього навчалось 465 чоловік на стаціонарі), оскільки в Києво-Печерській Лаврі, де знаходиться семінарія, абсолютна більшість корпусів належить історико-архітектурному заповідникові, а не УПЦ. І більш великій кількості семінаристів не вистачило б житла. Вплинув на це становище і розкол у православ'ї України – на лаврські корпуси заповідника є кілька претендентів від УАПЦ та УПЦ-КП. Відповідно під гуртожитки для семінаристів виділено мінімум житлової площі, що в свою чергу спричинило складні умови проживання майбутніх пастирів. В гуртожитських кімнатах неймовірно тісно, відсутні умови для навчання.

Навпаки швидкими темпами зростає кількість семінаристів заочного відділення (в 2001 р. на заочному факультеті семінарії навчалось 1867 чоловік). Поширення заочної форми навчання зумовлюється різними чинниками. Найвагомішим серед них є те, що в провінційних парафіях не вистачає священнослужителів і ті пастирі, які вже отримали освіту в духовних училищах та місце в парафії, продовжують своє навчання на заочному відділенні семінарії. Крім цього, ряди зачників-семінаристів поповнюються й чорним духовенством, яке в монастирях висвячується в духовний сан, не маючи відповідної духовної освіти. Навчаються на заочному відділенні семінарії і звичайні монахи, які ще не мають сану й прагнуть отримати духовну освіту.

Окрім Київської і Одеської духовних семінарій, аналогічні заклади функціонують в м. Луцьку (Волинська духовна семінарія), Почаєві, Харкові. Програми навчання семінарій уніфікуються і постійно вдосконалюються відповідно до потреб часу.

Нижча ланка духовної освіти представлена духовними: училищами в м. Сумах, Хусті, Чернігові, Комсомольську (Полтавська область). Цікаво, що в Рівненській єпархії нижчі духовні навчальні заклади функціонують не в містах, а в селах. Духовно-пастирське училище функціонує в с. Межирічі Острозького району, а училище регентів-псаломщиків – у с. Городок Рівненського району. У деяких містах України нижча ланка духовної освіти функціонує у формі богословсько-катехізаторських курсів (м. Львів, Кіровоград).

З 1993–1994 навчального року відновила свою діяльність і славнозвісна Київська духовна Академія. В ній, як і в семінарії, навчання триває 4 роки. І відбувається на двох відділеннях – стаціонарному і заочному. Власне перший набір до Академії було здійснено ще у 1992 р., проте кількість студентів-початківців тоді була в межах одного десятка. Як і для семінарії, для академії характерним є значна кількісна перевага сту-

дентів-зачників (наприклад, при наборі до Академії в 2000–2001 навчальному році на 42 студенти стаціонару припадало 180 зачників). Пояснюється це вищезазначеними причинами – розколом і побутовими труднощами, дефіцитом священників на місцях тощо. За 12 років існування семінарії і 8 років Академії вийшло понад 1600 чоловік з атестатами і 250 чоловік з кандидатським академічним дипломом.

Зміст навчального процесу в Київській Духовній Академії суттєво відрізняється від семінарського. Ряд вельми важливих для пастирської освіти предметів поглиблено вивчають і в Академії (літургіку, догматичне богослов'я, загальну й вітчизняну церковну історію, Святе Письмо Старого й Нового заповіту, церковне право, моральне богослов'я). Водночас з'являються і нові предмети, які вивчаються лише студентами Академії і є елементами власне вищої богословської освіти. Серед біблієзнавчих предметів тут варто назвати Біблійну археологію, Біблійне богослов'я; серед церковно-історичних – історію Стародавньої церкви та Давніх східних церков, історію екуменічного руху, західних конфесій, слов'янських церков, церковну археологію тощо. Для кращого знайомства з оригінальними текстами академісти вивчають давньоєврейську мову та текстологію. Введено до навчальної програми Академії і низку пастирсько-педагогічних предметів. А оскільки духівникам з вищою богословською освітою частіше доводиться спілкуватися з елітарними прошарками суспільства, то в академічній програмі передбачено декілька світських дисциплін – історія філософії (вивчається 2 роки по 2 год. на тиждень), логіка (1 рік по 2 год. на тиждень), педагогіка й психологія (1 рік по 2 год. на тиждень), риторика тощо.

Навчальний процес у Київській духовній Академії є досить важким і напруженим. Далеко не всі майбутні пастирі витримують це випробування до кінця. Певна їх кількість з різних причин покидає Академію задовго до закінчення терміну навчання. Так, із 73 студентів обох відділень Академії набору 1994/1995 рр. закінчили навчальний заклад лише 35, а зі 125 академістів набору 1997/1998 рр. – лише 100.

Високо оцінив рівень викладання в Духовній Академії ректор Київських Духовних Академії і Семінарії професор, протоієрей М. Забуга у своїй доповіді на урочистому акті, що був присвячений 300-літтю Київської Духовної Академії. Він зазначив, що зараз тут викладають один професор, 8 доцентів, з яких – 2 доктори богослов'я, 1 магістр богослов'я, 20 кандидатів богослов'я. Викладацька корпорація складається з 9 випускників Московської Духовної Академії, 4 випускників Санкт-Петербурзької Духовної Академії, 15 випускників Київської Духовної Академії, а також випускників Афінського й Салонікського університетів, Оксфорда й Регенсбурга, а також богословських факультетів університетів Римо-Католицької Церкви. Вчену Раду Київської Духовної Академії очолює Блаженніший Володимир, Митрополит Київський і всієї

України. Існують наукові зв'язки з низкою престижних світських навчальних закладів, зокрема: Міжнародною Кадровою Академією, Києво-Могилянською Академією та Слов'янським університетом, а також Національним заповідником "Лавра". Плідно здійснюється обмін навчальними програмами та студентами. В нашій Академії навчаються студенти з Росії, Білорусі, Молдови, Румунії, Сербії, держав Кавказа, Німеччини, Випускники та студенти Академії (всього 48) також навчалися в університетах Англії, Риму, Греції, Німеччини, Росії.

Виходячи з вищенаведених даних, можна стверджувати, що, хоча Київська Духовна Академія, безумовно, ще не досягла своєї стародавньої величі, вона вже стала одним з головних центрів православ'я не тільки України, але всієї Православної Повноти. Окрім того, вона безперечно виконує свою головну функцію – підготовка кваліфікованих фахівців. "Семінарія, – як зазначив професор М. Забуга, – це задеклароване бажання, а Академія – твердий вибір серйозної людини, яка усвідомлює, що богослов'я і наука будуть переважно сенсом його життя."

Виконуючи свою функцію у підготовці кваліфікованих кадрів, Духовні школи УПЦ намагаються розв'язати задачу "вплести в живу тканину сучасного життя золоті нитки богословських знань і педагогічної мудрості Православ'я, його культурно-історичний досвід, дохідливо розповісти про життєстверджуюче значення основоположних сутностей нашої віри". При тому керівники УПЦ виходять з постулату, що саме православ'я створило українську культуру, українську душу й українську совість.

Велику роль у розв'язанні вищезазначеної задачі відграють понад три тисячі недільних шкіл, тобто майже кожна третя парафія УПЦ має таку школу. Проте Церкві ще не вдається включитися в загальноосвітній світський процес. Хоча священників зараз запрошують в школи, технікуми, вузи, але це поодинокі випадки. Чотири спільні колегії Всеукраїнської Ради Церков з Міністерством освіти України про викладання в школах предмету "Церковна етика" закінчились нічим. Проблема не була вирішена.

Проте, не зважаючи на існуючі проблеми, можна стверджувати, що УПЦ за 12 років після Харківського Собору вдалося створити чітку, потужну систему богословської освіти. Вона починається з недільних шкіл для дітей, розвивається в духовних училищах та семінаріях, і досягає своїх вершин у Київській Духовній Академії, яка стала одним з провідних закладів серед вищих духовних шкіл світу. Все це дозволяє Церкві не тільки зберегти свої позиції в духовному житті України, але й поширювати свій вплив.

90-ті роки ХХ століття, які відзначилися руйнуванням радянської соціально-політичної та ідеологічної систем, одержанням незалежності республіками колишнього СРСР, стали для України початком розквіту релігійного життя - настав своєрідний релігійний

ренесанс. Проте, одночасно, цей період характеризується й багатьма проблемами - міжконфесійне протистояння, внутрішньоцерковні розколи, зокрема в українському Православ'ї, стали серйозним випробуванням для всіх Церков.

Особливо складна ситуація склалася в українському Православ'ї, яке є традиційне пануючим серед віруючих в Україні. Відновлення діяльності УАПЦ і розкол в УПЦ, що виник передусім через проблему автокефалії, вимогу якої підтримали націонал-радикали та певні кола державної влади, викликав неабияку кризу всередині УПЦ. Подолання цієї кризи, багато в чому, відбулося завдяки чіткій внутрішньоцерковній політиці нового керівництва УПЦ на чолі з Блаженнішим митрополитом Київським і всієї України Володимиром (Сабоданом), яке зайняло позицію слідування канонічним законам Церкви та врахування настроїв парафіян.

Подальший розвиток УПЦ на зламі тисячоліть характеризувався формуванням досвідченого, авторитетного керівництва Церкви, збільшенням кількості епархій, активуванням церковного життя, грамотною кадровою політикою, увагою до вдосконалення всіх боків релігійної діяльності – від створення нових парафій до будівництва храмів й активної пропагандистської діяльності в ЗМІ.

Успіхи УПЦ в зазначений період багато в чому залежали від продуктивної кадрової політики, підвалинами якої стало створення системи духовної освіти. Отримавши від минулого тільки одну середню школу – Одеську семінарію, УПЦ увійшла в II тисячоліття з розгалуженою системою духовної освіти, яка складається з недільних шкіл, духовних шкіл, семінарій та Київської духовної Академії – вищого навчального закладу, який відновив свою стародавню репутацію одного з найголовніших центрів Вселенського Православ'я.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Блаженнейший Митрополит Владимир (Сабодан). Экзезиология в отечественном богословии. – К., 1997.
2. Владимир (Сабодан), Митрополит Киевский и всея Украины. Слова и речи. – К., 1997.
3. Пастырь. Митрополит Владимир (Сабодан) глазами современников. – К., 2000.
4. Ігумен Тихон (Софійчук). Чи можливе об'єднання церков в Україні? – К., 2002.
5. Релігія і суспільство в Україні: фактори змін. Мат-ли міжнарод. конференції. 15–16 травня 1998р. – К., 1998.
6. Історія православної церкви в Україні. – К., 1997.
7. Звезда Рождества. Спецвыпуск "Независимости" к 2000-летию Рождества Христова. 1999.
8. Див.: Пастырь... – С.155–156.
9. "Православний вісник" на рубежі 90-х: міжконфесійний конфлікт // Православний вісник. – 2000. – № 2.
10. Свято слов'янської писемності й культури в Києві // Там само. – 1989. – № 8.
11. Бій на ступенях віри – 1990, – № 3.
12. Золотий говір Софії – 1991. – № 1.

12. Телеграма-Протест. Київ. Президія Верховної Ради УРСР.

13. До питання про незалежність Української Православної Церкви // Православний вісник. – 1990. – № 11.

14. Див.: Православна газета. – серпень 1997. – № 6(33).

15. Вісник Прес-служби УПЦ. – Вип.6. – березень 2002 р.

16. Див.: 3 життя Львівської єпархії (листопад) // Світло Православ'я. – 2001. – № 12.

17. Єленський В. Православ'я наприкінці ХХ століття // Людина і світ. – 19; Його ж. Автокефалія // Там само, – 1997. – № 10; Його ж. Молодь і релігія-19; Його ж. У майбутньому все можливо, – 1996. – № 4; та ін. А також: В.Єленський. Релігія, демократизація та суспільний розвиток у посткомуністич-

ному світі: Україна // Релігія і суспільство в Україні: фактори змін. М-ли міжнар. конференції 15–16 травня 1998 р.– К., 1998.

18. Кочан Н. Уроки екуменізму // Людина і світ. – 19.

19. Кудлай О. Міжправославний конфлікт в Україні: позиції сторін // Там само. – 1998. – № 5–6; Петрова І. “Педагогіка любові” // Там само. – 1996. – № 8; Маринович М. Релігійна свобода в Україні // Там само. – 1997. – № 5–6.

20. Саган О. Автокефалія. Між політикою і молитвою // Віче. – 19. – № 10;

21. Уткін О. Пафос миротворництва і соціального служіння // Там само. – 19; Рибачук М. “Свої і “чужі” у храмі // Віче. – 19.

22. Король В.Ю. Православ'я в Україні в рік 2000-річчя Різдва Христового // Трибуна. – 2000, – № 1–2.

## УДК 343.213.1

ПАРПУРАН.

Наук. керівник: БОРТНЯК В.А., викладач

м. Житомир

### ЩОДО ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ ПОНЯТТЯ ТА СИСТЕМИ КРИМІНАЛЬНОГО ПРАВА

Кримінальне право як галузь права виступає для науки предметом її вивчення. Саме наука кримінального права, вивчаючи кримінальне законодавство, з'ясовуючи його соціальне призначення, характер усіх його інститутів, їх ефективність, виявляє практичне значення кожної норми, прогалини в правовому регулюванні, досліджує проблеми вдосконалення кримінально-правових норм. Предметом науки кримінального права є такі соціальні явища, як злочин і покарання. Вона розкриває їх соціальний зміст, юридичні ознаки, з'ясовує підстави кримінальної відповідальності, вивчає проблеми складу злочину, розробляє теоретичні основи відповідальності за попередню злочинну діяльність, співучасть у злочині, дає поняття і класифікацію видів множинності злочинів, зокрема поняття рецидиву злочинів, обставин, що виключають злочинність діяння. Кримінальне право досліджує поняття покарання, визначає зміст його мети, аналізує окремі види покарань, підстави й порядок їх призначення.

Серйозна увага в науці кримінального права приділяється вивченню проблеми звільнення від кримінальної відповідальності та покарання.

Методи кримінального права – це ті способи, прийоми, за допомогою яких пізнаються явища об'єктивної дійсності, що складають предмет конкретної науки. Існують різноманітні методи, якими користується наука кримінального права. Серед них можна виділити основні й допоміжні.

Поняття “кримінальне право” прийнято розглядати у двох його значеннях:

1) позитивне (об'єктивне) кримінальне право як галузь законодавства, виявом якої є Кримінальний кодекс України;

2) кримінальне право як галузь юридичної науки про вітчизняний чинний кримінальний закон і судову

практику його застосування, його історію і теорію, про кримінальний закон інших держав [1, с. 37].

Позитивне право України має такі характерні ознаки: його норми встановлюються лише вищими органами законодавчої влади – ВР України; воно знаходить свій вияв у законах; метод реалізації кримінального закону є специфічним, притаманним лише цьому закону – це покарання особи за порушення нею кримінально-правової заборони [2].

Позитивне кримінальне право України це сукупність норм (правил поведінки), що визначають, які суспільно небезпечні діяння є злочинами та які покарання слід застосовувати до осіб, що їх вчинили. Кримінальне право України поділяється на дві частини – Загальну й Особливу. Загальна частина КК України містить визначальні норми загального значення; їх дія поширюється на всі приписи Особливої частини КК. Ці норми визначають: завдання КК; підстави кримінальної відповідальності; чинність КК щодо діянь, вчинених на території України та за її межами; чинність кримінального закону в часі; поняття злочину; форми вини; обставини, що виключають суспільну небезпечність чи протиправність діяння; стадії вчинення злочину; співучасть у злочині; види покарань; погашення та зняття судимості тощо. Суть і призначення норм Загальної частини КК виявляються лише в органічній єдності з положеннями його Особливої частини. Особлива частина КК містить конкретні норми, які забороняють вчиняти те або інше діяння. Порушенням такої заборони передбачає відповідне покарання. При цьому майже всі диспозиції статей Особливої частини КК визначають діяння з боку однієї особи – виконавця злочину. Умови кримінальної відповідальності за навмисне вчинення одного і того самого злочину спільними діями кількох осіб описані в За-

гальній частині КК (ст. 19 співучасть). Загальна та Особлива частина нерозривно пов'язані між собою. Вони складають єдину галузь права – кримінальне право. Застосування норм Особливої частини можливо лише на основі положень, що містяться в нормах Загальної частини КК. Наприклад, вирішення питання про кримінальну відповідальність за готування до злочину або замах на його вчинення дається у ст. 17. У ній міститься загальне положення, відповідно до якого покарання за такі дії призначається за законом, що передбачає відповідальність за вчинення закінченого злочину. Це означає, що у випадку замаху особи на крадіжку приватного майна дії такої особи кваліфікуються за ст. 17 і за ч. 1 ст. 140. У випадку вчинення злочину співучасниками (організатором, підмовником, посібником) склад злочину співучасників буде визначатися за ст. 19 Загальної частини й за ч. 1 ст. 140 Особливої частини. Кримінальне право вивчає не тільки норми кримінального закону, а й застосування цих норм правоохоронними органами та судом. У результаті дії кримінально-правової норми виникають кримінально-правові відносини між державою та особою, яка вчинила злочин, які є суб'єктами цих відносин. Матеріальний зміст кримінально-правових відносин складає сукупність прав і обов'язків суб'єктів цих відносин. Предметом кримінального права є відносини, які виникають у результаті вчинення злочину й застосування відповідного покарання за його вчинення.

Специфічні, притаманні лише кримінальному праву відносини між особою, яка вчинила злочин проти особистих благ людини, приватних чи публічних прав тощо, і державою, яка охороняє такі блага й інші суспільні цінності, регламентується також специфічним, притаманним лише кримінальному праву методом – застосуванням з боку держави до особи злочинця санкції кримінально-правової норми, тобто покарання. Метод правового регулювання – це сукупність певних засобів, за допомогою яких регламентуються та охороняються стосунки між людьми, між громадянами та організаціями, між громадянами й державою. Метод регламентування кримінально-правових відносин примусовий і застосовується лише до особи, яка вчинила злочин, як правило, шляхом покарання. Кримінально-правовий метод застосовується лише в тому разі, коли: 1) вчинене діяння є суспільно небезпечним і, відповідно до закону, містить склад конкретного злочину; 2) особа, яка вчинила це діяння, була у стані осудності, досягла на час його вчинення встановленого законом віку й підлягає покаранню. В окремих випадках (ч. 3 ст. 10, ст. 46-1, ст. 51) суд може відстрочити виконання призначеного ним кримінального покарання або не застосовувати таке покарання взагалі. Не можна застосовувати кримінально-правовий метод до особи, яка під час вчинення суспільно-небезпечного діяння була в стані неосудності. До такої особи суд може застосовувати заходи медичного характеру, які не є покаранням (ч. 1 ст. 12). Це стосується і особи, яка

під час вчинення суспільно-небезпечного діяння, передбаченого КК, не досягла встановленого законом віку кримінальної відповідальності. До такої особи суд може застосовувати заходи виховного характеру, які не є кримінальним покаранням (ч. 3 ст. 10) [3, с. 215].

Система Загальної частини чинного кримінального законодавства – це певний порядок розміщення загальних (основних) його норм у КК України. Загальна частина КК складається з 5 глав: I. Загальні положення; II. Межі чинності КК; III. Про злочин; IV. Про покарання; V. Про призначення покарання і про звільнення від покарання. У першій главі містяться статті про завдання КК і про підстави кримінальної відповідальності. Глава друга включає статті, які стосуються чинності КК щодо діянь, вчинених на території України й за її межами, чинності кримінального закону в часі. Глава третя містить статті, в яких глумляться поняття злочину, тяжкого злочину, поняття вчинення злочину умисно і з необережності. У цій главі розкрито також питання про відповідальність неповнолітніх, необхідну оборону і крайню необхідність, відповідальність за готування до злочину й замах на злочин, добровільну відмову від вчинення злочину, співучасть у злочині, переховування та недонесення про деякі злочини. Крім цього, глава містить статті, що передбачають можливість суду застосовувати до осіб, які вчинили злочини у віці до 18 років, примусові заходи виховного характеру, а також можливість суду застосовувати примусові заходи медичного характеру до осіб, які вчинили суспільно небезпечне діяння у стані неосудності. У главі четвертій міститься ряд статей: про мету, види і строки покарання, про підстави та порядок призначення конкретного виду покарання. У главі п'ятій чимало статей про загальні начала призначення покарання, обставин, що пом'якшують або обтяжують відповідальність, призначення покарання за кількома вироками, призначення більш м'якого покарання, ніж передбачено законом, про умовне засудження, відстрочку виконання вироку, звільнення від кримінальної відповідальності та покарання, умовно-дострокове звільнення від покарання і заміну покарання більш м'яким, про давність притягнення до відповідальності, давність виконання вироку, погашення судимості тощо.

Система науки кримінального права (Загальна частина). В основу системи науки кримінального права (її Загальної частини) покладена система Загальної частини КК України. Однак у теоретичному плані система науки кримінального права охоплює більш широке коло питань: поняття, предмет, методи й завдання кримінального права; наука кримінального права; кримінальна відповідальність і її підстави; склад злочину; об'єкт злочину; об'єктивна сторона складу злочину; множинність злочинів; основні питання Загальної частини кримінального права іноземних держав тощо.

Кримінальний закон в найбільш широкому розумінні – це система законодавчих актів України та

імplementованих у них положень міжнародних договорів, що містять норми кримінального права [4, с. 17].

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Андрусів Г.В. Кримінальне право України: Загальна частина: Посібник / Г.В. Андрусів, О.Ф. Бантілесев, Б.В. Романюк. – К.: Паливода А.В., 2002. – 124 с.

2. Коржанський М. Й. Науковий коментар Кримінального кодексу України. – К: Атіка, Академія, Ельга-Н, 2001.

3. Голіна В.В. Судимість: Монографія / Ін-т вивч. проблем злочинності, Акад. прав. наук України. – Х.: Харків юрид., 2006. – 383 с.

4. Голубев В. Правові проблеми боротьби з комп'ютерними злочинами // Закон і бізнес. – 2001. – № 37–38. – С.41.

#### УДК 340

РИБАК О.

Наук. керівник: БОРТНЯК В.А., викладач

м. Житомир

### ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАВА

Право завжди пов'язане з суспільним життям людини. Людина є носієм і основним споживачем його приписів (норм) а її інтереси й потреби – джерелом змісту правил поведінки людей в суспільстві. Право забезпечує загальний порядок, що проявляється в суспільній поведінці людей, установ, організацій і держави. Право проявляє себе як загальний обов'язковий порядок, що панує над волею кожної людини. Правове регулювання – це проголошення державою вимог до людини в формі правових приписів, з одного боку, та виконання особою цих вимог (правових обов'язків) – з другого.

Право – це специфічна форма регулювання поведінки людей, сукупність правил поведінки (норм), встановлених або санкціонованих державною владою, що виражають інтереси, потреби та надії переважної більшості громадян, що створили державу з метою захисту їх прав, свобод і власності, стабілізації суспільних відносин, встановлення цивілізованого правового порядку в країні, зміцнення розвитку держави.

Право є юридичною основою для виникнення держави. Держава не може існувати без права [1, с. 213].

Право, на відміну від інших соціальних норм – норм моралі, норм громадських організацій та установ, релігійних норм, має свої особливості.

Держава встановлює чи санкціонує право, яке виражає загальнолюдські інтереси, потреби, певні соціальні стремління і бажання більшості населення, закріплює права та свободи громадян. Особливістю права є те, що воно не лише виражає та закріплює, а й охороняє та захищає загальнолюдські цінності.

Виконання проголошеного державною владою права забезпечується силою державного примусу, який існує незалежно від того, виконуються встановлені правом правила суспільної поведінки добровільно чи примусово. Поза правом, виконання його приписів у державі не може залишатися ніхто. Приписи права є обов'язковими для всіх людей, що проживають на території держави. Для забезпечення цього й необхідна сила державного примусу, що входить до складу пра-

вової норми вже від моменту її проголошення, а проявляє себе тоді, коли правова норма порушена [2, с. 37].

Для права, на відміну від інших соціальних норм, характерні чіткість визначення прав і обов'язків, їх належне розмежування. Моральні норми, наприклад, не завжди відрізняють права від обов'язків. Наприклад, моральний принцип “допоможи ближньому” може бути як правом особи, що діятиме на свій власний розсуд, так і в деяких випадках, зокрема, для лікаря, її обов'язком.

Право об'єднує суспільство, людей в державі, адже всі вони підкоряються однаковим вимогам права, між ними встановлюються відповідні правові відносини.

Право не має регулятивного впливу ні на мрії, ні на помисли, ні на почуття, ні на ставлення до релігії, а тільки на суспільну поведінку людей, на вчинки – активні чи пасивні. Суспільні відносини – це відносини людини з іншими людьми, з різноманітними суспільними об'єднаннями людей, державними установами, службовими особами держави тощо. До суспільних відносин, що регулюються правом, належать також і відносини, що складаються в сім'ї, в колективі за місцем праці, в інших постійних чи тимчасових об'єднаннях людей.

Коли мова йде про право, то мається на увазі єдина система правових норм. В такій системній єдності правові норми діють у взаємозв'язку, взаємно доповнюючи одна одну своїми приписами правил поведінки. Отже, право є система норм, в цьому його особливість.

Право формулює правила поведінки у вигляді прав і обов'язків, зміст яких є формально визначеним, тобто вираженим у відповідній правовій формі, властивій для певної державної влади. Формальна або юридична визначеність правил поведінки полягає ще й в тому, що вони прийняті державою відповідно до існуючих правил, опубліковані, час їх вступу в законну силу конкретно визначений, названа територія, на якій вони будуть діяти, та коло осіб, на які розповсюджується їх дія [3, с. 70].

Право як суспільне явище впливає на суспільні відносини людей. Воно має свої чітко визначені функції. Функціями права визначаються напрями правового впливу на особу. Основних функцій права дві – регулятивна та захисна.

Регулятивна функція здійснюється шляхом владного правового впливу на особу з метою забезпечення такої її суспільної поведінки, яка б відповідала суспільному правовому порядку, що ґрунтується на чинних нормах права.

Захисна функція права характеризується владним правовим впливом на особу з метою охорони її прав і свобод, її власності, суспільних об'єднань громадян, охорони суспільства в цілому.

На підставі дії основних функцій права – регулятивної та захисної, можуть виникати функції другорядні, похідні, наприклад, інформативна функція права, яка інформує особу про її права, обов'язки, свободи та юридичну відповідальність у разі скоєння правопорушення, а також несе особі інформацію про способи захисту цих прав і свобод та боротьби за права.

Право завжди має визначену форму: закон, указ, декрет, постанова, розпорядження тощо.

Право можливе лише як національна система норм, тому право може бути німецьке, польське, французьке, українське тощо. Змішаних за національною ознакою правових систем не існує. Кожна правова система відображає історичні традиції та національні звички, психологічні особливості нації, її потреби та інтереси, умови та можливості її життя. Наприклад, українська національна правова система успадкувала традиції, закладені в історичній правовій пам'ятці – "Руській правді", правовій системі, що діяла в Київській Русі. В "Руській правді" й на сьогодні зберігається важливий для нас правотворчий дух українського народу [4, с. 43].

Говорячи про особливості права, що відрізняють їх від інших соціальних норм, треба звернути увагу на винятково важливе значення правових обов'язків. У співвідношенні між правами та обов'язками провідне місце посідають обов'язки, оскільки від рівня виконання обов'язків залежить рівень прав. Адже права однієї особи залежать від виконання обов'язків іншою особою.

Особливості права полягають ще й в тому, що змінити його приписи або відмінити їх дію може лише та державна влада, яка його встановила чи санкціонувала, або вища в порядку підлеглості державна влада. Тому, наприклад, правові акти, встановлені Президентом України, відмінити, крім самого Президента, ніхто не може. Лише Конституційний суд може зафіксувати невідповідність правового акта Президента Конституції України. В такому разі акт втрачає свою загальнообов'язкову силу.

Право у взаємодії з іншими соціальними нормами виконує своє завдання щодо регулювання суспільних відносин. Важливе значення для права має єдність і взаємодія з нормами моралі в галузі регулювання суспільних відносин [5, с. 115].

Особливою є роль права в правовій державі – роль пануючої над державою і над суспільством системи правил поведінки. Його зверхність у правовій державі є гарантом прав і свобод громадян, захисту їх власності. Зверхність права забезпечується чітким розподілом влади в державі на законодавчу, виконавчу та судову, а також незмінністю їх самостійності в процесі функціонування, взаємодією між ними та взаємним контролем за діяльністю у формах і методах, передбачених Конституцією [6, с. 270].

Наведені ознаки, властиві праву, значною мірою відрізняють право від інших норм соціального регулювання.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Лисенко С.Л., Колодій, В.В. Загальна теорія держави і права. Київ: Либідь, 2006. – 567 с.
2. Зайчук О.В., Оніщенко Н.М. Теорія держави і права. Академічний курс: Підручник / – К.: Юрінком Інтер, 2006. – 688 с.
3. Гладун З.С., Федчишин М.Г. Основи конституційного права України. Тернопіль: Астон, 2007. – 463 с.
4. Буткевич В.Г., Мицик В.В., Задорожній О.В. Міжнародне право. Основи теорії. Київ: Либідь, 2005. – 608 с.
5. Андрусак Т. Г. Теорія держави і права / Фонд сприяння розвитку укр. правової думки та пропаганди державницьких традицій "Право для України". – Львів, 2005. – 200 с.
6. Скакун О.Ф. Теорія держави і права: Підручник / Пер. з рос. – Харків: Консум, 2007. – 656 с.

УДК 378.37

СЕЛЕЗНЬОВА Р.В., к.т.н., САПУН В.С.

м. Вінниця

### ВПРОВАДЖЕННЯ БОЛОНСЬКОЇ СИСТЕМИ НАВЧАННЯ У ВІННИЦЬКІЙ ФІЛІЇ КИЇВСЬКОГО ІНСТИТУТУ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ (КІБІТ)

На сьогоднішній день студенти Вінницької філії КІБіТ повністю конкурентоспроможні на ринку праці. За рахунок чого ж нам це вдається? За умов Болонської системи навчання студент сам розпоряджається своїм часом і самостійно приймає рішення стосовно

освіти. Отже за умов Болонської системи навчання необхідно регламентувати ступінь відповідальності викладача і студента. Більшість предметів переведено на тестову систему оцінювання. Існує можливість вільного пересування студентів, обмін досвідом, роз-

ширення кругозору та інші принаданості. Глобалізація освіти стирає межі між країнами. Освіта розглядається як спосіб розвитку особистості.

Освіта за вимогами Болонського процесу у Вінницькій філії базується на наступних принципах.

Найперший з таких принципів – це принцип, згідно якого університет має орієнтуватись на фундаментальну науку й готувати всебічно розвинуту людину, як пропонує нам Болонська система.

Інший принцип – це принцип університетської автономії, чи, інакше, академічної свободи, за яким університет (викладачі та студенти) повинен сам формувати навчальні програми, визначати способи навчання та контролю знань. Це природний принцип, адже саме в університетах зосереджені найкращі інтелектуальні сили суспільства, там народжується думка, там формується нове покоління, там народжується завтрашній день суспільства.

Болонська система навчання передбачає застосування Європейської кредитно-трансферної системи (ECTS). ECTS – це система, яка створена для забезпечення єдиної міждержавної процедури виміру й порівняння між закладами освіти результатів навчання студентів, їхнього академічного визнання. Вона розроблена для забезпечення мобільності студентів, спрощує розуміння і порівняння навчальних програм та досягнень студентів як між вітчизняними, так і з іноземними навчальними закладами. [3]

Система ECTS у Вінницькій філії заснована на оцінюванні всіх видів роботи студента, необхідних для досягнення цілей, зазначених у навчальній програмі. Вона базується на тому принципі, що студент стаціонару за навчальний рік повинен отримати 60 кредитів. Кредити в даній системі можна отримати лише при успішному виконанні роботи, передбаченої навчальним планом. Робоче навантаження студента в системі ECTS складається із відвідування лекцій, семінарів, самостійних та індивідуальних занять, підготовки власних проєктів, складання іспитів тощо.

Оцінка за модуль визначається як сума оцінок поточної навчальної діяльності (в балах) та оцінки підсумкового модульного контролю (в балах), яка виставляється при оцінюванні теоретичних знань та практичних навичок відповідно до переліків, визначених програмою дисципліни.

Максимальна кількість балів, яку студент може набрати при вивченні кожної дисципліни, становить 100, в тому числі це бали за поточну навчальну діяльність і за результати підсумкового модульного контролю, наукову роботу.

При оцінюванні засвоєння кожної теми модуля студенту виставляються оцінки за шкалою з використанням прийнятих в університеті критеріїв оцінювання для відповідної дисципліни. При цьому враховуються всі види робіт, передбачені методичною розробкою для вивчення теми.

Учебний процес базується на кредитно-модульній системі навчання. Вага кожної теми в межах одного модуля має бути однаковою, але може бути різною для різних модулів однієї дисципліни й визначається кількістю тем в модулі [1].

Форми оцінювання поточної навчальної діяльності стандартизовані та включають контроль теоретичної та практичної підготовки.

Бали за індивідуальні завдання нараховуються студентові лише при успішному їх виконанні та захисті. Кількість балів, яка нараховується за різні види індивідуальних завдань, залежить від їх обсягу та значимості. Вони додаються до суми балів, набраних студентом за поточну навчальну діяльність.

Самостійна робота студентів, яка передбачена в темі поряд з аудиторною роботою, оцінюється під час поточного контролю тем на відповідному занятті. Засвоєння тем, які виносяться лише на самостійну роботу, контролюється при підсумковому модульному контролі.

Підсумковий модульний контроль здійснюється по завершенні вивчення всіх тем модуля на останньому контрольному занятті з модуля.

До підсумкового модульного контролю допускаються студенти, які відвідали всі передбачені навчальною програмою з дисципліни аудиторні навчальні заняття, та при вивченні модуля набрали кількість балів, не меншу за мінімальну.

Оцінка з дисципліни виставляється лише студентам, яким зараховані всі модулі з дисципліни.

Разом із тим існують певні проблеми впровадження принципів Болонського процесу. Насамперед це недостатнє визнання в суспільстві рівня “бакалавр” як кваліфікаційного, відсутність попиту на нього у вітчизняній економіці. Невиправдана плутанина в розумінні рівнів спеціаліста й магістра. З іншого боку, має місце близькість програм підготовки спеціаліста й магістра, їхня еквівалентність за освітньо-кваліфікаційним статусом, а з іншого – вони акредитуються за різними рівнями, відповідно за III і IV [1].

Ми вважаємо розв’язанням даної проблеми впровадження результатів передових наукових досліджень у закладах освіти, які є основою університетської підготовки.

Також потрібно вдосконалювати систему підвищення кваліфікації і перепідготовки кадрів. Життєвим кредо кожного викладача повинен стати важливий загальноєвропейський принцип “освіта через усе життя”.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Болонський процес у фактах і документах (Сорбонна-Болонья-Саламанка-Прага-Берлін) / Упорядники: Степко М.Ф., Болюбаш Я. Я., Шинкарук В. Д., Грубінок В. В., Бабин І.І. – Тернопіль: Вид-во ТДПУ ім. В. Гнатюка, 2003. – 52 с.
2. Європейська та євроатлантична інтеграція України у сфері вищої освіти : Бібліографічний покажчик / Укладач А.В. Тюменцева. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2004. – 14 с.
3. Товажнянський Л.Л., Сокол Є.І., Клименко Б.В. Болонський процес: цикли, ступені, кредити. – Харків: Національний технічний університет “Харківський політехнічний інститут”, 2004, – 143 с.

## УДК 141.2

УСАТЕНКО Т., д. пед. н.

м. Київ

**УКРАЇНОЗНАВСТВО ПОСТНЕКЛАСИЧНОГО ТИПУ НАУКИ:  
ІНТЕГРАТИВНО-ТОТАЛОГІЧНІ ВИМІРИ**

Під поняттям українознавство розуміють цілісну інтегративну галузь наукового звання, яка має своїм об'єктом українську спільноту, Україну у часо-просторових вимірах. Наукові дослідження з української тематики (україніка, україністика, українські студії/українознавчі студії) проводяться в межах окремих наук – історії, мовознавства, етнографії, літературознавства, мистецтвознавства та ін.

Українознавство охоплює проблеми викладання та вивчення відповідних наук. Українознавство виступає в освіті фундаментальним проектом, що дає матеріал змісту освіти у просторовому та часовому вимірах: взаєморозподіл сфери українознавчих знань в різних навчальних предметах, а також в самостійному інтегративно-тоталогічному курсі, побудованому на основі ціннісних орієнтирів нації.

Надзвичайно важливо визначити, чого саме навчати дітей в умовах величезних українознавчих знань. Постає питання, як зробити, щоб діти зі школи виносили цілісну систему українознавчих знань, а не розрізнені факти, дати, імена з історії України, її природи, культури. "Школа зобов'язана знати, що знадобиться завтра її вихованцям, і давати саме ці знання та навички, виховувати необхідні якості" [1, 8].

Піднімаючи проблему українознавства, необхідно визначитися, про який тип науки йтиметься: про українознавство класичного типу (диференційовані предмети, народознавство), українознавство некласичного типу (сума українознавчих наук, центрів) чи українознавство постнекласичного типу науки – цілісна самостійна наука (з домінантами ціннісних концептів – універсальї архетипно-символічного змісту).

Крім того, важливо з'ясувати особливості народознавства, етнографії, українського народознавства й українознавства.

Дехто хотів би розглядати науку українознавство аналогічно до однієї з класичних наук (фізики, математики, логіки, мови, етнографії тощо), вимагаючи виробити в ньому апарат універсальних законів, подібно до тих, які відкриваються і підтверджуються природничими, математичними науками. Для інших зрозуміло, що епоха класичної (ньютонівської) наукової моделі, побудованої лише на розрізненіх конкретних науках, на емпіричних засобах пізнання, на експерименті, раціоналізмі, в якій сформована фізика, математика, минула.

Визначальним для українознавства є його розгляд як "відносно молоді" науки й дуже "давньої галузі знань, закоріненої в багатотисячолітні шари світової історії" (В. Крисаченко) [2, 13].

В українознавстві чітко виділяються донаукові знання (протоукраїнознавство) й наука про Україну, українців, українство.

*Протоукраїнознавство* – донаукові знання про Україну, її людність. Багато тисячолітня присутність України як геополітичної реальності визначена в біосферних, цивілізаційних (природних, культурних, етнічних та ін.) вимірах діячами різних часів і культур, починаючи ще з єгипетських, вавилонських та асирійських текстів, не говорячи вже про грецькі, римські, хроніки середньовіччя і праці ближчих часів. Знання та уявлення про Україну, набуті в різні часи та різними народами, її людність, природу, локалізовану на певних теренах планети, містяться в давніх текстах. Про давньоукраїнські землі згадували чи не всі видатні античні автори. Гомер, Геродот, Клавдій Птоломей започаткували опис земель України, її природно-етнічних меж. У трактатах римських імператорів (Юлій Цезар), поетів (Овідій, Гораций, Вергілій), філософів (Цицерон) та ін. згадуються люди та терени нашої України. Твори вчених та політиків візантійського, скандинавського, кавказького та інших світів – безцінне джерело за старожитньої історії України.

Українська історія та історіософія протоукраїнознавства веде свій родовід від легендарних літописців часів могутньої Київської Русі та героїчної доби Козаччини. Донаукові знання про Україну і її людність збережені усною народною творчістю (фольклором, міфологією, традиціями, обрядами), мовою, релігією, способами господарювання, повсякденно-побутовою культурою. Донаукове українознавство окреслює також коло питомих українських ознак та цінностей, глибинність архетипів мислення та поведінки, витоки натхнення та незнищенності українського духу. Етнічно – особливе та унікальне що вирізняє саме український народ з множини всепланетарного співництва (психічні ознаки, мова, матеріальна культура, антропологічні риси тощо), формувалися в певному соціо-природному середовищі.

*Наука українознавства* пройшла складний шлях становлення впродовж XIX–XX ст. Характерними особливостями українознавства як науки є те, що його розвиток йде самостійним шляхом суголосно розвитку типів науки: класичної, некласичної, постнекласичної. Наука українознавство, змінюючись на кожному науковому етапі – класичному (ньютонівському), неокласичному (ейнштейнівському), пост класичному (новітньому) – має свої особливості. Як наука українознавство започаткувалося на початку XIX століття

в класичному типі наук про українську мову, історію, народ, землю тощо, в літературних творах, суспільно-політичних ідеях. “Всі явища в класичному типі науки розглядалися самі по собі. Процеси диференціації, класифікації домінували над іншими. Класичний тип науки культури Модерну, сповнений віри в розум, техніку зробив світ подріблений, непов’язаний між собою, породивши розчленовані, насамперед точні науки (математику, механіку, астрономію, космологію тощо)”, – пише С.Кримський [3, 394].

Кінець XVIII – поч. XIX ст. означений розширенням природничих диференційованих наук, спостерігаються інтегративні процеси, що проявляються в об’єднаних “науках про дух” “науках про мову”, “науках про людську діяльність” та ін.

Українознавство класичного типу науки – це процес дослідження диференційованих наук про українську мову, українську літературу, збір та дослідження міфології, фольклору, розвинене народознавство (з кінця XIX ст. відоме в термінах етнографії).

У неklasичному типі науки домінують пошуки об’єднання нагромаджених наукових знань, що знаходять свої прояви в інтегративних науках типу екології, астрогеофізики, етнопсихології та под. Під українознавством у неklasичному типі науки на початку XX ст. розуміють об’єднання, суму наук, що досліджують різні сторони українського буття (українську мову, літературу, історію України, географію, культуру та ін.). В освіті на початку XX ст. пошуки єдності українознавчих наук відомі в термінах концентрів і як етно-соціо-природо-історико-культурологічна єдність в кінці цього ж століття.

Українознавство у XX ст. розвивалося в руслі модерністського пошуку влади, прогресу, універсализації, раціоналізації, систематизації, наукових пріоритетів, фундаментальних, освячених традицією, категорій західної думки, таких, наприклад, як розум, держава, нація і под.

У працях М. Грушевського, І. Франка, С. Єфремова, Ст. Рудницького, П. Кононенка та ін. українознавство охоплює суму українознавчих наук (українську мову, літературу, культуру, історію України, географію України та ін.), відомих як концентри. Поширеними стають поняття українознавство, українізація. Однак, повнокровної парадигми класичного типу науки, як і неklasичного, українознавство не прожило. Започатковані концепції українознавства, розроблені на початку століття, були замінені більшовиками і скориговані в руслі марксистсько-ленінських ідеологічних доктрин.

Впродовж XX ст. українознавство сформувалося як світогляд, філософська система, підтримана й розвинена національно-політичними, громадськими рухами, провідна проблема національної освіти. Світоглядні, освітні та суспільно-політичні складові українознавства розвивалися в різних ідеологічних системах, в різних типах науки, із збереженням і без збереження

терміну, навіть на різних континентах, де українська діаспора прагне зберегти рідну мову, традиції, звичаї, виховати у своїх дітей любов і повагу до етнічної Батьківщини, її історії. Школи (курси) українознавства (недільні, вечірні, літні тощо) організуються в кожній країні, де проживають українці (в Канаді, Австрії, Аргентині, США тощо), мають свої особливості.

XIX і XX ст. підготували ґрунт для українознавства цілісного. Постнеklasичний тип науки зумовив перегляд класичної і неklasичної спадщини, і відповідно час зміни світоглядних орієнтирів, культурологічних концепцій, зміни ренесансної інтелектуальної раціональної традиції активізму й пошуку нових типів духовності, змін цінностей. Це час, коли усвідомлюються можливості історичного руху українства в усіх напрямках та модулях часу, як нових, так й історично відживших ідеалів і форм діяльності.

Українознавство постнеklasичного типу науки переходить від реальності предметної (що відтворила українознавчі науки етнографія, географія, антропологія тощо) – до реальності, що конструється в свідомості, в глибинно-смисловому осягненні світу людиною. Українознавство переходить до проблем смислотворення, цілісного розуміння, що оновлюється, до особистісного знання. Це зумовлює підхід до вивчення науки українознавства постнеklasичного типу з погляду єдності аксіологічного, архетипно-символічного, міфологічного, концептного вимірів.

Тоталогічна теорія цілісності, здатної до оновлення, ще не отримала належного теоретико-методологічного обґрунтування, однак, у дослідженні українознавства постнеklasичного типу науки все більш важливим регулятором інтегративних процесів виступають аксіологічні архетипно-символічні, міфологічні аспекти, спроможні вибудувати цілісність, об’єднавши наукові знання, філософські пошуки, релігійні вірування, повсякденну побутовість, народну мудрість, господарсько-технологічну доцільність тощо.

Етапи формування цілісності, починаючи від магічно-тотемних уявлень первісної міфології до ідеї тотальності (цілісності, що постійно оновлюється, “єдність, яка розгортаючись в собі, зберігає себе) досить докладно розкрив В.В.Кизима в працях “Оновлення – тотальність – постнеklasика (замість передмови” [4] “Постнеklasична методологія та постнеklasична освіта” [5] та ін.

У контексті становлення цілісної науки українознавство в синергетичній картині світу помітними є антологічні повороти у лінгвістиці й лінгвістичні повороти в філософії, що звертають увагу на сутність мови у її відповідності буттю, тобто як “домівки” людини (М. Гайдеггер).

Дослідження образу мови як “домівки буття” людини є однією з прикметних особливостей постмодерністської філософії науки на протипагу акценту на аналіз природознавства у філософії науки епохи Модерну.

"Лінгвістичний поворот" у філософії активізує категорійні теорії семантики, виражені архетипами, символами, міфами, універсаліями, соціологічними категоріями цінностей.

Розвиток українознавства як цілісної системи наукових дисциплін бачать М. Жулинський [6], В. Євтух [7], І. Бойченко [8] та ін.

В. Крисаченко [9] розглядає українознавство як етно-соціо-природо-культурологічну цілісність, покликану сформулювати статус свого народу й суспільства у світі, досягнути свою перспективу в часі та світовій цивілізації.

Тенденцію В. Вернадського [10] до систематизації знань не лише за науками, а й за проблемами підтримують, розглядаючи українознавство, А. Місюно [11], В. Кононенко [12]. Культурологічний підхід до українознавства утверджують Г. Філіпчук [13] І. Мойсеїв [14].

Отже, положення про постійно оновлюючу тоталогічну цілісність має для українознавства особливе значення, отримуючи належну теоретично-методологічну, світоглядно-філософську, архетипно-символічну розробку. Питання про внутрішню єдність Всесвіту було одвічним предметом не тільки філософії, не тільки релігії, але також поезії та мистецтва. Українознавство як інтегративно-тоталогічна цілісність спрямована на єдність українства; на розширення свідомості та активізацію вольового начала індивідуума; зміцнення власного здоров'я; творення себе морально-етичною особистістю в родинній, етнічній, державній, всепланетарній спільноті; на формування високоморальних стосунків Людина – Бог, Людина – Людина, Людина – Природа. Вихідними положеннями українознавства, як тоталогічної цілісності, є архетипна теорія символіки, що дає можливість розглядати символи не як безмежну, несистематизовану чинність, а як певним чином упорядковану систему, укорінену у вічність і здатну оновлюватися.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Гончаренко С. Наука і навчальний предмет // Шлях освіти. – 2006. – №1. – С. 8–14.

#### УДК 378.1

ШЕВЧЕНКО В.Л., СЕМЕНЮК К.С., к.ф.н.  
г. Киев

### БОЛОНСКИЙ ПРОЦЕСС: СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ УКРАИНЫ

Сегодня государство начало понимать, что статус человека и общества определяется не количеством накопленных материальных благ, а уровнем культуры, образования и разумно-достаточного хозяйствования, обеспечивающего сбережение ресурсов. Если прежде основную роль в развитии государств и наций играли природные ресурсы, давая той или иной стране срав-

2. Крисаченко В. Историчні виміри українознавства .. / В.Крисаченко // Українознавство: Хрестоматія-посібник: У 2-х кн. – К.: Либідь, 1996. – Кн.1 – С. 13–27. – 351 с.

3. Пахомов Ю., Крымский С., Павленко Ю. Пути и перспективы современной цивилизации // НАН Украины, Институт мировой экономики и международных отношений. – К., 1958. – 432 с.

4. Кизима В. Оновлення – тотальність – постнекласика (замість передмови) // Totallogy. Постнекласичні дослідження. – К., 1995. – С. 9–20.

5. Кизима В. Постнекласична методологія та постнекласична освіта // Totallogy: Постнекласичні дослідження. – 2002. – Вип.7. – С. 205–232.

6. Жулинський М. Українознавство в системі гуманітарної політики України // Українознавство: стан, проблеми, перспективи розвитку: Матеріали І міжнар. конф.: "Роль вищих навчальних закладів (інституцій) у розвитку українознавства. – К., 1993. – С.12–13.

7. Євтух В. Роль Республіканської асоціації українознавців у розвитку українознавства // Українознавство: стан, проблеми, перспективи розвитку: Матеріали першої міжнарод. конф. "Роль вищих навчальних закладів (інституцій) у розвитку українознавства). – К.: Вид-го-полігр. Центр "Київський університет", 1993. – С. 16–17.

8. Бойченко І. Українознавство як проблема методології / / Українознавство в розбудові держави: Матеріали щоріч. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 14–16 жовтня 1993 р.). – К., 1994. – С. 327.

9. Крисаченко В., Мостяев О. Україна: природа і люди / В.Крисаченко, // Ін-т філософії імені Г.Сковороди. – К., 200. – 494 с.

10. Вернадский В. О важности охвата явлений в их целостности. Философские мысли натуралиста. – М., 1988. – С. 411.

11. Місюно А. Про дві концепції українознавства як галузі наукового знання і учбового предмету // Українознавство і гуманізація освіти: Тези відповідей Всеукраїн. Наук.-практ. конф., присвяч. 75-річчю Дніпропетровського ун-ту. У 4-х ч. – Дніпропетровськ, 1993, – Ч.1. – С.11–13.

12. Кононенко П. Українознавство. – К.: Либідь, 1996. – 383 с.

13. Філіпчук Г. Українська етнокультурна в змісті національної загальної та педагогічної освіти. – Чернівці: Прут, 1996. – С.32–33. Бібліогр. С. 425–486.

14. Мойсеїв І. Храм української культури (філософія семіосфери): Посібник – дослідження // Всеукраїнський Фольклорно-етнографічний центр "Рідна хата". – К., 1995. – 464 с.

нительные преимущества в системе мирохозяйственных связей, то ныне на первый план выдвинулись институциональные условия и, что ещё важнее, уровень развития людских ресурсов – знание, творчество, мастерство, умения в широком смысле слова.

При определении государственной стратегии развития современного общества особого внимания зас-

луживають вопросы возрастания роли образования в достижении политической, экономической и социальной стабильности в стране. Образованность населения необходимо рассматривать как источник консолидации и саморазвития государства.

Наиболее приемлемым способом реформирования украинской высшей школы на сегодняшний день представляется модернизация его по европейскому образцу, большим подспорьем в этом плане стал Болонский процесс, задача которого – приведение высшего образования в европейских странах к единым стандартам и критериям.

Болонский процесс в Украине официально начался 19 мая 2005 года с подписания декларации на Бергенской конференции. С этого момента в системе высшего образования Украины предприняты важные шаги по вхождению в Европейское пространство высшего образования в соответствии с общегосударственным Планом действий, который рассчитан на период до 2010 года.

Объединение высшей школы в европейских странах назрело довольно давно, еще в середине XX столетия, в связи с тем, что оно стало неконкурентоспособным по сравнению с американским. Попытки совершенствования европейского образования по единым стандартам начались с 1957 года, когда было подписано Римское соглашение, в котором ставились принципиально новые задачи: приведение национальных законодательств в сфере образования к общеевропейским нормам, расширение доступа к высшему образованию, повышение академической мобильности студентов и их востребованности на рынке труда, создание долгосрочных систем обучения. Со временем эти идеи были развиты в решениях конференций министров образования европейских стран (1971 г., 1976 г.), в Маастрихтском договоре (1992 г.). В дальнейшем под эгидой ЕС, Совета Европы внедрялись разнообразие программы.

В 1997 году Совет Европы и ЮНЕСКО разработали и приняли Лиссабонскую конвенцию о квалификациях, относящихся к высшему образованию в странах Европы. Эту конвенцию подписали 43 страны, в том числе и Украина. Лиссабонское соглашение не преследовало унификации высшего образования, а признавало и уважало ценность разнообразных образовательных систем, вместе с тем подчеркивая, что создание условий, при которых большинство людей, воспользовавшись достижениями национальных систем образования и науки, смогут быть востребованными на европейском рынке труда. Гражданам европейских стран должны быть доступны общие ценности образования, науки и культуры всех стран. Через год Франция, Италия, Великобритания и Германия подписали Сорбонскую декларацию, направленную на создание открытого европейского пространства высшего образования. Революционным положением этого документа стало требование международного

признания бакалавра как специалиста с высшим образованием с предоставлением ему права продолжать обучение по программе подготовки магистра.

В 1999 году 29 стран Европы в городе Болонья официально задекларировали и начали процесс объединения четырех тысяч европейских высших учебных заведений, где учатся более 12 миллионов студентов, в единое образовательное пространство. Сегодня 45 стран принимают участие в так называемом Болонском процессе, который должен завершиться к 2010 году [1].

В мае 2007 года в Лондоне состоялась V конференция министров образования европейских стран “На пути в Европейское пространство высшего образования: ответы на вызовы глобализации”. На конференции Секретариат Болонского процесса, проанализировав Национальный отчет Украины по введению положений Болонского процесса в высшее образование, оценил достигнутые результаты Украины на 4 балла по пятибалльной шкале. Эта оценка довольно высокая, учитывая то, что Украина присоединилась к Болонскому процессу всего два года назад, тогда как большая часть стран - участниц Болонского процесса начала реформирование высшего образования с учетом требований европейского пространства высшего образования с 1999 года. Сегодня сфера высшего образования считается фактором стратегического значения и приоритетного развития общества и государства Украина. Это связано прежде всего с тем, что высшее образование и наука в значительной степени способствуют воспроизведению интеллектуальных и продуктивных сил общества, развитию духовной культуры каждого народа, являются залогом будущих успехов в укреплении и утверждении авторитета Украины как суверенного, демократического, правового и социально справедливого государства. Пример тому, что высшее образование сегодня является стратегическим и приоритетным направлением в Украине, – увеличение объемов расходов из государственного бюджета на образование, расширение доступа к получению высшего образования, в частности, на учебу за средства государственного бюджета. Затраты на образование в государстве за последние три года выросли более чем в два раза и достигли 40 миллиардов гривен, что составляет 6,6% валового внутреннего продукта. В 2006 году на содержание учреждений системы высшего образования МОН было предусмотрено средств на 19,8% больше, чем в 2005 году. Увеличивается зарплата педагогическим, научно-педагогическим работникам, стипендия студентам. В соответствии с годовым расписанием ассигнований государственного бюджета Украины на 2007 год Министерство образования и науки Украины для высших учебных заведений с начала года получило 2,1 миллиарда гривен. Происходит стопроцентное финансирование всех защищенных расходов. К ним относятся заработная плата, стипендии, питание, а также

коммунальные услуги и энергоносители. Кроме того, осуществлена выплата долгов в соответствии ст.57 Закона "Об образовании" [2; 44].

Тем не менее финансовых ресурсов, которые общество и государство выделяет на развитие высшего образования, явно не хватает. Поэтому правительство пытается переложить трудности с финансированием системы высшего образования на плечи студентов и родителей. Реально это возможно при одном условии: надо иметь платёжеспособное население, что в ближайшем будущем маловероятно.

Поиск путей вывода системы образования, в том числе и высшего, из финансового кризиса, обеспечение её стабильного развития требует изучения пороговых социально-экономических показателей, используемых в аналогичных системах зарубежных стран.

В Европе общепринято, что уровень финансирования образования не должен быть ниже среднего уровня стран Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), в которую входят более 30 стран и расходы на образование в которых рассматриваются как социальноприоритетные. В среднем эти страны расходуют на образование 13% от общих бюджетных расходов.

Мировой опыт показывает, что не каждой стране по силам иметь собственное высококачественное высшее образование, т.к. высшее образование во всех отношениях является весьма дорогостоящим предприятием.

Известно, что главным источником финансирования высшего образования практически во всех странах является государственный бюджет, образуемый через налоги. Поэтому высшие учебные заведения во всех странах мира усиленно занимаются поиском других источников финансирования.

Мировая практика показывает, что таковыми являются:

- выполнения научных исследований по заказам либо государственных агентств, либо разных фирм, организаций, предприятий;
- продажа образовательных услуг разного вида;
- подготовка или повышение квалификации персонала фирм;
- чтение краткосрочных курсов, образование во время отпуска (vacation education);
- ведение рискованного бизнеса (фондовый рынок, инвестиции и др.);
- коммерческое использование имущества образовательных учреждений (должны быть установлены ограничительные лимиты);
- сдача в аренду учебных помещений для проведения конференций и т.д. [3; 17]

Некоторые преимущества Украины в сфере образования определяются сегодня в основном потенциалом, накопленным в предыдущие десятилетия. За последние 10 лет удалось добиться опережающего по сравнению с общеэкономическими показателями увеличения затрат на образование и науку. Всё это соз-

дало предпосылки для институциональной перестройки в сфере образования, в первую очередь касающейся модернизации структуры и содержания образования, совершенствования его качества, эффективности управления образовательной системы, вхождение Украины в мировое образовательное пространство.

Вместе с тем в системе образования Украины продолжают развиваться негативные тенденции, имеющие общегосударственный характер:

- несоответствие действующего законодательства целям интенсивного развития системы образования;
- чрезмерное государственное регламентирование финансово-хозяйственной деятельности и трудовых отношений в сфере образования при нехватке средств и недостаточной свободе их использования;
- отсутствие формируемых вне системы образования требований к содержанию и качеству образования;
- несоответствие ресурсного обеспечения сферы образования задачам социально-экономического развития страны;
- существенный разрыв в подготовке детей, семьи которых относятся к различным социальным группам, что закладывает предпосылки для углубления социальной дифференциации в дальнейшем;
- система высшего образования не полностью соответствует структуре потребностей рынка труда;
- не получила должного развития система непрерывного высшего образования, что сдерживает технико-технологическое обновление экономики, не позволяет эффективно модернизировать социальную сферу;
- отсутствие полноценной взаимосвязи между высшим образованием, научно-исследовательской и практической деятельностью, что усиливает несоответствие содержания образования и образовательных технологий современным требованиям;
- сложившаяся система образования обладает низкой инвестиционной привлекательностью, что ведет к ее ресурсному "истощению", снижению конкурентоспособности украинского образования на мировом рынке образовательных услуг;
- поступающие в систему образования ресурсы используются неэффективно;
- существующая система образования характеризуется нерациональной организацией сети образовательных учреждений с устаревшей материально-технической и информационной базой;
- кадровый состав системы образования не отвечает современным требованиям;
- в условиях стремительного развития и расширения доступности открытых информационных сетей трансляция "готовых" знаний перестает быть главной задачей учебного процесса, снижается функциональная значимость и привлекательность традиционных методов обучения;
- фактическое отсутствие ответственности учебных заведений за конечные результаты образовательной деятельности;

– недостаточное развитие механизмов привлечения общественных и профессиональных организаций к решению вопросов формирования и реализации образовательной политики;

– отсутствие условий для развития независимых форм оценки качества образования, а также механизмов определения, поддержки и распространения лучших образцов инновационной образовательной деятельности.

На фоне этого “главного” набора можно выделить и отдельные проблемные состояния, которые имеют территориальную специфику. Среди них:

– слабые процессы интеграции науки, высшей школы, бизнеса и производства в интересах развития кадрового потенциала региона;

– рассогласованность программ и проектов развития сферы образования и подготовки кадров со стратегиями социально-экономического развития регионов;

– отсутствие механизмов привлечения негосударственных финансовых и иных ресурсов к формированию гибкой и эффективной системы образования, подготовки и переподготовки кадров, адекватно реагирующей на запросы рынка труда;

– несоответствие кадровой подготовки спросу и предложению на рынке труда, в том числе и на рынке рабочей силы. Низкая конкурентоспособность молодежи и, прежде всего, выпускников общеобразовательных школ на рынке труда;

– неэффективность использования всех видов ресурсов (человеческих, материальных, информационных, финансовых), вовлеченных в сферу образования.

Обозначенные проблемы носят системный характер, и их разрешение возможно с помощью средств, носящих общезначимый и в целом общегосударственный характер. В последние десятилетия в самой системе образования возникли противоречия, которые были отмечены и сформулированы в Докладе Международной комиссии по образованию для XXI века под названием “Образование: сокрытое сокровище”. Поскольку сформированные противоречия стали предметом широкого международного интереса, необходимость их разрешения на международном и национальном уровнях выступает формой детерминации содержания и организации современных систем образования. К ним, прежде всего, относятся следующие противоречия.

*Во-первых*, противоречие между глобальными и локальными системами образования, разрешение которого позволяет стать гражданином мира, но без утраты собственных корней, способствует активному участию в жизни своего народа.

*Во-вторых*, противоречие между универсальным и индивидуальным характером современного образования. Соотношение универсального и индивидуального в современных образовательных технологиях и системах достигается различными способами, основными из которых выступают:

– разумное определение пределов вмешательства государства в сферу образования, согласно официально принятому и общественно значимому стандарту;

– гарантированное и подлинно реализуемое право личности на выбор формы и содержания образования в соответствии со своими мотивами и способностями;

– соблюдение требований Всеобщей декларации прав человека в области образования;

– реализация принципов доступности, открытости и гласности в организации и функционировании национальных образовательных систем и другие.

*В-третьих*, противоречие между сложившимися традициями образования и его современными тенденциями. Адаптация образования к новым условиям и реальностям не должна предполагать отрыв от корней, от сложившихся культурных и воспитательных образцов и идеалов. В данном смысле констатируется достаточно высокая степень консервативности сложившихся систем образования и необходимость бережного и осторожного вмешательства в их совершенствование и особенно в реформирование. Исходя из этого, следует отметить важность разрешения этого противоречия в странах с переходными условиями общественного развития, с кризисными и конфликтными обстоятельствами, с начальными периодами становления и развития государственности. Такие условия предполагают, как правило, реформирование не только социально-экономического строя, но и создание качественно новой системы образования и воспитания. Соотношение традиций и новаций в переходных государствах качественно иное в сравнении со стабильно развивающимися странами. Изменение самих традиций образовательного процесса, что типично для переходных социальных систем, требует от государства совершенно новой образовательной политики. Необходимо учитывать тот факт, что равновесие и устойчивость системы образования неизбежно нарушаются. Это обстоятельство характерно и для современного этапа развития украинского общества.

*В-четвертых*, противоречие между долгосрочными и краткосрочными задачами образовательной подготовки. Стратегические, долгосрочные цели и задачи образования всегда воплощаются в принципах образовательной политики государства, основах функционирования системы образования, правовых актах регулирования образовательного процесса. В целом же они выражаются в так называемой концепции непрерывного образования, составные части которого можно считать краткосрочными формами образовательного процесса.

Противоречие между долгосрочными и краткосрочными целями образования разрешается корректированием государственной образовательной политики, гибким управлением системой образования, разнообразием субъектов образовательного процесса и умением их адекватно реагировать на изменения

текущей обстановки. Отмеченное противоречие вечно, как вечна динамичность, гибкость и изменчивость образовательного процесса.

*В-пятых*, противоречие между необходимостью соревнования и стремлением к равенству возможностей личности в процессе овладения знаниями, навыками и умениями. Применительно к образованию достаточно очевиден вывод о том, что следует возобновить и привести в соответствие с требованиями сегодняшнего дня концепцию образования [4].

Европа стареет очень интенсивно. Учитывая тенденцию, что 70–80% взрослого населения Европы переобучается, получая в течение жизни 7–8 квалификаций (специальностей), обучение в течение жизни становится ведущим при подготовке, переподготовке и повышении профессиональной квалификации населения европейских стран. В основе идеи "обучение в течение жизни" лежит предоставление индивидууму возможности выбрать из существующих сред обучения и видов деятельности необходимое для того, чтобы усовершенствовать свои знания, умения, навыки, а также оптимально их использовать. Во многих европейских странах – это система образования, направленная на получение и усвоение человеком знаний, умений и навыков в течение жизни и индивидуально необходимого уровня общеобразовательной и профессиональной подготовки.

Украина трансформирует систему последиplomного образования. Основная цель при этом – создать программы обучения, которые будут способствовать обеспечению условий для обучения в течение жизни. Несколько таких программ совместно с европейскими университетами уже разработаны и предлагаются украинским студентам. Министерство образования и науки Украины предложило группе сопровождения Болонского процесса, Секретариату определить совместные пути (процедуры, принципы, положения) развития этого направления образования в Европе, а также обратилось за обменом опытом к странам – участницам Болонского процесса. Это поспособствует созданию национальной системы обучения в течение жизни с учётом общеевропейских тенденций её развития. То же касается и разработки системы квалификаций для обучения в течение жизни, предложенной совсем недавно Еврокомиссией (сентябрь, 2006 г.) для Европейского пространства высшего образования [2; 47].

*В-шестых*, противоречие между невиданным развитием знаний и возможностями их усвоения человеком. Приоритеты сохранения элементов базового образования представляют содержательную основу государственной образовательной политики, ту сферу, которая определяется, сохраняется и защищается именно вмешательством государства в систему образования. Профессиональная ориентированность

является предметом свободного и самостоятельного выбора личности, ее инициативы, которые гарантируются международным и национальным законодательствами.

*В-седьмых*, противоречие между духовной природой и сущностью образования и материальной стороной как средством его обеспечения. С одной стороны, человечество нуждается в идеалах и моральных ценностях, в подъеме планки духовности и культуры. Благородная задача, которую решает образование, связана с пробуждением у каждого национально-патриотического и интернационального духа вплоть до осознания высокой степени универсальности мира. С другой стороны, образование, доведенное до получения профессии, является надежным способом материального жизнеобеспечения человека, средством его перспективного благосостояния. Получение образования также порой связано с материальными затратами, если это образование получается не впервые и в негосударственной форме подготовки специалиста. Выбор системы образования – это дело и инициатива самой личности и ее родителей, право которых должно уважаться и гарантироваться государством. И в этом процессе необходимо учитывать многообразные для каждого государства тонкости и технологии образовательной политики.

Таким образом, основная стратегическая цель обновляющегося украинского образования видится в обеспечении условий для удовлетворения потребностей граждан, общества и рынка труда в качественном образовании путём создания новых институциональных механизмов регулирования в сфере образования, обновлении структуры и содержания образования, развитии фундаментальности и практической направленности образовательных программ, формировании системы непрерывного образования. К стратегическим задачам следует отнести: совершенствование содержания и технологий образования; развитие системы обеспечения качества образовательных услуг; повышение эффективности управления в системе образования; совершенствование экономических механизмов в сфере образования.

Понимание этого круга проблем, стратегических целей ставит весьма актуальную задачу формирования и постоянной корректировки образовательной политики Украины.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. <http://chemodan.com.ua/news/2005/05/2547.htm>.
2. Николаенко С.Н. Реформы высшего образования Украины и Болонский процесс // Голос Украины. – 08.06.2007.
3. Савельев А. Реформы высшего образования в Российской Федерации // Вища освіта України. – №3. – 2002. – С. 11–17.
4. Делор Ж. Образование: сокрытое сокровище. Доклад международной комиссии по образованию для XXI века, представленный ЮНЕСКО. Изд. ЮНЕСКО, 1996. – С. 26–27.

# ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

---

УДК 330.354(477)

ЕНА А. В., к.э.н.

г. Киев

## ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ И ИННОВАЦИИ – СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПУТЬ РАЗВИТИЯ УКРАИНСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Современный мир – это мир жесткой, глобальной конкуренции. В мире глобализации экономики, страны разделены по технологическому уровню на высокотехнологичные (США, Япония, Германия, Англия, Франция, Италия), страны второго уровня (Россия, Украина, страны Восточной Европы), наименее развитые страны Африки и некоторые страны Азии и Латинской Америки. Доктор экономических наук М. Делягин указывает на наибольшие опасности для развития человечества:

1. Растущую нестабильность как финансовую, так и политическую (можно назвать финансовый кризис 1998 года, а также современный кризис, политико-экономические кризисы – Косово, Ирак, Афганистан, противостояние из-за расширения НАТО); борьба за источники энергоресурсов.

2. Застойный характер массовой нищеты во многих регионах земного шара (Африка, некоторые страны Азии); подорожание продовольственных продуктов, экологическое загрязнение.

3. Непреодолимый технологический разрыв между развитыми странами и остальным миром, ведущим к образованию “двух человечеств” [1].

Специальный докладчик ООН по вопросу о праве на питание Жан Зинглер предостерегает: “Мы идем к затяжной полосе конфликтов и дестабилизации. Только за два месяца 2008 года мировые цены на рис выросли на 52%, а зерно за четыре месяца 2007–2008 на 84%”. Шестая часть населения Земли, а именно 854 млн. человек страдает от недоедания. Так, на Гаити происходят массовые беспорядки из-за недоступных цен на основные продукты питания, не хватает риса в Китае, Индии, Индонезии. По данным ООН, сегодня 37 стран мира столкнулись с продовольственным кризисом и нуждаются в срочной продовольственной помощи. Среди них даже Таджикистан и Молдовия. В Украине, например, заморские фрукты – апельсины, мандарины оказались дешевле, чем отечественная морковь, свекла, капуста, огурцы и т.д. [3]. По данным ООН 28% украинцев живет за чертой бедности [4].

Все перечисленные опасности ставят важнейший философский вопрос развития человечества, который сформулирован известными философами “подготовлен ли человек в своей, до сих пор, существовавшей

сущности к тому, чтобы взять на себя господство над землей. “Пока, как мы видим, не готов, не дорос до этого понимания. Так, согласно расследованиям, проведенным в Великобритании, ежегодно в помойки выбрасывается 3,5млн. тонн продуктов на 17,4 млрд. долларов. В США выбрасывается около 50% покупаемых продуктов на 43 млрд. долларов [5].

Как мы видим, стандарты жизни прямо зависят от технологического уровня экономики. В соответствии с этим и доходы так называемого “золотого” миллиарда населения высокоразвитых стран в 2000 году составляли 90:1, а теперь это соотношение еще увеличилось [2].

Исследование отечественных ученых показали, что украинская экономика в условиях глобализации может быть конкурентоспособной и обеспечить высокий уровень стандартов жизни только на основе инновационного пути развития, а также и выпуска экологической продукции.

Установлено, что если какая-то страна производит 10% инновационной продукции, то она безнадежно отстает и превращается в сырьевой придаток мировой экономики. Украинская экономика находится именно на этом граничном уровне, т.е. инновационная продукция составляет до 10%.

Продолжающийся уже четвертый год политический кризис не дает возможности стабилизировать экономику, разработать и осуществить инновационные проекты на важнейшие направления развития украинской экономики: энергетике, сельском хозяйстве, машиностроении. Происходит потеря драгоценного времени. Несмотря на неплохие показатели темпов роста экономики в 1 квартале 2008 года (6%), если проанализировать прирост ВВП у лидеров этого роста (торговля, транспорт, перерабатывающая промышленность), то окажется, что рост произошел просто вследствие повышения цен, а не за счет повышения производительности труда и увеличения объемов продукции. Вообще, важнейший показатель производительности труда в последнее время почти не анализируется, не упоминается в анализах хозяйственной деятельности. В связи с этим сельское хозяйство и промышленность Украины не обеспечивают рынок необходимой массой товаров, что вызывает инфляцию.

Недостаток и дороговизна сырья ведет к выпуску фальсифицированной продукции, которая не отвечает экологическим и санитарным требованиям. Так, постоянно в прессе публикуются материалы о раскрытых подпольных цехах, которые в антисанитарных условиях выпускают фальсифицируемые продукты питания и напитки, опасные для здоровья людей. Та же тенденция наблюдается и в некоторых зарубежных странах. Так, например, за последний год забракованы сотни тысяч детских игрушек китайского производства, которые были изготовлены из пластмасс, выделяющих вредный для человека формальдегид.

16 марта 2008 года по случаю дня защиты потребителя в Госпотребстандарте Украины состоялась выставка некачественной продукции. Львиная доля из представленного на выставке брака и откровенного фальсификата приходится на алкоголь, продукты питания и детские товары. Вредную одежду для детей выпускают не только в Украине, но также в Китае, Турции, Тайване и даже иногда в Германии, Англии и США, а на этикетках указывается, что эти товары состоят из 100% хлопка. Пытаясь бороться с браком и фальсификатом, государственные органы защиты прав потребителей ежегодно бракуют более половины проверенных овощей и фруктов, свыше трети подсолнечного масла и сыров, каждую третью бутылку безалкогольных напитков и минеральных вод, четверть хлебобулочных, кондитерских, макаронных и колбасных изделий, сахара, мяса, сливочного масла, рыбы и морепродуктов, круп и муки, более половины трикотажных изделий, тканей и мебели, почти каждую вторую пару обуви и носков, до 50% радиоприемников, а также практически каждую проверенную игрушку. То есть, наряду с положительными сторонами рыночных отношений, наблюдается серьезные недостатки. Как говорил К. Маркс "...при 300% прибыли нет такого преступления на который не пошел бы капитал".

В связи с тем, что Украина вступила в ВТО и бюджет страны более, чем на 40% состоит из доходов от экспорта, качество продукции приобретает первостепенное значение. Международная организация стандартизации разработала систему стандартов ISO-9000, существуют европейские стандарты EN 29001. Продукция украинских предприятий должна соответствовать этим стандартам, только так она будет конкурентоспособной на мировых рынках. И первое требование при определении конкурентоспособности – это соответствие товаров экологическим нормативам.

Второе требование – инновационный характер продукции. Мы видим, что на рынок Украины поступает импортная инновационная продукция: телевизоры новых поколений, компьютеры, средства связи и многое другое. В этих условиях Украина должна полностью использовать свой научный и производственный потенциал для выпуска инновационной продукции.

Несмотря на недостаточное финансирование, Украина сохранила еще со времен СССР мощный научный потенциал: 1718 научных организаций.

В связи с отсутствием средств, Украина не может развивать все направления научных исследований и инновационных технологий, поэтому все усилия должны быть направлены на решающие для Украины инновации. В конце апреля между правительствами Украины и России были подписаны соглашения о сотрудничестве в области космических исследований, авиации, нанотехнологий. На январь 2004 г. в Украине работало 7 технологических парков, разрабатывающих инновационные технологические товары: институт монокристаллов; институт электросварки им. Патона; полупроводниковой технологии и материалов, оптоэлектроники и сенсорной техники; институт технической теплофизики; "Углемаш", технокомпрессорат г. Сумы, лекарственных препаратов "Фармак", технойдод, выпускающий особо чистый йод в Крыму. Производство Ново-Краматорского завода тяжелого машиностроения получают 50 стран мира, среди них Россия, Германия, Италия, Канада, Япония; самолеты АН-148 планируется поставлять в Россию, другие страны СНГ, Иран. Вместе с Россией планируется производить самолеты большой грузоподъемности АН-124 "Руслан".

Второе направление – это использование зарубежных инновационных технологий. По такому принципу в Украине разработано новое поколение электровозов с немецкой фирмой "Сименс", зерноуборочных комбайнов. Одесской фирмой "ЮКАС" разработана технология переработки автомобильных шин, которых за год в Украине накапливается 200 тыс. тон. Из них получают синтетическую нефть, углерод, газ и металлолом, а также решается экологическая проблема утилизации. По итальянской технологии производится минеральная вата для строительства; разработаны анодные осветительные лампы, которые дают экономию электроэнергии до 30%. И много других инноваций.

Однако нельзя упрощенно подходить к вопросам инноваций. Инновации – дело хорошее и творческий гений – тоже, но проблема часто не в отсутствии замечательных изобретений, а в их приживаемости в Украине. Частный капитал не очень стремится вкладывать "длинные" деньги в инновации, больше вкладывается в торговлю, строительство, т.е. туда, где происходит быстрая окупаемость. Разработку инноваций могут осуществить и мелкие организации: лаборатории, технические центры, а внедрить в массовое производство, как правило, крупные корпорации. Кроме того, нужно иметь в виду, что инновации – это не только товары и технологии, но и социальные и управленческие. Известный американский менеджер Питер Друкер говорил: "Нет неуспешных стран, есть неуспешный менеджмент".

Для нас инновациями в этой сфере есть многое, что уже достигнуто за рубежом: дорожное строитель-

ство, скоростная железная дорога, качественная работа судов, милиции, госаппарата. То есть умение сделать так, чтобы принципиально весьма старые изобретения приживались в Украине, и это было бы высочайшим достижением. А если у нас даже в правительстве нет единого мнения в таких вопросах, как приватизация, госзакупки, использования средств от приватизации и т.д., то трудно говорить об инновациях в управленческой и технологической сферах. Преодоление этих недостатков – задача государственного менеджмента.

## УДК 330.341(477)

ПРИНА І.

*Наук. керівник: НІКІТЧИНА О.В., викладач*

м. Житомир

### СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕХІДНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

В період розбудови незалежної української держави гостро постало питання про економічні реформи. Перехід до ринку – одна з ключових проблем, вирішення якої визначить перспективи розвитку економіки України, подальшу долю української нації.

Командно-адміністративна система господарювання, яка існувала в недалекому минулому, не відповідала новим вимогам розвитку економіки, стала гальмом реалізації об'єктивних вимог світової економіки. Вона не може бути поліпшена або удосконалена зміною окремих елементів, а потребує перетворень у своїй основі відповідно до вимог нового господарського механізму. А щоб сформувати новий економічний механізм потрібна радикальна реформа. Командно-адміністративна система господарювання сформувалась за часів, коли економічне зростання йшло за рахунок використання додаткових ресурсів. Типовими на той час були такі умови, коли за п'ять років приріст чисельності працівників у народному господарстві становив 10–11 млн. чол., при чому на 25–30 % збільшувався видобуток палива і сировини, на 40–50 % зростали капіталовкладення і на 50–60 % збільшувався обсяг основних виробничих фондів. Проте до початку 90-х років економічна ситуація в Україні докорінно змінилась. На одиницю національного доходу витрачалось в 3–4 рази більше ресурсів, ніж у країнах ринкової економіки, частка наукоємної продукції в експорті знизилась до 1 %. Частка екстенсивних факторів в економічному зростанні різко скоротилась, а це зумовило об'єктивну необхідність переведення економіки переважно на інтенсивний шлях розвитку. В той же час у світовому господарстві розгортається новий етап науково-технічної революції, який орієнтований на якість, нововведення і високу кваліфікацію кадрів.

Які ж основні критерії оцінки реальних можливостей економічного устрою в умовах переходу від ко-

## ЛИТЕРАТУРА

1. М. Делягин. Информационная революция, глобализация и кризис мировой экономики. // Проблемы теории и практики управления. – М.: 2001, №1.
2. М. Павловский. Характеристика бедности в мире. // Вечерние весники – 17.01.2002.
3. Еда дороже жизни. // “Известие”. – 15.04.08.
4. 28% украинцев – за чертой бедности. // “Известия”. – 17.04.08.
5. Почему свалки забиты едой. // “Известия”. – 12.05.08.

мандно-адміністративної системи господарювання до ринкових відносин? Першим критерієм є визначення ступеня можливості забезпечення підвищення прибутку підприємств за рахунок повнішого використання всіх наявних ресурсів і підвищення конкурентоспроможності продукції, робіт, послуг. Другий критерій – це ступінь спроможності економічного устрою створити умови для підвищення норми прибутку за рахунок нових наукових розробок, удосконалення технології виробництва, переходу до використання продуктивніших засобів виробництва й кардинального підвищення якості продукції. Третій критерій – ступінь спроможності устрою швидко реагувати на зміни попиту й відповідно до цього здійснювати дії, спрямовані на реструктуризацію економіки. Четвертий критерій – ступінь спроможності забезпечити зростання продуктивності праці за рахунок розвитку спеціалізації праці та виробництва на основі переходу до широкого використання новітніх, більш продуктивних засобів виробництва, обчислювальної техніки, інтегральних схем, широкої комп'ютеризації та автоматизації, принципово нових ресурсозберігаючих технологій. П'ятий критерій – ступінь ефективності системи виробничого обліку й контролю, направленою на підвищення продуктивності праці за рахунок більш повного використання наявних ресурсів, своєчасного прийняття відповідних коригуючих дій.

Ці основні критерії дають можливість оцінити ступінь спроможності економічного устрою забезпечити підвищення ефективності виробництва за рахунок зростання продуктивності праці, поліпшення якості продукції, робіт, послуг у розрахунку на максимальний попит конкретних споживачів при одночасному зниженні собівартості. При цьому загальним критерієм оцінки економічного устрою є спроможність підвищувати соціальну захищеність, добробут суспільства загалом та кожного його члена [1].

Серед країн, що переходять від командно-адміністративної системи господарства до ринкових відносин, визначилося кілька груп за специфікою шляхів переходу.

Першій групі властиве створення в надрах старої командно-адміністративної системи нових соціально-орієнтованих ринкових відносин. Найхарактернішим є приклад Китаю, де цей процес відзначався тривалою боротьбою серед правлячих кіл за шляхи розвитку, що закінчилася перемогою проринкових сил у керівництві країною. По-перше, у Китаї процес переходу був ретельно теоретично осмислений і розроблений, визначений як тривалий і поетапний. По-друге, перехід проводиться через саму командно-адміністративну систему з урахуванням конкретного історичного досвіду розвитку країни. Ця система не руйнується, а реформується відповідно до завдань, які ставляться перед нею для здійснення переходу до ринку. По-третє, перехід до ринкових відносин було розпочато з провідної галузі економіки країни – сільського господарства, в якій зайнята основна частина населення. Перелічені заходи дали позитивні результати й рекомендуються для ретельного вивчення іншими країнами. Подібний шлях розвитку обрали В'єтнам, Монголія та деякі інші країни.

Другу групу країн відзначає поступовий, еволюційний початок переходу до ринкових відносин через різні експерименти та перетворення, які також розпочинаються в надрах командно-адміністративної системи. На основі підготовленого соціально-економічного середовища, розпочатого розвитку ринкового господарства відбуваються руйнування командно-адміністративної системи і подальший перехід до ринкових відносин. Найхарактернішим є приклад Угорщини, яка розпочала такі перетворення з другої половини 50-х років. Поступове накопичення ринкових елементів дає змогу країні переходити до сучасних форм господарювання без великих соціальних потрясінь і масового зубожіння населення. Цей період у нинішніх країнах розвиненої ринкової економіки тривав у минулому кілька століть. Його головним історичним завданням, з одного боку, було відокремити безпосереднього працівника від засобів виробництва й перетворити його на юридично вільного продавця своєї робочої сили, а з іншого – зосередити засоби виробництва й кошти в незначного прошарку великих підприємств.

Третя група країн обрала шлях "шокової терапії", що полягав у застосуванні методів короткострокового струсу суспільства. Такий шлях обрала, наприклад, Польща, де були певні передумови для такого безжалісного експерименту, а саме: в країні була поширена ринкова психологія, значною була приватна власність (понад 4/5 орної землі належало одноосібним господарствам), на чолі держави опинилися сили, які підтримувала більшість населення. Проте, незважаючи на все це, після короткого шоку країна мусила відмови-

тись від нього. Ті, хто вдався до цього методу, пішли у відставку, поступившись місцем тим, хто зважає на довгостроковий час творення економічних процесів.

Свій шлях переходу обрала колишня Чехословаччина, де наприкінці 80-х років відбулася так звана "оксамитова революція". Спираючись на традиції ринкового розвитку, нові й старі методи державного регулювання економікою, кооперування тощо, країна повертається до ринкових відносин цивілізовано. Поділі її з 1993 р. на дві незалежні країни – Чехію і Словаччину – відбувся так само цивілізовано, як і розподіл серед населення державної власності. Основна маса середніх та великих підприємств через їх акціонування перетворена на корпорації. Дрібні підприємства можуть переходити в індивідуальну власність. Кожен громадянин одержав право на свою рівну частку загальнодержавної власності у формі спеціальних купонів, на які він придбає акції підприємств, що приватизуються. Для того, щоб купони не могли стати предметом купівлі-продажу, спекуляцій, махінацій тощо, розроблено соціальний механізм захисту. До Чехії та Словаччини залучається іноземний капітал на розробленій взаємовигідній правовій основі, створюються спільні фірми.

Логіка переходу України до соціально-орієнтованого ринкового господарства потребує здійснення державотворення через розбудову політичної незалежності країни та її національної економіки. Проте розробка механізму цього процесу надзвичайно складна, оскільки жодний з перелічених шляхів переходу до ринку не може бути повністю використаний у незалежній Україні. Командно-адміністративна система тут виявилася неспроможною здійснювати глибинні ринкові реформи. Для застосування "шокової терапії" не було відповідних передумов: психологічної готовності населення, належної підтримки владних структур, соціально-економічної бази тощо [2].

Відпрацьованими теоретично й на практиці засобами переходу від командно-адміністративної системи господарювання до соціально-орієнтованого ринкового господарства є роздержавлення і приватизація, спрямовані на розвиток багатокладної економіки та підприємництва. Першочергового розв'язання потребують проблеми оптимальних меж і можливостей державного сектора економіки на сучасному етапі; створення механізму сприяння підприємству; розвитку ринкових інфраструктур тощо. Надзвичайно важливою є проблема активного включення людей у проведенні ринкових реформ в трикутнику: держава – праця – підприємництво. Роздержавлення і приватизація, розвиток підприємництва мають вплинути на зміну структури виробництва; сприяти розвитку ринкової конкуренції й нового ціноутворення; зумовити жорстку фінансову політику держави.

Усі ці заходи, поряд із створенням державної системи регулювання економіки, забезпеченням соціального захисту населення, в умовах становлення ринко-

вих відносин мають створити не тільки правові, а й соціально-економічні засади обмеження міжнародного фінансово-спекулятивного капіталу, торгових структур, зупинити руйнівні процеси в економіці держави. Процес трансформації від командно-адміністративних методів регулювання до ринкових складний і тривалий, вимагає докорінної зміни власності, створення ринкової інфраструктури, зміни психології людей [3].

УДК 323+325 : 36

ГНІТЕЦЬКА О.

Наук. керівник: ЧЕРНЮК О. В. к.е.н

м. Київ

## СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ ТА СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ НАСЕЛЕННЯ

Соціальна політика держави – один з напрямків діяльності з регулювання соціально-економічних умов життя суспільства. Сутність соціальної політики держави полягає в підтримці відносин як між соціальними групами, так і всередині них, забезпеченні умов для підвищення благоустрою, рівня життя членів суспільства, створенні соціальних гарантій у формуванні економічних стимулів для участі в суспільному виробництві. При цьому слід зазначити, що соціальна політика держави, яка виступає складовою заходів, що провадяться державою з метою регулювання умов суспільного виробництва загалом, тісно пов'язана з загальноекономічною ситуацією в країні.

Соціальна політика держави передбачає:

- регулювання соціальних відносин у суспільстві, регламентацію умов взаємодії суб'єктів економіки в соціальній сфері (в тому числі між роботодавцями й найманою робочою силою);
- вирішення проблеми безробіття та забезпечення ефективної зайнятості;
- формування стимулів для високопродуктивної суспільної праці й надання соціальних гарантій економічно активній частині населення;
- створення системи соціального захисту населення;
- забезпечення розвитку елементів соціальної інфраструктури (закладів освіти, охорони здоров'я, науки, культури, спорту, житлово-комунального господарства і т. ін.);
- захист довкілля тощо.

Завдання соціальної політики країни поділяються на довгострокові та короткострокові.

Системотворчий характер соціальної політики обумовлюється тим, що соціальна політика виступає елементом:

- життєздатності суспільства;
- стабілізації та розвитку суспільства;
- консолідації суспільства.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бажал Ю.М. Економічна теорія технологічних змін: Навчальний посібник.– К.: Заповіт, 2007.– 240 с.
2. Проблеми сталого розвитку України. – К.: “БМГ”, 2001. – 423 с.
3. Сакс Дж., Пивоваровський О. Економіка перехідного періоду: Уроки для України/ Пер. з англ., – К.: Основи, 2002. – 132 с.

Основними принципами соціальної політики є раціональність, соціальна справедливість та соціальна безпека.

Раціональність проявляється в досягненні оптимального співвідношення мети соціальної політики та засобів її реалізації. Соціальна справедливість – це є визнання однакових можливостей для всіх членів суспільства; а соціальна безпека – можливість передбачуваності певних життєвих ризиків.

Модель соціальної політики Української держави являє собою симбіоз лібералізму та соціальної орієнтації. Перший дає можливість за умов відсутності достатніх фінансових коштів у держави надати можливість для самореалізації та самозабезпечення економічних суб'єктів. Друга складова передбачає формування раціональної системи соціального захисту населення.

У світі існує багато моделей соціальної політики й кожна має свої нюанси та особливості залежно від особливості економічного розвитку країни, менталітету нації, розвитку соціального партнерства (японська, німецька, американська, шведська, англосаксонська).

Соціальна політика як напрям діяльності держави має свої суб'єкти, об'єкти та учасників, що беруть активну участь в її проведенні.

Для створення конкретних механізмів реалізації принципів соціально орієнтованої економіки, підвищення ефективності соціальної політики на основі раціонального використання наявних фінансових і матеріальних ресурсів Кабінет Міністрів України розробив основні напрями соціальної політики.

Основними напрямами соціальної політики України є:

- створення умов для підвищення працівником свого добробуту за рахунок особистого внеску та ділової активності підприємства. З цією метою Президент України ініціював скасування існуючих обмежень фонду споживання;

- проведення широкомасштабної пенсійної реформи та створення справедливої системи пенсійних виплат з урахуванням трудового внеску кожного до фонду накопичення;

- надання адресної допомоги у зв'язку з підвищенням тарифної плати за житло та комунальні послуги;

- створення умов для підприємницької діяльності та високопродуктивної праці економічно активного населення;

- створення умов для регулювання демографічних процесів в Україні, демографічного відтворення населення;

- розробка відповідної правової бази щодо раціонального природокористування та охорони довкілля;

- проведення активної молодіжної політики підтримки сім'ї, материнства та дитинства, а також здійснення заходів щодо соціальної адаптації молоді до умов ринкової економіки;

- стимулювання розвитку освіти, культури та мистецтва в найбільш великих містах та обласних центрах і в малих містах. З цією метою виконується Програма розвитку малих міст України;

- розвиток охорони здоров'я і фізичної культури. Для цього формуються умови для широкого впровадження страхової медицини, накреслено будівництво низки спортивно-оздоровчих комплексів;

- соціальний захист і соціальне забезпечення населення. Цей напрям є одним з найважливіших, оскільки соціальний захист – це є система державної політики із забезпечення прав і гарантій людини у сфері рівня життя.

Соціальна політика орієнтована на громадян, об'єктивні можливості яких не дозволяють їм підтримувати суспільне визнані рівень та спосіб життя. При цьому соціальне забезпечення – це є забезпечення непрацездатних. Економічними джерелами соціального захисту є гроші платників податків (державний бюджет на всіх рівнях), страхові нарахування роботодавців та працівників, фінансові ресурси підприємств, суспільна та приватна благодійність, спонсорство та меценатство.

Правовою основою соціального захисту є положення чинного законодавства, що регулюють систему засобів соціального захисту: гарантії, норми, зобов'язання, розподіл функцій. Організаційними основами соціального захисту є відповідні управлінські та функціональні установи по роботі з населенням.

Система соціального захисту виконує дві основні функції:

- зменшення негативних наслідків бідності шляхом надання короткотермінової адресної допомоги знедоленим верствам населення;

- запобігання бідності шляхом створення умов для участі громадян в соціальному страхуванні в працездатний період.

Ці функції знаходяться в певному протиріччі, та в перехідній економіці проявляються досить відчутно.

Перехідний стан економіки України зумовив ту обставину, що соціальний захист населення реалізує в основному першу функцію, а для реалізації другої умов ще недостатньо.

Сучасну систему соціального захисту населення в Україні складають такі елементи: пенсійне забезпечення, допомога сім'ям з дітьми, житлові субсидії, допомога по безробіттю та ін.

У січні 2002 р. активними заходами сприяння зайнятості населення (працевлаштування), що спрямовані на професійне навчання, громадські роботи, було охоплено 108,2 тис. осіб, що на 15 % більше, ніж у січні попереднього року. Незважаючи на обмежену кількість вільних робочих місць, число осіб, які отримали роботу за сприяння служби зайнятості в січні 2002 р., зросло порівняно з січнем 2001 р. майже на третину й становило 48,9 тис. осіб. Число осіб, які за направленням служби зайнятості проходили професійне навчання, зросло порівняно з січнем 2001 р. на 3,5 % і становило 50, 1 тис. осіб. У громадських роботах взяли участь 9,2 тис. незайнятих громадян, що в 1,2 раза більше, ніж у січні попереднього року.

Оскільки системі ефективної зайнятості та питанню управління зайнятості було присвячено окрему тему, вважається за доцільніше розглянути напрям, пов'язаний з формуванням доходів населення.

Рівень доходів членів суспільства є найважливішим показником їх благополуччя, оскільки визначає можливість матеріального та духовного життя кожного: відпочинку, отримання освіти, підтримки здоров'я, задоволення нагальних потреб. Серед чинників, що крім розмірів самої заробітної плати безпосередньо впливають на величину доходів населення, є динаміка роздрібних цін, ступінь насичення споживчого ринку товарами та послугами.

Грошові доходи населення, що отримуються через фінансово-кредитну систему, формують значну частину доходів населення:

- виплати за державним страхуванням;
- банківські позички на індивідуальне житлове будівництво, обзаведення господарством для молодих сімей, членів споживчих товариств (наприклад, на садове будівництво);

- відсотки за вкладами до банку, що нараховуються за підсумками року;

- доходи від збільшення вартості акцій, облігацій, виграшів та погашень за позичками;

- лотерейні виграші;

- тимчасово вільні кошти, що виникають внаслідок купівлі товарів у кредит;

- виплати різних видів компенсацій (внаслідок каліцтв, збитків та ін.).

На формування доходів населення суттєво впливають виплати за програмами державної допомоги. За рахунок цих джерел здійснюються:

- пенсійне забезпечення;

- утримання тимчасово непрацездатних громадян;

- виплати різних видів допомоги (догляд за дітьми, медичне обслуговування, виплати допомоги малозабезпеченим сім'ям на дітей, по безробіттю).

Співвідношення в доходах населення частки трансферних виплат та заробітної плати відіграє важливу роль у формуванні економічної поведінки індивіда, його трудової мотивації.

За домінуючої ролі заробітної плати в інтеграції загальної суми доходів формуються такі якості, як підприємливість, ініціатива. Підвищення ролі виплат за державними програмами допомоги нерідко призводить до формування пасивного ставлення до виробничої діяльності, психології утриманства.

Обов'язкові платежі населення здійснюються через фінансову систему у вигляді різних видів податків та зборів. Через акумуляцію податкових платежів та зборів держава реалізує своє право на формування частини своїх ресурсів для здійснення в подальшому соціальної політики через перерозподіл грошових коштів, надання допомоги малозабезпеченим громадянам. Для захисту інтересів малозабезпечених громадян та недопущення зниження рівня благополуччя, нижче допустимого в даних конкретних умовах, держава встановлює пороговий мінімум в доходах, який не оподатковується. В той же час для високих доходів встановлюються прогресивно більш високі ставки податків – як прямих, так і непрямих.

Невідкладними заходами щодо реформування системи соціального захисту є впровадження механізмів адресної допомоги найнезахищенішим верствам населення з одночасною поступовою ліквідацією практики надання її через дотації та пільги всім категоріям населення, що їх потребують. Основними шляхами реалізації цих заходів слід вважати такі:

- запровадження і фінансове забезпечення на державному рівні мінімальних соціальних гарантій (пенсій, стипендій, допомоги малозабезпеченим непрацевдатним громадянам, безробітним);

- встановлення науково об'рунтованих пропорцій між середніми мінімальними рівнями заробітної плати та пенсій, допомогою по безробіттю та допомогою малозабезпеченим громадянам пенсійного віку та сім'ям з дітьми, різними оцінками рівнів бідності;

- запровадження, виходячи з динаміки споживчих цін, попереджувальних заходів соціального захисту населення, адресної допомоги та субсидій;

- захист купівельної спроможності малозабезпечених непрацевдатних громадян і сімей через періодичний перегляд середньо-душового сукупного доходу, що дає право на допомогу.

Ці пропозиції є тактичними завданнями. Стратегічними завданнями реформування системи соціального захисту слід вважати значне зростання ролі страхових підходів у її механізмах та створення законодавчих, інституційних і фінансових засад для нової системи соціального страхування, що передбачає обов'язкове страхування, пов'язане зі стажем роботи громадяни-

на та його участю у створенні фондів соціального страхування; державне страхування окремих категорій громадян і відповідне забезпечення гарантій, які бере на себе держава (щодо військовослужбовців та ін.), добровільне страхування. Така система соціального страхування має забезпечити більш ефективний соціальний захист населення, об'єктивну диференціацію пенсій та інших соціальних гарантій відповідно до внеску кожного громадянина, його страхового статусу та ін..

Оскільки соціальна політика держави базується на визначенні головної мети, пріоритетних напрямків політики у сфері оплати праці, доходів населення та соціального захисту, метою соціальної політики є забезпечення зростання рівня і поліпшення умов життя населення країни.

Серед програмних заходів щодо державної соціальної політики можна виділити насамперед такі:

- видокремлення основних чинників, що впливають на поліпшення матеріального становища населення (фінансова стабільність в країні, зростання виробництва й продуктивності праці, підвищення рівня доходів бюджету, рівень заробітної плати, пенсій, стипендій, розвиток малого бізнесу тощо);

- визначення шляхів досягнення мети й вирішення завдань соціальної політики щодо забезпечення гарантованості та своєчасності виплати заробітної плати, пенсій, стипендій, допомоги та інших соціальних виплат; підвищення рівня заробітної плати та відповідності виконуваних робіт; впровадження режиму першочергової виплати заробітної плати із виручки, отриманої підприємством; забезпечення 100%-го фінансування поточних виплат заробітної плати працівникам бюджетних установ; посилення відповідальності посадових осіб за затримку виплати заробітної плати, пенсій, стипендій та інших соціальних виплат; подолання тенденцій подальшого розшарування суспільства за рівнем доходів; подальше реформування системи пенсійного забезпечення, зокрема, з урахуванням стажу роботи та трудового внеску; запровадження системи пенсійного страхування; підвищення адресності надання соціальної допомоги; введення в дію механізмів бюджетно-страхової медицини; реформування системи соціального захисту від безробіття; по мірі наповнення бюджету – започаткування виплат знецінених заощаджень населення;

- визначення основних заходів щодо здійснення соціальної політики (забезпечення введення в дію законів України, що сприяють вирішенню соціальних проблем);

- висвітлення наслідків впливу законодавчих актів і урядових рішень щодо вирішення завдань соціальної політики.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Економіка праці. Посібник. – Львів, 1999.
2. Журавлев П.В., Карташов С.А., Маусов Н.К., Одегов Ю.Г. Персонал, словарь понятий и определений. – М.: Экзамен, 1999.

3. Казановський А.В., Колот А.М. Соціальне партнерство на ринку праці. – Краматорськ. Нац. центр продуктивності, 1995.

4. Киреев В.И. Международная экономика. – М., ИНФРА-М, 2000.

5. Колот А.М. Оплата праці на підприємстві, організація та вдосконалення. – К., Праця, 1997.

6. Социальные технологии. Толковый словарь. – Москва–Белгород. Луч, Центр социальных технологий, 1995.

7. Экономика и социология труда / Под. ред. Б. Ю. Сербиновского и В.А. Чуланова. – Ростов н/Д. Феникс, 1999.

8. Яковлев Р., Федорова М. Формирование и порядок определения цены рабочей силы // Проблемы труда. – М., 1995. – № 12.

## УДК 330(477)+361(477)

КОРИТНИК О.

Наук. керівник: ЧЕРНЮК О.В., к.е.н.

м. Київ

### ВСТУП УКРАЇНИ ДО СОТ. ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Світова організація торгівлі – це спільнота держав, де відпрацьовуються правила міжнародної торгівлі. Членство в СОТ перш за все потрібно самій Україні, щоб приймати участь у випрацюванні цих правил і жити та торгувати за ними. З другого боку, членство в СОТ потрібно для України, щоб світова спільнота приймала нас як свого рівноправного партнера та відносила до нас як до рівного, а не такого, хто наздоганяє потяг, що швидко рухається уперед [1].

В умовах інтеграції України до світової економічної спільноти необхідно забезпечити інформування усіх зацікавлених сторін щодо переваг та ризиків членства України в СОТ. Адже саме відсутність доступної та достовірної інформації призводить до формування у суспільстві негативних стереотипів щодо СОТ.

В попередніх номерах журналу "Вісник" вже були опубліковані статті щодо проблем і переваг вступу України до СОТ. Зараз, коли нашу державу прийняли до Світової Організації Торгівлі, можна констатувати цю подію, як позитивний факт. В Женеві Організаційний комітет СОТ і робоча група України з питань входження держави в СОТ під керуванням Валерія Пятницького підписали 5 лютого 2008 року "Протокол". Ця міждержавна угода була ратифікована 10 травня 2008 року у Верховній Раді. Ознайомитись із "Протоколом вступу України до СОТ" можна на [www.rada.kiev.ua](http://www.rada.kiev.ua).

Міжнародний досвід свідчить, що країни – члени СОТ отримують значні переваги. Найсуттєвішими перевагами вступу України до СОТ є такі:

- збільшення іноземних інвестицій в економіку України. Досвід країн Центральної та Східної Європи свідчить, що після вступу до СОТ обсяги прямих іноземних інвестицій в цих країнах зростають. Найяскравішим прикладом є Болгарія, де інвестиції в перший же рік після вступу до СОТ зросли в 3,7 рази, а в 1999–2000 рр. – ще в 1,5 рази. У Словенії наступного року після вступу до СОТ інвестиції зросли майже вдвічі, а згодом стабілізувалися;

- зменшення тарифних і нетарифних обмежень до вступу українських товарів практично на всі найваж-

ливіші товарні ринки розвинутих країн світу і, відповідно, збільшення валютних надходжень від експорту вітчизняної продукції;

- одержання українськими товарами режиму найбільшого сприяння, а також національного режиму щодо внутрішнього оподаткування та регулювання в торговельному просторі всіх країн – членів СОТ, тобто одночасне покращання умов торгівлі з багатьма країнами світу;

- можливість захисту інтересів українських виробників згідно з процедурою розгляду торгових спорів СОТ.

До політико-економічних переваг слід віднести такі:

- членство України в СОТ є необхідною передумовою започаткування переговорів про створення зони вільної торгівлі та забезпечення поступової інтеграції України до Європейського Союзу;

- вступ до СОТ надасть змогу уникнути торговельно-економічної ізоляції України від країн Західної та Центральної Європи, Східної Європи та Балтії, багато з яких вже сьогодні є асоційованими членами ЄС;

- Україна отримає можливість виставити свої умови стосовно Росії перед її вступом до СОТ і намагатиметься виторгувати торгові преференції (наприклад, по транзиту газу через Україну і доступу на її ринок наших товарів);

- членство в СОТ дасть можливість уникнути витіснення української продукції з ринку ЄС аналогічною продукцією країн Центральної та Східної Європи;

- приєднання до СОТ приведе до збільшення надходжень до державного бюджету, яке відбудеться за рахунок скасування податкових і митних пільг, збільшення бази для справляння митних платежів, зростання обсягів виробництва й активізації торговельного обороту;

- додатковим стимулом вступу до СОТ для України є розширення Європейського Союзу, яке відбулося в 2004 та 2006 рр. Україна має можливість претендувати на інвестиції транснаціональних компаній, які зараз працюють у країнах Центральної Європи. Щоб бути привабливим кандидатом на залучення інвестицій цих

компаній, Україна має якнайшвидше завершити вступ до СОТ.

Участь у СОТ допоможе уникнути кількісних обмежень на експорт української продукції оскільки такі обмеження в рамках СОТ заборонено. З'являються нові можливості використання конкурентних переваг вітчизняних виробників. Україна, як і кожна країна, має певні переваги у виробництві тих чи інших видів продукції за рахунок географічного розташування, природних ресурсів, дешевої кваліфікованої робочої сили.

Лібералізація торгівлі після вступу до СОТ посилює конкурентний тиск на вітчизняних виробників товарів та постачальників послуг. Це змушує їх удосконалювати вимоги до якості та безпеки продукції, що необхідно для підвищення її конкурентоспроможності не тільки на вітчизняному, а й на міжнародних ринках. Зокрема, в українських компаніях з'являється більше стимулів впроваджувати міжнародні стандарти якості.

Економічна політика України щодо мінімізації негативних наслідків приєднання до СОТ має забезпечувати такі напрями:

- модернізацію системи захисту внутрішнього ринку відповідно до вимог СОТ;
- підтримку експортних виробництв та вдосконалення структури експорту;
- структурну перебудову національної економіки та підвищення її конкурентоспроможності відповідно до вимог міжнародної конкуренції.

Від вступу України до СОТ передусім виграють експортноорієнтовані галузі (перш за все металургія та хімічна продукція), і значно погіршується становище підприємств, які в основному зорієнтовані на внутрішній ринок (автомобілебудування, електронна промисловість, сільське господарство, харчова, легка промисловість та ін.).

Як показав досвід постсоціалістичних країн – членів СОТ, найменш конкурентоспроможними на внутрішньому ринку після приєднання до СОТ виявляються виробники молока, яєць, м'яса, овочів і фруктів. В Україні переважну частину цих видів продукції виробляють у господарствах населення.

Отже, товарні особисті господарства після вступу в СОТ є вразливою групою серед сільгосптоваровиробників. Вони навряд чи витримають змагання з більш дешевим імпортом, а це означає, що результатом приєднання може стати зростання безробіття в сільській місцевості. Найбільше програють ті підприємства, які працюють завдяки численним пільгам, що передбачені чинним законодавством України, але не відповідають загальноприйнятій міжнародній практиці, зокрема положенням угод СОТ. Тяжкі часи настають для тваринництва, яке зіштовхується з конкуренцією дешевого латиноамериканського м'яса.

Більшість негативних наслідків проявляє себе в короткотерміновій перспективі – періоді, необхідному будь-якій країні для адаптації роботи підприємств у

нових умовах лібералізованого ринку. Отримані від вступу до СОТ переваги носять системний довготерміновий характер.

Водночас більшість галузей промисловості, які на сьогодні розвинуті в Україні, вже довели свою конкурентоспроможність в умовах зростання глобалізаційних процесів. Тому не слід очікувати, що вступ України до СОТ справить на них шоковий вплив.

Досвід інших країн колишнього СРСР свідчить, що різкого збільшення імпорту до України внаслідок вступу до СОТ не відбудеться. Це, зокрема, пов'язано з особливостями внутрішнього ринку України, захищеного від імпортних надходжень такими факторами, як суттєві транспортні витрати на доставку імпортованої продукції, недостатній розвиток інфраструктури надходження та розподілу значних обсягів імпортованої продукції в регіонах, невисока купівельна спроможність населення. Дешевий імпорт вже присутній на українському ринку, а дорогі імпортовані товари поки не покишені більшості українцям.

В окремих галузях промисловості можливе зменшення виробництва за рахунок певного зростання імпорту відповідної продукції. Проте ці втрати є тимчасовими й можуть бути компенсовані зменшенням витрат на виробництво продукції за рахунок впровадження міжнародних та європейських стандартів і відмови від застосування подвійних стандартів для внутрішнього ринку та експорту зі зменшенням, залежно від виду продукції, на 3–5% витрат на обов'язкове підтвердження відповідності експортної продукції за рахунок переходу від подвійної сертифікації (у країні-експортері та країні-імпортері) до взаємного визнання результатів оцінки відповідності в результаті вступу України до СОТ.

Негативні наслідки можна мінімізувати завдяки тому, що процес зниження тарифів на деякі товари української економіки відбуватиметься поступово з урахуванням перехідного періоду, який становитиме від 3 до 8 років. Крім того, слід мати на увазі, що після вступу до СОТ інші країни стали значно доступнішими для українського експорту, що компенсує окремі втрати, які несуть вітчизняні виробники на внутрішньому ринку. Тобто Україна після вступу до СОТ має перехідний період для доступу імпорту на свої ринки, водночас має можливість доступу української продукції на ринки країн – членів СОТ за зниженими тарифами одразу ж після приєднання до цієї організації. Це, безумовно, повинно привести до нарощування експортного потенціалу країни. Членство в СОТ – лише інструмент стратегії соціально-економічного розвитку України.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Конституція України: Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 черв. 1996р. – К.: Преса України, 1997. – 80 с.
2. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" №959-ХІІ від 16 квітня 1991 р. // Вісник Верховної Ради України. – 1991. – № 29.

3. Закон України "Про Митний тариф" № 2371-III від 5 квітня 2001 року // Вісник Верховної Ради України. – 2001. – № 29.

4. Гудзь О.Є. Удосконалення кредитного субсидування сільськогосподарських товаровиробників // Теорія і практика ринків. – 2007. – №3. – С.67–72.

5. Діагностика сектору текстильних виробів України, БІЗПРО, Агентство США з міжнародного розвитку (USAID), жовтень 2006, – 205 с.

6. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / Я. А. Жаліло, Я. Б. Базилук, Я. В. Белінська та ін. – К.: НІСД, 2005.

7. Інформаційно-аналітичні матеріали з питань вступу України до СОТ. Міністерство економіки України, 2006 р. – 19 с.

8. Осика С.Г., Пятницький В.Т. "Світова організація торгівлі" – Київ: К.І.С., 2001 – 491 с.

## УДК 330(477)

МИХАЙЛОВСЬКА Н.

Наук. керівник: ВАЛІНКЕВИЧ Н.В., к.е.н.

м. Житомир

### КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Україна здобула незалежність в 1991 році. А в 2006 році Україну було визнано країною з ринковою економікою. Основною метою сучасних реформ в Україні є створення надійних умов для сталого соціально-економічного розвитку українського суспільства.

Конкурентність (конкурентоспроможність, конкурентоздатність) суб'єкта виробництва або його продукції – багатогранне поняття, яке може мати різні визначення і кількісні критерії виміру. Найбільш узагальнене тлумачення цього поняття базується на класичних категоріях економічної теорії – вартості й ціні. Як відомо, вартість – це суспільно визнані витрати, а закон вартості – закон цін. Отже, ціна ринкової рівноваги попиту і пропозиції є межею суспільного визнання витрат. Звідси – перевищення ціни над витратами (рентабельність) є свідченням конкурентності. Ця теоретична модель рівноважних цін на практиці доповнюється багатьма додатковими чинниками ціноутворення, зокрема впливом державної політики монетарного і безпосередньо цінового регулювання, але навіть в умовах багатофакторного формування цінової ситуації збитковість залишається ознакою неконкурентності, а її усунення – забезпеченням конкурентоспроможності.

Конкуренція є домінантним елементом економічної системи, який визначає як цільові орієнтири й положення ринкових суб'єктів (виробників, посередників, споживачів), так і їхні комунікації. При цьому самі конкурентні відносини зазнають суттєвих змін під впливом ендогенних та екзогенних чинників, які часом продукують напруження і конфліктні ситуації.

Головними детермінуючими тенденціями сучасного розвитку конкуренції у сфері товарного обігу України є зміна класичної схеми її функціонування: виробник-дистрибутор (гуртовик) – споживач і традиційної моделі взаємин ринкових суб'єктів, у якій домінуючі позиції займав виробник, який і визначав умови спілкування.

Особливостями розвитку сучасного розвитку є: поперше, посилення ринкової сили роздрібною торгівлю,

яка починає диктувати свої умови виробникам; по-друге, зростання потенціалу й ролі споживача; по-третє, ускладнення конкурентного процесу, розширення складу його учасників та аспектів їхньої взаємодії, зміна форм і видів конкуренції.

В більшості країн, у тому числі і в Україні, певні дії у ціновій сфері, зокрема цінова змова (таємний зговір виробників чи продавців щодо встановлення певного рівня цін та інших дій, що призводять до усунення чи мінімізації конкуренції) та цінова дискримінація (явище, коли різні споживачі за один і той же товар чи послуги сплачують різні ціни й різниця в цінах не має економічного об'рунтування, а результатом є недопущення, обмеження чи усунення конкуренції або утиль інтересів інших суб'єктів господарювання чи споживачів) заборонені законодавством. Тому бізнесові структури надають перевагу неціновій формі конкуренції: намагаються досягти переваг в якості й зручності, запропонувати споживачеві оптимальний асортимент товарів, надати якнайширший спектр послуг тощо. Разом з тим, ціновий чинник продовжує залишатися важливим мотиваційним чинником поведінки споживача.

Зростання вимог до якості обумовлює також заострення конкуренції на рівні торгових марок і брендів, перетворення змагання суб'єктів і товарів у конкуренцію ідей та проектів. При цьому бренд спонукає його власників до активного створення і використання інновацій, пошуку інших способів мінімізації своїх витрат і максимізації задоволення потреб споживача й трансформує ринкове середовище в його більш конкурентну форму.

Для більш точних оцінок у світовій практиці розроблені та постійно вдосконалюються різноманітні методи розрахунку показників і рейтингів конкурентоспроможності. Зазначені методики, як правило, спрямовані на систематизацію та виокремлення кінцевих чинників конкурентоспроможності, які оцінюються за допомогою різних показників. Найбільш вичер-

пний щорічний аналіз конкурентоспроможності національних економік в системі світового господарства представлений у методиках Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) та Міжнародного інституту розвитку менеджменту в Лозанні (IMD-Lausanne).

У 2007 р. Україна вперше ввійшла до щорічного рейтингу конкурентоспроможності країн Інституту розвитку менеджменту (м. Лозанна, Швейцарія) – World Competitiveness Yearbook –2007, і посіла 46-те місце з-поміж 55 прореєстрованих країн.

Таким чином, сучасний стан, внутрішні умови й прогресивні тенденції, що позначилися на розвитку промисловості, дають підстави позитивно оцінювати потенціальні можливості промислового комплексу щодо подолання загроз і створення матеріальної основи для продуктивних змін, які протягом найближчих десяти років зможуть забезпечити країні істотне прискорення та якісний рівень економічного зростання. Промисловість має всі підстави стати основним носієм технічного прогресу та джерелом зростання національної конкурентоспроможності.

Стратегічною метою промислового розвитку має стати підвищення конкурентоспроможності економіки й забезпечення входження України до кола економічно розвинутих країн світу за рахунок створення сучасного, інтегрованого у світове виробництво й здатного до інноваційного розвитку промислового комплексу.

Головними якісними рисами майбутньої моделі промислового комплексу повинні стати:

- динамізм, інноваційність, конкурентоспроможність виробництва;
- високий рівень транснаціональної інтеграції науки, технології та виробництва;
- промислова, фінансова й торговельна інтеграція капіталів;
- широке використання інформаційних технологій;
- потужний розвиток галузевої науки;
- збереження державного впливу на розвиток критичних технологій та об'єктів національної безпеки;
- високий рівень екологічної безпеки, раціональне використання енергетичних і матеріальних ресурсів.

Структурно-інноваційне вдосконалення виробництва стає визначальним фактором розвитку та підвищення конкурентоспроможності. Цей процес уже розпочався, але його гальмує невирішеність багатьох питань нормативно-правового, організаційного й фінансового забезпечення. Отже, головна увага (особливо в перші 2–3 роки – 2008–2010) має бути зосереджена на створенні інституціональних, інфраструктурних та економічних засад структурно-інноваційних перетворень. Ключовими елементами такої системи мають стати державна підтримка структурних пріоритетів, створення рівних умов конкуренції, захист прав власності, активізація людського капіталу, особливо в галузі продукування і використання знань, запровадження світових стандартів якості продукції, сертифікації, трансферу технологій.

Модернізація і підвищення конкурентоспроможності промислового виробництва вимагають оновлення організаційного устрою галузі на основі світових тенденцій формування організаційних структур і власного досвіду ринкових перетворень.

В Україні до останнього часу в основу антимонопольної політики та антимонопольного законодавства було покладено класичну ліберальну концепцію досконалої конкуренції, сформульовану в умовах раннього капіталізму (кінець XIX – початок XX ст.), яка не враховує сучасних змін в умовах конкуренції, що відбуваються під впливом науково-технічного прогресу та глобалізації ринків і призводять до інтенсифікації процесів злиття та поглинання компаній, утворення потужних транснаціональних корпорацій. У нашій країні розвиток ринкових відносин на початковому етапі реформ помилково пов'язувався з відновленням дрібно-товарного виробництва, а подолання високого рівня монополізації промислового виробництва, який був характерним для радянської економіки, вбачалося в розукрупненні великих промислових об'єктів. Але такий крок у здійсненні демонополізації призвів до утворення слабких господарських суб'єктів. Не було враховано, що в умовах конкуренції в глобальних масштабах окремі, навіть великі, українські підприємства не є монополістами, оскільки ринок, на який потрапляє їхня продукція, формується багатьма підприємствами світового співтовариства. Сукупний негативний ефект від розриву технологічних і господарських зв'язків, зростання трансакційних витрат при виділенні малих підприємств з колишніх виробничо-господарських комплексів набагато перебільшив гіпотетичний ефект від такого спрощеного методу демонополізації, не забезпечуючи розвитку реального конкурентного середовища.

Загальна мета як промислової, так і конкурентної політики полягає в забезпеченні сталого економічного зростання. Механізм промислової політики для цього передбачає надання обмеженої кількості суб'єктів господарювання додаткових ресурсів. Механізм ефективно конкурентної політики має запобігати утворенню необ'рунтованих конкурентних переваг через зловживання домінуючим становищем.

Отже, на нашу думку, для забезпечення конкурентоспроможності економіки України першочерговими завданнями є активізація інноваційної діяльності, розвиток інституційного середовища, формування адекватної структури економіки та ефективна адаптація до зовнішніх умов. Розв'язання цих завдань можливе лише за наявності чіткої політики держави у сфері забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної економіки.

Основним стратегічним пріоритетом України в контексті забезпечення національної конкурентоспроможності в постіндустріальній системі господарства є опанування науково-технологічною моделлю економічного розвитку. Для цього існують такі об'єк-

тивні передумови, як наявність визнаних у світі власних наукових шкіл та унікальних технологій, здатних забезпечити розвиток високотехнологічного виробництва на рівні найвищих стандартів.

Перехід до інноваційного розвитку не тільки економіки, але всієї системи суспільних перетворень є найактуальнішою проблемою сьогодення. Водночас конкурентоспроможність країни – це її здатність генерувати та швидко опанувати інновації.

Перехід України до економіки знань, на світовий рівень конкурентоспроможності – найважливіша справа держави, всіх державних структур, органів місцевого самоврядування, і звичайно, вчених-економістів та практиків. Активна державна регіональна політика сприятиме мобілізації всіх регіональних ресурсів для забезпечення економічного зростання і підвищення

рівня життя населення. А це дозволить зміцнити й демократичні засади розвитку українського суспільства.

Отже, ми переконалися, що конкуренція є важливим чинником в розвитку економіки ринкового типу.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Лисенко Н.О. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції м'ясопереробних підприємств // Актуальні Проблеми Економіки. – 2007. – № 11.
2. Дідківська Л.І. Розвиток конкуренції у сфері товарного обігу // Актуальні Проблеми Економіки. – 2007. – №7.
3. Пенькова О.Г. Конкурентоспроможність національної економіки в умовах глобалізації // Актуальні Проблеми Економіки. – 2007. – №7.
4. Оскольський В. Про перспективи становлення конкурентоспроможності регіональної економіки // Економіка України. – 2007. – № 11.

#### УДК 330.81+657

ОРЛОВА О.

м. Київ

### ІСТОРІЯ ФОРМУВАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ: АКТИВИ ТА ПАСИВИ

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що для нормального функціонування будь-якої ланки ринкової економіки дуже важливо, щоб учасники, приймаючи рішення, мали правдиву та об'єктивну інформацію про майно, грошовий та фінансовий стан, результати роботи – прибутки, доходи або збитки, а також про особливості їх досягнення (на підставі попередніх даних) як на своєму підприємстві, так і в партнерів. Таку інформацію надає лише система бухгалтерського обліку. З розвитком ринкових відносин, появою обміну, змін власника на ринку об'єкту обміну та потребою довести своє право власності на об'єкт господарювання після обміну, змусили господаря формувати таку систему ведення рахунків про господарські факти, явища та процеси, яка б відповідала вимогам відображення виробничих та суспільних відносин. Ця система одержала назву подвійна бухгалтерія, оскільки була побудована за принципом двоїстості (подвійності) балансового методу [5].

Усі напрями дослідження теорій подвійного відображення за своїм змістом мають дуже багато спільного. І головна заслуга їх прихильників полягає у констатації потреби подвійності в бухгалтерському обліку. Значної уваги цьому питанню в наукових пошуках в Україні приділяє проф. В.В. Сопко.

За В.В. Сопком, будь-яке господарство з одного боку – це сукупність продуктивних елементів носіїв вартості, а з іншого – це сукупність правових відносин, характеристик суб'єктів права власності на об'єкти (активи) [6].

Поступове вдосконалення відносин у суспільстві викликало появу вартісного вираження рівності "активу" та "пасиву".

У світовій практиці найпоширенішим визначенням активів є наступне: "активи – це ресурси (від фр. слова resource – засоби, запаси, можливості, джерела чогось), які отримані підприємством в результаті минулих подій та тепер контрольовані ним, використання яких, як очікується, призведе до збільшення економічних вигод у майбутньому".

У багатьох країнах світу засоби, майно підприємства називають активами. Активи – це економічні ресурси підприємства, які мають принести економічні вигоди в результаті очікуваних подій. Вони поділяються за багатьма класифікаційними ознаками: за формами функціонування: матеріальні, нематеріальні, фінансові активи; за характером участі в господарському процесі та швидкості обороту: оборотні й необоротні (довгострокові активи); за ступенем ліквідності: абсолютно ліквідні, малоліквідні активи.

Пасиви – це сукупність виражених в грошовому вираженні капіталу підприємства та його боргових зобов'язань. У будь-якому випадку пасиви (капітал, боргові зобов'язання) показують джерела утворення активів – майна підприємства або громадянина, тобто показують, кому винне підприємство (юридична особа) або громадянин (фізична особа) за все майно, яке воно (або він) має у своєму розпорядженні. Пасиви – це вираз права власності на активи (майно) відповідних юридичних (підприємств) або фізичних осіб, які передали це майно у використання; все, що відображається в пасиві балансу [6].

У міжнародній практиці під капіталом розуміють частку власних активів, що залишилася в підприємства після вирахування зобов'язань. Під капіталом, в широкому розумінні слова, розуміють будь-які цінності, створені попередньою працею та призначені для нового виробництва. Його поділяють на капітал засновників (власний) та капітал кредиторів (залучений, позиковий). Пасиви (джерела формування активів) поділяють на: 1) власний капітал: статутний капітал, пайовий капітал, додатково вкладений капітал, інший додатковий капітал, резервний капітал, нерозподілені прибутки; 2) залучений капітал: довгостроковий і короткостроковий капітал [4].

Реформа бухгалтерського обліку та звітності, що на даному етапі відбувається в Україні, в умовах ринкового середовища уточнює основне облікове рівняння, що застосовується в національній теорії та практиці:

$$A = P, \text{ Активи} = \text{Пасиви},$$

згідно з міжнародною практикою набуває вигляду:

$$\text{Активи} = \text{Зобов'язання} + \text{Власний капітал},$$

звідки:

$$\text{Власний капітал} = \text{Активи} - \text{Зобов'язання}.$$

Це рівняння відоме як рівняння балансу, оскільки обидві його складові є двома частинами, які завжди повинні дорівнювати одна одній, тобто балансуватися. Це перший відомий та найголовніший в світовій обліковій практиці принцип бухгалтерського обліку.

Так, форма балансу органічно поєднує в собі традиційну та нову його побудову: баланс залишається двосторонньою таблицею, в якій одна сторона – Актив, а друга – Пасив. У пасиві української форми балансу власний капітал виділяється окремо в першому розділі, а решта розділів поєднують у собі зобов'язання [3].

Терміни “Активи”, “Зобов'язання”, “Власний капітал” визначені в Законі України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” [1] та в П(С)БО 1 [2].

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Закон України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” від 16.07.99 р. № 996-XIV (із змінами та доповненнями).
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 “Загальні вимоги до фінансової звітності”. Наказ МФУ від 31.03.99 р. № 87.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 “Баланс”. Наказ МФУ від 31.03.99 р. № 87.
4. Бутинець Ф.Ф. Історія бухгалтерського обліку: В 2-х частинах. Ч.І: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 “Облік і аудит” / 2-е вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП “Рута”, 2001. – 512 с.
5. Сопко В.В. Бухгалтерський облік: поняття, сутність // Розвиток науки про бухгалтерський облік. Збірник текстів доповідей на міжнародній науковій конференції. – Житомир: ЖІТІ, Вісник 12, 2000. – 252 с.
6. Сопко В.В. Бухгалтерський облік: Навч. посіб.– 3-є вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 578 с.

#### УДК 378+330

ПАХОМОВА Т.М., к.е.н.

м. Ніжин

### ЗНАЧЕННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ЕКОНОМІКИ

В умовах інтеграції України в світову спільноту суспільство відчуває необхідність у фахівцях з економіки, які б уособлювали ґрунтовні професійні знання, творче мислення та інтелектуальний потенціал. У теперішніх умовах організації навчального процесу досить складно підготувати фахівців з творчим потенціалом та готовністю “навчатися протягом усього життя”. Для досягнення такої мети сучасна освіта має бути направлена на розкриття індивідуальних здібностей кожного студента, виявлення його особистих уподобань, посилення активності самостійності студентів у поєднанні з педагогічним управлінням.

Активність студентів, як правило, проявляється в готовності виконувати навчальні завдання, бажанні самостійної діяльності, свідомому виконанні завдань, систематичності освіти, прагненні підвищити свій власний рівень тощо. З активністю безпосередньо сполучається ще одна важлива сторона мотивації освіти студентів – самостійність, яка пов'язана з визначен-

ням об'єкта, засобів діяльності, здійсненням її студентом без допомоги викладачів.

Тому умови навчання сьогодні вимагають від викладачів вміння організувати, а від студента – здійснювати самостійно навчальну діяльність. Метою освіти має бути не просто здобуття відповідних знань, а виявлення такої форми активності студента, якою забезпечується формування професійних і соціальних якостей особистості фахівця.

Сучасний освітній процес розглядає самостійну роботу студента як основну складову процесу навчання. Самостійна робота виконує певні дидактичні функції: закріплення знань і навичок, які одержані при аудиторній роботі, розширення і поглиблення навчального матеріалу, формування умінь і навичок самостійного виконання завдань, розвиток самостійності міркувань шляхом виконання індивідуальних завдань в обсягах, які виходять за рамки програмного матеріалу, придбання умінь щодо систематизації, пла-

нування, контролю й регулюванню власної діяльності без допомоги викладача.

На наш погляд, до самостійної роботи студентів мають бути обов'язково включені завдання проблемної освіти, що вирішуються шляхом самостійного здобуття знань у процесі вирішення освітніх проблем, які сприяють творчому мисленню та пізнавальній активності студентів. Важливим етапом при розробці таких завдань є створення проблемної ситуації, яка представляє собою відчуття уявних труднощів. Навчальна проблема, яка вводиться в момент виникнення проблемної ситуації, має бути достатньо важкою, але посиленою для студентів. На другому етапі вирішення проблеми студент перебирає, аналізує знання, які він має щодо даного питання, потім з'ясовує, що їх недостатньо для отримання відповіді, й активно включається в процес добування інформації, якої не вистачає. Третій етап направлений на отримання різними способами даних, необхідних для вирішення завдання. Він закінчується виникненням "осяяння" ("Я знаю, як зробити!"). Далі слідують етапи вирішення проблеми, перевірки отриманих результатів, співставлення з вихідною гіпотезою, систематизації та узагальнення результатів, умінь та навичок. Родоначальником у постановці таких завдань є американський філософ, психолог та педагог Джон Дьюї, який розпочав свою діяльність у 1895 році.

#### УДК 330+346.546(477)

ПАРПУРА Н.

Наук. керівник: ВАЛІНКЕВИЧ Н.В., к.е.н.

м. Житомир

### ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ НА РІВНІ ПІДПРИЄМСТВ ТА СЕКТОРІВ В УКРАЇНІ

На сучасному етапі розвитку економіка України є експортно-сировинного типу та орієнтована на випуск сировини та продукції з низьким рівнем обробки. Сировинні галузі відіграють вирішальну роль у формуванні бюджету, є основним джерелом інвестиційного ресурсу в Україні і, відповідно, – найбільш стабільно працюючою виробничою сферою.

Український капітал практично не інвестує складне виробництво, а вітчизняні технології і сучасна техніка лише в рідких випадках мають збут на ринках розвинутих країн [6]. Відомі лише одиничні випадки ефективної міжнародної кооперації у високотехнологічних галузях.

Щодо економічного росту, то він забезпечується переважно галузями виробництва з низькою часткою доданої вартості, вони ж переважають у структурі українського експорту. Закордонні інвестори вкладають кошти в нашу сферу послуг, торгівлю, зв'язок, харчову і металургійну промисловість. Загалом мож-

Переваги таких завдань полягають у самостійному добуванні знань шляхом власної творчої діяльності, високій зацікавленості до навчальної праці, розвитку продуктивного мислення, міцних та дієвих результатах освіти. Проте для вирішення таких проблемних завдань необхідні великі затрати часу, тому при плануванні самостійної роботи студентів на вирішення таких проблемних завдань необхідно відвести достатньо часу.

Отже, самостійна робота студента має забезпечити формування таких якостей фахівця з економіки, як здатність до управлінської та підприємницької діяльності, оновлення знань, підтримування рівня кваліфікації, налагодження ділових контактів, індивідуальної і колективної творчості, володіння психотехнікою саморегуляції в напружених ситуаціях.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Кочетов А.И. Культура педагогического исследования. – Минск: Ред. Журн. "Адукацыя і вихованне", 1996. – 312 с.
2. Методология развития научного знания. – М.: МГУ, 1992. – 160 с.
3. Наукова студентська творчість. – К.: Вища школа, 1994. – 72 с.
4. Чкалова О.Н. Основы научных исследований. – Х.: Вища школа, 1998. – 120 с.
5. Шейко В.М., Кушнарченко Н.М. Організація та методика науково-дослідницької діяльності: Підручник для вищ. навч. закладів. – К.: Знання – Прес, 2002. – 295 с.

на сказати, що негативна ситуація в науково-технічному комплексі загрозливо консервується. Однією з причин цього – дуже спрощений і однобічний погляд на зміст інноваційних господарських систем. Головне – високий темп створення й освоєння нових технологій і перевага складних, наукомістких виробництв. А найважливішими передумовами створення інноваційної економіки вважається наявність високорозвинутого наукового комплексу й відповідної індустріальної бази.

Економіка може бути названа інноваційною, якщо у всіх її секторах – видобувній, переробній, аграрній, сфері послуг і т.д. – присутні динамізм, готовність до конкуренції, пошуку й освоєнню нових ринків.

Будь-які стратегії та механізми переходу на інноваційну модель розвитку повинні базуватися на результатах ретельного аналізу загальних тенденцій розвитку світової господарської системи й оцінки ситуації в

кожному секторі. Без цього просто неможливо визначити реалістичні напрямки прориву й стратегії формування власних виробничих ніш у світовому господарстві, а також запропонувати адекватні цьому завданню механізми [6].

Сама можливість реалізації національної Концепції інноваційного розвитку залежить від успішності інтеграції України у світову господарську систему. Тобто першочергова увага аналітиків і розробників владних рішень по інноваційній проблематиці повинно зміститися з аналізу внутрішніх передумов переходу до інноваційної моделі розвитку на зовнішні.

Спрямовуючи зусилля на побудову інноваційної моделі розвитку економіки, майже всі успішні країни світу розпочинали цей процес із формування національної інноваційної системи (НІС), кінцевою метою якої було поліпшення якості життя населення шляхом створення додаткових робочих місць як у галузі науки, так і виробництва та послуг; збільшення надходжень до бюджетів різних рівнів за рахунок збільшення обсягів виробництва наукомісткої продукції та збільшення доходів населення; підвищення освітнього рівня населення; розв'язання власних екологічних та соціальних проблем за рахунок використання новітніх технологій.

Таким чином, основою економіки України мають стати вітчизняні виробники, тобто виробники товарів та послуг, що розташовані на території України, незалежно від того, є вони громадянам України чи інших держав. Виходячи з того, що ці виробники сплачують податки до національного бюджету, соціальних фондів, створюють нові робочі місця для наших співгромадян та розвивають внутрішній ринок.

Можна виділити такі основні етапи впровадження інноваційної моделі економічного розвитку (в кожній сфері):

#### 1. Фінансова сфера:

- соціальний бюджет з обов'язковим щорічним “бюджетом розвитку”, який включає кредитну підтримку інноваційних статей на зворотній основі;
- відмова від фіскальної податкової системи на користь стимулюючої, що означає встановлення системи партнерства громадянина, капіталу та держави;
- політика сильних національних грошей, яка забезпечить довіру до них та перетворить національні гроші в джерело стабільного економічного розвитку;
- державна політика високої заробітної платні за рахунок гнучкої моделі перерозподілу прибутку між державою та приватними підприємствами;
- кредитна підтримка інноваційного імпорту та експорту, комерційних банків, які фінансують інноваційні проекти.

#### 2. Сфера промислової політики:

- встановлення системи високого попиту за рахунок підвищення платоспроможності населення

та розвитку ємності внутрішнього ринку, стимулювання галузей промисловості зі швидким обігом виробництва – товарів народного попиту та будівництва;

- визначення пріоритетних галузей як “точок зростання”, які здатні забезпечити прорив української економіки в галузі високих технологій (літакобудування, космічна промисловість, озброєння та військова техніка, суднобудування тощо) та її вихід на світовий ринок з конкурентоспроможною продукцією, надання їм 100-відсоткової бюджетної підтримки на зворотній основі, переорієнтування інших галузей економіки на обслуговування цих виробництв;

- стимулювання експортної орієнтації високотехнологічних виробництв та розширення внутрішнього ринку цієї продукції;

- політика енергозбереження та зниження ресурсоемності, розвиток власного паливно-енергетичного комплексу;

- цільове бюджетне фінансування фундаментальних та прикладних наукових досліджень, розвиток освіти, захист прав інтелектуальної власності;

- створення сучасної національної інформаційної інфраструктури, телекомунікаційних мереж, засобів інформатики та систем зв'язку.

#### 3. Сфера державного управління:

- створення сучасної системи державного управління з широким застосуванням новітніх інформаційних технологій;

- створення системи цивілізованих взаємовідносин між державою та бізнесом у сфері спільного економічного та соціального проектування, де держава має виконувати функції організатора та координатора, а бізнес – провідника цих проектів;

- державна управлінська політика поступового переходу від адміністрування до сучасного економічно освіченого менеджменту, постійне кадрове омолодження органів державної влади, розробка прозорої системи кар'єрного росту державних службовців та їх матеріального заохочення [6].

Для освоєння високих технологій, запровадження інноваційної моделі, безумовно, необхідне стабільне й достатнє фінансування. У нас є Закон “Про інноваційний розвиток”, але ми з року в рік, посилаючись на брак коштів, відкладаємо реалізацію його вимог.

Необхідно також зміцнювати національний капітал, оскільки лише крупному капіталу до снаги вирішувати складні проблеми інноваційного розвитку. Водночас не можна забувати й про малі підприємства, венчурні фірми, які працюють на інновації, їх у нас поки що одиниці.

Для становлення інноваційної моделі економіки слід:

- розробити теоретичні основи створення системи фінансування інновацій в умовах формування інноваційної моделі розвитку вітчизняної економіки;

– сформулювати концептуальні положення щодо економічного стимулювання інноваційної діяльності;  
 – виконати дослідження окремих інноваційних складових структурної перебудови економіки України з метою вирішення задачі оцінки розділу експорту та імпорту України за трьома технологічними секторами (сектор низьких технологій; сектор середніх технологій; сектор високих технологій).

Отже, інноваційна модель економічного зростання змінює його основу: рушійною сферою розвитку стає не просто промислове виробництво, а залучені в ньому наукові розробки й технології. Саме тому активізується робота з прогнозування інноваційно-технологічної сфери. Крім систематичної підготовки відповідної річної програми, розроблено середньо термінову Національну програму "Україна-2010", довготермінову національну програму відродження України до 2015 року тощо.

Основними напрямками інноваційної економіки є:

- зростання рівня доходів і якості життя населення за рахунок створення конкурентоспроможної наукомісткої продукції розвитку секторів економіки, покликаних формувати людський капітал, зокрема освіти й науки, охорони здоров'я;
- технологічну модернізацію та заміну основних фондів у провідних галузях реальної економіки;
- забезпечення ресурсозбереження, що послабить залежність вітчизняної економіки від імпорту енергетичних і сировинних матеріалів.

Саме тому актуальності набуває проблематика регіональної конкурентоспроможності як здатності регіону розвивати та захищати свої конкурентні переваги. Використання конкурентних переваг дозволяє регіонам не лише зміцнювати власний конкурентний статус, а й сприяти підвищенню рівня конкурентоспроможності економіки країни на зовнішніх ринках.

Однак, потрібно зазначити, що так само як сьогодні відсутнє єдине визначення поняття міжнародної конкурентоспроможності регіону, так і відсутнє єдине бачення різнорівневої конкуренції за участю регіонів. Можна стверджувати, що конкуренція регіону на зовнішніх ринках є вершиною багатопланового процесу участі регіону в економічній діяльності. Зокрема слід говорити про такі рівні конкуренції: конкуренція між окремими регіонами в межах однієї держави; конкуренція між окремими регіонами країни та сусідніми закордонними регіонами (транскордонна конкуренція); конкуренція регіону з іншими країнами у складі держави (міжнародна конкуренція). В літературі зустрічається наступний поділ при вивченні конкурентоспроможності різних суб'єктів конкуренції: мікрорівень (конкретні види продукції, виробництва, підприємства); мезорівень (регіони, галузі, корпоративні об'єднання підприємств і фірм конгломеративного типу); макрорівень (країни, народногосподарські комплек-

си) [2]. Аналогічно до поданого поділу можна розглядати і поняття конкурентоспроможності регіону: мікрорівень (рівень країни, де знаходяться дані регіони); мезорівень (транскордонна конкуренція регіонів); макрорівень (міжнародний рівень конкуренції регіонів).

Очевидно, що на кожному з цих рівнів можуть використовуватись різні критерії для оцінки конкурентоспроможності. Але існують і загальні критерії, за якими можна здійснити оцінку конкурентоспроможності регіону:

- наявність достатньої кількості працездатного населення та висококваліфікованої робочої сили;
- ефективність використання наявних у регіоні ресурсів;
- інтенсивність залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій;
- конкурентоспроможність продукції підприємств регіону;
- рівень розвитку ринкової та соціальної інфраструктури;
- рівень розвитку інфраструктури, що обслуговує зовнішньоекономічну діяльність;
- наявність у регіоні зовнішньоорієнтованих підприємств та рівень їх розвитку;
- законодавча база зовнішньоекономічної діяльності країни;
- законодавча база інвестиційної та інноваційної діяльності країни.

Набуття регіоном статусу високо конкурентоспроможного на світовому рівні повинно починатися з підвищення рівня конкурентоздатності в межах національної економіки. Для цього органи місцевого самоврядування повинні спрямовувати свої зусилля на те, щоб усі критерії конкурентоспроможності регіону були високими на загальному національному рівні, а після цього – й на міжнародному.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Брикова І. Концепція міжнародної конкурентоспроможності національного регіону та її практичний вимір // Міжнародна економічна політика. – №4. – 2006. – С. 29–53.
2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
3. Федак Т.В. Регіональні фактори забезпечення конкурентоспроможності продукції // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. – Львів. – 2001. – 19 с.
4. Зимовець В. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку економіки. // Економіка України. – 2003. – №11. – С. 9.
5. Ковальчук С.С. Інноваційна діяльність як пріоритет економічного розвитку України. // Фінанси України. – 2004. – №7. – С.96.
6. Рубан В. Інноваційна модель стратегічного розвитку України: методологія і досвід. // Економіка України. – 2003. – №6. – С. 14.

УДК 338.22

ПОКУТНЯ Я.

Наук. керівник: ПАРХОМЕЦЬ В.О., викладач

м. Житомир

## ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Ринкова система господарювання – це насамперед система підприємництва, яку прийнято характеризувати словом “вільне”, тобто система вільного підприємництва. Підприємництво в усіх його формах відіграє ключову роль у ринковій економіці, але лише у ХХ ст. воно стало розглядатися як фактор (ресурс) виробництва.

Підприємництво – це самостійна, ініціативна, пов’язана з ризиком діяльність суб’єкта господарювання по виробництву товарів, робіт, послуг з метою отримання прибутку. Бажання отримати прибуток – основна рушійна сила виробництва в системі вільного підприємництва. Підприємницька діяльність – це необмежена сфера застосування зусиль. Вона різноманітна, як різноманітні людські потреби. Всі суспільні потреби, через обмеженість ресурсів, повністю та одночасно задовольнити неможливо. Тому в економіці завжди доводиться вирішувати проблему вибору, сутність якої полягає в пошуку альтернативних варіантів використання ресурсів з метою їх найбільш раціонального та ефективного використання [1].

Вперше поняття “підприємець” і “підприємництво” ввів у науковий обіг перший теоретик бізнесу, французький учений Р. Кантільйон (XVII ст.), який трактував ці поняття саме так, як було зазначено вище.

Інший французький економіст Ж.Б. Сей на початку ХІХ ст. вперше підійшов до характеристики підприємництва як до багатофункціональної діяльності. Він визначив, що підприємець виконує такі важливі функції, як поєднання і координація факторів виробництва, організація виробничого процесу. Це робить його центральною фігурою процесу виробництва. Сей наголошував на творчому характері цих функцій, на відмінні від рутинних повсякденних операцій по управлінню виробництвом, і таким чином розмежував функції підприємця і простого управляючого.

Ці погляди знайшли широкий відгук і розвиток в економічній науці. Зокрема, американський економіст Й. Шумпетер у 30–40-х роках ХХ ст. запропонував систематизовану концепцію, згідно з якою підприємець – це “економічний лідер”, “новатор”, діяльність якого знаходиться в основі будь-якого розвитку. Тут підприємець виступає вже як особливий тип господарника, що має здатність до аналізу й реалізації різноманітних ринкових можливостей, втілення новаторських ідей.

В розумінні підприємницької діяльності нерозривно поєднані особливі об’єктивні економічні функції і суб’єктивні особливості того, хто їх виконує. Щоб оцінити потенційні можливості прибутковості справи

і, ризикуючи, здійснити “нову комбінацію” (вираз Й. Шумпетера), підприємцю необхідний певний набір ділових якостей і особливостей, а також особисті якості, до яких відносять:

- правильну оцінку структури ринкових потреб і з’ясування тих із них, задоволення яких дасть щонайвищу ефективність;
- максимізацію як своїх власних доходів, так і вигоди споживачів;
- формування цілі підприємства, організація людей на її досягнення, створення для цього необхідних стимулів і мотивації;
- вміння аналізувати структурні фактори розвитку підприємств і проводити необхідні поліпшення цих факторів шляхом купівлі-продажу підприємств або виробничих підрозділів [2].

Економічні передумови в підприємстві полягають у тому, що на ринку діють багатосуб’єктні (приватні, державні, кооперативні, колективні) власники, що сприяє свободі їхньої виробничо-господарської і підприємницької діяльності, прийняттю раціональних рішень із ведення бізнесу, пошуку партнерів, використанню фондів і грошей. Для того, щоб вірно прийняти рішення, необхідно проводити розрахунки, використовуючи статистичні дані.

Існує багато визначень щодо поняття керівництва, які дещо відрізняються за формулюванням, але співпадають за сутністю. Так, за словами А. Файоля “Керувати – значить вести підприємство до його мети, максимально використовуючи наявні ресурси”. П. Друкер вказував, що “управління – це особливий вид діяльності, який перетворює неорганізований натовп в ефективну, цілеспрямовану й продуктивну групу”. Якщо ж розглядати управління з функціональних позицій, то воно є процесом планування, організації, мотивації і контролю, який необхідний для формування й досягнення цілей організації.

В останні роки в Україні поряд з терміном “управління” широко вживається термін “менеджмент” – означає “керувати, управляти, стояти на чолі, завідувати, бути здатним впоратись з чимось, якоюсь проблемою”. Оксфордський словник англійської мови дає такі тлумачення цьому термінові:

1. Менеджмент – це спосіб та манера спілкування з людьми (працівниками).
2. Менеджмент – це влада та мистецтво управління.
3. Менеджмент – це вміння та адміністративні навички організувати ефективну роботу апарату управління (служб працівників).

4. Менеджмент – це органи управління, адміністративні одиниці.

Слід зазначити, що менеджмент в основному є плодом американської теорії управління і відображає основні переконання сучасного західного суспільства – переконання в тому, що засоби, необхідні для життя людини, можна контролювати за допомогою постійного управління економічними процесами. Тому менеджмент націлений на продуктивне використання наявних ресурсів, яке забезпечується високою організацією роботи людей, їх ефективною взаємодією. При цьому увага керівників зосереджується не лише на створенні оптимальної архітектури організації, яка б сприяла раціональному розподілові праці та впровадженню комунікаційних процесів, але й на формуванні належної культури людської співпраці, що вимагає врахування психології людей, суспільних взаємин тощо. Такий перехід є доречним, зважаючи на те, що сучасні економічні досягнення тих чи інших організацій певною мірою визначаються здатністю їх керівників повноцінно використовувати наявний людський капітал.

Зрозуміло, що завдання, які стоять перед менеджментом підприємств, компаній, можуть бути реалізовані тільки завдяки діяльності певної категорії працівників, яких прийнято називати менеджерами. Менеджер – це фахівець, що професійно займається управлінською діяльністю в конкретній області функціонування підприємства.

Підприємництво в ринковій економіці ґрунтується на високих моральних нормах господарської поведінки підприємця, повазі до чинного законодавства й добросовісній конкуренції. У своїй діяльності підприємець повинен турбуватися не лише про прибутковість власної справи, а й вирішувати загальнонаціональні проблеми, які постають перед суспільством (допомога безробітним, бідним, захист оточуючого середови-

ща тощо). Цього вимагають моральні норми і етичні принципи підприємництва.

Підприємництво за своїм змістом розглядається з різних сторін: як категорія економічної науки, як метод господарювання і як тип економічного мислення. Як економічна категорія підприємництво виражає певні відносини, що складаються між учасниками суспільного виробництва (суб'єктами господарювання).

Як метод господарювання підприємництво характеризується економічною самостійністю, особистою відповідальністю і господарським ризиком. Воно ґрунтується на таких принципах: саморегулювання, матеріальна зацікавленість, новаторська діяльність.

Підприємництво виконує три основних функції:

1. Мобілізації капіталу, трудових, матеріальних та інформаційних ресурсів;
2. Організації виробництва, збуту, реклами продукції, маркетингу, управління ними;
3. Новаторства, діяльності з генерування, розробки і впровадження у підприємницьку діяльність нових ідей та творчої ініціативи [2].

Отже, ми вважаємо, з розвитком підприємництва формується нова економічна поведінка, нова культура господарювання, що відображає нові типи взаємодії господарських суб'єктів – не традиційність думки і дії, а творчий пошук, інтенсивність контактів, взаємоповага партнерів, служіння суспільству через генерацію нових ідей. Підприємець є суб'єктом підприємництва, а підприємницька діяльність – об'єктом підприємництва.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Економічна теорія: Політекономія. Підручник / за ред. В.Д. Базидевича. – 6-те вид., перероб. і доп. – Київ, 2007. – 719 с.
2. Білецька А.В., Білецький О.В., Савич В.І. Економічна теорія: політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка: Навчальний посібник. – Київ, 2005. – 652 с.

УДК 330+346.546

РИБАК О.

Наук. керівник: ПАТАРІДЗЕ-ВИШИНСЬКА М.В., викладач м. Житомир

### ВПЛИВ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ КРАЇНИ

Поняття конкурентоспроможності інтерпретується та аналізується в залежності від економічного об'єкту який розглядається. Безумовно, критерії, характеристики й фактори динаміки конкурентоспроможності на рівні товару, фірми, корпорації, галузі, національного господарства, або нації мають свою специфіку. Аналіз конкурентоспроможності може бути проведений для кожного з рівнів, в залежності від цілей дослідження. Якщо говорити про поняття

конкурентоспроможності на макрорівні, то воно відображає позиції національної економіки в системі міжнародних відносин, головним чином в сфері міжнародної торгівлі, й одночасно її здатність зміцнювати позиції. Це найбільш важливий, але не єдиний аспект поняття конкурентоспроможності нації. Слід враховувати здатність зберігати й нарощувати темпи економічного зростання, зайнятості, реальні доходи громадян [2].

Конкурентоспроможність (взагалі), – як соціально-економічна категорія – це спроможність, вміння досягти законним шляхом найвищих економічних та соціальних переваг. З цього визначення виходить важливий практичний висновок про те, що конкурувати (досягати найвищих економічних та соціальних переваг) можливо:

- а) самому з собою (в часі: результати досягнуті в попередній період діяльності та результативність за аналогічний останній період суттєво відрізняються);
- б) один з одним (суперництво за досягнення будь-чого);
- в) колективу з колективом;
- г) продукції даного виду з аналогічною продукцією і таке інше.

Зрозуміло, що конкурентоспроможність виступає не сама по собі, не як самоціль, а як засіб для створення визначеного товару (продукції), послуг різного виду. Загалом конкурентоздатність торгового підприємства це відносна характеристика, що виражає відмінності розвитку даної фірми від розвитку конкурентних фірм за ступенем задоволення своїми товарами потреби людей і по ефективності виробничої діяльності. Конкурентоздатність торговельного підприємства характеризує можливості й динаміку його пристосування до умов ринкової конкуренції. Конкурентоздатність підприємства залежить від ряду таких факторів, як:

- конкурентоздатність товарів підприємства на зовнішньому і внутрішньому ринках;
- вид товару та його асортимент;
- місткість ринку (кількість щорічних продажів);
- легкість доступу на ринок;
- однорідність ринку;
- конкурентні позиції підприємств, що вже працюють на даному ринку;
- конкурентоздатність галузі;
- можливість технічних нововведень у галузі;
- конкурентоздатність регіону й країни.

Як показує світова практика ринкових відносин, взаємозалежне вирішення цих проблем і використання даних принципів гарантує підвищення конкурентоздатності підприємства.

Конкурентоздатність включає три основні складові. Перша жорстко зв'язана з виробом як таким і значною мірою зводиться до якості. Друга зв'язана як з економікою створення збуту й сервісу товару, так і з економічними можливостями й обмеженнями споживача. Нарешті, третя відбиває все те, що може бути приємно чи неприємно споживачу як покупцю, як людині, як члену тієї чи іншої соціальної групи і т.д.

Очевидний той факт, що глобалізація зачіпає всі аспекти соціально-економічного життя практично всіх країн світу і що цей процес об'єктивний і безповоротний. Великої актуальності набуває вже не стільки з'ясування можливих наслідків глобалізації для світової спільноти загалом, не стільки пошук відповіді на питання: “Хто опиняється у вигаді від глобалізації”, скільки виробітку конструктивної економічної політики окремих країн

і суб'єктів господарства у відношенні та в рамках активної глобальної економіки, що формується [4].

Збереження конкурентоспроможності країн в умовах глобалізації вимагає не стільки формування зовнішнього іміджу країни, скільки збереження привабливості для власних громадян і підприємств, оскільки спроби відповідати зовнішнім стандартам неминуче ведуть до втрати унікальності країни і пов'язаних з нею конкурентних переваг. Формування національних стандартів господарської, в тому числі зовнішньоекономічної діяльності країни в глобальній економіці – ось завдання будь-якої країни, гідне вирішення якої дозволить увійти до ХХІ століття з надією на розвиток.

Існує офіційна точка зору із цього приводу: “Конкурентоспроможність країни – це, перш за все, здатність національних виробників продавати свої товари. Здатність збільшувати або, принаймні, утримувати за собою долі ринків, достатніх для розширення і вдосконалення виробництва, для зростання рівня життя, для підтримки сильної і ефективної держави” [2].

З погляду М.І. Гельвановського, “зв'язав у своїй теорії конкурентних переваг країни мікро-, мезо- і макрорівень, він [Портер.-К.Р.] як би пішов від проблеми макроконкурентоспроможності, по суті переключивши її на мезорівень. Це дозволило уникнути важких проблем, що не відносяться безпосередньо до економіки, й сконцентрувати увагу на прагматичних питаннях рівня окремих фірм або їх галузевих об'єднань” [1].

Через технологічний прогрес роль ресурсних переваг останнім часом різко знижується; володіння ресурсами – це недостатня умова, щоб країна виграла в конкуренції з іншими країнами; з'являється маса відхилень від умов теорії вільної торгівлі. Це чітко просліджується на прикладі Японії, що має в своєму розпорядженні малі ресурси, проте, що демонструє високе економічне зростання і збільшення рівня життя. Це, хоча й у меншій мірі, відноситься до нових індустріальних країн.

З теорій, що краще інших пояснюють глобальні чинники зовнішньої торгівлі та інвестицій, можна виділити теорію М. Портера й теорію життєвого циклу продукту – не даремно в їх термінах удається сформулювати й всі попередні теорії.

М. Портер зазначає: “При багатонаціональній конкуренції мають автономні філії в кожній країні й управляють ними приблизно так само, як банки розпоряджаються цінними паперами. При глобальній же конкуренції фірми прагнуть отримати набагато більшу перевагу від своєї присутності в різних країнах, розміщуючи свою діяльність в різних країнах і чітко погоджуючи її”.

Портер вживає термін “глобальна конкуренція”, відрізняючи його від просто міжнародної, а розуміння цього терміну збігається з розумінням автора. Чинники конкурентоспроможності на світовому товарному ринку, перераховані Портером, більшою мірою відображають ефективність використання комбінацій власних і, що найважливіше для глобалізації, чужих

ресурсів, чим об'єктивна їх наявність в країнах базування (походження капіталу) [5].

Як підкреслює Р. Фішер, перефразовуючи формулювання глобальних конкурентних переваг фірм, дане Портером, основним стає "уміння максимально ефективно (з грошової точки зору) розмістити в часі (певна стадія життєвого циклу продукції і виробництва) й просторі (певна країна додатка капіталу) відтворні чинники господарської діяльності, користуючись перевагами, що даються їх мобільністю".

У спільному випадку під міжнародною конкурентоспроможністю країни можна розуміти здатність зберігати й збільшувати свою частку світового доходу. В цьому формулюванні будь-яка форма світогосподарських зв'язків, в якій бере участь країна, працює на цю критеріальну умову, якщо тільки це не операції, що проводяться з явним наміром завдати збитку.

Про роль людського капіталу в розвитку, в тому числі в умовах глобалізації, вже немало написано й сказано: "Розвиток науки й технологій, становлення інформаційного суспільства перетворилися на вирішальний чинник економічного зростання і поліпшення якості життя будь-якої індустріально розвиненої держави. Достаток робочої сили й сировинних ресурсів все в меншій мірі розцінюється як конкурентна перевага. Якість людського капіталу, стан освіти, рівень практичного використання знань, ступінь інноваційної активності – саме ці параметри визначають сьогодні місце країни в сучасному світі" [3].

Хоча економічне зростання традиційно й визначається вкладеннями капіталу, праці й технологією, проте при цьому згідно новим положенням технологія і людський капітал розглядаються як самостійний чинник виробництва.

Конкурентоспроможність, – як соціально-економічна категорія – це спроможність, вміння досягати законним шляхом найвищих економічних та соціальних переваг. Поняття конкурентоспроможності інтерпретується та аналізується в залежності від розглядаемого економічного об'єкту. У багатогранній практичній діяльності по досягненню конкурентоспроможності акценти повинні бути розставлені наступним чином:

- 1) конкурентоспроможність персоналу;
- 2) конкурентоспроможність підприємства;
- 3) конкурентоспроможність продукції (одержана як похідна перших двох).

Зрозуміло, що вся робота повинна проводитися паралельно, енергійно, відповідними службами, але пріоритет повинен належати персоналу. В багатогранній роботі по досягненню конкурентоспроможності важливе місце належить показникам, які повинні характеризувати та давати змогу оцінювати конкурентоспроможність того чи іншого об'єкту. Як показало проведене дослідження, нараховується багато параметрів, які повинні знаходитися в полі зору керівництва підприємства, як найважливіші об'єкти управління. Разом з тим, задаючись параметрами конкурентоспроможності для того або іншого об'єкту, необхідно постійно турбуватися про ство-

рення належних умов, які забезпечують досягнення потрібних параметрів конкурентоспроможності. Умови (обставини, від яких будь-що залежить) виступають, таким чином, другою основоположною складовою категорією конкурентоспроможності. Вони охоплюють широкий спектр технічних, технологічних, організаційних, економічних, соціальних, кадрових, правових, ідеологічних відносин, які складаються в процесі функціонування господарського механізму підприємства. Створення всіх необхідних умов для досягнення конкурентоспроможності об'єктів – первинна турбота керівництва й усього персоналу підприємства. Але успіх нашого, та інших підприємств буде залежати від державної політики. Основним завданням держави має бути створення такого економічного, політичного та правового середовища, інституційної інфраструктури, які б стримували перспективні конкурентоспроможні товари. В першу чергу це стосується визначення та проведенням реформ господарської діяльності в умовах переходу до нової моделі розвитку економіки, створення ефективної експортно-імпоротної стратегії, політики таможні, валютно-фінансових, та інших, які б враховували національні інтереси та інтереси виробників. У той же час існують визначені шляхи підвищення їхньої конкурентоздатності, пов'язані з економічними критеріями: зменшення торгових надбавок на товари й зниження тарифів на послуги за рахунок використання внутрішніх резервів, економії витрат на процеси обслуговування без зниження рівня їх якості, що дозволить установити більш низькі ціни при реалізації товарів і наданні послуг. Обмеження активного впливу на підвищення конкурентоздатності товарів і послуг у сфері обслуговування вимагає об'рунтованого добору й застосування методів забезпечення конкурентоздатності, які необхідно розглядати як найбільш ефективні шляхи підвищення конкурентоздатності. Одним зі шляхів підвищення конкурентоздатності товарів і послуг у сфері обслуговування є забезпечення їх організаційного й інформаційного підкріплення у формі надання додаткових сервісних послуг, а також доведення до споживачів необхідної і достовірної інформації. Крім того, підвищити конкурентоздатність товарів і послуг у сфері виробництва й обслуговування можна шляхом розробки та впровадження систем забезпечення конкурентоздатності.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Борисенко З. Перше десятиріччя конкурентної політики в Україні // Економіка України. – 2007. – №11. – С.4–8.
2. Демченко А. А., Кузьбожев Э. Н. Измерение конкурентоспособности предприятия, отрасли: Теория и методы измерения / Научн. ред. Д-р экон. наук, проф. Э. Н. Кузьбожев. – Курск: Изв-во ГУИПП "Курск", 2007. – 294 с.
3. Котусев О. Захист економічної конкуренції в Україні: стан і проблеми // Економіка України. – 2007. - №7. – С. 4–11.
4. Оценка конкурентоспособности Украины в 2001 году / Мировые дискуссии. – 2006. – №4 – С. 32–35.
5. Федак Т. В. Регіональні фактори забезпечення конкурентоспроможності продукції // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. – Львів. – 2001. – 19 с.

УДК 330.556:330.322(477)

РОДИНА В.Б., к.е.н.

м. Ніжин

## СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ПЕРЕХІДНОГО ПЕРІОДУ

Кожна країна світу спрямовує стратегію розвитку на збільшення свого економічного потенціалу. На макро-економічному рівні інтенсивні темпи економічного розвитку країни забезпечать їй стійкі позиції в міжнародному середовищі, що відповідно підвищить її статус серед інших держав. Набуття країною політичної та економічної стабільності дозволить їй розширити можливості в міжнародному співробітництві та зовнішньоекономічній діяльності, що має позитивно відобразитися на її внутрішній економіці. На макроекономічному рівні високий рівень економічного розвитку країни забезпечить збалансоване та продуктивне ведення народного господарства, розвиток науково-технічного прогресу, збільшення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників, зміцнення банківської та фінансової сфери, зниження безробіття, підвищення життєвого рівня населення тощо.

Але для досягнення таких результатів має бути чітко визначена та сформульована державна політика, яка б включала в себе тактику поступового та зваженого проведення реформ в усіх сферах економічного, політичного та соціального життя країни. Для подолання критичної ситуації у виробничому секторі держави, така програма має враховувати ряд заходів, які за допомогою різних ринкових інструментів спрямовані на оптимізацію всіх галузей народногосподарського комплексу. Одним із зазначених інструментів є інвестиції. Від виваженої тактики інвестиційної політики залежить ефективність та оперативність стратегічних напрямів.

З метою поживлення інвестиційного процесу в економіці України, необхідно здійснити наступні заходи з поліпшення інвестиційного клімату:

- скоротити бюджетний дефіцит держави;
- спростити та удосконалити нормативно-правову базу;
- полегшити механізм приватизації;
- пом'якшити умови проведення лізингових операцій для здійснення виробничої діяльності;
- переглянути амортизаційну політику;
- зменшити або скасувати митні платежі при ввезенні імпортного обладнання або техніки та запчастин до них у випадку використання їх у виробничому процесі;
- спростити систему оподаткування;
- створити надійну систему страхування для інвесторів;
- удосконалити механізм функціонування вільно-економічних зон та територій пріоритетного розвитку тощо.

Для вирішення питання бюджетного дефіциту в державі має бути чітко визначено пріоритетні напрями бюджетної політики, забезпечене цільове використання бюджетних коштів та своєчасне їх перерахування за місцем

призначенням. Необхідно взагалі переглянути величезну кількість необ'рунтованих пільг та податкову систему. Критеріями реформування податкової системи в Україні повинні бути принципи спрощення та зниження податкового навантаження на платників податків.

На зменшення бюджетного дефіциту значною мірою впливає зниження зовнішньої заборгованості держави. З цією метою необхідно стимулювати іноземних інвесторів вкладати капітал в український виробничий сектор. Для ліквідації зовнішніх боргів та стимулювання надходжень інвестицій, іноземним інвесторам доцільно дозволити: купівлю державних цінних паперів та цінних паперів українських підприємств; часткову конверсію заборгованості країни в акції, цінні папери або у внески спільних підприємств; надання в оренду окремих промислових об'єктів. Розв'язати зазначену проблему допоможе оздоровлення фінансової сфери України та заохочення іноземних осіб вкладати кошти в українські банки. Але, щоб даний захід був ефективним й не нашкодив вітчизняній економіці, нерезиденти мають перевірятися відповідними державними службами.

Одним з головних чинників залучення іноземних інвесторів є наявність в приймаючій країні системи інвестиційних гарантій. До основних гарантій, які вимагають іноземні інвестори, відносяться:

- стабільність законодавства, яке регулює правовий стан іноземних інвестицій;
- захист від націоналізації, ревізії та конфіскації;
- можливість переказу сум прибутків та доходів від інвестиційної діяльності.

При здійсненні капіталовкладень велике значення для іноземних інвесторів має інформаційне забезпечення в приймаючій країні. Наприклад, в Японії для залучення іноземних інвестицій створено ряд спеціалізованих інституцій, які інформують про стан інвестиційної діяльності в країні та за кордоном, прогнозують попит на певні види товарів, розробляють стратегії фінансування та збуту продукції, займаються пошуком партнерів для здійснення спільного підприємництва, проводять семінари з питань вкладення капіталу тощо.

Негативно впливає на розвиток в Україні процесу інвестування недосконала нормативно-правова база. Дослідження показали, що для поліпшення інвестиційного клімату треба вдосконалити ряд законодавчих актів з власності на землю, лізингу виробничого обладнання та техніки, приватизації тощо. В умовах нестабільної економіки України вирішення земельного питання можливе шляхом надання інвесторам земельних ділянок в оренду. Але в залежності від пріоритетності інвестиційного проекту, орендна плата має бути

не високою або взагалі не повинна стягуватися. Щоб інвестори не порушували екологічні вимоги земель, необхідно запроваджувати жорстокі міри покарання, як це відбувається в інших розвинутих країнах світу.

Окремо слід виділити питання лізингу в Україні. Лізингове законодавство потребує ряд доповнень, а саме: потребує уточнення визначення поняття лізингу; введення відстрочки сплати податку на додану вартість на ввезення майна лізингодавцем до моменту передачі його у власність лізингоотримувача; надання пільг з оподаткування прибутку лізингодавця; відміна мита на ті види обладнання або техніки та запчастини до них, попит на які найбільш незадоволений; введення прискореної амортизації; дозвіл на нарахування амортизаційних витрат від суми початкової вартості основних засобів; зменшення кредитних ставок для надання техніки у лізинг; зниження величини сплати першого внеску лізингу; встановлення мір покарання у випадку невиконання сторонами умов договору.

Суть амортизаційної політики слід переглянути не тільки з огляду на лізингову діяльність. Для того, щоб вітчизняні товаровиробники мали можливість придбати сучасну високопродуктивну техніку, необхідно застосовувати прискорену амортизацію. Так, у країнах Європейського Союзу, програмою реконструкції та переозброєння встановлено перелік машин та устаткування, що забезпечують технічний прогрес, при придбанні яких дозволяється прискорена амортизація. Практично це має такий вигляд: до 50% вартості придбаної техніки може бути списано на витрати в рік її придбання та в наступні роки (понад чинні норми амортизації). Відповідно зменшується сума прибутку, отже, й величина податку.

## УДК 316.324.5(477)

СУМНА І.

Наук. керівник: ЧВЕРТКО Л. А., к.е.н.

м. Умань

## СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АПК УКРАЇНИ

В умовах ринкової економіки особливого значення набуває розвиток агропромислового комплексу, оскільки він є важливим сектором економіки України. В ньому зосереджена майже третина основних виробничих фондів, працює четверта частина населення, зайнятого в народному господарстві, виробляється третина національного доходу, а також формується понад 70% роздрібного товарообігу.

Сільське господарство є однією з основних галузей економіки України, на яку припадає понад 20% валового суспільного продукту. Але економічні можливості аграрного сектора України використовуються не повністю. Економічні реформи, що послідовно проводяться поки що не забезпечили підвищення ефективності й продуктивності праці. Обсяги виробництва продукції, інвестиції та технологічний рівень сільського господарства зни-

жуватимуться. Одним із шляхів залучення як вітчизняних так й іноземних інвестицій в Україні є створення вільно-економічних зон, особливо таких як технопарки та технополіси, комплексні виробничі та зони, які сприяють розвитку ринкової інфраструктури. Пільги для інвесторів на території вільно-економічних зон (ВЕЗ) мають відповідати меті її створення. В Україні вже є практика створення ВЕЗ. Так, в державі функціонують такі зони: Сиваш, Донецьк, Азов, Яворів, Славутич, Курортполіс Трускавець, Закарпаття, Порто-Франко, Рені, Миколаїв. Треба зазначити, що їх діяльність носить як позитивний, так і негативний характер. Справа в тому, що для отримання статусу інвестора ВЕЗ, необхідно вкласти суттєву початкову суму капіталу в даний регіон, звичайно не кожному місцевому підприємцю це під силу. Альтернативою ВЕЗ в Україні є території пріоритетного розвитку (ТТР). На даних територіях більш привабливі умови для здійснення виробничої діяльності малими та середніми підприємцями. ТТР розташовані в таких областях: Автономна Республіка Крим, Волинська, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Луганська, Чернігівська, м. Шостка Сумської області та м. Харків. Але для підвищення інвестиційної активності в даних регіонах все ж таки необхідно зменшити мінімальний розмір початкового капіталу для суб'єктів ВЕЗ та ТТР України. Також, важливим кроком стимулювання інвестиційної діяльності, було створення аналогічних інвестиційних режимів й на інших територіях країни.

Як бачимо, поліпшення інвестиційного клімату в Україні потребує реалізації низки важливих заходів. При цьому має використовуватися як власний досвід у даній справі, так і світова практика.

жуватимуться. Сподівання на те, що ринкові економічні реформи сприятимуть швидкому поживленню економіки, на думку дослідників, не підтвердились ні в Україні, ні в більшості країн з перехідною економікою [1, с. 89].

Проте не можна не помітити певних позитивних зрушень в аграрному секторі. Багато колишніх колгоспів і радгоспів після реорганізації земельних і виробничих відносин адаптувалось до вимог ринкової економіки. В цих господарствах спостерігається зростання обсягів виробництва. Так, якщо в 2003 році обсяг виробництва валової продукції складав 85,4%, то в 2007 році – цей показник становить 101,7%. Замість матеріалоємних та трудозатратних впроваджуються високоефективні технології, що дозволяють виробляти конкурентоспроможну продукцію для внутрішнього й зовнішнього продовольчого ринку.

Не можна однозначно стверджувати, що для цієї категорії підприємств всі питання вирішені. Підтримувати високий рівень господарювання на землі не просто. У сільськогосподарських виробників є претензії до органів виконавчої влади, законодавчих структур стосовно несвоєчасних розрахунків за продану продукцію, нестабільного матеріально-технічного забезпечення, відсутності паритету в міжгалузевих відносинах. На даний час сільське господарство, а особливо сільськогосподарські підприємства, розташовані в малих селах та селищах, стикаються з такими проблемами як: нестача паливно-мастильних матеріалів, мінеральних добрив, хімічних засобів захисту рослин і тварин.

Великі проблеми виникли також із використанням природних ресурсів. Висока розораність угідь, не завжди об'рунтоване застосування мінеральних добрив і хімічних засобів, призвели до порушення екологічного стану природних ресурсів та стійкості агроландшафту: посилюється деградація ґрунтів, знизилася їх родючість. Варто зауважити, що в 2007 році площі сільськогосподарських угідь склали 41675,5 тис. га (1991 рік – 41973,4 тис. га). Якість навколишнього середовища, його відтворювальний потенціал значно зменшується з нарощуванням масштабів ресурсовикористання та обсягів забруднених речовин та відходів.

Кризовий стан, що склався в аграрному секторі, та проблеми використання природних ресурсів вимагають концептуального визначення основних напрямів та змісту аграрної реформи, взаємоузгодження експлуатації природних ресурсів і сфер вкладення капіталу з урахуванням чисельності населення та майбутніми потребами людей.

З розвитком продуктивних сил суспільства великого значення для збільшення виробництва продукції аграрного сектору набувають: використання досягнень науково-технічного прогресу; розробка та впровадження високоефективних науково-об'рунтованих систем ведення сільського господарства; спеціалізація та раціональне використання матеріальних, фінансових і трудових ресурсів. Адже процес відтворення в сільському господарстві досить складний і залежить від природних, науково-технічних, біологічних, соціальних та економічних факторів. Все це вимагає глибоких економічних знань, постійного аналізу, застосування економічних законів.

Для успішного розв'язання стратегічних завдань щодо нарощування економічного потенціалу аграрного сектору потрібен системний підхід, найважливішою складовою якого є вжиття заходів для піднесення рівня життя на селі, подолання дефіциту фахівців і кваліфікованих робітників у сільському господарстві та інших галузях економіки села. Україна, з точки зору фахівців, має запровадити модель багатофункціонального розвитку села, за якої формується і відтворюється сприятливе соціальне середовище стабільного розвитку аграрного сектору економіки [3, с.42].

Складним випробуванням для сільськогосподарських виробників України є вступ до СОТ.

Вважається, що вступ до СОТ призведе до відкриття внутрішнього ринку сільськогосподарської сировини й продовольства. Негативними наслідками цього стане: по-перше, наповнення продовольчого ринку України товарами за низькими цінами (цукром, маргарином, маслом, сирами, іншими молочними продуктами, картоплею та овочами, фруктовими соками); по-друге, вимивання важливої для вітчизняної харчової промисловості сировини й стратегічно важливих кормових ресурсів з неї (насіння соняшника, продовольчого й кормового зерна). Водночас деякі вчені стверджують, що наслідком поступового зниження рівня захисту внутрішніх ринків країн – членів СОТ і зниження рівня експортних субсидій стануть підвищення і стабілізація світових цін майже на всі сільськогосподарські товари. Такі тенденції стануть вигідними для країн-експортерів з обмеженими фінансовими можливостями субсидування експорту, до яких належить Україна. [3, с.42].

Для повноцінного використання переваг від вступу в СОТ потрібна базова інституційна реформа аграрного сектору. Таким чином, членство в СОТ стане каталізатором прискорення створення ринкових інституцій у сільській місцевості взагалі й аграрному секторі зокрема, що сприятиме виходу сільського господарства із стану депресії і розвитку сільської місцевості.

Отже, однією з головних проблем розвитку сучасного агропромислового виробництва є необхідність удосконалення його організації та управління; також максимальне використання внутрішніх резервів на рівні регіонів; забезпечення самостійності в плануванні виробничої та фінансово-кредитної діяльності; вдосконалення системи поглиблення координації міжгалузевої інтеграції; розвитку зовнішньоекономічних зв'язків.

Основними шляхами піднесення аграрного сектору в Україні є: інтенсифікація сільського господарства, поліпшення використання земель, розвиток матеріально-технічної бази, підтримка з боку держави. Не менш важливе значення для подальшого розвитку сільського господарства мають розвиток економічних методів господарювання, підвищення заінтересованості працівників аграрного сектору в кінцевих результатах виробництва.

Лібералізація режиму доступу українських експортерів до зовнішніх ринків стане чинником прискорення структурних реформ в аграрному секторі, що сприятиме зростанню конкурентоспроможності національних виробників.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Сахадський М.В. Розвиток парадигми управління сільськими територіями України // Економіка України. – 2007. – № 7. С. 89–91.
2. Скидан О.В., Феценко Н.М. Концептуальні засади державної політики фінансування розвитку сільських територій в Україні // Фінанси України. – 2007. – № 8. – С. 130–137.
3. Шпак Ю.В. Методологічні основи визначення ефективності розвитку виробництва АПК в ринкових умовах господарювання // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. Випуск 18: У трьох частинах. – Черкаси: ЧДТУ, 2007. – Частина II. – С. 40–45.

УДК 330+316.42(477)

ЧЕРНЮК О.В., к.е.н.

м. Київ

## ВДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Останнім часом соціально-економічний розвиток регіонів посідає центральне місце в переліку напрямків, які потребують постійної уваги та підтримки. Соціальна ситуація країни здебільшого визначає перспективи розвитку економіки держави. Однак, неможливо відокремлювати такі життєво важливі сфери як політика, економіка, екологія, соціальні процеси та науково-технічний розвиток. Зараз актуальним є визначення економічної безпеки розвитку держави, регіонів, підприємств та особистості. Сутність економічної безпеки полягає в забезпеченні стану життєдіяльності, за якого реалізуються основні інтереси, захист від внутрішніх та зовнішніх загроз і дестабілізуючих чинників [1].

Європейський вибір України – невід’ємна складова її подальшого розвитку. Безпечний пріоритет України в цьому зв’язку – набуття асоційованого, а згодом і повного членства в ЄС. На сьогодні організаційне забезпечення процесу інтеграції до європейських структур, подолавши етап створення інституційних засад співробітництва, перебуває на етапі інтенсифікації відносин і формулювання стратегії інтеграції.

Проблеми регіональної соціально-економічної політики держави в сучасних умовах, прагнення до входження в ЄС розглядалися і продовжуються розглядатися багатьма вченими, провідними економістами, видатними політиками та громадськими діячами. Так, ці питання висвітлені в праці Петра Шаповала, де він наголошує на “проведенні економічних перетворень, які створять необхідні умови для торговельно-економічних відносин з ЄС” [1, с. 221].

Василь Кравченко обґрунтовує тенденцію створення в Україні “нових регіональних економічних угруповань, співробітництво прикордонних областей” [2, с. 349].

А Дмитро Стеченко пропонує нові моделі розвитку економіки України, “поетапне формування моделі конкурентоспроможної відкритої національної економіки з урахуванням переваг міжнародної регіональної інтеграції” [4, с. 292].

Проблема державної та регіональної економічної політики в Україні за умов досягнення сталості розвитку регіонів залишається актуальною, буде такою поки не буде визначена певна модель економічних відносин, а також ефективний шлях щодо входження України в Європейський Союз. Основною метою статті є розгляд соціально-економічного регіонального механізму державного управління процесом інтеграції України в ЄС, форм регіональної співпраці між Україною та ЄС на прикладі створення єврорегіонів.

Важливе значення для становлення відносин між нашою державою та Євросоюзом мало схвалення Європейською Радою у грудні 1999 р. спільної стратегії ЄС щодо України, в якій Євросоюз визнав європейські прагнення та вибір України, а також сформулював узгоджену позицію в питанні конкретних механізмів подальшого розвитку відносин з Україною.

Співробітництво з ЄС стає дедалі важливішою складовою діяльності органів державної влади України. Для розбудови механізмів внутрішнього забезпечення інтеграції в ЄС Президент України визначив сфери відповідальності центральних органів виконавчої влади за здійснення завдань, сформульованих у стратегії інтеграції. Регулярно проводяться засідання Української частини Ради з питань співробітництва між Україною та ЄС, на яких розглядається хід виконання УПС, затверджуються плани заходів для забезпечення реалізації стратегії інтеграції України в ЄС, здійснюється моніторинг їх виконання.

У межах сформованого механізму двостороннього діалогу відбуваються зустрічі на рівні передбачених УПС органів – Ради та Комітету з питань співробітництва між Україною та ЄС, Комітету з питань міжпарламентського співробітництва.

Євроінтеграційний курс є, безумовно, актуальною і важливою складовою демократичних та економічних реформ в Україні, які відбуваються на загальнодержавному рівні, проте результативність цих трансформацій безпосередньо пов’язана з прагматичною соціально-економічною політикою і цілеспрямованим державним управлінням на регіональному рівні.

“Торкуючись регіональної політики, слід відзначити, що процес перетворень у цій сфері повинен враховувати європейський досвід і, зі збереженням українських традицій державобудування, спрямовуватися на подальше поступове впровадження принципів регіональної політики ЄС, серед яких, зокрема, субсидіарність (право вищих структур розв’язувати лише ті проблеми, які не здатні вирішити нижчі одиниці), децентралізація (делегування владних повноважень, фінансових ресурсів з центру в регіони), партнерство (співробітництво між суб’єктами різних рівнів: ЄС – держава – регіон), програмування (розробка стратегії розвитку на основі пріоритетних цілей), концентрація (концентрація фондів з метою їх найефективнішого використання), додаткове фінансування (пошук та розвиток місцевих фінансових ресурсів)” [1, с. 220].

Важливого імпульсу євроінтеграції України може надати розвиток міжрегіональної співпраці,

конкретне наповнення якого мав знайти відображення в регіональних програмах співробітництва з ЄС. Зокрема, як відзначено в Стратегії інтеграції України до Європейського Союзу, “регіональна інтеграція передбачає встановлення і поглиблення прямих контактів між окремими регіонами України та державами – членами й кандидатами в члени ЄС, їх розвиток на певних напрямках для поступового перенесення основної ваги інтеграційного процесу з центральних органів виконавчої влади на регіони, до органів місцевого самоврядування, територіальних громад і, зрештою, якнайширшого залучення громадян України” [6, с. 7].

Спільна стратегія ЄС стосовно України, у свою чергу, підкреслює, що “ЄС підтримує розвиток та зміцнення ініціатив регіонального та транскордонного співробітництва за участю України та сусідніх з нею країн” [3, с. 15].

Вдосконалення регіонального механізму державного управління процесом інтеграції України в ЄС не виключає (в контексті проведення адміністративної реформи) створення підрозділу євроінтеграції в структурі обласних держадміністрацій, відповідального за координацію діяльності місцевих органів державної виконавчої влади в цій сфері, забезпечення безпосередніх двосторонніх робочих контактів на постійній основі з органами місцевої влади європейських регіонів-партнерів, створення робочих груп, комісій з питань регіональної співпраці тощо.

Зважаючи на провідну роль центральних органів влади в проведенні соціально-економічних перетворень, створенні необхідних умов торговельно-економічних відносин з ЄС, зокрема в сфері лібералізації торговельного режиму, мінімізації довільних бюрократичних обмежень торгівлі тощо, необхідно ширше використовувати потенціал державного управління на регіональному рівні в поглибленні внутрішнього реформування. Одним з аспектів цього процесу є, наприклад, створення сприятливого для підприємницької діяльності середовища та поліпшення інвестиційного клімату, а саме: мінімізація адміністративних бар’єрів при започаткуванні бізнес-проектів, зменшення податкового тиску на підприємців і забезпечення для них прозорих “правил гри”, запровадження надійних механізмів забезпечення виконання контрактних зобов’язань, застосування ефективних процедур банкрутства, декриміналізація економічної діяльності тощо. Водночас, як показує досвід країн Східної Європи, неефективним є вплив на всі сторони інвестиційного процесу та контролю інвестиційних проектів. У цих країнах – кандидатах до вступу в ЄС держава вже на перших етапах переходу відмовилась від всеохоплюючих інвестиційних завдань і сконцентрувалась на стимулюванні законодавчої та податкової реформ, які забезпечували сприятливий інвестиційний клімат, та фінансуванні виключно капіталовкладень у соціальну сферу чи галузі інфраструктури.

Ключовою має бути роль державних регіональних структур в організації ширококомасштабної роз’яснювальної роботи, розробці та реалізації регіональної програми інформування громадськості про ситуацію в ЄС, переваги й значення “європейського вибору”, проблеми та здобутки України на шляху європейської інтеграції.

Враховуючи неоднозначне ставлення населення ряду регіонів України до європейського вектора, нагальною є орієнтація регіональних засобів масової інформації на широке і всебічне висвітлення розвитку відносин між Україною та ЄС, забезпечення неупередженого сприйняття громадянами європейської інтеграції, а також на регулярне інформування про політичні, економічні та соціальні процеси, що відбуваються в країнах ЄС. Доцільним у зв’язку з цим видається і створення в Україні мережі регіональних Європейських інформаційних центрів.

В Україні набирає силу тенденція створення нових регіональних економічних угруповань, на основі яких у майбутньому може бути створена така адміністративно-територіальна одиниця, як регіон. Це групи областей, які вже сьогодні фактично об’єднуються в регіони економічного співробітництва: Прикарпатський, Донецько-Придніпровський, Причорноморський, Поліський. При цьому доцільно зберегти вже усталений обласний поділ. Регіони могли б взяти на себе виконання цілого ряду планових та економічних функцій.

Формою регіональної співпраці між Україною та ЄС є створення єврорегіонів. Вивчення та імплементація досвіду областей України, які на даному етапі вже беруть участь в реалізації цієї ініціативи, є дуже важливим для використання потенціалу міжрегіонального співробітництва на європейському напрямку.

Так, “сьогодні українські регіони (Одеська, Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська, Чернівецька й Волинська області) співпрацюють зі своїми візаві з 6 країн (Польща, Румунія, Молдова, Словаччина, Угорщина, Білорусь). Підписана міжурядова угода між Україною і Росією щодо прикордонного співробітництва суміжних областей двох країн. На території єврорегіонів “Буг”, “Нижній Дунай” та “Карпатський” проживає близько 24 млн. чол” [2, с. 350].

Транскордонні регіони виникли як результат пошуку шляхів подолання перешкод, що утворюють національні території для співробітництва у спірних питаннях щодо соціальної і економічної політики, інфраструктури, технології, культури й навколишнього природного середовища.

Прикордонне співробітництво “дає змогу вирішити конкретні економічні та соціальні питання безпосередньо для прикордонних областей, зокрема, поступово долати нижчий рівень економічного розвитку цих периферійних територій, який історично був зумовлений наявністю політичних та економічних кордонів” [7, с. 43].

Наприклад, транскордонне співробітництво в межах євро регіону "Буг" здійснюється між трьома частинами територій, що належать до господарських частин різних країн і є складовими елементами національних господарських комплексів України, Польщі та Білорусі. Ці території формують прикордонні господарські комплекси своїх країн. Важливою складовою кожного такого комплексу є наявність добре розвинутої транспортної інфраструктури, покликаної задовольняти міжнародний господарський обмін та забезпечувати ефективне функціонування народногосподарського комплексу кожної країни.

Євро регіони співпрацюють при розробці спільних комплексних соціально-економічних програм та програм з питань культури, конкретних транскордонних економічних проєктів, розв'язанні проблем зайнятості. Зростає інтерес до транскордонного співробітництва в останні роки сприяло два фактори: підготовка до створення єдиного ринку, а також крах посткомуністичної системи, що мало вплив на розвиток транскордонного співробітництва з колишніми соціалістичними країнами.

Серед здобутків, які матимуть українські області від співробітництва в межах євро регіонів, слід виділити такі: створення сприяє взімовигідній торговельно-економічній співпраці, налагодження безпосередніх зовнішньоекономічних контактів між територіями євро регіону, заснування асоціацій торгово-промислових палат, створення та розвиток СП, підтримка вільних економічних зон, залучення іноземних інвестицій. Так, третина іноземних інвестицій у Волинську область надійшла з Польщі та Білорусі в межах євро регіону, 44% спільних підприємств створено за участю бізнесменів цих країн.

Як наслідок, формат євро регіонів певною мірою сприяє подоланню незадовільної динаміки зовнішньої товарної торгівлі України з ЄС, що утворилась у результаті нераціональної і малоперспективної структури українського експорту в країни Євросоюзу, посиленню української присутності на найбільш динамічних сегментах європейського ринку послуг –

туристичних, інформаційних, інженерних, науково-технічних, фінансових, управлінських. Нарешті, створюється можливість залучення на розвиток регіонів додаткових коштів Європейського союзу за програмами INTERREG, TACIS, PHARE.

Втім, при створенні й розвитку євро регіонів за участю областей України необхідно враховувати стримуючі чинники, які можуть перешкоджати ефективній діяльності цього міжнародного утворення. Зокрема, це низький рівень правових та фінансових повноважень облдержадміністрацій, неспівпадіння широти компетенції місцевого самоврядування і регіональних органів в Україні та країнах-партнерах, потенційні суперечності між самими учасниками євро регіону, спричинені відсутністю єдиної стратегії його розвитку з чітким визначенням пріоритетів діяльності.

Таким чином, державне управління в умовах європейської інтеграції України має значний регіональний аспект, який поряд з іншим, включає подальший соціально-економічний розвиток регіональної політики, поглиблення міжрегіонального й транскордонного співробітництва України з ЄС та країнами-кандидатами, створення євро регіонів. Регіональна інтеграція виступає практичним кроком на шляху входження України в ЄС.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Шаповал П.В. Регіональний вимір державного управління в умовах інтеграції України в ЄС – К., 2001р. – 270 с.
2. Кравченко В.І. Фінанси місцевого самоврядування України – К., "Логос", 2000р. – 401 с.
3. Проевропейський вибір України – вибір майбутнього – Матеріали "круглого столу" – м. Чернігів-2002 р.
4. Стеченко Д.М. Розміщення продуктивних сил і регіоналістика – К., 2002р. – 375 с.
5. Жданов І. За бідні регіони замотайте слово – К., 2000 р. – 42 с.
6. Колишко Р. Регіональна політика України: Європейський досвід та українські перспективи: Аналіт. огляд Укр.-Європ. консультац. центру- К., 2002р.– 211с.
7. Науковий вісник Волинського державного університету. Сер. "Міжнародні відносини" – м. Луцьк, 2001р. – 96 с.

УДК 330.52(477)+346.546(477)

ШИМАНСЬКА В.

Наук. керівник: САУХ І.В., доцент

м. Житомир

### ПРОБЛЕМИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

**Постановка проблеми.** Однією з кардинальних умов ефективного розвитку української економіки постає забезпечення національної конкурентоспроможності в умовах глобалізації та подальшого поглиблення тенденцій регіоналізації.

В умовах перехідної економіки України особливої актуальності та практичного значення набуває по-

слідова політика забезпечення сприятливих умов функціонування базових галузей промисловості, перспективних висококонкурентних експортних виробництв, які спеціалізуються на виготовленні складної, інтелектомісткої, високотехнологічної продукції. Досвід високорозвинених держав світу показує, що структурні зміни в економіці, підвищення конку-

рентоздатності можливе лише на інноваційній основі, максимальному використанні інноваційного потенціалу регіонів з урахуванням особливостей кожного з них. За допомогою регіональних інноваційних систем відбувається консолідація активів регіону, оптимальне використання його потенціалу, що дозволяє, по-перше, збільшити надходження до місцевих бюджетів, по-друге, залучити та зберегти висококваліфікований персонал, по-третє, забезпечити високу зайнятість і підвищити конкурентоспроможність регіону. Отож, зростання конкурентоспроможності української економіки залежить від того, наскільки регіони активізують інноваційну політику та стимулюють інноваційну активність суб'єктів господарювання.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Останнім часом дослідженню наукової проблематики щодо визначення сутності конкурентоспроможності національної економіки та шляхам її забезпечення, присвячена низка робіт таких вчених, як Жаліло Я.А., Кіндзерський Ю., Крючкова І.В., Книш М.І., Самойлова І.О., Халінін С. та ін. Та все ж недостатньо об'рунтованим, на нашу думку, є питання розробки та застосування нових підходів щодо прискорення економічного розвитку, інноваційності виробничих процесів та, як результат, – досягнення стабільного високого конкурентного становища.

**Мета статті.** Отже, виходячи з вище сказаного, основною метою статті є аналіз проблем національної конкурентоспроможності України, визначення стратегічних напрямів її вдосконалення.

**Виклад основного матеріалу.** В ринковій системі господарювання категорія конкурентоспроможності є однією з головних, оскільки в ній зконцентровано виражаються економічні, наукові, технічні, виробничі, організаційно-управлінські, маркетингові можливості як окремого суб'єкта господарювання, так і економіки країни загалом.

Розуміння конкурентоспроможності трактується фахівцями по-різному. Наприклад, за визначенням СЕФ конкурентоспроможність – це сукупність чинників, політики та інституцій, які означають рівень продуктивності країни [3]. Українські вчені Піддубний І.О. та Піддубна А.І. стверджують, що “конкурентоспроможність – це потенційна або реалізована здатність економічного суб'єкту до функціонування в релевантному зовнішньому середовищі, яка ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його позицію відносно конкурентів” [2]. Прикладів можна навести безліч. Але хотілося б звернути увагу на те, що переваги конкурентоспроможності реалізуються через торгівлю, а фундамент конкурентних переваг створюється на всіх ланках суспільного виробництва, тобто економічний успіх держави, її конкурентоздатність, безпосередньо визначається наявністю в ній конкурентоспроможних галузей і виробництв.

Аналізуючи стан національної конкурентоспроможності України, слід сказати, що держава опинилась у міжнародному конкурентному середовищі, до якого національна економіка виявилась невідповідною. Неконкурентоспроможність вітчизняної продукції, нерациональна структура виробництва, неефективне використання факторів виробництва, низький внутрішній попит, незадовільна мотивація щодо підвищення ефективності виробництва, несприятливий інноваційно-інвестиційний клімат, нерівномірний розвиток регіонів – ці основні чинники зумовили незадовільний стан зовнішньоекономічних зв'язків. Сировинна структура експорту свідчить про прогресуючу втрату Україною свого виробничого й науково-технічного потенціалу. Крім того, суттєве зменшення частки високотехнологічних товарів (лише 4,2%), які є домінуючими в експорті конкурентоспроможних країн, підтверджує низькі конкурентні позиції національної економіки на світових ринках і створює загрозу національній безпеці. Для України підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників, інтенсивний розвиток зовнішньої торгівлі має особливе значення, адже це сприяє завершенню ринкової трансформації економіки та ефективній інтеграції у світовий економічний простір.

Стратегічним пріоритетом в Україні, на нашу думку, в контексті забезпечення національної конкурентоспроможності є опанування науково-технологічною моделлю економічного розвитку. Для цього існують такі об'єктивні передумови як наявність визнаних у світі власних наукових шкіл та унікальних технологій з розробки нових матеріалів, фізики низьких температур, генетики, здатних забезпечити розвиток високотехнологічного виробництва на рівні найвищих стандартів. Незважаючи на кризові явища в інноваційній сфері, в країні вдалося зберегти розгалужену мережу наукових організацій, а в окремих аспектах навіть зміцнити ядро науково-технічного потенціалу. Разом з тим, він залишається незадіяним на внутрішньому й зовнішніх ринках. Окрім того, Україна має сильну генетичну основу для динамічного розвитку найсучасніших напрямків фундаментальної та прикладної науки, закладену в різні історичні часи всесвітньо відомими вченими. Попри все, важливим напрямом стимулювання інноваційної діяльності є інформаційне забезпечення, під яким розуміють інформацію про проведені дослідження і розробки, базу даних про патенти, винаходи, а також інформацію про державні конкурси, тендери та ін.

**Висновки.** Таким чином, національна конкурентоспроможність в умовах сучасного господарства – обов'язкова та єдина властивість, що сприяє прогресивному розвитку й виживанню в умовах жорстокої конкуренції.

Однак, на нашу думку, саме впровадження інноваційної діяльності дозволить досягти значних результатів у підвищенні рівня конкурентоспроможності, адже правильність розробки та впровадження інновацій у практичну діяльність є надзвичайно важливою умовою забезпечення реалізації інноваційної стратегії розвитку країни.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Конкурентоспроможність економіки України: стан і перспективи підвищення / За ред. д-ра екон. наук І.В. Крючкової. – К.: Основа, 2007. – 488 с.
2. Піддубний І.О., Піддубна А.І. Управління міжнародною конкуренцією: (Навч. посіб) / За ред. І.О. Піддубного. – Х.: Вид. Дім "ІНЖЕК", 2004. – 264 с.
3. [www.weforum.org](http://www.weforum.org).

# ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ТА УПРАВЛІНСЬКИХ МЕХАНІЗМІВ У ФІНАНСОВІЙ, ІНВЕСТИЦІЙНІЙ ТА ГРОШОВО-КРЕДИТНІЙ СФЕРАХ

УДК 339.727:2-3, 339.96, 339.97,  
339.982, 338.246:2, 336.77

КОНЧИН В.І., к.е.н.  
м. Київ

## ТРАНСФОРМАЦІЯ СИСТЕМИ ГЛОБАЛЬНОГО ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОГО УПРАВЛІННЯ: ВАШИНГТОНСЬКА ТА ЛОНДОНСЬКА РЕЗОЛЮЦІЇ ВЕЛИКОЇ ДВАДЦЯТКИ, ТА ЩО ЧЕКАЄ УКРАЇНУ

На офіційному рівні представники саміту країн Великої двадцятки (G-20) у своїх останніх резолюціях розвитку світової фінансово-економічної кризи пов'язують із неузгоджено та неефективно координованою державами провідних країн світу макроекономічною політикою, неадекватними структурними реформами, слабкими стандартами андерайтінгу на міжнародних IPO ринках, неефективним ризик-менеджментом, що практикується компаніями з управління активами, зростаючим комплексом непрозорих фінансових продуктів, неконтрольованим функціонуванням офшорних зон, надлишковим фінансовим левериджем. Уразливість світової фінансової системи є результатом відсутності ефективної системи глобального фінансового управління. В резолюції G-20, що була виголошена 15 листопада 2008 р. у Білому Домі, зазначено, що провідні країни світу мають зосередитись на посиленні заходів стимулювання ділової активності, забезпечувати світову економічну систему ліквідністю, зокрема для захисту депозитів та сприяння кредиту- і платоспроможності у глобальній економіці на макро- та мікрорівні, зміцнити капітал світових фінансових інститутів (передусім МВФ та Світового Банку) для підтримки економік країн світу. Було прийнято низку першочергових кроків по виведенню глобальної економічної системи з кризи та відновленню глобального економічного зростання, а саме [1]:

– Визнати, що монетарна політика, має сприяти підтримці макроекономічної стабільності (тобто в цій тезі слід розуміти прагнення Великої Двадцятки закріпити за країнами, особливо країнами, що розвиваються практику застосування більш фіксованих валютних курсів. Реалізація цього завдання, швидше за все, буде покладена на МВФ у його діалозі з центральними банками та урядами країн, від яких залежатиме глобальне економічне зростання сучасного етапу розвитку світового господарства, а саме від зростаючих економік (так званих “emerging economies”) та низки країн, що розвиваються, які виступатимуть плацдармом виробничо-торговельних мереж транснаціональних концернів).

– Використовувати експансіоністську фіскальну (бюджетну) політику для стимулювання глобального

попиту ( тобто слід очікувати, що це завдання виконуватиметься з боку урядів провідних країн та міжнародних фінансових інститутів (зокрема Світового Банку), що буде виражатись у розгортанні проектів фінансової підтримки країн, які розвиваються з метою посилення в них виробничо-інвестиційних чи/ та торговельних позицій західних транснаціональних концернів.

Перехід багатьох країн, що розвиваються до фіксованих чи тісно прив'язаних валютних курсів дасть можливість зосередитись їхнім центральним банкам та урядам не на внутрішніх незалежних монетарних важелях стимулювання, які ведуть часто до інфляційно-девальваційного макроекономічного сценарію, а на міжнародній коопераційній фіскальній політиці з метою досягнення трансляційного ефекту намічених G-20 стимулюючих фіскальних заходів. При цьому очікуватиметься посилений контроль з боку міжнародних фінансово-кредитних інститутів та урядових наглядових фінансових комітетів G-20 за цільовим використанням наданих коштів розвитку країнам, що розвиваються).

– Допомогти країнам, що розвиваються, зокрема зростаючим економікам (emerging economies) в отриманні в глобальних кризових умовах доступу до кредитних фінансових ресурсів МВФ, які б дали можливість підтримати ліквідність у банківській системі цих країн, підтримати стабільність валютного курсу через формування центральними банками достатніх валютних резервів та привести до рівноваги платіжний баланс з огляду на втечу капіталу в ключових валютах та погіршення експортних можливостей через стагнацію світових товарних ринків. (Слід очікувати, що на цей раз кошти МВФ будуть отримувати ті країни, які виконуватимуть умови двох попередніх тез. У випадку невиконання вимог, що часто пов'язано з небажанням вітчизняних бізнес-еліт втрачати внутрішній контроль над економічними важелями, процесами, економічними об'єктами, а також над електоратом, який підживлюється бюджетом проїдання на основі соціальних пакетів монетарної природи, ці країни швидше за все залишаться без коштів підтримки та стабілізаційних коштів і це вестиме до кризових процесів і деградації їхніх макроекономічних систем в нових гло-

бальних умовах. Подальші інфляційні процеси та знецінення національної валюти призводитиме до зниження вартості життя в захищених вітчизняними олігархами економіках країн від транснаціонального капіталу. Створена криза рано чи пізно викличе соціальні протести, а потім революції чи перевороти. Зниження вартості життя зумовлюватиме зменшення економічного потенціалу, однак в майбутньому після повалення олігархічних режимів воно надасть транснаціональним корпораціям хороші можливості використання країни в якості дешевої виробничої площадки. Тобто в програші залишаться ті країни, які не прагнуть з самого початку приєднання до глобального фінансово-кредитного механізму та проведення комплексу реформ на його основі).

– Посилити прозорість фінансових ринків та відповідальність суб'єктів господарської діяльності, що працюють на глобальному ринку. Зокрема йде мова про вимоги відкриття комплексу фінансових продуктів та повне розкриття компаніями їхнього фінансового середовища і фінансових умов для учасників ринку та достовірність інформації з приводу цього. (Очікується, що такі превентивні заходи змусять компанії, які працюють в офшорних зонах та використовують фінансові обладки, розпрощатися з недобросовісною практикою відмивання коштів, зокрема тих, які будуть надаватися міжнародними фінансовими інститутами в рамках інвестиційних проектів стимулювання попиту в країнах, що розвиваються. Важливими також стають заходи по розробці ефективної та достовірної системи оцінки фінансових активів і виявлення та офіційне розкриття для учасників ринку неліквідних фінансових продуктів під час економічних криз).

– Посилити регуляторний режим у сфері міжнародних фінансів, впровадити розумний нагляд за всіма фінансовими ринками, продуктами і учасниками ринку; впровадити посилений контроль за кредитними рейтинговими агенціями згідно з Міжнародним кодексом кредитного супроводу. При цьому задекларовано, що координований на міжнародному рівні регуляторний режим буде враховувати економічний цикл країн, щоб регулювання не зашкодило появі і розвитку фінансових інновацій та сприяло розширенню торгівлі фінансовими продуктами і послугами.

– Сприяти інтегрованості міжнародних фінансових ринків, відновленню міжнародної кооперації та координації цих ринків.

– Розробити міжнародну гармонізовану класифікаційну систему капіталу з метою досягнення чіткості відношення капіталу до певної групи та його адекватності даній системі.

– Відхилити будь-які спроби протекціонізму з метою недопущення дезінтеграції міжнародних ринків та повернення в часи економічної та фінансової невпевненості. Протягом наступних 12 місяців країни мають утриматись від впровадження нових бар'єрів щодо інвестування та міжнародної торгівлі товарами і послугами. Світова організація торгівлі має довершити процес узгодження між країнами-членами намічених положень Агенди Доського Раунду (Doha Raund Agenda) та прийняти їх повним пакетом.

Агенда СОТ в межах Доського раунду переговорів охоплює велику кількість різних проблем, серед яких увага здебільшого прикута до п'яти головних пунктів – сільське господарство, доступ на несільгосподарські ринки, послуги, торговельна допомога, розвиток бідних країн та країн зі зростаючими економіками. Фундаментальною концепцією цих переговорів є спільна позиція та спільні дії – "нічого не буде погоджено, поки все повністю не буде погоджено". Доський раунд переговорів розпочався на 4 міністерській конференції СОТ в м. Доха (Катар) 9–14 листопада 2001 р. і триває по сьогоднішній день. Продовження переговорів по Доській Агенді відбулось на 5 міністерській конференції СОТ в м. Канкуні (Мексика) 10–14 вересня 2003 року та на 6 міністерській конференції СОТ в Гонконгу (Китай) 13–18 грудня 2005 року. У червні 2006 року з'явилися заяви Генерального директора СОТ Паскаля Ламі з приводу можливості провалу Доського раунду, що може підірвати систему світової торгівлі. Індустріальним країнам слід зробити подальші кроки по скороченню імпорتنних бар'єрів і розмірів субсидування сільського господарства, а країнам, що розвиваються – знизити тарифи на імпорт промислових товарів. "Якщо по цих питаннях не буде досягнуто швидкої згоди, весь Доський раунд переговорів опиниться під загрозою краху" – заявив П. Ламі. В серпні 2007 року П. Ламі заявив, що Доський раунд переговорів про лібералізацію торгівлі має завершитись не пізніше, ніж на початку 2008 року. Ключовим питанням залишається знаходження компромісів між членами СОТ з приводу розміру державного субсидування аграрного сектору і митних тарифів на сільськогосподарську та промислову продукцію. Принципи відкритості ринків на основі спільних для всіх членів СОТ правил торгівлі повинні, на думку П. Ламі, внести впевненість країнам і урядам, що процеси глобалізації не будуть мати ні для кого негативного ефекту [7].

Неможливість досягнення консенсусу між країнами-членами СОТ з приводу Доської Агенди вже на початку 2008 року зумовило, зокрема, ситуацію, що склалась на міжнародних фінансових ринках та ринках нерухомості, а також серйозний дисбаланс в світовій торгівлі промисловими товарами. А з середини 2008 р. почалось різке уповільнення міжнародної торгівлі, що призвело до глобальної економічної рецесії.

– Реформувати міжнародні фінансово-кредитні інститути епохи Бреттон-Вудсу. Ці інститути мають адекватно відображати вагу та інтереси нових країн світу, від яких тепер залежить функціонування глобальної економічної системи та глобальне економічне зростання. В цьому відношенні ці вагомні нові індустріальні країни та країни, що розвиваються, враховуючи бідні країни, повинні отримати більше право голосу та більшу частку представництва в міжнародних економічних організаціях. Згідно з Вашингтонською резолюцією Форум фінансової стабільності (Financial Stability Forum - FSF) мав стати дахом для зростаючих економік в напрямі розробки та імплементації нових міжнародних стандартів в системі міжнародних фінансів та вироблення якісно нового глобального фінансово-кредитного механізму.

Отже, Вашингтонська резолюція засвідчила, що настає нова епоха в діяльності міжнародних фінансових інститутів. Неокейнсіанство знов набирає ваги, що створює в довготерміновій перспективі передумови для перегляду механізмів існуючої світової валютної системи з посиленням міждержавного валютного і фінансово-кредитного регулювання, переходу до більш фіксованих валютних курсів. Такі тенденції розвитку можуть згодом мати наслідком втілення ідеї створення глобальної валюти з врахуванням інтересів Нового Світу. Закінчення часів повоєнного американоцентризму відобразилось в 1960-х рр. у становленні завдяки американського капіталу трьох центрів співвідношення сил (США, Західна Європа, Японія). Сьогодні вже закінчується панування тріади, яка значно допомогла свого часу становленню економік Нового Світу, і світова економічна система швидко прямує до мультицентризму з посиленням взаємовідносин партнерства, розбіжностей та спроб знайти консенсус щодо глобальних питань в сфері міжнародних фінансів. Мультицентричний вплив над акумуляцією, розподілом і використанням глобальних фінансових ресурсів, а також над розробкою і прийняттям міжнародних фінансових стандартів згодом має бути зосереджений за всіх інших рівних незмінних умов в руках таких країн, як: G-8 (США, Канада, Японія, Франція, Німеччина, Італія, Великобританія, Росія), ЄС як окремих суб'єкт міжнародного права, Австралія, Аргентина, Бразилія, Мексика, Китай, Південна Корея, Індонезія, Південна Африканська Республіка, Індія, Туреччина, Саудівська Аравія.

Водночас, після зустрічі у Вашингтоні в деяких країн G-20 відкритим було питання: яка валюта залишатиметься провідним міжнародним платіжним і резервним засобом та в якій валюті буде здійснюватись глобальна кредитна експансія. Китай та Росія неодноразово заявляли про необхідність перегляду складу валютного кошика СДР (Special Drawing Rights – SDR), який використовується МВФ в якості міжнародних кредитних грошей. Сьогодні цей кошик формують лише 4 валюти: долар США, євро, японська єна та англійський фунт стерлінгів, і це, на думку деяких країн, не враховує реалій сучасного світового порядку та ролі нових вагомих країн у глобальній економічній системі. Особливо це питання є актуальним тоді, коли в нових умовах перемоги неокейнсіанства (стимулювання глобального попиту) саме на МВФ буде покладено місію випуску СДР, вибір валюти чи її частки в СДР, що буде емітуватись, та розподіл СДР між країнами-членами згідно з їхньою квотою в організації. Новий Світ заявив про необхідність перегляду квот своїх країн у МВФ з огляду на їхнє актуальне положення в світі, що має розширити можливості інвестування у фонд більших фінансових ресурсів та отримання більших вигод від кредитування глобальної економіки. Крім цього, Китай заявив про необхідність створення нової міжнародної розрахункової та резервної одиниці на кшталт СДР з розширеним спектром валют вагомих країн світу, яка б використовувалась не тільки у кредитних програмах МВФ, але й мала місце у інших кредитних, торговельних та інвестиційних міжнародних розрахунках. Однак ці поки що слабо висунуті вимоги Нового Світу не були почуті. Старий Світ поки що звик все вирішувати самостійно.

Важливим кроком на шляху подолання глобальної фінансово-економічної кризи став останній саміт G-20, що відбувся у Лондоні 2 квітня 2009 р. В Лондонській резолюції було зазначено, що "... глобальна криза вимагає глобального вирішення". Країни G-20 взяли за основу попередні тези. При цьому було внесено ряд змін у задекларовані в Вашингтоні положення та знайдено конкретні рішення для реалізації глобальної антикризової стратегії [2]:

– Форум фінансової стабільності (Financial Stability Forum) буде замінено Правлінням з питань фінансової стабільності (Financial Stability Board), яке отримує від країн G-20 більш посиленний мандат. До його складу увійдуть країни G-20, а також Іспанія та Європейська Комісія. Це правління буде тісно кооперувати з МВФ, і якщо раніше МВФ боровся з макроекономічними негараздами країн, надаючи рекомендації та кредити для їхнього усунення, то сьогодні цих дві структури разом будуть працювати над раннім виявленням і оцінкою макроекономічних та фінансових ризиків і розробляти заходи по їх попередженню;

– Розробка та впровадження на глобальному рівні нових принципів функціонування компенсаційних схем та принципів соціальної відповідальності з боку компаній внаслідок кризових явищ (важливий елемент глобального номендменту);

– Фінансове регулювання і нагляд будуть застосовуватись до усіх фінансових ринків, продуктів і учасників міжнародних фінансів. В першу чергу, це стосуватиметься хедж-фондів, які будуть введені у спільну глобальну регуляторну мережу. Податкові гавані (tax havens) та офшорні зони (off-shores) будуть знаходитись відтепер під пильним контролем Правління. Закінчується ера банківської таємниці. Будуть встановлені більш посилені та уніфіковані міжнародні стандарти звітності, щоб ліквідувати практику приховування позабалансових статей, а також стандарти оцінки реальної вартості активів. Організація економічного співробітництва і розвитку вже сформувала список країн, що оцінені Глобальним форумом (Global Forum) як ті, які не дотримуються міжнародних стандартів щодо обміну інформацією про міжнародний трансфер прибутків. Вироблено спільний підхід до вичищення банками їхніх віртуальних роздутих, неякісних, спекулятивних активів, які не мають дійсної вартості.

– Країни G-20 вирішили провести безпрецедентну узгоджену фіскальну експансію, що має за мету створити мільйони робочих місць, які були зруйновані глобальною фінансово-економічною кризою. Протягом року будуть здійснені вливання в глобальну економічну систему у розмірі 5 трлн. дол. США, що повинні призвести до збільшення глобального випуску продукції на 4% та прискорити перехід до формування екологічної економіки (Це ще одна спроба, що формує фундамент глобального номендменту в довготерміновій перспективі).

– Недивним є той факт, що долар США став валютою запланованої глобальної експансії. Це означатиме, що, з одного боку, США взяли на себе відповідальність за реалізацію безвійськового сценарію стимулювання глобального попиту, і його можлива невдача заведе в інфляцій-

ну спіраль економіку США і знецінить долар, що призведе також до обвалу економічних систем тих країн, які мають високий ступінь доларизації, а також знецінить валютні доларові резерви багатьох країн світу. З іншого боку, США отримали чудові можливості експлуатувати країни, що будуть позичальниками коштів міжнародних фінансово-кредитних інститутів. Міжнародний валютний фонд не отримав санкції на випуск СДР, в тому числі в інших валютах кошику відповідно до квот країн з ключовими валютами, як це було зроблено лише двічі в історії в 1970-х рр. Не було надано можливості іншим країнам G-20 в своїх валютах провести через МВФ свої національні валюти для здійснення глобальної кредитної експансії. Згідно з резолюцією МВФ має отримати додатково в розпорядження від країн-членів 750 млрд. \$, з них 500 млрд. \$ для кредитування країн, що знаходяться в критичній ситуації внаслідок глобальної фінансово-економічної кризи, 250 млрд. \$ для підтримання глобальної ліквідності через можливості отримання країнами овердрафту. Крім цього Міжнародний валютний фонд має збільшити свої доларові кредитні резерви на 6 млрд. \$ шляхом продажу золотих резервів і підтримати кредитами найбідніші країни світу. Міжнародні банки розвитку (Multilateral Development Banks) отримують 100 млрд. на підтримку найбідніших країн. Це ще раз підкреслило гегемонію долара у новому глобальному фінансово-кредитному та валютному механізмі і подальшу експансію США на економічній території світу.

– Для відновлення кредитування центральні банки країн будуть використовувати нетрадиційний монетарний підхід, а саме застосовувати експансіоністську монетарну політику з низкою нейтралізуючих заходів боротьби з інфляційними очікуваннями (одним з яких, ймовірно, буде перегляд світової системи валютних курсів у бік більшої фіксації. В 12 пункті резолюції мимохідь вказано, що країни за нових умов мають в запобігати практиці конкурентної девальвації валют). Метою експансіоністської дисконтної політики є створення імпульсів для радикального зниження процентних ставок в більшості країн. Допоки не буде відновлено внутрішнє кредитування і прискорено міжнародний рух капіталу всі спроби вийти з кризи вбачаються провідними західними державами неефективними. Вже і без того була організована значна державна підтримка банківської системи та великих промислових концернів в США та ЄС по забезпеченню їх ліквідністю та проведена рекапіталізація фінансових інститутів. (Слід зауважити, що така політика є вкрай контроверсійною. З монетаристської точки зору, внутрішня кредитна експансія на фазі економічного спаду з характерним для цієї фази інфляційним тиском є бомбою уповільненої дії. Однак що залишається робити транснаціональному капіталу західних країн, коли він не може більше чекати, опинившись в безвійськовій безпорадності після виходу з міжнародної політичної арени адміністрації республіканців США? Ці заходи є свого роду хімічною терапією ракового захворювання, яке вже дало свої метастази по усьому організму і результат від такого "оздоровлення" є невідомим. Залишається тільки чекати. Плюси такої "хімічної терапії" простежуються у п. 17 Лондонської резолюції, де вказано, що імперативом відновлення глобальної економіки є по-

силення притоку капіталу в країни зі зростаючими економіками та в країни, що розвиваються. Якщо цей каталізатор підключиться в реакцію, інфляційні процеси в західних країнах від експансії капіталу можуть бути попередженими на деякий час);

– До січня 2011 р. МВФ дано розпорядження переглянути квоти країн з огляду на зміни їхньої частки в глобальній економічній системі. Це рішення стало показовим з тих міркувань, що США та Західна Європа визнали, що прийдеється ділитись з Новим Світом у прийнятті глобальних фінансових рішень та реалізації глобального фінансово-кредитного і валютного механізму, що глибоко проникає в систему глобального виробництва, торгівлі, інвестицій та фінансів.

– В доповнення до Вашингтонської резолюції з приводу СОТ було вирішено зробити гнучкими механізми для розвитку фінансів, які безпосередньо обслуговують міжнародну торгівлю. Протягом двох років з боку країн G-20 буде виділено 250 млрд. доларів, розпорядниками яких стануть провідні агенції країн-членів СОТ по кредитуванню експорту споживчих та інвестиційних товарів, а також Багатосторонні банки розвитку, в тому числі ББР країн, що розвиваються.

#### *Сценарій для України.*

*Сценарій 1 ("глобалізація та економічна інтеграція").* Закінчується час відмивання українськими політиками капіталу на міжнародному рівні. Якщо раніше кредити, які отримувались з міжнародних економічних організацій та від західних держав, могли після відмивання частково осідати безконтрольно на міжнародних рахунках в офшорних зонах (таємниця клієнтських рахунків), то тепер внаслідок рішень саміту G-20 це буде практично нереально робити. Так чи інакше отриманий з закордонного капіталу прийдеється реалізовувати в країні-реципієнті капіталу. Припустимо, що частина капіталу отриманого в межах програм, наприклад, Світового Банку все ж буде йти на реалізацію запланованих транснаціональним бізнесом проєктів і слугувати економічному розвитку країни за визначеним ним сценарієм. Інша частина все ж буде перерозподілятися переважно на користь вітчизняних олігархів. За умов жорсткого нагляду з боку Глобального правління з питань фінансової стабільності за чистотою міжнародних фінансових потоків та міжнародного трансферу прибутків ця частина капіталу вимушена буде реінвестуватись в середині країни, бо назад цей капітал відтягувати вітчизняним капіталістам вже просто не дозволять. Не для цього західні держави вливатимуть в країни, що розвиваються свій капітал, щоб потім імпортувати з цих країн інфляцію та зниження і без того низьких процентних ставок. Припустимо, що реінвестувати відмитий капітал від міжнародних кредитів вітчизняний капіталіст буде у банківську сферу. Це означатиме, що увесь взятий міжнародний кредитний капітал та отримані прибутки від перерозподіленої на користь вітчизняного капіталіста частини від нього вимушені будуть нагромаджуватись в середині країни і це вестиме до зниження процентних ставок, що в середньотерміновій перспективі зменшуватиме надприбутки вітчизняних банкірів, але буде створювати хороші умови кредитування та інвестування. Якщо процентні ставки будуть знижуватись,

а реальних промислових та споживчих товарів не буде в достатній кількості, тоді треба буде задумуватись про інвестування у систему виробництва або закупувати імпортований товар. Бо якщо не буде ні того, ні іншого, нагромаджений капітал в країні призводитиме до інфляційних процесів і незадоволення населення діями вітчизняних олігархів та повалення існуючої влади. Для організації виробництва багатьох груп товарів необхідні будуть промислові товари, а це означатиме необхідність здешевлення імпорту, бо для того, щоб створити конкурентоспроможне виробництво, потрібно високотехнологічні товари, які випускаються, зрозуміло, західними транснаціональними корпораціями. Якщо Україна залишиться в системі СOT, то з одного боку, самі транснаціональні корпорації в особі представників країн у СOT примусять виконати взяті Україною зобов'язання по зниженню торговельних бар'єрів, а з іншого боку, для недопущення інфляції внаслідок нагромадження капіталу при товарному дефіциті вітчизняні олігархи так і чи інакше вимушені будуть самостійно усвідомити цю необхідність. Впустивши товари західних транснаціональних корпорацій на свої ринки, вітчизняним капіталістам не вдасться витримати конкуренцію за багатьма виробництвами, які вони так пильно охороняли, проводячи імпортозаміщуючу протекціоністську політику (наприклад, автомобільна промисловість, цукрова промисловість, багато позицій промислового машинобудування, побутова хімія тощо). Натомість з'являться імпортовані товари та на їх основі вітчизняні конкурентоспроможні виробництва у харчовій промисловості, екологічному сільському господарстві як альтернатива дешевим імпортованим товарам, виробленим по інтенсивним технологіям, деревообробній, меблевій промисловості тощо. Слід при цьому відмітити, що ера вітчизняних виробників у металургії та промисловій хімії підійшла до свого завершення, оскільки без фінансових обороток на міжнародному рівні, які мали в історії ведення вітчизняного бізнесу нечисту природу, ці потужні комбінати не здатні будуть швидко рекапіталізуватись і перейти на випуск необхідної як для внутрішнього, так і для міжнародних ринків високоякісної та високотехнологічної продукції. А Світовий банк швидше за все буде реалізовувати такі проекти вже для своїх компаній, які забажають працювати на українському ринку. Міжнародний валютний фонд надаватиме Україні кредити під стабілізацію валютного курсу та вирівнювання платіжного балансу, але за певних умов. Швидше за все це стосуватиметься реалізації таких кроків, про які поки що мова не ведеться:

- перехід НБУ не тільки де-юре, але й де-факто до режиму валютного курсу “фіксована прив'язка”, як це задекларовано перед МВФ;

- перехід до модифікованих міжнародних стандартів звітності компаній і банків з приводу міжнародних фінансових потоків;

- ліквідація малих вітчизняних банків та консолідація (укрупнення) і зміцнення ліквідності існуючого банківського капіталу в Україні – сценарій для полегшеного поглинання в недалекому майбутньому транснаціональними банками української банківської системи;

- прийняття змін до Закону України “Про банки та банківську діяльність в Україні” щодо можливості заснування і функціонування на території України дочірніх банків транснаціональних концернів з лібералізацією переливу капіталу і його безперешкодного використання для ведення активних банківських операцій (в контексті розуміння п.22 Лондонської резолюції).

Цей сценарій призведе до того, що великий вітчизняний бізнес практично припинить своє існування, а вітчизняний капітал переміститься у площину малого і середнього бізнесу, олігархічна система сама себе живе, і українська економіка і політика перейде під контроль великих західних транснаціональних концернів. Україна здатна отримати новий план Маршалла від G-20 (швидше від G-7+ ЄС), який надає їй шанс створити якісно новий економічний потенціал та конкурентоспроможну виробничу та експортну структуру на глобальному рівні. Однак попереду довготривала запекла боротьба бізнес-інтересів та десятиліття структурних зрушень...

**Сценарій 2 (“закритість та дезінтеграція”).** Розуміючи свою слабкість в нових умовах та жорсткі рамки, висунуті глобальними міжнародними фінансово-кредитними організаціями і урядами провідних країн світу, українські олігархи вимушені будуть практично закрити українську економіку від глобального світу для збереження своїх панівних бізнесових інтересів. Для цього треба переконати українське суспільство, створивши і закріпити черговий міф про національну ідею та велику місію вітчизняного виробника у відбудові країни. Закриття від глобального світу означатиме для країни, яка не володіє значними енергоресурсами (нафто- чи газодоларами), а також не має потужної високотехнологічної виробничої і експортної структури, довготривалий болісний процес нагромадження свого власного вітчизняного капіталу. В частині олігархів буде спроба повернутись до переговорів про розподіл бізнесових інтересів з Російською Федерацією шляхом спільного користування українською економічною територією. Однак, це хибний шлях з огляду на геополітичне та економічне домінування російського капіталу, який поступить з українським бізнесом практично так само, як описано в попередньому сценарії. Проте це буде відбуватись на іншій соціально-економічній платформі, а отримані від такого сценарію ефекти зростання добробуту і структурних зрушень для національної економіки будуть набагато слабшими.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Resolution of G-20. // Financial Times. -15 November 2008. <http://ft.com>.
2. Leaders' Statement From the G20 Summit in London // BBS. – 2 April 2009 <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/7979606.stm>.
3. What the G-20 Wants: London Summit// BBS. – 1 April 2009.
4. Rao P.K. (2009). Moving Toward the Next G-20 Summit// The Berkeley Electronic Press, Vol. 9, Issue 1. 2009
5. The G-20 London Summit 2009. Recommendations for Global Policy Coordination // Brookings Institution. – March 26, 2009.
6. Истинные причины возникновения мирового экономического кризиса. Что на самом деле происходит и что будет дальше? - <http://www.mnn-team.com>.
7. “The Doha Marathon: Why abandon the race in the last mile?” by Pascal Lamy, *Wall Street Journal*, 3 November 2006, p. A10. <http://online.wsj.com/article/SB116251998263612184-search.html?KEYWORDS=doha&COLLECTION=wsjie/6month>.

УДК 332.146(477)+338.26

БОГАТИРЕНКО К.

Наук. керівник: ПАТАРІДЗЕ-ВИШИНЬСКА М.В., викладач

м. Житомир

## ПЕРСПЕКТИВИ ПРЯМОГО ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Стійкість руху економіки України до стабілізаційної фази перехідного періоду, який забезпечується здебільшого засобами грошово-кредитної політики, залишається недостатньо міцною через відсутність необхідних структурних зрушень у реальному секторі економіки. Провідні економісти пов'язують майбутнє України із залученням в українську економіку іноземних інвестицій. Так, дійсно, іноземний капітал сприятиме впровадженню досягнень науково-технічного прогресу та передового досвіду управління, а залучення іноземного капіталу в матеріальне виробництво, на нашу думку, набагато вигідніше за отримання кредитів для покупок необхідних товарів, які лише помножують загальний державний борг. Прибуток від зарубіжних капіталовкладень життєво важливий для досягнення середньострокових цілей, таких як вихід із сучасного кризового стану, початковий підйом економіки [2].

Відтак, реалізація програм інвестиційної діяльності в умовах ринкової трансформації економіки України зумовлює необхідність врахування, передусім, перспективного розвитку економіки. Для досягнення останнього необхідно визначити основні напрямки розвитку інвестиційної діяльності з позицій формування передумов інвестиційної стратегії з урахуванням досягнутого рівня економічного розвитку країни. Інвестиційна стратегія в умовах ринкових перетворень є важливим чинником розвитку щодо відповідності до обраної загальноекономічної стратегії. Проблема активізації інвестиційної діяльності на даному етапі розвитку країни є особливо актуальною для вітчизняних підприємств. Це зумовлено, насамперед, зношеністю основних фондів і відсталістю існуючих технологій, низьким рівнем ефективності використання матеріально-сировинних та енергетичних ресурсів і екологічною безпекою виробництва, потребою структурної перебудови господарського комплексу, необхідністю створення нових робочих місць.

Не дивлячись на це, на думку провідних економістів Україна потенційно може бути однією з привабливих країн у напрямку залучення іноземних інвестицій, оскільки цьому сприяє її величезний внутрішній ринок. Проте цьому перешкоджають політична нестабільність, недосконалість законодавства, нерозвиненість виробничої та соціальної інфраструктури, недостатнє інформаційне забезпечення, через що Україну віднесли до групи країн з найбільшим інвестиційним ризиком [1].

Інвестиційна політика держави є вирішальним чинником створення сприятливого правового режиму для іноземних інвестицій. Правильно й своєчасно відображаючи найсуттєвіші проблеми кожного підприємства й суспільства загалом, вона здатна активізувати економічне зростання. Разом з тим, обсяги інвестицій не можуть вирішити проблеми економічного зростання, все залежить від ефективності їх використання. Отже, державна інвестиційна політика України на сучасному етапі розвитку економіки повинна включати такі пріоритетні напрямки інвестицій:

- пріоритетний розвиток і модернізація паливно-енергетичного комплексу, створення власної бази – інфраструктури енергоносіїв, впровадження енергозберігаючих технологій;
- структурна перебудова національної економіки, розвиток інфраструктурних галузей з використанням інноваційних проектів, реконструкція і створення нових екологічно чистих виробництв;
- інвестування в сектори і виробництва, які б сприяли розширенню конкурентного середовища, розвитку приватизації і підприємництва;
- вибіркоче інвестування і державна підтримка виробництв, які потребують оновлення фондів і мають значний інноваційний потенціал, за допомогою якого можна здійснити нарощення обсягів виробництва;
- припинення інвестування у неперспективні, технологічно відсталі, збиткові виробництва [3].

Для створення сприятливих умов діяльності іноземних інвесторів і покращення інвестиційного клімату в Україні у 2005 році було створено Український центр сприяння іноземному інвестуванню, основними завданнями якого є: розроблення та виконання комплексу заходів щодо формування позитивного інвестиційного іміджу України та її регіонів; надання потенційним іноземним інвесторам інформації щодо умов підприємницької та інвестиційної діяльності, інвестиційних можливостей України та її регіонів; надання допомоги регіонам у практичному їх застосуванні; підготовка пропозицій щодо стимулювання інвестиційної діяльності іноземних інвесторів, усунення перешкод в її здійсненні. Крім того, протягом останніх п'яти років в Україні було ухвалено низку важливих нормативних документів і створено на державному рівні відповідні установи, які регулюють інвестиційну діяльність та сприяють її розвитку.

Відтак, при досягненні макроекономічної стабільності, активізації міжнародного економічного співробітництва, можна очікувати підвищення припливу іноземних інвестицій в розвиток економіки.

При цьому такі стримуючим чинником є інвестиційний клімат, який продовжує залишатися несприятливим через політичну та економічну нестабільність, високий рівень криміногенності в підприємницькій діяльності, що змушує іноземних інвесторів здійснювати обережну політику у сфері інвестиційного співробітництва з Україною.

Іноземний капітал сьогодні особливо необхідний у тих сферах економіки, активізація яких допоможе вивести її з кризового стану, зняти наростаюче соціальне напруження в суспільстві. В реконструкції та модернізації за участю іноземного капіталу має потребу практично все агропромислове господарство України, великомасштабного іноземного інвестування вимагає паливно-енергетичний сектор.

#### УДК 336.2.027+336.2.024

КОЗІЙ А.М.

*Наук. керівник: БОРОВИК П.М., викладач*

м. Умань

### ВДОСКОНАЛЕННЯ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

Нині важливою складовою податкової системи є податок з доходів фізичних осіб. Проте його адміністрування спричинило виникнення низки проблем, викликаних зміною підходів до оподаткування доходів громадян.

Проблематиці адміністрування податку з доходів фізичних осіб присвячено численні публікації як в економічній літературі так і в періодичній пресі, зокрема праці Соколовської А.М. [3], Тимошенко О.В. [4], Корнус В.Г. [5], Кривіцького В.Б. і Нікітішина А.О. [6], та інших вітчизняних вчених. Проте вивченню проблем, пов'язаних зі зміною підходів до оподаткування доходів фізичних осіб та запровадженням податкової соціальної пільги в дослідженнях цих, та інших авторів приділено недостатньо уваги. Тому дана стаття присвячена вивченню саме цієї проблематики в оподаткуванні доходів фізичних осіб та розробці рекомендацій щодо вдосконалення вітчизняної системи оподаткування.

В статті використано монографічний метод дослідження.

До 2004 року оподаткування доходів громадян здійснювалось відповідно до вимог Декрету Кабінету міністрів України "Про прибутковий податок з громадян" [1]. У 2004 році з прийняттям Закону України "Про податок з доходів фізичних осіб" №889 від 22.05.2003 року відбулось реформування оподаткування доходів фізичних осіб в Україні [2]. Внаслідок цього

Отже, підводячи підсумок, можна відмітити, що рух у напрямку залучення іноземних інвестицій вимагає не лише структурної перебудови, не лише матеріального сектору виробництва, а й формування соціального, наукового, інноваційного базису економічного буття суспільства.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Ванькович Д.В, Шпанка А.С. Потенціал розвитку вітчизняного ринку спільного інвестування // *Фінанси України*. – 2007. – №8. – С. 20–125.
2. Іванюк О.О. Політика держави щодо інвестиційної діяльності України та перспективи прямого іноземного інвестування // *Актуальні проблеми економіки*. – 2007. – №11. – С. 12–17.
3. Марцин В.С. Удосконалення державного регулювання інвестиційної діяльності в економіці України // *Актуальні проблеми економіки*. – 2007. – №5. – С. 47–59.
4. Рябченко О.Д. Зміна форм власності та інвестування економіки України // *Актуальні проблеми економіки*. – 2007. – №6. – С. 21–24.

неоподатковуваний мінімум доходів громадян замінила податкова соціальна пільга. Згідно з законом, на податкову соціальну пільгу має право платник податку, який отримує доходи у вигляді заробітної плати, якщо її розмір за звітний місяць не перевищує місячного прожиткового мінімуму, встановленого на 1 січня звітного податкового року, помноженого на 1,4 та округленого до найближчих 10 грн. [2].

Звичайно, функціонування податкової соціальної пільги дещо послаблює податковий тиск на малозабезпечені категорії громадян. Проте, на нашу думку, нині вона не виконує головний принцип соціальної фіскальної політики, згідно з яким рівень доходу, що забезпечує базові потреби громадянина, звільняється від оподаткування. Через поширення практики приховування доходів від оподаткування значна частка податкової соціальної пільги надається тим платникам, які насправді її не потребують, оскільки вони отримують порівняно високі доходи, які ними приховуються від оподаткування. Враховуючи це, на нашу думку, податкову соціальну пільгу слід замінити на звільнення від оподаткування частини заробітної плати за рахунок якої фінансуються витрати на транспорт, на харчування, придбання товарів першої необхідності, тощо. Тобто, формально податкову соціальну пільгу, яка не виконує основне своє завдання – не підвищує належним чином доходну спроможність малозабезпечених громадян, на нашу думку, можна просто

відмінити, одночасно посиливши податковий кредит, дозволивши включати до нього більшу частину витрат платників податку з доходів фізичних осіб.

Іншим шляхом вирівнювання доходної спроможності малозабезпечених громадян може бути запровадження неоподатковуваного мінімуму доходів громадян, розмір якого повинен бути значно вищим від нині діючої податкової соціальної пільги.

Висновок. Вдосконалення оподаткування доходів громадян слід здійснювати шляхом відміни податкової соціальної пільги та посилення ролі податкового кредиту. Іншим шляхом вдосконалення системи оподаткування доходів громадян є запровадження неоподатковуваного мінімуму доходів громадян, у розмірі, що значно перевищує чинну величину податкової соціальної пільги.

#### УДК 336.2.027

КРОПИВНИЦЬКА Ю.

Наук. керівник: БОРОВИК П.М., викладач,

м. Умань

### ДО ПИТАННЯ ПРИНЦИПІВ ПОБУДОВИ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ

Детальне вивчення податкової системи України та її порівняння з податковими системами інших країн свідчить, що в нашій державі вона відповідає вимогам сьогодення та схожа на системи оподаткування, що функціонують у розвинутих країнах. За допомогою діючих податків держава реалізує передусім фіскальну функцію, тобто забезпечує централізацію певної частини ВВП у бюджетах та державних цільових фондах з метою фінансування витрат, необхідних для існування та розвитку країни. Податки як інструмент макроекономічного регулювання широко використовуються в країнах із ринковою економікою. Проте, будь-яка податкова система, як відомо, повинна базуватись на основі науково обґрунтованих принципів, чого не можна сказати про країни з перехідною економікою, зокрема про Україну.

Незважаючи на те, що вітчизняна податкова система забезпечує фінансовими ресурсами бюджети та державні цільові фонди, вона в повній мірі не виконує фіскальну функцію, тобто не забезпечує, насамперед, місцеві бюджети належною кількістю ресурсів, про що свідчить практика міжбюджетних трансфертів, не забезпечує в повній мірі державний бюджет, свідченням чого є значний розмір державного боргу. З іншого боку податкова система є неадекватною по відношенню до платника податку, наслідком чого в Україні є тіньовий сектор економіки.

З перелічених причин, вивченню вітчизняної податкової системи присвячено праці провідних науковців, серед яких особливої уваги заслуговують П. Мельник, [1], О. Сунцова [3], В. Толубяк [4], В. Швець

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Декрет Кабінету Міністрів України "Про прибутковий податок з громадян" від 26.12.92 року № 13-92 // Ліга: еліт Закон Copyright: ІАЦ "Ліга". – 2008.
2. Закон України "Про податок з доходів фізичних осіб" №883-4 від 22.05.2003 року // Ліга: еліт Закон Copyright: ІАЦ "Ліга". – 2008.
3. Соколовська А.М. Реформування податку на доходи фізичних осіб : очікувані наслідки та проблеми.// Наукові праці НДФІ. – 2003. – №22. – С.120–127.
4. Тимошенко О.В. Світовий досвід прибуткового оподаткування населення. // Наукові праці НДФІ. – 2004. – №1-2. – С. 51–59.
5. Корнус В.Г. Удосконалення прибуткового податку громадян в Україні.// Фінанси України . – 2005. – №10. – С. 19–27.
6. Кривіцький В.Б., Нікітшин А.О. Адміністрування податку з доходів фізичних осіб. // Фінанси України. – 2005. – №9. – С. 34–39.

[5]. Проте, на нашу думку, більшу увагу слід приділити засадам побудови системи оподаткування, які в дослідженнях попередників недостатньо висвітлені. Перелічене зумовило необхідність подальших наукових пошуків в цій галузі фінансів.

Система оподаткування будь-якої цивілізованої країни будується на основі принципів обов'язковості, економічної доцільності, соціальної справедливості, поєднання інтересів держави, регіонів, підприємств і громадян. Реалізація перелічених принципів забезпечує надходження коштів до бюджетів відповідних рівнів і державних цільових фондів. Це так звана оптимальна точка, в якій поєднуються інтереси держави й підприємницького сектору. Високі податкові ставки створюють для держави й підприємців ряд проблем (адже вони здатні підірвати зацікавленість підприємців у розвитку своєї справи) [2, с. 49].

Слід зазначити, що вітчизняна податкова система побудована без дотримання більшості з перелічених принципів, сформованих у результаті еволюції фінансів та багатовікового досвіду існування податків. Зокрема, на нашу думку, для вітчизняної податкової системи не характерне дотримання принципу справедливості. Прикладом недотримання цього принципу може бути різниця між оподаткуванням прибутку юридичних та доходу фізичних осіб. Основною ланкою в економічній системі є підприємство, бо саме там створюється переважна частка ВВП і чистого прибутку. Проте, щоб підприємство функціонувало та отримувало прибуток засновник повинен профінансувати суттєві витрати необхідні для організації

підприємницької діяльності. Тому, на нашу думку, доцільним є надання знижки в розмірі 50 % з податку на прибуток новоствореним підприємствам приватної та колективної форм власності. Крім того, принцип справедливості в побудові податкової системи вимагає, щоб сума податку, збору чи платежу, яку платник зобов'язаний сплачувати, була точно й заздалегідь визначена та відома платникові. Проте, впродовж усього існування податкової системи України час від часу вводились в дію "заднім числом" різні податкові закони. Внаслідок цього держава сама створювала умови, за яких неможливо не порушувати податкове законодавство.

Визначальним в побудові податкової системи є принцип зручності для платника, який передбачає, що час і спосіб сплати податків мають бути якнайзручнішими для платника. Це цілком справедливо, бо врахування інтересів платників є передумовою регулярного надходження коштів до бюджету. Тому, доцільно було б використовувати індивідуальний підхід до платників, зокрема дозволити натуральну оплату погашення податкових зобов'язань [5].

Важливим принципом побудови системи оподаткування є принцип економії або раціоналізації податкової системи, який полягає в мінімізації витрат на стягнення податків. Формулюючи цей принцип, А. Сміт зауважував, що, по-перше, стягнення податків може

потребувати великої кількості чиновників, оклад яких поглинати більшу частину суми, що її приносить податок, по-друге, воно може заважати населенню займатися тими промислами, які дають багатом людям роботу й кошти до існування. Слід зазначити, що в Україні цього принципу також часто не дотримуються.

Висновок. За допомогою системи оподаткування держава забезпечує централізацію певної частини ВВП з метою фінансування необхідних видатків. Проте, передумовою виведення вітчизняних платників податків з "тіні" та посилення регулюючої ролі податкової системи є неухильне дотримання принципів її побудови, характерних для держав з розвинутою ринковою економікою.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Мельник П.В. Розвиток податкової системи в перехідній економіці. – Ірпінськ. – 2001. – 156 с.
2. Податкова система. Підручник / За загальною редакцією С.М. Онисько. – Львів: "Новий Світ-2000", 2004. – 310 с.
3. Сунцова О.О. Податкова реформа: особливості податків // Актуальні проблеми економіки. – 2002. – № 6. – С. 24.
4. Толуб'як В.С. Удосконалення формування оподаткування підприємства // Фінанси України. – 2002. – № 11. – С. 68.
5. Швець В. Про принципи удосконалення системи податкових відносин в Україні // Економіка України. – 2005. – № 3. – С. 32.

#### УДК 657.1+658

МАРВІНА М.

Наук. керівник: ЗАХАРЧУК С.С., викладач

м. Житомир

### ОЦІНКА НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

Методологічні основи формування в бухгалтерському обліку інформації про нематеріальні активи й розкриття інформації про них у фінансовій звітності визначені ПБО № 8 "Нематеріальні активи" [1]. Згідно з даним положенням нематеріальними активами визначаються нематеріальні активи, які не мають матеріальної форми, можуть бути ідентифіковані та утримуються підприємством з метою використання більше одного року (або одного операційного циклу, якщо він перевищує 1 рік) для виробництва, торгівлі, в адміністративних цілях чи надання в оренду іншим особам.

До нематеріальних активів відносяться права користування надрами та іншими ресурсами природного середовища, геологічною та іншою інформацією, права користування земельною ділянкою, товарні знаки й торгові марки, фірмову назву, право на ноу-хау, програми для ЕОМ, гудвіл. Нематеріальні активи надають підприємству довгострокові права або переваги. Найчастіше це право на використання інших активів (право на оренду приміщень і земельних ділянок), здійснення окремих видів діяльності, для яких є обов'язковим патентування

або ліцензування, виняткові права на використання певної формули, технології або зовнішнього вигляду. Такі права є довгостроковими інвестиціями, які підприємство здійснює за грошові кошти або обмін на інші активи.

Значно складніше, а іноді й неможливо оцінити нематеріальні активи створені власними силами.

Для обліку нематеріальних активів використовують балансовий рахунок 12 "Нематеріальні активи".

Для відображення негативного гудвілу використовують окремий конкретний рахунок 19 "Негативний гудвіл".

Гудвіл – це перевищення вартості придбання над часткою покупця у вартості придбаних ідентифікованих активів і зобов'язань на дату придбання. Гудвіл визначається лише в момент придбання підприємства в разі, якщо його вартість перевищує балансову.

За дебетом рахунка 12 "Нематеріальні активи" відображають надходження нематеріальних активів та суму до оцінки таких активів за кредитом.

У зв'язку з тим, що внутрішньо генеровані нематеріальні активи підприємства найскладніше іденти-

фікувати та оцінити, вони досить часто не стають об'єктами фінансового обліку й не відображаються в складі активів узагалі. Такі нематеріальні активи як: рівень якості управління, надійність покупців, торговельні таємниці, висока кваліфікація працівників, наукові дослідження та інші до сьогодні не відображають у балансі, хоча багато зарубіжних авторів вважають за доцільне давати їм відповідну оцінку та показувати в складі активів. Наприклад, головний директор журналу "Fortune" В. Кічел [2] вважає, що все більше компаній розуміє, що їх перевага не в обладнанні, цеглі чи розчинах, а здебільшого в тому, що ми звикли називати нематеріальними активами, такими як наукові кадри корпорації. Професор Д. Квін [3] підкреслює, що навіть у виробництві три четвертих доданої вартості отримують за рахунок знань. Однак існує обмеження щодо оцінки й визначення нематеріальних активів, які не дають змоги поки що визнати їх об'єктами бухгалтерського обліку.

Нематеріальні активи поділяються на види за можливістю ідентифікації. До ідентифікованих нематеріальних активів відносять: права користування природними ресурсами (надрами, іншими ресурсами природного середовища, геологічною та іншою інформацією про природне середовище тощо); права користування майном; право користування земельною ділянкою; право на об'єкти промислової власності; права на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, сорт рослин, породи тварин; ноу-хау; захист від недобросовісної конкуренції; права на знаки для товарів і послуг; товарні знаки, товарні марки, фірмові назви тощо. Все це є ідентифіковані нематеріальні активи.

До не ідентифікованих нематеріальних активів відносять будівлю чи право на оренду приміщень, внутрішньо генерований гудвіл, який визначає переваги підприємства на ринку й дає змогу отримувати вищі від конкурентів прибутки. Кваліфікація, чесність і точність працівників при виконанні службових обов'язків, наявність унікальної стратегії розвитку підприємства сприятиме його матеріальному зросту.

Важливою проблемою оцінки нематеріальних активів є також невизначеність майбутньої економічної вигоди, які ми очікуємо отримати від них, та періоди їх утримання. Наприклад, підприємством розроблено нову технологію виготовлення продукту (ноу-хау),

використання якої дасть змогу використати більш якісний продукт із нижчими витратами, ніж у конкурентів. Однак у довгостроковому періоді неможливо точно прогнозувати ймовірність її переваг через виникнення більш прогресивних технологій у конкурентів або перенасичення ринку продукцією, внаслідок чого потреба в її виробництві може скоротитися.

Найбільша проблема, що виникає при ідентифікації нематеріального активу – це визначення його відмінностей від гудвілу [4].

Однак з цього приводу думки окремих вчених є достатньо протилежними. Так, австралійський професор Р. Чемберс [6] доводить, що нематеріальні активи існують і оцінюються лише в комбінації з матеріальними, а тому їх слід розглядати як залишкову вигоду, що залишається після вирахування всіх матеріальних активів. Нематеріальні активи не можуть бути відокремлені від фірми та оцінені в поточному грошовому еквіваленті, тому їх слід списувати відразу після придбання. З таким твердженням не можна погодитися повністю: по-перше, окремі види нематеріальних активів (торгові марки, товарні знаки, фірмові назви, авторські права) хоча й не завжди можуть бути точно оцінені, проте часто виступають об'єктом купівлі-продажу; по-друге, низка матеріальних активів, наприклад, обладнання для видобування нафти принесуть майбутню економічну вигоду лише в тому разі, якщо підприємство придбало нематеріальний актив, тобто право користування матеріальними ресурсами.

Отже, господарська діяльність підприємства з нематеріальними активами є невід'ємною частиною життя кожного господарюючого суб'єкта.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. А.М.Стельмашук, П.С.Смоленюк. Бухгалтерський облік: Навчальний посібник – Київ, 2007. – 98 с.
2. Stewart Thomas Your Company's Most Valuable Asset: Intellectual Capital // Fortune. – October 3, 1994. – P. 68.
3. Searching for Nonfiction in Financial Statement // Fortune, December 23, 1996. – P.38.
4. Хенгриксен Э.С. Теория бухгалтерского учета. – Київ, 1997 – 576 с.
5. Нашкерська Г.В. Фінансовий облік: Навчальний посібник. – Київ, 2005. – 503 с.
6. Chambers Raymond J. Accounting, Evaluation and Economic Behavior. Englewood Cliffs. – New York: Practice Hall. – 1966. – P. 629.

#### УДК 336+340(477)

МЕДОНЧАК М.М., ПИСЬМЕННА О.П., к.ю.н.

м. Вінниця

### ВЕКСЕЛЬ – ВИД ЦІННИХ ПАПЕРІВ ЗА ЧИННИМ ЗАКОНОДАВСТВОМ: ПОНЯТТЯ, ХАРАКТЕРИСТИКА, ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ

Одним із об'єктів цивільних правовідносин є цінні папери. Відповідно до ст. 194 Цивільного кодексу України (далі – ЦК) цінним папером є документ встанов-

леної форми з відповідними реквізитами, що посвідчує грошове або інше майнове право й визначає взаємовідносини між особою, яка його випустила (видала),

і власником та передбачає виконання зобов'язань згідно з умовами його випуску, а також можливість передачі прав, що випливають з цього документа [1].

Стаття 14 Закону України “Про цінні папери та фондовий ринок” від 23. 02. 2006 р. (далі – Закон України “Про цінні папери та фондовий ринок”) дає визначення векселю як виду цінних паперів в Україні. Так, вексель – це цінний папір, який посвідчує безумовне грошове зобов'язання векселедавця або його наказ третій особі сплатити після настання строку платежу визначену суму власнику векселя (векселедержателю) [2].

Вексель – це встановленого зразку абстрактне письмово оформлене боргове зобов'язання, за яким одна сторона угоди зобов'язується сплатити іншій певну суму грошей в указаний термін. Основу векселя становить сукупність економічних і правових відносин комерційного кредиту.

У кредитних операціях вексель виступає насамперед гарантією повноти й своєчасності оплати зобов'язання, фінансовим документом, який формалізує економічну взаємозалежність покупця і продавця та передбачає їх взаємоконтроль. Зокрема, покупець (векселедавець) контролює споживну вартість придбаного товару за допомогою векселя товару та умови його постачання, а постачальник (векселедержатель) оцінює платоспроможність покупця як у процесі видачі векселя, так і на момент платежу.

Вексельний кредит тісно пов'язаний з банківським кредитом. Шляхом операцій врахування чи застави векселів він легко трансформується в останній. Ось чому вексель виступає не лише портовим документом, а й високоліквідним платіжним засобом.

Це робить вексель одночасно різновидом і кредитно-розрахункових документів, і цінних паперів, і кредитних грошей. Як і для комерційного кредиту вексельним відносинам властиві добровільність, свобода вибору партнерів, взаємодвіра та економічна взаємовигода, платність і строковість, обов'язковість повноцінного повернення кредитованих коштів. При цьому головне значення векселя як провідного фінансового документу ринкової економіки полягає у прискоренні укладання ділових угод і зменшенні ризиків неплатежу, зменшенні потреб у коштах оборотних фондів та прискоренні їхнього руху, усуненні банківської монополії на кредитні ресурси тощо.

Законодавство України про обіг векселів складається із вищезазначених нормативно-правових актів – Цивільного кодексу України та Закону України “Про цінні папери та фондовий ринок”, Закону України “Про вексельний обіг в Україні” від 05. 04. 2001 р., Женевської конвенції 1930 року, якою запроваджено Уніфікований закон про переказні векселі та прості векселі (далі – Уніфікований закон), з урахуванням застережень, обумовлених додатком II до цієї Конвенції, та із Женевської конвенції 1930 року про врегулювання деяких колізій законів про переказні векселі та прості векселі, Женевської конвенції 1930 року про гербовий збір

стосовно переказних векселів і простих векселів, Закону України “Про приєднання України до Женевської конвенції 1930 року, якою запроваджено Уніфікований закон про переказні векселі та прості векселі” та інших прийнятих згідно з ними актів законодавства.

На підставі вищезазначеного автор навчального посібника “Ринок цінних паперів” – Корнєєва В.В. зазначає, що не випадково вексель нині став найдосконалішим видом цінних паперів і самостійно обертається на фондовому ринку, а також вказує, що векселю властиві такі найважливіші риси:

1. *Абстрактність зобов'язання, що оформлене векселем.* Текст векселя не містить інформації про угоду, що стала підставою виписування векселя. Тому невиконання зобов'язань за основною угодою не може приводити до невиконання умов вексельного зобов'язання.

2. *Безспірність зобов'язань за векселем.* Більше того, добросовісний держатель векселя має правовий захист від заперечень, які міг би висунути боржник власникові цього фінансового документу. А права наступних держателів векселя не залежать від прав попередників.

3. *Безумовний характер зобов'язань за векселем.* У тексті векселя викладено простий і нічим не обумовлений наказ або зобов'язання сплатити вказану суму. Будь-які обмеження або умови типу: “...платіть за умов...”, “...платіть за товар, що повинен бути поставлений...” та інше, якщо вони включені до тексту, позбавляють цей документ сили вексельного права.

4. *Вексельний текст містить наказ або зобов'язання сплатити вказану грошову суму.* З точки зору вексельного права документ, що містить зобов'язання про передачу у власність кредитора не грошову суму, а будь-який товар, документи, цінності чи права, хоч і оформлений з дотриманням вексельної форми, проте сили векселя не має.

5. *Вексель є письмовим фінансовим документом.* Ніяка, навіть публічно проголошена усна заява про прийняття вексельного зобов'язання не створює правового поля векселя. Усні заяви не породжують вексельних правовідносин в усіх операціях: видачі векселя, акцептуванні, індосуванні, протесті, авалі тощо. Лише письмова форма з відміткою на самому векселі у вигляді визначених написів набуває юридичної сили вексельних операцій. Ось чому застосування безготівкової форми у випуску векселів як записів на електронних рахунках – неможливий.

6. *Вексель означає строго заформалізований фінансовий документ, що має обов'язкові реквізити.* Відсутність будь-якого з них означає, що цей документ не має сили вексельного права. При цьому він стає звичайною борговою розпискою або наказом про оплату грошових коштів, що регулюється нормами цивільного права.

7. *Учасники, які зобов'язані за векселем, несуть солідарну відповідальність.* В разі невиконання век-

сельного зобов'язання основним боржником кредитор-векселеутримувач може звернутися за стягненням до будь-кого із попередників вексельного ланцюга.

8. *Право вимоги платежу за векселем належить лише законному векселедержателю.* Він володіє векселем як фінансовим документом, так і правом вимагати платіж за ним. Вексельне право охороняє і захищає права законного векселедержателя від претензій колишнього власника втраченого векселя і від заперечень зобов'язаної особи.

9. *Вексель володіє підвищеною оборотністю.* За допомогою передавального напису (індосаменту) вексель легко передається від одного векселедержателя до іншого. Це робиться не на основі загально цивільного права уступки й нотаріального засвідчення, а простим нанесенням на вексель індосаменту[5; с. 46].

Пункт 2 ст. 14 Закону України "Про цінні папери та фондовий ринок" вказує на два види векселя – це прості та переказні[2].

Саніахметова Н.А. розширює та визначає такі види векселя:

– *простий*, що містить простої і нічим не обумовленої обіцянки боржника сплатити вказану суму з вказівкою терміну й місця оплати, найменування того, кому або за чийм розпорядженням оплата повинна бути здійснена, а також дати підписання векселя. Цей вексель виписується і підписується боржником і може бути іменним і на пред'явника. Простий вексель є одночасно кредитним інструментом і платіжним засобом. Він рідко використовується в торгових операціях, окрім наступних випадків: в оплаті простроченого боргу; для гарантії платежу частинами протягом тривалого періоду;

– *переказний* (тратта), який виписується і підписується кредитором (трасантом) і є наказ боржнику про сплату в зазначений термін позначеної суми третій особі (ремітенту). Іноземні постачальники, як правило, вказують в своїх перевідних векселях банки, які їх кредитують;

– *банківський* (його виставляє банк країни іноземним банкам);

– *комерційний*, який видається під заставу товарів при здійсненні торгової угоди як платіжний документ або боргове зобов'язання;

– *ціннісний* (бронзовий), який випускає державу для покриття своїх витрат;

– *що депонує*, видаваний на забезпечення кредиту;

– *дружній* – вексель з гарантійним підписом третьої особи[6; С. 532-533].

Вимоги щодо оформлення векселя зазначені у ст. 5 Закону України "Про обіг векселів в Україні" від 05. 04. 2001 р. (далі – Закон України "Про обіг векселів в Україні"). Векселі (переказні й прості) складаються в документарній формі на бланках з відповідним ступенем захисту від підроблення, форма та порядок виготовлення яких затверджуються Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку за погодження

з Національним банком України з урахуванням норм Уніфікованого закону, й не можуть бути переведені в бездокументарну форму (знерухомлені).

Вексель, який видається на території України й місце платежу за яким також знаходиться на території України, складається державною мовою. Найменування трасанта або векседавця, інших зобов'язаних за векселем осіб заповнюється тією мовою, якою визначено офіційне найменування в їх установчих документах [3].

Вексель підписується:

– від імені юридичних осіб – власноручно керівником або головним бухгалтером (якщо така посада передбачена штатним розписом) чи уповноваженими особами. Підписи скріплюються печаткою;

– від імені фізичних осіб – власноручно зазначеною фізичною особою або уповноваженою нею особою, із зазначенням індивідуального ідентифікаційного номера з Державного реєстру фізичних осіб – платників податків та інших обов'язкових платежів, наданого органом державної податкової служби (крім випадків відсутності індивідуального ідентифікаційного номера в осіб, які через свої релігійні або інші переконання відмовилися від прийняття індивідуального ідентифікаційного номера та офіційно повідомили про це відповідні державні органи), та паспортних даних векседавця – трасанта (серія та номер паспорта, найменування органу, що видав паспорт, та дата його видачі, місце проживання). Підпис скріплюється печаткою (в разі її наявності).

Історично склалося так, що вексель, охоплюючи нові сфери господарського життя, постійно вдосконалювався. Почавши своє становлення з форми простого боргового аркуша, з часом він перетворився в універсальний платіжний, розрахунковий і кредитний документ.

Демківський А.В. всі операції з векселями розділяє на дві групи:

– операції, що пов'язані з видачею і погашенням векселів. Тобто ті операції, що пов'язані з власними векселями, в яких підприємство або інша юридична особа виступає платником у переказному векселі чи векседавцем у простому, або ж векседавцем-трасантом;

– операції, що пов'язані з обігом чужих векселів, які отримані в розрахунках. В них дане підприємство виступає надписувачем, який не бере участі у складанні векселя, але в процесі вексельного обігу набуває вексельних прав і обов'язків [4; с. 41].

Кредитні й комісійні операції банків з векселями здатні стати провідними прибутковими операціями в їх діяльності. Аналогічні операції здатні проводити також страхові компанії, пенсійні фонди та інші позабанківські фінансові структури. Немає обмежень і для придбання векселів іншими юридичними особами. Зокрема, значні нагромадження векселів здатні зосереджуватися в процесі виробничо-збутової діяльності

тих підприємств, які широко використовують продаж своєї продукції споживачам у кредит. При цьому, продавши свої товари й отримавши за їх поставку векселі, вони в свою чергу, можуть вільно й необмежено розраховуватися ними зі своїми постачальниками, а ті – зі своїми і т. д.

До настання терміну платежу постачальник товарів під векселі, за необхідності, може поступитися своїм правом отримання вексельного платежу іншій юридичній особі шляхом обміну векселів на грошові кошти в банку або на інші товари чи послуги. Тобто, позабанківські операції з векселями здатні набувати найрізноманітнішого характеру.

Одночасно з поширенням банківських і позабанківських операцій нині розширюють свої операції з векселями професійні торгівці цінними паперами. Брокерські контори це роблять з метою прибуткового розміщення капіталу. Формуючи значні пакети векселів, вони ведуть належну їхню класифікацію, здійснюють управління пакетами векселів своїх клієнтів, надають послуги клірингу, консалтингу та інше. Таке розмаїття вексельних операцій підтверджує високу ліквідність векселів.

В сучасних умовах вексель придатний для здійснення багатьох операцій, провідними з яких є:

- оплата товарів і послуг;
- надання короткострокових кредитів;
- повернення раніше отриманих позичок;
- оформлення боргових відносин між банками;
- набувши всіх властивостей цінного паперу, вексель став об'єктом купівлі-продажу та короткострокового інвестування капіталу з метою отримання доходу;

- комерційні банки можуть надавати суб'єктам господарського життя кредити під заставу векселів чи їх дисконт. Установи Національного банку України мають можливість перевраховувати (рефінансувати) дисконтовані комерційними банками векселі та надавати їм ломбардний кредит під заставу векселів. Виключення складають лише векселі, які заповнені на користь комерційних банків і передбачають оформлення простроченої заборгованості та відсотків за простроченими банківськими позиками. Як умова надання кредиту під заставу векселів установи НБУ вимагають, щоб векселі були врахованими комерційними банками на протязі не менше 30 днів і зі строками їх погашення до 60 днів.

В процесі платіжно-розрахункового обслуговування клієнтів комерційні банки здатні виконувати операції врахування (дисконту) векселів, вексельного кредитування, застосування векселів у експортно-імпортних операціях і розрахунках з державним бюджетом. Приміром, послуги щодо впровадження векселів у господарський оборот підприємств надає колектив банку "Надра". Його управління цінними паперами здійснює операції інкасування векселів, виконання функцій доміциляції, поручительства (аваль), допома-

гає клієнтам вірно оцінювати цінні папери, вести їх бухгалтерський облік, виконувати розрахунки з державним бюджетом щодо оподаткування операцій з цінними паперами.

У даний час усі країни з розвинутою ринковою економікою підтримують і стимулюють поширення вексельного обігу в усіх сферах господарського життя, де він став провідним економічним інструментом та найбільш капіталізованим цінним папером. З одного боку, вексель за своїм характером боргового зобов'язання наближається до всіх інших видів боргових цінних паперів, в тому числі й до облігацій. Але, з іншого боку, вексель, особливо за його дією, наближається до чека й варанта, тому що він становить одними з різновидів комерційних грошово-розрахункових документів, який служить засобом розрахунків.

При цьому вексель не є ні іменним, ні пред'явницьким цінним папером. Він виступає як ордерний цінний папір, у тексті якого векселедержатель призначається наказом (ордером) векселедавця або ж нанесенням індосаментів індосантами.

Ці та інші аргументи засвідчують, що повернення повноцінного вексельного обігу в Україну нині вигідне всім учасникам господарського життя. На користь такому висновку може бути й історичний факт, що у свій час навіть золото було витіснено з грошового обороту за допомогою вексельних зобов'язань. Розвиваючись і вдосконалюючись векселі стали найважливішим платіжним засобом і нині, практично, заповнили канали фінансово-кредитних систем усіх країн світової ринкової економіки.

Проте в Україні процес налагодження повноцінного вексельного обігу наштовхується на цілий ряд труднощів, а то і прямого не сприйняття. Таку ситуацію можна пояснити лише такими причинами:

- дія заборони. З 1927 року права виписування векселів були позбавлені фізичні особи, а далі з 1930 року – юридичні учасники господарського життя;

- втрата традицій високих морально-етичних норм і навиків проведення вексельних операцій. Нині переважна більшість підприємців та облікових працівників не вміють ні скласти, ні обслуговувати вексельні зобов'язання. Не володіють вони й практичними навиками та нормами вексельного права. Більше того, 'рунтовних знань, досвіду й навиків практичної діяльності з векселями не мають банківські працівники, які за своїми основними функціями зобов'язані здійснювати масштабні вексельні операції. Не вистачає необхідного обсягу практичних знань навіть юристам підприємств, нотаріусам, суддям та іншим працівникам, що безпосередньо задіяні в операціях вексельного обігу.

У загальновизнаному розумінні вексельний кругообіг охоплює період від складання і видачі векселя до його погашення шляхом сплати вексельної суми. Він означає, що вексель, обслуговуючи ділові угоди, легко й просто переходить з рук у руки векселедержателя.

телів у вигляді його купівлі-продажу, індосування та інших дій, що передбачені вексельним і цивільним законодавством і які приводять до зміни особи векселедержателя як власника векселя.

Але, щоб для динамічно зростаючої економіки вексель успішно виконував свою стабілізуючу роль, потрібно розробити й запровадити комплекс законодавче закріплених нормативів і правил. Вже нині для усунення помилок та ефективного протистояння прагненню деяких нечесних бізнесменів вдаватися до зловживань в Україні створюється система державного контролю за випуском і обігом векселів. Цю функцію стала виконувати Державна комісія по цінних паперах і фондовому ринку. Крім цього розпочато розробку нормативних актів, які покликані регулювати процес обігу векселів як цінних паперів, ведення обліку векселедавців, індосантів, акцептантів і надання суб'єктам вексельних правовідносин інформаційних матеріалів про підприємства, що довели свої векселі до протесту, реєстрації векселів під конкретні товарні договори, щоб не допустити появи таких, які не відображають реальних угод і тому іменуються "дружніми", "бронзовими" векселями.

В Україні законодавчому рівні вже врегульовано такі проблеми:

– спрощено процедуру стягнення коштів за векселями шляхом внесення відповідних змін до адміністративного судочинства;

– ліквідовано доарбітражний порядок пред'явлення позову, виходячи з того, що оплата векселя має здійснюватися безумовно;

– внесено зміни та корективи до ряду нормативних актів, що суперечать нормам міжнародного права, в т. ч. і "Положенню про переказний і простий вексель", прийнятому Женевською Конвенцією № 358.

Отже, законодавче регулювання векселя як виду цінних паперів має безліч прогалин, які необхідно ліквідувати. Саме ліквідування недосконалості законодавства про вексель в Україні, розвиток економічних теорій і реалізації їх в практиці, впровадження міжнародного позитивного досвіду про обіг векселів дасть позитивний результат застосування векселя в економічному житті суспільства України.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Цивільний кодекс України. – К.: Знання, 2007
2. Закон України "Про цінні папери та фондовий ринок" від 23.02.2006р.
3. Закон України "Про обіг векселів в Україні" від 05.04.2001р.
4. Демківський А.В. Вексельний обіг в Україні.: Навч. посіб. – К.: ВІРА – Р, 2007. – 512 с.
5. Корнєєва В.В. Рынок ценных бумаг (теория и практика): Учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – К.: МАУП, 2007. – 112 с.
6. Харитонов Е.О., Саниахметова Н.А. Гражданское право Украины.: Учебник. Издание второе. – Х.: ООО "Одиссей", 2006. – 960с.

#### УДК 658.16 (477)

МИХАЙЛОВСЬКА М.

Наук. керівник: ПАТАРІДЗЕ-ВИШИНСЬКА М.В., викладач  
м. Житомир

### ІМПЕРАТИВИ ЕВОЛЮЦІЇ ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Вивчення спектра питань розвитку фінансових ринків належить до проблематики, постійно актуальної у дослідницькому середовищі. [1] Сьогодні, за нових реалій господарського життя, критеріями ефективного розвитку стають якісь і швидкість впровадження нових інформаційно-технологічних систем та управлінських підходів. Зберігається потреба у вивченні особливостей становлення фінансового ринку України, де перетинаються комбіновані інтереси різних економічних суб'єктів.

Щодо фінансового ринку України, то ретроспективи його становлення відбувались у 3 етапи. Послідовно серед них: 1992–1998 рр. – період так званої хаотичної капіталізації та групової привласнення суспільних до цього ресурсів, який закінчився відомим обвалом 1998 р.; 1998–2000рр. – післяєйфорична стагнація із спробами відновити докризову ділову активність; 2001 р. – середина 2008 р. збереження і підтримання продуктивної платформи розвитку ринку [1].

Фінансовий ринок України розвивається як ринок фінансових послуг, що є важливою інституціональною особливістю і домінантою трансформацій у фінансовому секторі світової та національної економіки. Це спонукає до вивчення економіки як клієнтоорієнтованої системи, де одним з основних товарів стає фінансова послуга, яку пропонують і надають фінансові посередники на умовах проведення виключних і поєднаних видів діяльності. Зростання ролі фінансових посередників (банків і небанківських структур) і розширення сфери їх послуг стають характерними рисами сучасного економічного розвитку й проявляються при обслуговуванні клієнтів як учасників ринку при розміщенні та (або) залученні капіталу. Надання фінансових послуг (і в першу чергу – масових у поєднанні із специфічними) стає високодохідним бізнесом. Різні сектори економіки та суб'єкти господарювання, одержуючи необхідні фінансові ресурси забезпечують поступальну динаміку економічного відтворення [1].

До істотних недоліків фондового ринку України можна віднести його слабку орієнтацію на потреби довгострокових внутрішніх інвесторів. За експертними оцінками, частка нерезидентів на вітчизняному вторинному ринку акцій становить 80–85%.

Диспропорції вітчизняного фондового ринку, що потребує “корикування”, є такими:

а) істотне переважання неорганізованого фондового ринку над організованим і зовнішніх інвесторів над внутрішніми;

б) домінування міркувань дотримання корпоративного контролю на ринку акцій та інвестиційна обмеженість його вторинного сегмента;

в) висока питома вага підприємств базових галузей економіки у загальній капіталізації;

г) значна конкуренція ринку (домінування невеликої групи елементів) як за обсягами торгівлі, так і за показниками капіталізації;

д) недооцінка ринком багатьох компаній-емітентів внаслідок неповного розкриття інформації про результати їх діяльності, інвестиції та інвестиційні наміри [1].

На наш погляд, потрібно розширити контекст проблеми вироблення змін щодо економіки, тобто стратегії еволюції, за рахунок залучення відомостей про відповідний міжнародний досвід, брати до уваги ринки інших держав, при цьому висувати нові ідеї щодо досягнення країною високих цілей стосовно еволюції економіки України. Таким чином конкурентність стає основним мотивом для впровадження інноваційної політики.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Корнев В. Еволюція і перспективи фінансового ринку України // Економіка України. – № 9. – 2007. – С. 21–29.
2. Новицький В. Імперативи інноваційного розвитку // Економіка України. – №2. – 2007. – С. 45–52.

#### УДК 332.146(477)

СКУРАТОВСЬКА К.

Наук. керівник: ВАЛІНКЕВИЧ Н.В., к.е.н.

м. Житомир

### АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ТА ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТУВАННЯ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Сьогодні українська економіка розвивається в умовах глибокого спаду, що характеризується скороченням обсягів виробництва, зниженням інвестиційної активності, старінням основного капіталу, відтоком капіталів за рубіж і т.д. Україна не використовувала сприятливі стартові можливості для здійснення ринкової трансформації. Непослідовне проведення реформ привело до уповільнення темпів економічного розвитку. Серед головних причин сформованої ситуації можна назвати також відсутність цілісної економічної стратегії, невиконання базових задач, ігнорування необхідності в інституціональних перетвореннях. В результаті Україна не змогла залучити іноземний капітал у значних обсягах.

Україна потенційно може бути однією з провідних країн по залученню іноземних інвестицій. Цьому сприяє її величезний внутрішній ринок, порівняно кваліфікована й водночас дешева робоча сила, значний науково-технічний потенціал, великі природні ресурси та наявність інфраструктури, хоч і не надто розвинутої.

Проте притоку в інвестиційну сферу іноземного та приватного національного капіталу перешкоджають політична нестабільність, недосконалість законодавства, нерозвиненість виробничої та соціальної

інфраструктури, недостатнє інформаційне забезпечення, корупція. Саме через корупцію і бюрократію у світі склалася негативна думка про нашу державу, додамо до цього нашу систему оподаткування і ось ми маємо результат – Україну віднесли до групи країн з найбільшим інвестиційним ризиком.

На сьогоднішній день іноземні інвестори які все ж наважуються інвестувати в нашу економіку, вимагають законодавчих гарантій, великі корпорації та інвестиційні компанії вимагають урядових гарантій та пільг. Проте механізм реалізації правових гарантій поки що недостатньо відпрацьований. До того ж відсутні достатні судові засоби для забезпечення дотримання законних прав інвесторів та врегулювання спорів. Окрім того, для іноземних інвесторів більш приваблива така інстанція для вирішення суперечок, яка незалежна від уряду країни-господаря. У зв'язку з цим велике значення надається приєднанню України до багатосторонньої конвенції по врегулюванню інвестиційних спорів між державою та фізичними і юридичними особами інших країн.

Важлива умова, необхідна для приватних капіталовкладень (як іноземних, так і вітчизняних), – постійний та загальновідомий набір норм та правил, сформульованих таким чином, щоб потенційні інвестори

могли розуміти та передбачати, що ці правила будуть застосовуватись до їх діяльності. В Україні, яка перебуває в стані безперервного реформування влади, правовий режим нестабільний.

Проте, незважаючи на посилену увагу до цього питання з боку держави, воно так і залишилося не вирішеним.

Постає питання: в чому ж проблема? Що стримує іноземних інвесторів і стає їм на заваді? Існують різні точки зору на інвестиційні процеси в Україні та їх динаміку. Гроші завжди йдуть туди, де найсприятливіші умови для їх вкладення, де вони дають найбільший прибуток. Важкий стан економіки нашої держави в поєднанні з неадекватним законодавством є основними причинами, які пояснюють той факт, що обсяги іноземних інвестицій в Україну залишаються низькими в порівнянні з іншими постсоціалістичними країнами Східної та Центральної Європи.

Крім того, на сьогоднішній день ми маємо низку інших негативних моментів: бюрократичні бар'єри, відсутність правового забезпечення кредитування, страхування ризиків, низький рівень ділової та професійної кваліфікації, незначна частка сучасної техніки й технологій у загальному процесі виробництва, нерегулярність матеріально-технологічного постачання, нестача привабливих інвестиційних програм і проєктів, жорстка податкова система [2].

Серед першочергових заходів для поліпшення економічної ситуації в Україні можна назвати наступні: розвиток ринкових відносин; проведення приватизації; забезпечення випереджального росту інвестицій; інтенсивне відновлення основного капіталу; скорочення частки тіньового сектора; забезпечення відкритості економіки; поліпшення інвестиційного клімату. Пріоритетною задачею поточного етапу є створення правових і економічних умов функціонування ринкового механізму. Лібералізація законодавства з прямих іноземних інвестицій буде стимулювати приплив приватних вкладень у прибуткові галузі економіки й зростання ефективності виробництва. Створення правових, економічних інститутів, розвиток банківської, фінансової інфраструктури, формування середнього класу й прихід нового покоління підприємців обумовлять становлення в Україні інституціональної системи ринкового типу.

Слід зазначити, що в Україні тривалий час виділялось недостатньо коштів для розширення виробництва. Основні капітальні вкладення спрямовувались на нове будівництво, що зрештою поглиблювало технологічну диференціацію виробництва і в цій галузі, і в національній економіці загалом. Збільшувались інвестиції в позанормативне незавершене будівництво, невстановлене обладнання і запаси. Усе це призвело до невинновданого перенапруження української економіки, де питома вага зносу діючих основних ви-

робничих фондів значно більша порівняно із впровадженням нових. На початку 90-х років ХХ ст. негайної заміни вимагали близько 25% загального обсягу основних фондів, зокрема майже 40% машин і обладнання.

Вихід із такої негативної ситуації і майбутній розвиток вітчизняної економіки потребує інноваційно-інвестиційного поживлення, оновлення основних фондів на принципово новій, конкурентоспроможній основі. Відтворення основних фондів як на рівні певного регіону, підприємства, так і національної економіки загалом, має спиратися на науково обґрунтовану інвестиційну політику в умовах ринкового трансформування. Важливе значення для підвищення ефективності інвестиційної діяльності має поліпшення технологічної структури інвестицій внаслідок збільшення питомої ваги витрат на відтворення активної частини основних фондів – машин та устаткування.

Досвід розвинутих країн свідчить, що найважливішу роль у процесах інвестування відіграє фондовий ринок, активне функціонування якого сприяє залученню, концентрації та перерозподілу інвестиційних ресурсів на користь перспективних галузей економіки та певних підприємств. Економіка України, її регіонів не може ефективно розвиватися без ринку цінних паперів, який би повнокровно функціонував. На жаль, сьогоднішній день стан фондового ринку регіонів країни не відповідає тій ролі, яку він повинен виконувати у створенні сприятливого клімату, підвищенні ділової активності в регіоні.

Доцільно розробити багатопланову програму щодо розвитку регіонального фондового ринку, створення і функціонування інвестиційно-позикової системи, яка мобілізує вільні грошові ресурси населення, підприємницьких структур, зовнішніх інвесторів, а також міжрегіональне співробітництво для інвестування регіональних проєктів.

Для забезпечення зміни структури перехідної економіки України в достатніх інвестиціях в умовах обмежених внутрішніх ресурсів необхідно створювати сприятливі умови для залучення іноземних інвестицій [6].

Починаючи з 2003 р. загальний обсяг капітальних інвестицій в державі почав зростати. У 2004 р. порівняно з 2003 р. обсяг інвестицій зріс на 22,3 % (з 46,6 млрд. грн. до 59,9 млрд. грн.), у 2006р. порівняно з 2005 р. – на 32,9 % (до 89,3 млрд. грн.), у 2007 р. – на 19,7 % (до 111,2 млрд. грн.). В той же час, неоднорідність за господарсько-економічним потенціалом, природними ресурсами та умовами життя формує у регіонах різну інвестиційну активність [4].

За підсумками 2007 р. 58,2 % загального обсягу прямих іноземних інвестицій, що складає близько 9525,2 млн. дол. США, вкладено в економіку 11 з 27 регіонів (при цьому 32,2 % загального обсягу пря-

мих іноземних інвестицій або 5266,2 млн. дол. США не розподілені за регіонами). Це м. Київ, АР Крим, Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Київська, Львівська, Луганська, Одеська, Полтавська, Харківська області. В цих же регіонах освоєно понад 76,6 % загальних капітальних інвестицій за 2007 рік, що складає близько 85179,5 млн. грн. Для порівняння, станом на початок 1996 р. в 11 регіонів було вкладено 85,5 % загального обсягу прямих іноземних інвестицій, 2005 р. – 84,5%, 2006 р. – 82,9%, 2007 р. – 83,6%. Тобто, ситуація залишається незмінною з середини 90-х років ХХ ст. – понад 80 % іноземних інвестицій вкладається в економіку менш ніж половини регіонів.

Із загального обсягу інвестицій, спрямованих за кордон, за підсумками першої половини 2007 р. найбільша частка у Харківській області (26,4%), далі йдуть м. Київ (20,2 %) та Одеська область (17,3 %). Загалом 94,3 % прямих інвестицій за кордон, що складає 193,4 млн. дол. США, були вкладені з 7 регіонів – крім зазначених це Дніпропетровська, Вінницька, Донецька області та м. Севастополь. Порівняно з серединою 90-х років, відбулася ще більша концентрація експортованих інвестиційних ресурсів: якщо на початок 1996 р. на 7 регіонів припадало 87,3% таких ресурсів, то у 2005 р. – 94,2%, 2006 р. – 93,1 %, 2007 р. – 93,1% [5].

Чистий приплив прямих іноземних інвестицій в економіку України склав \$7,882 мільярда в січні-грудні 2007 року порівняно з \$4,296 мільярда за весь 2006 рік, повідомив Держкомстат.

За 12 місяців минулого року в підприємства України було вкладено \$8,711 мільярда нового капіталу, але в той же час інвестори вивели \$1,179 мільярда. Держкомстат скорегував суму з урахуванням й інших факторів.

“У цілому приріст сукупного обсягу іноземного капіталу в економіку країни, з урахуванням переоцінки, втрат, курсової різниці за 2007 рік склав \$7.882 мільйона”, – говорить в повідомленні Держкомстату.

Станом на 1 січня 2008 року загальний обсяг прямих іноземних інвестицій, укладених за весь період незалежності країни з 1991 року, досяг \$29,489 мільярда, або \$636,5 на душу населення [3].

Станом на 30 червня 2007 року в Україні функціонувало 272 ліцензовані компанії з управління активами та 651 інвестиційних фондів, 486 з яких венчурні (80,03%), що підтверджує думку про те, що інвестиційні фонди переважно використовуються для реалізації венчурних проектів корпорацій, а не для залучення та управління коштами приватних вкладників. Відкритих інвестиційних фондів нині налічується 13, а з них активно діє лише половина. Ще одним типом інвестиційних фондів доступним для приватних вкладників є інтервальні, їх кількість сягає 30.

Активи інститутів спільного інвестування (ІСІ) нині складають 23 976,92 млн. грн., привертає увагу висока динаміка зростання обсягів інтервальних та відкритих фондів (приріст 215,8% та 187,7%, за перше півріччя 2007 року), що свідчить про активне входження на ринок публічних ІСІ. З іншого боку, активи накопичені в ІСІ, хоча й зростають високими темпами, але на це не варто дивитись з великим оптимізмом, з огляду на практично нульову базу, з якої пішло це зростання, а також порівнюючи частку активів ІСІ з обсягом усього фінансового ринку. Активи ІСІ нині складають близько 2,5% цього ринку.

Позитивним моментом нинішнього етапу спільного інвестування в порівнянні з іншими інститутами фінансового ринку в частині залучення капіталу є більш високий рівень прибутковості. За 2006 рік вона коливалась на рівні 60%, тоді як дохідність банківських депозитів в кілька разів нижча.

В середньому номінальна (без урахування податків та інфляції) дохідність відкритих фондів у минулому році була на рівні 27–29% річних. Дохідність відкритих фондів після її коригування на податок з фізичних осіб та рівень інфляції хоча й більша ніж дохідність від банківських депозитів, але вже не є такою переконливою. Стримує процес розвитку ІСІ в Україні несправедлива система оподаткування, коли з доходів, отриманих населенням в фондах, податок нараховується, а з депозитних операцій – ні.

На тлі загальної тенденції збільшення масштабів ринку ІСІ відбулись і позитивні зміни в управлінні інвестиційним портфелем, структура якого дещо поліпшилась. Цінні папери з часом збільшують свою частку в структурі активів невенчурних ІСІ та станом на 30 червня 2007 року вони склали 67,3% (перевага надається акціям 40,41% в загальній структурі активів) [1].

Отже, підсумовуючи все вищесказане, можна зробити висновок, що загалом вітчизняний ринок інститутів спільного інвестування має високі темпи розвитку.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Інеганова Н. В. Шенанка А. С. Стан розвитку спільного інвестування в Україні // Економіст: літопис подій, особливості, ідеї, аналітика й дослідження. К., 2006. – С. 15–17.
2. Золотарьов А. Фактори зростання ефективності інвестицій у промисловості // Економіка України. – 2000 – № 12. – С. 23–27.
3. Кобеляк А.В. Інвестиції в Україну в 2007 р. // Економіка України.–2008.– № 2. – С. 7–10.
4. Україна: поступ у ХХІ століття. Стратегія економічної та соціальної політики на 2005–2007 рр. Послання Президента України до Верховної Ради України на 2005 рік // Голос України. – 2005. – 2 лютого.
5. Ткаченко К. Інвестування та економіка України // Економіка України – 2007.– № 5. – С. 7–11.
6. Федоренко В. Матеріали академічних науково-практичних слухань про стан економіки України: Зб. наук. праць. – К., 2007. – С. 30–37.

УДК 336.226.4:63

ФЕДЧЕНКО І.

*Наук. керівник: ШЕВЧЕНКО Н.О., ст. викладач  
м. Умань*

## ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ОПОДАТКУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ

Подальше поглиблення економічної кризи в сільському господарстві зумовлене повільним проведнням аграрної та податкової реформи. Успіх аграрної реформи залежить від раціональної організації виробництва та підтримки реформованих підприємств.

Перехід до стабільного розвитку економіки в Україні потрібно починати з сільської місцевості та аграрної сфери. Підтвердженням цього є Указ Президента України "Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки".

Функціонуюча система оподаткування не тільки підприємств агропромислового комплексу, а й інших підприємств народного господарства не стимулює розвиток підприємництва. Причина цього полягає в тому, що податкове законодавство формувалося у складний період переходу економіки до ринкових відносин. На сьогодні діє велика кількість нормативно-правових актів, які регулюють правові відносини у сфері оподаткування. Часті зміни податків та їх відсоткових ставок, неоднозначність тлумачення окремих положень створюють значні труднощі в практиці застосування їх платниками податків.

У більшості країн світу, які застосовують податок на додану вартість ставки податку формуються за принципом встановлення трьох груп: мінімальної, стандартної та максимальної. За стандартною ставкою податку на додану вартість оподатковується основна маса товарів, за мінімальною – товари першої необхідності, це, як правило, продукти харчування, за максимальною – предмети розкошу. Таким чином, вдається не скорочувати надходження до бюджету по податку. Поряд з цим стимулюється виконання податком на додану вартість не тільки фіскальної, а й розподільчої функції. Такі положення оподаткування податком на додану вартість передбачаються в ефективно діючій системі оподаткування.

Тому, на нашу думку, було б більш доцільним для сільськогосподарських формувань застосовувати знижену ставку податку на додану вартість. Вважаємо за доцільне скористатись досвідом Росії та Республіки Білорусь, де на сільськогосподарську продукцію діють ставки податку на додану вартість не більше 10% із диференціацією по видах продукції в межах 5–10%.

При сплаті фіксованого сільськогосподарського податку достатньо висока його питома вага (68%)

відраховується до Пенсійного фонду. А вказаний податок сплачується в рахунок чотирьох податків та восьми зборів. Крім того, що нарахування та сплата внесків на фонд оплати праці до Пенсійного фонду призведе до значного збільшення податкового навантаження на аграрні підприємства, порушується принцип збалансованості формування бюджету. Адже практично всі кошти сільськогосподарських підприємств спрямовуватимуться в Пенсійний фонд. Поряд з цим Закон України "Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування" не враховує специфіку сільського господарства. Положеннями цього Закону передбачено сплату внесків до 20-го числа місяця, наступного за звітним незалежно від того, чи виплачена заробітна плата, чи ні. Також Законом передбачені достатньо жорсткі фінансові санкції за несплату та несвоєчасну сплату внесків до Пенсійного фонду. Враховуючи те, що підприємства аграрного сектору, не завжди маючи в достатній мірі обігові кошти, не зможуть вчасно сплачувати внески, це призведе до погіршення їх фінансового стану.

На нашу думку, знову ж таки враховуючи роль регулюючої функції податків як однієї з основних при нормальній системі оподаткування було б доцільним переглянути ставку збору на загальнообов'язкове державне пенсійне страхування для сільськогосподарських товаровиробників в сторону зниження.

Враховуючи вищевикладене, можна зробити висновки, що податкова система України потребує ретельного аналізу як вченими – економістами, так і практиками.

Детальніше ознайомитись з процесом оподаткування сільсько-господарських товаровиробників та оцінити його переваги й недоліки можна на прикладі розрахунків з бюджетом по сплаті податку на додану вартість, проведених у ТОВ "Добро", яке знаходиться в с. Доброводи Уманського району Черкаської області та займається виробництвом, переробкою та реалізацією сільськогосподарської продукції.

При дослідженні стану взаємовідносин ТОВ "Добро" з державним бюджетом по сплаті податку на додану вартість та фіксованого сільськогосподарського податку, а також з державними цільовими фондами можна зробити наступні висновки та пропозиції:

1. ТОВ "Добро" є яскравим прикладом сільськогосподарських підприємств, у якого виробництво

Таблиця 1

*Розрахунки з бюджетом по податку на додану вартість у СТОВ "Добро"  
за 2005–2007 рр. (повна декларація), грн.*

№ п/п	Назва показника	2005р.	2006р.	2007р.
1.	Податкові зобов'язання: – обсяги продажу без урахування ПДВ – сума ПДВ	126320 25264	118409 23682	259825 51965
2.	Податковий кредит: – обсяги придбання без урахування ПДВ – дозволений податковий кредит	171290 34258	156920 31384	188350 37670
3.	Чиста сума зобов'язань з ПДВ: – позитивне значення (+) – від'ємне значення (-)	8994 –	7702 –	14295 –
4.	Сума ПДВ, яка підлягає сплаті до бюджету	8994	7702	14295

сільськогосподарської продукції є основним видом діяльності.

2. З 1999 року досліджуване підприємство оподатковується фіксованим сільськогосподарським податком та застосовує спеціальний режим оподаткування податком на додану вартість. Застосування вказаної форми оподаткування значно спростило податковий облік на підприємстві, а також призвело до скорочення платежів до бюджетів та державних цільових фондів. З набранням чинності статті 11 Закону України "Про податок на додану вартість" у товаристві зросла сума податку, що залишається в розпорядженні підприємства.

3. Зменшення податкового навантаження на товариство сприяло тому, що підприємство практично ніколи не має заборгованості до бюджету по сплаті податків, зборів та платежів. Така ситуація свідчить про зміцнення фінансового стану підприємства.

4. Поряд з цим існуюча система оподаткування характеризується рядом негативних рис:

- значна кількість нормативних документів та невідповідність законодавчих актів, що регулюють податкові відносини;
- нестабільність податкового законодавства, а саме численні зміни та поправки до діючих законів;
- недостатня роль регулюючої функції податків та зосередження уваги на фіскальній функції податків;
- відсутність правових гарантій для учасників податкових відносин, що призводить до значної тінізації економіки;

Отже, на нашу думку, потрібно :

- побудувати стабільну, зрозумілу та прозору податкову систему, встановити правові механізми взаємодії всіх її елементів у рамках єдиного податкового поля;
- сформувавши єдину податкову правову базу в Україні, використовуючи досвід інших країн;
- створити раціональну податкову систему, яка забезпечить збалансованість загальнодержавних та приватних інтересів, буде сприяти розвитку підприємництва та нарощуванню національного багатства України;

- встановити рівні умови оподаткування для всіх категорій платників податків з застосуванням оптимально ефективної системи пільг та ставок. Безумовно, пільгове оподаткування є важливим важелем економічної політики держави, однак воно не може ефективно функціонувати без створення відповідних економічних передумов. Відсутність комплексної дієвої системи державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників, яка має включати також збалансовану цінову політику, страхування, кредитне забезпечення, бюджетне фінансування та інші фактори призводить до зупинки механізму дії податкових пільг.

В умовах активного реформування сільського господарства механізм оподаткування аграрних підприємств потребує детального аналізу та вдосконалення, що, безумовно, сприятиме більш ефективному використанню земельних ресурсів, використанню передбачених законодавством пільг. Це, в свою чергу, позитивно вплине на оздоровлення фінансового стану таких формувань та сприятиме виходу сектору з кризи. Вирішення цих проблем позитивно впливатиме на розвиток як сільського господарства, так і економіки України загалом.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України "Про податок на додану вартість" від 03.04.1997р. №168/97- ВР // Все про бухгалтерський облік – 2003. №53 (841), С. 3–23.
2. Закон України "Про збір на обов'язкове пенсійне страхування" від 26.06.97р. №400/97-ВР // Все про бухгалтерський облік – 2003. – №110 (898), С. 53–56.
3. Закон України "Про фіксований сільськогосподарський податок" від 03.04.2003 року № 659 – IV // Державний вісник України – 2003. – №8, С. 12–16.
4. Наказ ДПА України від 30.05.97р. №165 "Про затвердження форм податкової накладної, Книги обліку придбання та Книги обліку продажу товарів (робіт, послуг), порядку їх заповнення".
5. Захожай В.Б., Литвиненко Я.В. Система оподаткування та податкова політика. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – С. 124–125.

## УДК 336.71

ШУНЕВИЧ О.

Наук. керівник: МОМОНТ Т.В., викладач

м. Житомир

**ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ  
БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ**

Одне з центральних місць в економіці будь-якої країни належить розвитку банківської системи. В Україні ця система вже сформувалася і функціонує тривалий період часу, потребуючи стабільного розвитку.

Поняття банківська система, як і більшість визначень в теорії банківської справи, не є єдиним і сталим. У міжнародній практиці найбільш поширеною є думка про те, що банківська система – це сукупність банківських і небанківських фінансових установ, що виконують окремі банківські операції. Як зазначає Савлук М.І.: "Банківська система має своє особливе призначення, свої специфічні функції, які не просто повторюють призначення і функції окремих банків". Під банківською системою, на його погляд, слід розуміти "законодавчо визначену, чітко структуровану сукупність фінансових посередників грошового ринку, які займаються банківською діяльністю" [4].

В підтвердження визначеної вище точки зору, російський вчений Лаврушин О.І. визначає банківську систему як "сукупність банків, банківської інфраструктури, банківського законодавства й банківського ринку, що знаходяться в тісній взаємодії один з одним і зовнішнім середовищем" [6].

Л.М. Стрельбицька і М.П. Стрельбицький надають два визначення поняття "банківська система". В першому варіанті визначення банківська система характеризується як сукупність банків, що виконують відповідні функції. Банківська система, на їх думку – це "сукупність різних видів банків і банківських інститутів в їх взаємозв'язку, що існує в тій чи іншій країні в певний історичний період. Ця система є внутрішньо організованою, взаємопов'язаною, має загальну мету та завдання" [5].

В.С. Стельмах визначає, що "банківська система – це складний комплекс, який функціонує і розвивається відповідно до цілого ряду законодавчих і нормативних документів. Основним елементом цієї системи є комерційний банк – кредитно-фінансова установа, яка залучає і накопичує вільні грошові кошти підприємств, організацій, населення, а також здійснює випуск цінних паперів, кредитування національної економіки й населення на умовах платності, зворотності і строковості. Стан і рівень розвитку банків досить серйозно впливає на розвиток всієї суспільно-економічної формації". Тому, аналізуючи діяльність банківської системи, можна зрозуміти ситуацію в державі, а також зробити правильні висновки про роль Національного банку України у виконанні своєї головної функції – забезпечення стабільності національної грошової одиниці" [3].

Заслуговує на увагу визначення банківської системи А.М. Мороза, який вважає, що "банківська сис-

тема – сукупність різноманітних видів банків та банківських установ у їх взаємозв'язку, складова частина кредитної системи" [7].

Наведені вище визначення не характеризують діяльність банківської системи, як складової кредитної системи.

Метою функціонування банківської системи як сукупності всіх банків країни, які взаємодіють між собою, дотримуючись встановлених норм і правил ведення банківської справи є, перш за все, забезпечення ефективного грошово-кредитного регулювання економіки, кредитно-розрахункового обслуговування господарського обороту, а також стабільної діяльності банківських установ. Це, в свою чергу, обумовлює необхідність розгляду законів функціонування кредитної системи загалом, а банківської системи як її складової.

Підсумовуючи вищезазначене можна побудувати загальну схему банківської системи в контексті функціонування економічної системи (рис. 1).

Існують дві моделі організаційної побудови банківських систем розвинутих країн, що визначаються різноманітністю функцій, які вони виконують. Відповідно до першої моделі центральний банк проводить грошово-кредитну політику, що розглядається як частина інструментарію, яким володіє орган влади для регулювання економіки.

Відповідно до другої моделі перед центральним банком ставиться мета, яка зводиться до підтримки стабільності цін за допомогою спеціально призначених для цього інструментів грошово-кредитної політики. Наразі виникає питання формування підходу до визначення банківської системи. Котлярів А.М. підходить до цього питання з позиції "грошової влади" або державного впливу на економіку через регулювання національної грошової одиниці й каналів обігу національної грошової одиниці. "Грошова влада" повинна створити банківську систему для подальшого втілення в життя своїх регулюючих дій [1].

Процеси, явища, зв'язки, які стосуються національної банківської системи, це чинники, що визначають тип її поведінки, – реактивний, адаптивний і активний, а також стимулюють розвиток механізмів саморегуляції. Тип поведінки банківської системи визначає напрямки її розвитку [2].

Залежність поведінки банківської системи від процесів і явищ, що відбуваються в суспільстві, підтверджує історія функціонування грошей, а також і банківської системи в Україні, яка в XIX–XX ст. була нерозривно пов'язана з розвитком економіки, політики, ідеології, соціальних і етичних орієнтирів дореволю-

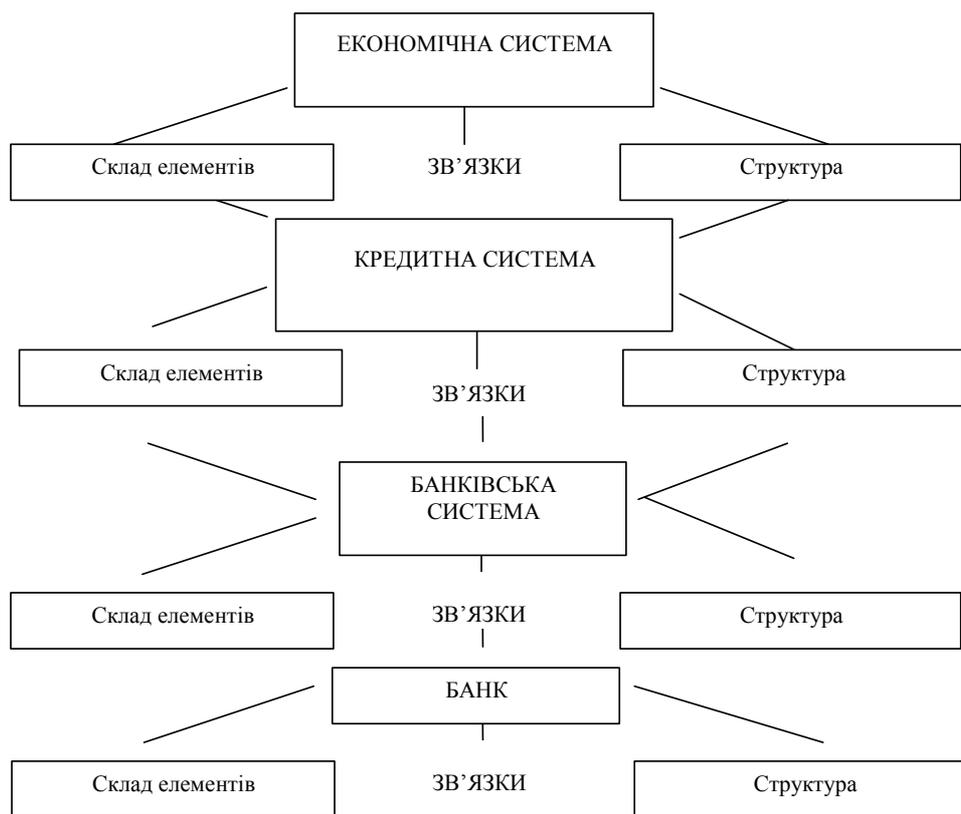


Рис. 1. Місце банківської системи в економічній

ційної Росії та СРСР і тільки починаючи з 1991 р., вона орієнтувалася на нові соціально-економічні чинники, пов'язані із здобуттям Україною незалежності.

Загальним визначенням банківської системи, на нашу думку, слід вважати уявлення про банківську систему як про сукупність банківських установ. Специфіка деяких визначень має розширене трактування банківської системи за рахунок включення додаткових елементів пов'язаних з нею, але які не приймають прямої, безпосередньої участі в створенні системних властивостей, або на основі включення елементів, що виконують окремі банківські операції (небанківські кредитні організації), або в підкресленні спеціалізації комерційних банків.

Іншими словами, точка зору про банківську систему як сукупність Національного банку України та кредитних організацій, що виконують банківські операції відповідає загальноприйнятій у світі. Розширене трактування банківської системи, що включає небанківські фінансові установи, на наш погляд, недоцільне.

Одним з важливих моментів у вивченні систем є їх класифікації. Всі системи можна підрозділити, з однієї сторони, на прості, складні й дуже складні, а з іншого боку – на детерміновані й імовірнісні. На основі приведеної класифікації банківську систему слід віднести до складної системи, що поєднує в собі елементи детермінованих систем і систем імовірнісного типу.

Риси детермінованої системи виявляються, наприклад, в тому, що діяльність кредитних установ – банків суворо регламентується і контролюється НБУ та передбачена з погляду реалізації основних положень гро-

шово-кредитної політики, а також функцій і операцій, що здійснюються банками. В той же час, нам представляється, що стабільність розвитку банківської системи в цілому і її елементів – комерційних банків, визначається безліччю чинників, які з великим ступенем вірогідності передбачити неможливо.

Виходячи з особливостей поведінки систем, їх підрозділяють на активні й пасивні. На нашу думку банківська система відноситься до категорії активних, цілеспрямованих систем із зворотним зв'язком. Характеристика банківської системи як активної цілеспрямованої системи, обумовлена її стратегічним положенням, цілями і функціями, які вона виконує.

Очевидно, що стабільність системи визначається фінансовим станом та системою заходів направлених на зміцнення стійкості комерційних банків, що дозволяє створити умови стабільного розвитку банківської системи.

Отже, банківська система за своєю суттю складна система, яка поєднує в собі риси детермінованих й імовірнісних систем, що активно взаємодіють між собою і зовнішнім середовищем. Це дозволяє підкреслити динамічність і цілеспрямованість банківської системи та існування зворотного зв'язку із зовнішнім середовищем, а також тим, що банківська система відноситься до категорії активних і керованих систем, схильних до коливань. Такий зв'язок дозволяє, на нашу думку, визначити умови й чинники стабільності банківської системи в ринковій економіці.

Отже, банківська система специфічна в силу особливостей банківського бізнесу і його впливу на

зовнішнє середовище, що є підставою для відособлення даної системи й необхідності її дослідження.

Характеристика банківської системи як саморегулюючої полягає в її здібності самостійно, без дії ззовні встановлювати та підтримувати надійний режим функціонування і реагувати на зовнішні дії, що порушують її діяльність. Саморегуляція забезпечується на основі зворотного зв'язку з іншими системами, зокрема економічною.

Характеристика банківської системи як керованої системи визначається цілями й завданнями системи, які, поза сумнівом, повинні співпадати з цілями суспільства. Банківська система України є дворівневою системою, оскільки в законах, регулюючих банківську діяльність, визначені цілі функціонування для кожного рівня. Для комерційних банків – отримання прибутку, для Національного банку України – захист і забезпечення стійкості гривні; розвиток і зміцнення банківської системи; забезпечення ефективного й безперервного функціонування розрахунків.

Стратегічні завдання діяльності Національного банку України відповідають і підпорядковані інтересам розвитку економіки країни. З цих позицій банківська система є керованою. В той же час виконання завдань, що стоять перед банківською системою викликає потребу в регулюванні управління на основі економічних методів елементами системи – комерційними

банками. Потреба в такому управлінні пов'язана з рівнем ризиків банківського бізнесу і його суспільним характером. Це викликає потребу у використанні методів регулюючого й захисного характеру.

Таким чином, в ході проведених досліджень можна визначити банківську систему як сукупність Національного банку й комерційних банків під об'єднуючим управлінням Національного банку, яка знаходиться в постійному розвитку й взаємодії між собою, зовнішнім середовищем, і разом утворюючих єдине ціле.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Котляров А.М. Деньги и власть: вопросы эффективной организации денежного и банковского регулирования в России // Финансы и кредит. – 2005. – № 26. – С. 18–21.
2. Масленников В.В., Соколов Ю.А. Национальная банковская система. – М.: "Элит-2000", 2003. – 314 с.
3. Міщенко В.І., Стельмах В.С. Роль Національного банку України в забезпеченні стабільності національної грошової одиниці // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: Зб. наук. праць. – Т. 9. – Суми: ВВП "Мрія - 1" Лтд, 2004. – с. 74–79.
4. Савлук М.І. Вступ до банківської справи. – Київ: Лібра, 1998. – 95 с.
5. Стрельбицька Л.М., Стрельбицький М.П. Основи безпеки банківської системи України та банківської діяльності. – К.: Кондор, 2004. – С. 75–76.
6. Російська банківська енциклопедія. – М.: ЕТА, 1995. – 51 с.
7. Енциклопедія банківської справи України. К: Молодь, 2008. – С. 51.

УДК 339.743, 339.745, 336.748.8

РОГОВ М.С., студент

Науч. руководитель – КОНЧИН В.И., к.е.н.

### СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОВЕДЕНИЯ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ ШВЕЦИИ В КОНТЕКСТЕ ЕВРОИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

Европейский интеграционный процесс имеет огромное значение для всего мирового хозяйства. Европейский союз – один из основных центров силы в мировой экономике. Наряду с США и Японией, ЕС образует так называемую "триаду" – сосредоточение мирового экономического могущества. Европейский Союз эволюционировал от простого обмена товарами – к устойчивой масштабной международной торговле товарами и услугами, интернациональному перемещению капиталов, созданию новых производственных сетей на основе углубленного разделения труда, тесной производственной и научно-технической кооперации стран союза к совместному ведению производства и управления на основе совместно проводимой, а в отдельных случаях унифицированной экономической политики. Взаимопереплетение производственной, инвестиционной, коммерческой, финансовой и научно-технической деятельности происходит теснее в странах ЕС, которые создали между

собой монетарный союз. Благодаря монетарной интеграции в ЕС в мировой валютной системе происходит сдвиг в сторону биполярности. Новая валюта уже сегодня в условиях глобального финансово-экономического кризиса способствует диверсификации экономических рисков европейского континента как крупнейшего центра мирового хозяйства. Швеция, как одна из стран ЕС, стала полноправным членом в 1995 г., что явилось важнейшим шагом на пути дальнейшей интеграции страны в ЕС и повлекло за собой глубокие изменения в шведской экономической политике. Швеция остается вне Европейского монетарного союза (ЕМС), но уже сегодня современное положение дел в мировой экономической системе требует от нее качественно новой стратегии формирования денежно-кредитной системы.

Зона евро, куда сегодня входят 16 стран, представляет собой единый внутренний рынок с населением 329,6 млн. чел., на нее приходится 15,5% мирового ВВП с

учетом ППС (по сравнению с 20,6% в США и 6,3% в Японии) и около 19% мирового экспорта, что превышает аналогичные показатели США (15%) и Японии (8%).

Следует выделить факторы, благоприятствующие и препятствующие вхождению Швеции в Европейский монетарный союз: к первым относятся политические факторы (прежде всего усиление влияния Швеции на процессы принятия решений в ЕС в случае вступления в валютный союз) и микроэкономические факторы (снижение транзакционных издержек, рост прозрачности цен, исчезновение валютных рисков и др.), ко вторым – макроэкономические факторы (потеря возможности проводить собственную кредитно-денежную политику, структурные различия в экономике Швеции и странах-членах ЕМС, более низкие темпы роста еврозоны по сравнению со Швецией).

Решение не вступать в Европейский монетарный союз было принято Риксдагом, парламентом Швеции, в декабре 1997 года. Референдум, который прошел осенью 2003 года, подтвердил нежелание шведов принимать евро в качестве национальной валюты.

С давних пор Швеция имеет открытую экономику, для которой характерен большой товарооборот с зарубежными государствами и либеральная торговая политика. Экспорт составляет примерно 40% ВВП. Рынок капитала в Швеции был полностью либерализован в 1980-е годы и с этого момента передвижение капитала не ограничено никакими законодательными рамками.

Референдум, который проводился по этому вопросу, показал незначительный перевес сторонников вхождения в Евросоюз. Поэтому в последующие годы антиевропейские настроения были сильны. Шведы до сих пор не вполне привыкли к тому, что они являются гражданами союза. В отличие от Британии и Дании, Швеции формально не было предоставлено право воздержаться от вступления в ЕМС, однако правительство Швеции еще до того, как начать переговоры о вхождении в ЕС, заявило, что окончательное решение о членстве в ЕС будет принято позднее в соответствии с ситуацией. В 1996 году особая правительственная комиссия представила доклад о ЕМС, в котором экономистами и политиками рассматривались различные аспекты этой организации.

Преимущества ЕМС находятся, прежде всего, в области микроэкономики – это *снижение расходов на совершение сделок, устранение неопределенности, связанной с непостоянством курсов, повышение конкуренции на внутривневропейском рынке*. Главный недостаток состоит в том, что национальные *правительства ЕМС теряют возможность адаптировать валютную политику к текущей экономической ситуации в стране*. Им приходится придерживаться

единой ставки рефинансирования (учетной ставки) Европейского центрального банка и валютного курса по отношению к валютам третьих стран. Это становится важным недостатком в ситуации так называемого “асимметричного кризиса”, т.е. когда ситуация в одной стране заметно отличается от ситуации в других членах ЕМС.

Швеция же в данном положении может корректировать учетную ставку для удерживания инфляции. В период последнего десятилетия учетная ставка изменялась в зависимости от инфляционных процессов и ожиданий.

Год	Январь	Апрель	Июль	Сентябрь	Декабрь
1997	2,5 %	–	–	–	–
1998	2,5 %	–	2,0 %	–	–
1999	1,5 %	1,0 %	–	1,5 %	–
2000	2,0 %	2,5 %	–	–	–
2001	–	–	–	–	–
2002	–	–	–	–	–
2003	–	2,0 %	–	–	–
2004	–	–	–	–	–
2005	3,0 %	2,5 %	1,5 %	–	–
2006	–	–	–	–	–
2007	3,0 %	–	–	4,0 %	–
2008	–	4,25 %	4,5 %	–	–
2009	2,0 %	–	–	–	–

Рис. 1. Динамика учетной ставки центрального банка Швеции

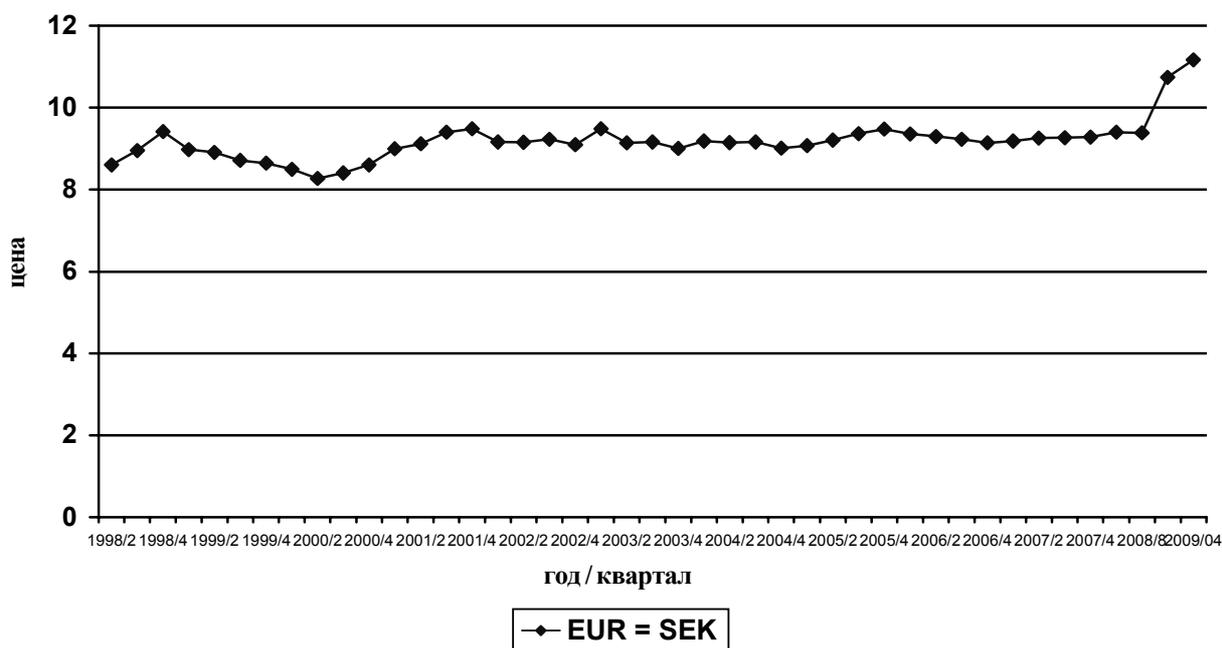
В конце апреля 2008 года ЦБ Швеции поднял ставку до 4,25 %, а в июле 2008 до 4,5%. Это решение стало неожиданным для аналитиков и участников рынка. Решение руководства шведского Центрального банка последовало за ростом инфляции до 14-летнего максимума на фоне снижения уровня безработицы и увеличения цен на продукты питания и энергоносители.

Экономисты едины во мнении, что объективно оценить преимущества и недостатки вступления в ЕМС не представляется возможным.

Правительственная комиссия Швеции пришла к выводу, что выгоды от вступления в ЕМС будут небольшими, однако конкретными. Потеря независимости в проведении валютной политики не должна создать серьезных проблем. Однако если случится так, что Швеция отстанет в своем развитии от остальных стран Европы, то общий курс и общая ставка рефинансирования будут иметь дестабилизирующий эффект на ее экономику. Поэтому невступление в ЕМС рассматривалось комиссией как гарантия возможности проведения независимо экономической линии в случае кризиса.

Правительственная комиссия предложила альтернативу вступлению в ЕМС: это сохранение гибкого курса кроны. Из-за постоянно изменяющегося курса евро к шведской кроне объяснимы страхи населения принимать эту валюту в качестве национальной. Еще не окрепшая и не устоявшаяся новоиспеченная единица расчета вызывает опасения граждан Швеции.

## Отношение Шведской крон к Евро



На графике явно видны колебания валютного курса, хотя принятие единой валюты снизит потери от валютных рисков, которые начали существенно проявляться с начала 2009 г., когда Швеция начала проводить экспансионистскую кредитную политику для нейтрализации эффектов экономической рецессии.

Правительственная комиссия выразила мнение, что отказ Швеции от вхождения в ЕМС может ослабить позиции страны в Евросоюзе, поскольку создание единого валютного пространства – это на настоящий момент важнейшее достижение ЕС.

По экономическим соображениям вступление Швеции в ЕМС нецелесообразно, по политическим же, наоборот, желательно. В целом, перевесили аргументы "против". Были названы четыре основные причины:

- участие в ЕМС при таком высоком уровне безработицы заключает в себе значительный риск (особенно в 2008 г., когда инфляция превысила рубеж за 14- лет), поскольку макроэкономические потрясения нельзя будет сгладить при помощи корректирования кредитно-денежной и валютной политики, что спровоцирует дальнейшее ухудшение социальной ситуации;
- ситуация в фискальной сфере такова, что вступление в ЕМС чревато серьезными затруднениями;
- необходимо широкое и длительное общественное обсуждение вопроса;
- Швеция – не единственная страна ЕС, которая не перешла на евро, поэтому политический эффект от невступления в ЕМС будет не столь силен.

В длительной же перспективе вступление в ЕМС было бы целесообразно; однако прежде необходимо сократить безработицу и стабилизировать ситуацию в бюджетной сфере.

ЕМС продолжает расширяться. В 2007 г. в него вошла Словения, в 2008 г. Мальта и Кипр, а в 2009 г. Словакия. Пока рано делать выводы или расширение принесет существенные выгоды этим странам и ЕМС в целом, однако следует отметить две вещи:

Во-первых, новые страны вступали в ЕМС быстрее, чем ожидалось. Правительство Швеции, анализируя вопрос о вхождении в ЕМС, не думало, что Союз будет расширяться так интенсивно. Требования к странам-кандидатам трактуются ЕМС сравнительно либерально, поэтому у многих стран не возникло проблем с присоединением. По мере расширения ЕМС политические издержки от неприсоединения к нему все больше и больше увеличиваются.

Во-вторых, курс евро подвержен существенным колебаниям, как показал опыт. До этого многие считали, что евро будет стабильной валютой, однако эти ожидания не оправдались.

За время прошедшее с середины 1990-х годов прошлого века, экономическая ситуация в Швеции заметно улучшилась: проблема бюджетного дефицита была решена, процентные ставки снизились до общего для ЕВС уровня, безработица также стабильно снижается. Проблемами в следствии глобального экономического кризиса явились рост цен и начало обесценивания шведской крон по отношению к евро – более чем на 20% за год, что не отвечает требованию Маастрихтского критерия держать валютный курс в рамках  $\pm 15\%$ . По мнению сторонников перехода на евро Швеция в принципе может быть готова для вступления в ЕМС; по мнению же противников Швеции нет необходимости вступать в ЕМС.

Отказ повлиял на денежную массу Швеции. Недоверие к новой валюте способствовало уменьшению

темпов прироста М1 и М3 на рубеже 2000 года. До проведения референдума население колебалось в определении валюты, в которую следует вкладывать инвестиции. На сегодняшний день годовой темп прироста для денег М3 продолжает расти. Объем для М3 равняется 2 062 миллиардам SEK. Тем не менее, темп прироста для М1 продолжает падать. В итоге, М1 равняется 1 254 миллиардам SEK.

Планирование (таргетирование) инфляции, которое используется Банком Швеции сочетает в себе гибкость плавающих обменных курсов со строгой монетарной политикой, направленной на сокращение инфляции и на поддержание ее низких темпов. Такого рода режим основывается на формально объявленном, государством целевом уровне инфляции (ее среднегодовых темпах или же узкого коридора изменения), которого должен придерживаться Центральный Банк Швеции. Как только задача поставлена, Центральный Банк прогнозирует темпы инфляции в будущем и сравнивает их с заложенными. Затем для ликвидации разрыва между этими двумя показателями используется монетарная политика (как правило – изменение учетной ставки). Такой режим, выработанный в начале 1990-х годов в Новой Зеландии, был затем взят на вооружение Швецией.

Экспорт товаров и услуг порождает предложение валюты внутри страны.

В свою очередь, импортеры для закупок иностранных товаров и население в качестве сбережений создают спрос на валюту. Баланс спроса и предложения формирует обменный курс валюты в Швеции. Дисбаланс спроса и предложения компенсируется валютной интервенцией Риксбанка, что сказывается на величине валютных резервов страны.

Механизм курсообразования при плавающем валютном курсе Швеции предполагает два тактических режима валютного курса: “чистое плавание” и “грязное плавание”. “Чистое плавание” – это курсообразование без вмешательства центрального банка на валютном рынке, когда ситуация на мировом и европейском рынке кажется стабильной, а также макроэкономические показатели прогнозируются стабильно положительными. “Грязное плавание” – курсообразование с использованием активных валютных интервенций центрального банка на валютном рынке в ситуации неопределенности и прогнозирования ухудшения социально-экономической ситуации.

Следует отметить, что эффективность использования шведской системы планирования (таргетиро-

вания) инфляции требует независимости Банка Швеции от политического контроля и вмешательства Европейского Центрального Банка. ЦБ Швеции сегодня самостоятельно пытается назначать размер процентной ставки и проводить прочие необходимые изменения. В обмен на независимость Риксбанк берет на себя обязательство достичь плановых показателей инфляции в ЕС, а также информировать общественность и правительство об избранной монетарной стратегии, решениях и результатах, которые не должны создавать проблем для Совместного рынка ЕС.

Многие шведы скептически относятся к идее создания Соединенных Штатов Европы, да и единая европейская фискальная политика, о которой поговаривают еврокомиссары, может быть расценена как вызов “шведской модели”, предполагающей высокий уровень налогообложения и развитую систему социального обеспечения.

Для того, чтобы понять, существует ли серьезная экономическая причина для страны фиксировать обменный курс в рамках определенной зоны, необходимо провести тщательный анализ и сопоставление экономических издержек и преимуществ, которые несет в себе вступление в валютный союз. Наиболее значительные издержки валютного союза связаны с тем, что когда Швеция откажется от собственной валюты, она откажется от важного инструмента экономической политики, т.е. потеряет способность проводить национальную независимую кредитно-денежную политику. Другими словами, при полном валютном союзе национальный центральный банк прекратит свое существование, или же не будет иметь реальной власти. Это подразумевает, что государство, вступившее в валютный союз, не сможет больше изменять курс своей валюты (с помощью девальвации или ревальвации) и определять количество денег в обращении, а также возможность проводить независимую кредитную и денежную политику (включая изменение курса своей валюты).

#### ЛИТЕРАТУРА

1. <http://www.riksbank.com/> – Официальный сайт Центрального банка Швеции.
2. <http://www.ena.lu/> - European Navigator. The History of a united Europe on the Internet.
3. <http://www.wikipedia.org/> – Международная электронная энциклопедия.
4. <http://finance.yahoo.com/currency-converter>.
5. [http://en.wikipedia.org/wiki/Sweden\\_and\\_the\\_euro](http://en.wikipedia.org/wiki/Sweden_and_the_euro).

# ПРОБЛЕМЫ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

---

УДК 338.24

КОРОСТЕЛЬОВ В.А., к.э.н.

г. Киев

## НООМЕНЕДЖМЕНТ КАК ВЫСШАЯ ФОРМА МЕНЕДЖМЕНТА

Менеджмент и нооменеджмент имеют одинаковую генетическую природу. Их нельзя противопоставлять друг другу. Нооменеджмент вырастает из менеджмента, наследуя его основные функции, принципы, цели и средства. Нооменеджмент – это тот же менеджмент, но на более высокой стадии развития.

### **1. Общие черты менеджмента и нооменеджмента:**

**Функциональное единство.** Нооменеджмент, также как и менеджмент имеет пять основных функций:

- планирование;
- организация;
- оперативное управление;
- контроль;
- мотивация.

**Единые принципы.** Среди этих принципов особое место занимают:

- системность;
- иерархичность;
- единство полномочий и ответственности;
- инициативность;
- подчинение личных интересов общим;
- корпоративный дух;
- справедливость.

**Единство целей и объектов управления.** В качестве *основных целей* менеджмента и нооменеджмента можно выделить обеспечение высокой конкурентоспособности организации, создание атмосферы инновационного энтузиазма и формирование синергизма в коллективе.

Среди *объектов* менеджмента и нооменеджмента на микроуровне следует указать в качестве главных:

- управление бизнесом на основе поставленных целей;
- управление менеджерами;
- управление работниками.

### **2. Отличительные характеристики нооменеджмента**

*При всех общих чертах у нооменеджмента имеются весьма существенные отличия от менеджмента. Укажем главные из них.*

Во-первых, *нооменеджмент – это системный менеджмент.* То есть, он охватывает все сферы управления. В то время, как менеджмент в большинстве случаев носит преимущественно фрагментарный характер, то есть сосредоточивает свое внима-

ние лишь на отдельных сферах: производстве, финансах, людях и т. д. Даже в историческом плане менеджмент начинался в одной сфере – с упорядочения управления в производственном процессе (вспомним Ф. Тэйлора и Г. Форда), зарождения производственного менеджмента. Затем в поле зрения попадают финансы – зарождается финансовый менеджмент; рынок – возникает маркетинг. И только сравнительно недавно в фокусе менеджмента оказываются люди и проблемы стратегии. Возникают и развиваются соответственно кадровый и стратегический менеджмент.

Специфика нооменеджмента как раз и состоит в том, что он держит под прицелом одновременно все сферы управления. Его присутствие там постоянно, что обеспечивает баланс интересов всех сфер, подразделений, коллективов.

Во-вторых, *нооменеджмент имеет иную базу целеполагания.* Так, менеджмент при постановке целей в качестве базы имеет эффективность бизнеса конкретной компании (учет размера прибыли, в первую очередь), то целеполагание в условиях нооменеджмента совершается с учетом ноосферных интересов. Другими словами, нооменеджмент при постановке целей придерживается принципа разумной целесообразности: учитывать не только экономические, но и социальные, а также экологические потребности региона, страны, мирового сообщества. “На практике это означает, что если технологические новации не обеспечивают раскрепощение потенциала личности, их нельзя рассматривать как социально-прогрессивные” [1, с. 25]. И они не должны быть заложены в блок целей компании.

Кроме того, нооменеджмент при формировании целевого блока отдает предпочтение долгосрочным целям перед кратко- и среднесрочными. Это не означает, что в практике нооменеджмента присутствуют лишь долгосрочные цели. Речь идет о том, что если имеется перспектива получения большой прибыли, но при этом существует опасность потерять доверие потребителей, руководство компании выбирает долгосрочную цель – сохранение доверия потребителей.

Следовательно, **нооменеджмент – это разумное управление бизнесом с позиций не только экономической, но и социальной, а также экологической целесообразности.**

В-третьих, нооменеджмент отличается от менеджмента и тем, что его *осуществляют системно мыслящие менеджеры*. Добиться этого не так просто, ибо приходится менять всю систему подготовки и переподготовки менеджеров. Эта система должна быть нацелена не на подготовку отдельных менеджеров, а на подготовку менеджерских команд. В этих командах все участники не только хорошо понимают друг друга, но и имеют единое видение системы управления, с ее проблемами и перспективами.

Нуждается в перестройке также и практика использования менеджеров. Необходимо шире использовать систему планирования профессиональной карьеры и механизм ротации менеджеров.

Раскрывая содержание нооменеджмента, следует также обратить внимание на следующие важные моменты:

Момент 1. Нооменеджмент как триада, то есть *единство науки, процесса и системы*.

Момент 2. Три уровня нооменеджмента: *макро, микро и личностный уровень*.

**Момент 1. Нооменеджмент должен рассматриваться как триада:** *единство науки, процесса и системы*.

**Нооменеджмент, как наука**, представляет обобщенный опыт лучших мировых компаний, которые на протяжении десятилетий демонстрируют ноосферный подход при организации своего бизнеса. Нооменеджмент поэтому неразрывно связан с процессом познания. Познание есть "... не только акт научного постижения и теоретического объяснения, а всякая духовная деятельность, посредством которой мы строим "мир" в его характерном формировании, в его упорядоченности..." [2, 418].

То есть, одной из функций нооменеджмента выступает обеспечение познания законов развития экономики, лучшего опыта хозяйствования и построение на базе этого знания упорядоченной системы формирования окружающего мира.

**Нооменеджмент как процесс** – это механизм непосредственного управления бизнесом компании, что на практике выступает в форме принятия решений по конкретным проблемам. При этом все многообразие решений в процессе управления связано:

а) с осуществлением пяти основных функций (см. выше):

- планирования;
- организации;
- оперативного управления;
- осуществлением контроля;
- мотивацией персонала.

б) с реализацией функций применительно к трем главным объектам:

- **системам** (техническим, технологическим, качества и т.п.);
- **персоналу** (ко всем работникам, но в первую очередь – к ключевым);
- **работе** (процессу живого труда).

в) с выделением в процессе управления трех главных аспектов:

- **установления порядка** (распорядок дня, должностные инструкции и т. п.);
- **обеспечение вдохновения работников** (весь комплекс мотивационных средств);
- **обеспечение роста производительности труда** (в конечном итоге все успешные компании стали таковыми вследствие этого достижения).

**Нооменеджмент как система** представляет единство определенных подсистем, находящихся в подвижной диалектической и иерархической взаимосвязи.

**Момент 2.** Следует выделить и **три уровня нооменеджмента**:

- **нооменеджмент на макроуровне** – ноосферная политика в сфере государственных и межгосударственных отношений;
- **нооменеджмент на микроуровне** – система управления в рамках конкретной компании, воплотившей адаптированный мировой опыт;
- **нооменеджмент на уровне личности** – самоменеджмент, который базируется на системных знаниях конкретного человека и приобретенном им опыте.

Проведя определенную стыковку уровней и аспектов, мы получаем девять основных функций нооменеджмента (см. табл. 1.1), раскрывающих его основное содержание.

Таблица 1.1.

*Основные функции нооменеджмента*

Три аспекта нооменеджмента	Три уровня нооменеджмента		
	<i>Макроуровень</i>	<i>Микроуровень</i>	<i>Личностный уровень</i>
<i>Нооменеджмент как наука</i>	Обобщение и пропаганда опыта лучших компаний	Адаптация мирового опыта к условиям конкретной компании	Овладение мировым опытом
<i>Нооменеджмент как система</i>	Разработка социальных стандартов	Разработка корпоративных стандартов	Разработка персональных стандартов
<i>Нооменеджмент как процесс</i>	Ноосферная политика	Корпоративная политика	Самоменеджмент

Таким образом, нооменеджмент – это разумный менеджмент, или такое управление, которое построено на принципах Разума, Гуманности и Веры. Именно с помощью этих трех великих сил, а также системно реализуя основные девять своих функций, нооменеджмент в состоянии сформировать ноосферу. Ноосфера еще пока не создана и существует лишь как голубая мечта, идеальная модель. И задача нооменеджмента – содействовать воплощению этой модели в жизнь.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУВШЭ, 2000. – 608 с.
2. Кассирер Эрнст. Избранное: Индивид и космос. М.; СПб.: Университетская книга, 2000, 654 с.

УДК 174+364.446+378

АВДЄСВ І.С., ст. викладач

м. Київ

## КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА КИЇВСЬКОГО ІНСТИТУТУ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

Враховуючи зростаючий рівень конкуренції між вищими навчальними закладами України, зокрема міста Києва, постає проблема підвищення їх ефективності діяльності, створення конкурентоспроможних програм розвитку на тривалу перспективу. В цьому зв'язку необхідно звернутися до теоретичних надбань світової економічної думки, практичного досвіду стратегічного розвитку провідних корпорацій.

Відомо, що визначальним фактором успіху провідних корпорацій є використання методів стратегічного управління, серед яких чільне місце займають методи формування корпоративної культури підприємства. Вважаємо, що створення відповідної концепції та методів формування корпоративної культури у вищих навчальних закладах є основою їх сталого розвитку в майбутньому.

Корпоративна культура – це система колективно поділених цінностей, переконань, традицій і норм поведінки працівників. Вона виражається в символічних засобах духовного й матеріального оточення людей, що працюють у даній організації.

Культуру організації характеризують наступні атрибути:

- поділені цінності, тобто що люди цінують у своєму житті, в організації: своє положення, титули, просування по службі, саму роботу;
- віра в керівництво, в успіх, у свої сили, у взаємодопомогу, в етичну поведінку, в справедливість і т. п.;
- комунікаційна система й мова спілкування, тобто використання усної, писемної, невербальної комунікації, абрєвіатури, жестикиуляції й т. п.;
- усвідомлення часу, ставлення до нього і його використання: ступінь точності часу в працівників, дотримання тимчасового розпорядку й заохочення за це;
- взаємовідносини між людьми, що розрізняються за віком і статтю, статусом й владою, досвідом й знаннями, релігією й громадянством, а також шляхи й методи вирішення виникаючих конфліктів;
- процес розвитку працівника й навчання: процедури інформування працівників, порядок участі в навчальних програмах, значення процесу підвищення кваліфікації, що використовується в організації;
- трудова етика й методи стимулювання: ставлення до роботи й відповідальність за доручену справу; поділ праці й виконання посадових обов'язків; оформлення і чистота робочого місця; якість роботи; оцінка роботи й винагорода; шляхи просування по службі;
- зовнішній вигляд, одяг, що і як їдять працівники, подання себе на роботі, діловий стиль.

Всі характеристики, взяті разом, формують організаційну культуру. Вони відображаються в традиціях, у поведінці людей, у їхньому зовнішньому вигляді, в манері спілкування, у їхніх діях і емоціях. Люди, що працюють в організації, формують її культуру, й у той же час культура впливає на поведінку людей в організації. Культура організації проявляється через уявлення про цінності, з них виводяться норми й правила поведінки, на основі яких, у свою чергу, формується конкретна поведінка працівників усередині й поза організацією. Поділені цінності формують у членів організації стандарти в діях і схожі почуття. Вони проявляються в матеріальних і духовних символічних речах: зовнішньому вигляді офісних приміщень, самих співробітників, у символах і фірмовому стилі, формах винагород і заохочень. Культура організації – це узагальнююча характеристика всієї організації загалом. Основні елементи культури організації це:

- цінності, соціальні установки;
- моральні принципи й ділова етика;
- методи мотивації працівників;
- організація праці й способи контролю;
- стиль керівництва;
- шляхи вирішення конфліктів;
- способи прийняття рішень;
- комунікації.

Культура проявляє себе різними способами, деякі з них чітко виражені, інші – важкозрозумілі. Багато про що говорить архітектура. Класичні фасади, мармурові холи офісів багатьох банків – данина традиціям, консерватизму, солідності й респектабельності. Показовим є рекламний та інформаційний матеріал, що випускає організація. Щорічні звіти, брошури, проспекти, каталоги несуть у собі інформацію про культурні цінності організації. Вони показують, на що орієнтовано компанію: на клієнта або на власні результати, які принципи лежать у її діяльності.

Культура організації – один з факторів конкурентоздатності комерційної організації; фактор успіху, ефективності діяльності, а часом і виживання. Культура організації стає все більшою мірою предметом турботи менеджерів усього світу. Культура організації – це складний феномен. У неї входять норми, принципи, правила, цінності, ідеали, мова, жаргон, історія організації, легенди, образи, символи, метафори, церемонії, ритуали, форми винагород і заохочень, розташування, будинок, оточення. У відмінності від національної культури, що носить досить інерційний характер, культура організації може значно змінитися

протягом нетривалого часу (місяці, роки). Методи формування позитивної культури організації, як правило, носять неформалізований характер, однак, незважаючи на це, є численні приклади потужної й цілеспрямованої зміни культури багатьох організацій. Сучасний період розвитку практики й теорії менеджменту все частіше називають “культурною революцією” в менеджменті.

Перенесення все більшого числа наукомістких і “персоналомістких” технологій залежить від наявності відповідної позитивної культури організації. Прикладами можуть слугувати масове виготовлення технічно складних виробів, високоякісні послуги, успішне функціонування урядових закладів.

Культура конкурентноздатних компаній має явно виражену орієнтацію на майбутнє. Більшість рішень приймаються в умовах високого ризику. Співробітники працюють ґрунтовно, обачно, обережно, з терпінням й цілеспрямовано. Вони змушені переборювати тривалий період невизначеності в умовах мінімального зворотного зв’язку або її повної відсутності. Ця культура розвиває ініціативу, творчість, а також колективізм і групову діяльність.

Таким чином, організація може формувати й змінювати її культуру двома способами:

- перетворюючи й демонструючи необхідні норми, цінності й принципи;

- формуючи й змінюючи “вторинні” ознаки культури (деталі реального життя в організації).

Перший спосіб може реалізовуватися через публічні заяви, виступи й особистий приклад, що свідчать про послідовний інтерес керівництва до первинних цінностей. Якщо щоденні дії менеджерів в організації відповідають цінностям, що заявлені ними, то це, безумовно, сприяє розвитку культури і її вдосконаленню. Керівники можуть відкрито виступати із заявами в засобах масової інформації і на спеціальних зборах, розкриваючи встановлені цінності. Останні не повинні бути секретом компанії або організації.

Другий спосіб припускає можливість через маніпулювання зовнішніми атрибутами культури організації впливати на базові припущення. В рамках цього способу відбувається створення й вироблення зразків поведінки, введення крок за кроком умов взаємодії людей.

Усвідомлення цього стало відправною точкою для Київського Інституту Бізнесу та Технологій та початком процесу формування концепції корпоративного розвитку.

Взаємозалежність та взаємовплив між ключовими елементами менеджменту організації ілюструє модель американської консалтінгової фірми МакКінсі “7S”. Вона включає 7 елементів – системи, стратегії, зв’язки, стиль, співробітники, навички, цінності.

## УДК 338.48

ANTONENKO I.

Dr IRENA PERSZKO, wykładowca

Zytomier

## TECHNOLOGIE INFORMACYJNE W TURYZMIE

Współczesna turystyka jest jedną z priorytetowych branż gospodarki narodowej, biznesu oraz kulturalnego życia kraju. Jednym z kierunków rozwoju turystycznej branży jest aktywizacją promowania regionalnego turystycznego produktu na wewnętrznym i międzynarodowym rynkach oferujących usługi turystyczne, podwyższenie jakości i skuteczności informacyjnej infrastruktury. Świadčeniem tego jest Dekret Prezydenta Ukrainy “O przedsięwzięciach dotyczących rozwoju turystyki i stref uzdrowiskowych Ukrainy”, a 2008 roku ogłoszony rokiem turystyki i stref uzdrowiskowych.

Celem naszego badania było przeanalizowanie sytuacji obecnej, dotyczącej wykorzystania technologii informacyjnych w branży turystycznej.

Wyniki najnowszych badań wskazują na szerokie wykorzystanie Web i HIS technologii (HIS – hotelowo – informacyjne systemy). Wprowadzenie ich w obieg odbywa się przez:

1. Stworzenie turystycznych Web-produktów, w szczególności, Narodowego turystycznego Web-portalu, turystycznych Web-stron w regionach, Web-stron turystycznych obiektów.

2. Stworzenie katastru turystycznych i rekreacyjnych zasobów.

3. Stworzenie rozmaitych geoinformacyjnych systemów turystycznego mianowania, m.in. HIS turystycznej infrastruktury na różnych poziomach (narodowych, regionalnych, lokalnych), HIS dla turystycznych ośrodków, HIS stref uzdrowiskowych, HIS osobnych turystycznych obiektów, tras turystycznych, HIS turystycznej infrastruktury magistrali samochodowych, dużych miast inne.

Wpływ informacyjnych technologii na rozwój turystyki jest ogromny, ponieważ jest wprost związany z podwyższeniem skuteczności pracy jak konkretnego organizatora wyjazdów turystycznych, tak i całego turystycznego biznesu w kraju.

Użycie komputerowych sieci, Internetu i technologii internetowych, programowe produkty automatyzacji wszystkich procesów biznesu turystycznego – wszystko to jest niezbędnym atrybutem współczesnego nadawcy usług turystycznych.

Użycie możliwości wymiany technicznej pozwala dziś szybko i małym kosztem ludzkich zasobów i czasu stwarzać i sprzedawać pakiety usług turystycznych konsumentom.

W dzisiejszych warunkach ekonomicznych - dużej konkurencji i gospodarki rynkowej – żadna udana turystyczna firma nie może pełnowartościowo rozwijać się i skutecznie postępować bez współczesnych automatyzowanych technologii informacyjnych.

Do niedawna ukraińska turystyka znajdowała się w izolacji od światowych tendencji rozwoju. Dzisiaj Ukraina przeżywa etap stopniowej zmiany z papierowo-ręcznej metody pracy na metody zarządzania z zastosowaniem automatyzowanych technologii informacyjnych. Dla większości agencji turystycznych Ukrainy (około 60%), wprowadzenie ATI zarządzania jest bardzo ważnym elementem dla udanego rozwoju biznesu.

Automatyzacja procesów planowania, ewidencji i zarządzania głównymi kierunkami działalności agencji turystycznej – to ogólne właściwości TI agencji turystycznych.

Tendencją ostatnich lat w rozwoju międzynarodowego turystycznego przemysłu stało się użycie **systemów optymalizacji zysków (systemów zarządzania taryfami)**.

Informacyjny technologiczny postęp wyprzedza oczekiwania agencji turystycznych w długoterminowej adekwatności wprowadzonych ATI. Jeżeli wcześniej agencje turystyczne zmieniały technologiczne oprogramowanie średnio co 5–8 lat, to dziś cykl skrócił się do 3–4 lat, i taka tendencja trwa dalej. Według badań przeprowadzonych na Zachodzie firmą Microsoft, 60–70% wszystkich agencji turystycznych w ciągu najbliższych pięciu lat wykupią nowe systemy informacyjne zarządzania agencją turystyczną.

W warunkach niestabilności i codziennych zmian w różnych sferach naszego życia niezbędną właściwością agencji turystycznej występuje jej zdolność ku szybkiej adaptacji. Skutecznym rozwiązaniem tego zadania jest stworzenie tak zwanych Centrum Informacyjnych.

Centrum Informacyjne – to skomplikowany kompleks, podstawą którego jest komputerowy system informacyjny, orientowany na osiągnięcie następujących celów:

- monitorowanie stanu turystycznego kompleksu i sytuacji wokół niego;
- analiza operatywna;
- ujawnienie, identyfikacja i ocena niesprzyjających zmian stanu agencji turystycznej (potencjalnych niebezpieczeństw i gróźb interesantom i inne);

- podtrzymanie podjęcia operatywnych i strategicznych decyzji dla zarządzania agencją turystyczną z pełnym uwzględnieniem zmieniających się warunków i czynników jej stanu.

Działalność Centrum Informacyjnego jest skierowana na podwyższenie skuteczności zarządzania branżą turystyczną.

W światowej praktyce Centrum Informacyjne zabezpiecza monitoring stanu agencji (ekonomiczny, wytwórczy) turystycznej, pracę wszystkich działów, które uczestniczą w przygotowaniu ewentualnych możliwości operatywnych i strategicznych decyzji.

Centrum Informacyjne wchodzi do struktury zarządu agencji turystycznej i podporządkowuje się technicznemu dyrektorowi. Ogólnie centrum składa się z technicznych współpracowników, którzy zabezpieczają podtrzymanie i informacyjne zapewnienie różnych służb i działów agencji turystycznej. Do ich obowiązków wchodzi:

- obsługa i techniczne podtrzymanie automatyzowanego informacyjnego systemu;
- kontrola informacji wchodzącej;
- zapewnienie łączności, oprogramowanie;
- operatywne zarządzanie personelem agencji turystycznej;
- rejestracja i zarządzanie informacją agencji turystycznej;
- obsługa serwera, poczty elektronicznej i zapewnienia łączem z Internetem;
- obsługa i podtrzymanie w stanie roboczym techniki komputerowej;
- obsługa produktów programowych, podtrzymanie i prowadzenie niezbędnych baz danych;
- ujawnienie zadań w zakresach działalności różnych działów agencji turystycznej i administracji dla późniejszej jej automatyzacji, projektowania późniejszych kierunków rozwoju systemu informacyjnego;
- opracowanie i ponawianie oficjalnej web-strony agencji turystycznej;
- wprowadzenie technologii informacyjnej w praktyce, stworzenie i ponawianie bazy danych;
- pomoc doradcza dla współpracowników do spraw użycia informacyjnych technologii w ich pracy;
- programowo-techniczna obsługa sieci komputerowej;
- przekazanie informacji, realizacja bieżącej obserwacji, analiza informacji i przedstawienie wyników kierownikowi działu.

Wprowadzenie TI w działalność agencji turystycznej powinno być celowym i ekonomicznie uzasadnionym. Współczesne badania proponują analizę pozytywnych stron wprowadzenia w praktykę pracy agencji turystycznej automatyzowanego systemu informacyjnego zarządzania.

**Przewagi marketingowe.** Obniżenie długotrwałości operacyjnego cyklu pozwala agencji turystycznej skrócić terminy nadania usług i zabezpiecza możliwość szybkiego reagowania na zmiany popytu. Przy czym powiększa się ilość usług, które nadaje agencja turystyczna oraz ulepszenia ich jakości.

Інформаційний систем агенції туристичної дозволяє в короткому терміні вилінувати з асортименту послуги жле реалізується, відчуває зміну уподобань клієнтів. Впровадження автоматизованого систем інформаційного дозволяє скоротити кошти на працівників в прибуванні на 30%.

Стверджує, іж впровадження систем інформаційного отворяє можливості до ефективного розвиршення головних завдань бізнесу туристичного. Експлуатація систем дозволяє агенції туристичної реалізувати програми przechowywania zasobów przez obniżenie eksploatacyjnych kosztów на утримання систем зв'язку, уникнути великих обтяжень, збільшити ефективність праці, покращити якість послуг, виконуваних праці і забезпечити навчання працівників агенції туристичної.

Всередине це підтверджує актуальність застосування технологій інформаційних в умовах розвитку

стосунків ринкових, координації наукової і практичної діяльності в галузі сучасних технологій інформаційних.

#### LITERATURA

1. Бурач Л.Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: Навч.-метод. посібник для самост. вивчення дисципліни / Київський національний економічний ун-т. – К.: КНЕУ, 2002.
2. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: Навч.-метод. посіб. для самост. вивчення дисципліни / Київський національний економічний ун-т. – К.: КНЕУ, 2000.
3. Карпов А.В. Психологія менеджмента: Учеб. пособие для студ. вузов. – М.: Гардарики, 2003.
4. Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку: Навч. посіб. для студ. екон. спец. вузів. – К.: Знання, 2001.
5. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг. М.: изд-во "Теис", 2002.
6. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. – М.: ЮНИТИ, 2003.

#### УДК 338.48

БЕРЕЗЮК О.

Наук. керівник: ЄФІМЧУК Н.І.

### МАРКЕТИНГ У СФЕРІ ЕКСКУРСІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Узагальнено маркетинг визначають як систему організаційних, технічних і фінансових заходів по інтенсифікації збуту продукту, яка спрямована на підвищення конкурентоспроможності фірми, отримання максимального прибутку на основі виявлення попиту і задоволення індивідуальних потреб кожного споживача.

В організації господарської діяльності підприємства маркетинг являє собою комплекс певних функцій, які здійснюються адміністрацією компанії з метою розширення ринку збуту її продукту й послуг.

Зважаючи на сутність діяльності в сфері гостинності, туризму, екскурсійного обслуговування, організації відпочинку, розуміння маркетингу включає систему управління та організації діяльності підприємств, які надають окремі послуги (розміщення, харчування, організація дозвілля тощо) або їх комплекс, щодо розробки нових, більш ефективних видів туристично-екскурсійних послуг, їх виробництва та збуту з метою отримання прибутку на основі підвищення якості продукту (послуг) і врахування процесів, які відбуваються на світовому туристичному ринку.

Враховуючи важливе суспільне значення екскурсійної діяльності в контексті реалізації розширеного відтворення сил людини й задоволення її духовних потреб, можна сказати, що в кінцевому результаті зміст маркетингу у сфері екскурсійного обслуговування як складової рекреації і туризму – створення певного життєвого стандарту.

Основна мета маркетингу в екскурсійній справі – цілеспрямований вплив на формування потреб, по-

питу, цін, сегментацію ринку, розвиток асортименту екскурсійних послуг, їх просування, реклами і збут.

Класично цілі маркетингу рекреації, туризму й відповідних сфер обслуговування поділяються на три складові:

- 1) збереження та захист традиційного ринку (клієнтури);
- 2) вихід, розширення діяльності й закріплення на новому ринку;
- 3) зменшення впливу сезонності.

Досягнення мети та вирішення завдань маркетингу забезпечує практична реалізація функцій маркетингу, що в контексті надання екскурсійних послуг інтегруються як:

- 1) створення продукту та послуг (екскурсій) для подальшої пропозиції клієнтам;
- 2) просування екскурсійного продукту та послуг на ринку, реклама;
- 3) збут, організація прямого (персональних) продажу (заклучення договорів безпосередньо з клієнтами);
- 4) створення прибутку.

В будь-якій сфері господарської діяльності маркетинг починається з усвідомлення мети, заради якої створено корпорацію – її місії та впровадження корпоративної філософії. Місія відбиває значення функціонування підприємства загалом для суспільства. Але – це не просто набір гарних слів, які красиво надруковані та вставлені в рамку, щоб прикрасити кабінет президента компанії та формально ілюструвати освітченість підприємця щодо суспільної ролі компанії. Місія повинна повсякденно втілюватися в життя фірми.

Екскурсійні послуги мають ознаки, які притаманні будь-яким іншим послугам:

- Невідчутність. На відміну від матеріальних товарів послуги неможливо відчутити на смак, дотик, побачити в момент купівлі. Перед тим, як пройти маршрутом екскурсії у супроводі екскурсовода, екскурсант має лише квиток (квитанцію, касовий чек) – тобто своєрідну обіцянку бюро обслуговування, що він змістовно й цікаво проведе час, побачить надзвичайні красоти місцевості, або познайомиться з видатними творами минулого.

Той, хто придбав якусь послугу, нічого не забирає із собою в руках, але багато утримує в своїй пам'яті. Своїми спогадами, згадками про відчуття, новими цікавими відомостями (ілюструючи їх фотографіями, листівками або сувенірами) людина може поділитися з іншими.

- Нерозривність виробництва й споживання. Екскурсійне обслуговування не можливе без того, що в певному місці і в певний час екскурсовод і клієнт (екскурсант) знаходяться разом.

Не тільки екскурсовод, але й клієнти мають знати про обов'язкові умови надання послуги (наприклад, до "Айя-Софії" у взутті заходити не можна). Отже, принцип нерозривності передбачає, що екскурсійне бюро управляє екскурсоводами, а ті – екскурсантами, їх поведінкою.

- Неможливість зберігання. Послуги не можна складувати. Можна розробити безліч екскурсійних маршрутів і підготувати широкий асортимент екскурсійних тем, але ж поки не буде реального споживача, всі вони так і залишаться у вигляді методичних матеріалів.

Щоб забезпечувати стабільність функціонування на ринку, бюро екскурсійного обслуговування має гнучко співвідносити свої можливості й поточний попит, оскільки втрати від незагребуваності компенсувати неможливо. Саме тому в сфері послуг, в тому числі екскурсійних, дуже поширена вимога передплати за послуги.

Крім особливостей, характерних для будь-яких інших послуг, організатори екскурсійної справи мають зважати й на інші специфічні ознаки:

- комплексний характер обслуговування, взаємодоповнюваність та взаємозамінність елементів послуги (частина екскурсії може проходити в автобусі, а частина – бути пішохідною);

- невід'ємність відтворення властивих рис певної місцевості й специфічного місцевого колориту в будь-якій екскурсії;

- сезонність (ритмічність процесу виробництва підвладна коливанням попиту, які визначаються циклами життєдіяльності: добовим, тижневим, річним);

- неоднорідність та мінливість якості, вимоги до якої формуються на світовому рівні, й на сучасному етапі суспільного.

Володіння методологією розроблення екскурсії ще не означає успішного виведення на ринок і продажу екскурсійного продукту. Для успішного функціонування заклади екскурсійного обслуговування мають воло-

діти прийомами управління наявним асортиментом екскурсій та інноваційним екскурсійним продуктом в умовах мінливих смаків, технологій, конкуренції тощо.

Якщо зважати на той факт, що вимогою екскурсійного методу є творчий підхід до пізнання навколишнього світу і постійне оновлення, актуалізація інформації та матеріалів, під "новим продуктом" пропонується розуміти оригінальні, покращені й модифіковані продукти (екскурсії), які з'являються в результаті зусиль методичного відділу (секції) екскурсійного бюро.

Традиційно методичну роботу в екскурсійній справі визначають і як комплекс заходів, спрямованих на розробку (підготовку) нових екскурсій, забезпечення їх належного якісного рівня, найбільш досконалої методики й техніки проведення. Ринкове середовище вимагає від керівництва закладу екскурсійного обслуговування зважати на ризик невдачі при запровадженні нового продукту. Вирішенням цієї проблеми, з одного боку, є чітке планування методичної роботи й випуску на ринок нових продуктів.

З іншого боку, слід враховувати, що всі товари й послуги проходять відповідні стадії життєвого циклу (запровадження, розвиток, ріст, зрілість, спад).

Таким чином, сучасне розуміння методичної роботи в екскурсійній справі охоплює систематичний, постійний, регулярний процес розробки інноваційного вдосконалення наявного асортименту екскурсійних послуг, який відповідає кон'юктурі ринку.

У такому розумінні методична робота в екскурсійній справі по суті є невід'ємною складовою маркетингової діяльності, оцінити відповідність якої реальній ринковій ситуації дозволяють різні методи маркетингових досліджень, найпопулярнішим з яких є інтерв'ю (вибіркове, індивідуальне, репрезентативно-групове).

"Метою бізнесу є створення споживачів. Це робить маркетингову концепцію перспективною, оскільки за відсутності клієнта не буде й доходу. Якщо немає доходу, не буде й прибутку. Навіть, якщо менеджери визначають прибуток як головну мету бізнесу, це не так. Головною метою тих, хто діє в бізнесі, є створення клієнтів та задоволення їх бажань", – так характеризує завдання маркетингу відомий спеціаліст Пітер Друкер. Що ж стосується сфери гостинності, туризму, організації екскурсійного обслуговування, то слід додати: необхідно працювати так, щоб клієнт знову прийшов до вас.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Шолохов В.Н. Організація і проведення екскурсій – М.: Профиздат, 1985. – 245 с.
2. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг – К.: Альт прес, 2002. – 86с.
3. Лурович А.П., Копанєв А.С., Маркетинг в туризмі. – М.: Економпрес, 1998. – 400 с.
4. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гос-тепримство. Туризм. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 410 с.
5. Чагайда І.М., Грибанова С.В. Екскурсознавство: навч. пос. К.: 2004. – 240 с.

УДК 338.48(477+620)

БОВА М.

*Научн. руководитель: НОВИКОВА Н.А., к.пед.н.*

г. Киев

## УКРАИНА – ЕГИПЕТ: ОСНОВНЫЕ СТРАТЕГИИ СОТРУДНИЧЕСТВА НА МЕЖДУНАРОДНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

С 9 по 10 апреля 2008 года состоялась встреча В. Ющенко с Президентом Египта Хосни Мубараком, которая укрепила и дала значительный потенциал развития партнёрских отношений в сфере туризма между Украиной и Египтом.

Сотрудничество Украины с Египтом началось еще во времена Советского Союза. В основном это была совместная деятельность в военной области. Кроме того, специалисты из Советского Союза и Украины в частности, помогали в строительстве Асуанской плотины – это было технологическое сотрудничество. Что касается нынешнего времени, то сейчас между Украиной и Египтом прекрасные отношения. На сегодня между ними действуют 44 межгосударственные, межправительственные и межведомственные соглашения в торгово-экономической, научно-технической, образовательной, туристической сферах.

Сотрудничество Украины и Египта в области туризма является одним из наиболее перспективных направлений двусторонних отношений. 16 октября 1995 года Государственный комитет Украины по туризму и Министерство туризма Арабской Республики Египет руководствуясь желанием развивать и укрепить сотрудничество в сфере туризма между обеими странами, с целью создания благоприятных условий для развития международных туристических связей, как фактора сохранения и углубления дружеских отношений между государственными органами, которые действуют в сфере туризма, национальными, региональными и другими туристическими организациями, подписали двустороннее соглашение “О сотрудничестве в сфере туризма между Государственным комитетом Украины по туризму и Министерством туризма Арабской Республики Египет”.

По этим соглашениям страны должны развивать и укреплять сотрудничество в сфере международного туризма, способствовать упрощению пограничных формальностей и въездных процедур для туристов двух стран с учетом действующих законов. Так же Украина и Египет намерены способствовать обмену специалистами государственных органов туризма, туристических и транспортных предприятий, гостиниц, ресторанов и других производителей туристических услуг.

К наиболее существенным преимуществам египетского направления на украинском туристическом рынке относятся как его доступность в течение всего года, так и оптимальное соотношение высококачественного сервиса и цен на предлагаемые услуги.

В Украине преобладает выездной туризм. Большинство украинских туристов предпочитают поездки в первую очередь на массовые направления, к таким направлениям и относится Египет. Чартер в Египет летает не только из Киева, но и из всех городов, где есть аэропорты. За неделю выполняются десятки рейсов. 20 сентября 2007 года на пресс-конференции в УНИАН генеральный директор фирмы-туроператора “Karya tour” отметил, что по итогам 2006 года емкость рынка туристических услуг на египетском направлении превысила 140 млн. долл., то есть Египет посетило 180 тыс. туристов. А в период с января по июль 2007 года Египет посетило уже 120–130 тыс. украинцев, это говорит о том что емкость рынка значительно возрастает. Так же генеральный директор сообщил, что в сезон (октябрь-июнь) 2008 года компания “Karya tour” намерена увеличить количество чартерных авиарейсов в Шарм-эль-Шейх, Хургаду и Каир до 11-ти в неделю. Таким образом, компания планирует увеличить количество своих клиентов. Следует отметить, что по данным Государственной пограничной службы Украины, в 2006 году Египет посетило 180 тыс. 45 граждан Украины, что на 53,9% больше, чем в 2005 году. По темпам прироста Египет по популярности у украинских туристов занимает второе место после Турции. К концу 2007 года количество украинских туристов посетивших Египет составило примерно 380 тысяч человек. Есть много причин, по которым украинцы желают отдыхать в Египте. Это не только культурное наследие, хорошая погода и море. Украинцы и египтяне очень хорошо контактируют между собой. Приезжая, например, на Красное море в Египет, можно увидеть, что египтяне гостеприимны и доброжелательны, официанты очень хорошо говорят по-русски, и готовы предоставить всё для удобства и комфортного отдыха.

Экономические показатели в Египте улучшаются, что дает возможность вовлекать трудовые ресурсы в новые проекты. Туризм является одной из наиболее важных отраслей, поэтому на его развитие направлены все силы. С появлением новых рабочих мест, появляется необходимость в привлечении в туристическую индустрию молодых и способных специалистов. Благодаря сотрудничеству Украины с Египтом, существует возможность украинских студентов учиться и работать на туристическом рынке в Египте. Некоторые туристические компании Украины, такие как “APTRAVEL” и “KARYA TOUR”, предоставляют возмож-

ность способным студентам проходить стажировку, и дальнейшую работу, в гостиницах и ресторанах Египта.

Партнерские отношения между Египтом и Украиной постепенно достигают наиболее высокого уровня. Это проявляется в том, что многие украинские туристические компании, начинают всё больше специализироваться на поездках в Египет – как одном из ведущих направлений. Крупнейшие туроператоры, такие как "САН", "Гамалия", "KARYA TOUR", "Эльма" и др., предлагают туристам уникальные поездки в Египет. В последнее время перспективными туристическими регионами, куда отправляются отдыхать большинство туристов, являются Каир, Шарм-Эль-Шейх и Хургада.

Каир – столица Египта, самый крупный городок не только страны, но и всей Африки. В нем сконцентрированы достижения культуры всех шести тысяч лет египетской цивилизации. Безусловный интерес вызывает у туристов Египетский музей, который находится в центре Каира. В огромном здании собрана богатейшая в мире коллекция археологических находок, относящихся к древнеегипетской цивилизации: более ста залов и галерей содержат около 150 тысяч бесценных экспонатов. К Каиру относят также Гизу – город, который с течением времени практически слился со столицей. Именно в Гизе находится величайшее древнеегипетское наследие – Пирамиды и Большой Сфинкс. Туристы стремятся попасть сюда снова и снова: ощутить аромат экзотики и энергию восточного базара, познать величие Гизы и тайны древнеегипетской цивилизации.

Шарм-эль-Шейх – в переводе означает "царский залив" и имеет репутацию самого престижного курорта из морских курортов Египта.

На берегу просторной бухты Наама построено два десятка первоклассных отелей и туристических деревень, где все создано для отдыха и занятий спортом. Особенно высоко Шарм-эль-Шейх ценят любители подводного плавания. Поблизости там находится на-

циональный парк Рас-Мухаммед, которому нет равных в Северном полушарии по количеству и качеству кораллов и морской флоры и фауны. В Шарм-эль-Шейхе немало других развлечений: теннисные корты и джакузи, тренажерные залы и мини-гольф клубы, скаковые лошади и виндсерфинг, парашюты, водные мотоциклы и многое другое.

Хургада когда-то представляла из себя рыбацкий поселок, теперь же Хургада превратилась в процветающий городок, почти целиком посвященный туризму. Курортные отели, протянувшиеся на несколько километров к югу и северу от города, выходят на ухоженные песчаные пляжи, оснащенные всеми удобствами. В городе есть океанариум, можно взять напрокат катер для поездки к островам и рифам и погрузиться в кристально-чистую воду, наслаждаясь богатством красок подводного мира.

С каждым годом всё больше украинских туристов едет отдыхать в Египет. Поэтому сотрудничество Украины и Египта является очень важным и направлено на дальнейшее усовершенствование, которое, вне сомнения, положительно обозначится на общем развитии туризма, как в глобальном масштабе, так и для каждой страны отдельно.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Угода "Про співробітництво в сфері туризму між Державним комітетом України по туризму та Міністерством туризму Арабської Республіки Єгипет".
2. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник для вузов. – К, 2002.
3. Воскресенский В.Ю. Международный туризм. Инновационные стратегии развития: Учебник для вузов. – М., 2007. – 160 с.
4. <http://www.tourism.gov.ua/>
5. <http://www.sam.ua/>
6. <http://karyatour.com.ua/>
7. <http://aptravel.com.ua/>
8. <http://www.hamalia.ua/>

#### УДК 339.372.8

ГОРОДЕЦЬКА М.О., к.е.н.

м. Ніжин

#### ПРИРОДА ФІРМИ

Саме таку назву має знаменита стаття американського економіста Рональда Коуза, лауреата Нобелівської премії з економіки 1991 р., яка вийшла ще в 1937 р. Вже тоді Р. Коуз дав відповідь на такі актуально-болючі для ринкової економіки питання, як: чому поряд зі стихійним порядком, що притаманний ринковому господарству, виникають і успішно функціонують фірми, які використовують ієрархічний принцип організації; що визначає їхні розміри та кількість в економіці; навіщо взагалі потрібна ієрархія?

Центральну роль у запропонованій теорії Р. Коуз відводить поняттю "трансакційні витрати". Діяльність

фірми пов'язана з виробничими витратами. Проте, окрім витрат, які безпосередньо відносяться до виробництва, фірма здійснює й невиробничі витрати. Вони виникають у процесі господарської діяльності й включають витрати на підготовку угоди та її подальшу реалізацію. Такі витрати отримали назву трансакційних витрат (від лат. *transactio* – угода). Дійсно, з метою здійснення угоди фірмі необхідно:

- 1) обрати потенційних партнерів, зібрати дані щодо них (інформаційна складова витрат);
- 2) впевнити їх у вигідності здійснення угоди (весь комплекс маркетингових і рекламних зусиль);

3) провести перемовини, скласти угоду (витрати на безпосереднє укладання угоди);

4) забезпечити гарантії виконання угоди (витрати не обов'язкового виконання угоди).

Трансакційні витрати складають значні суми. Вважається, що в США та країнах Західної Європи на покриття трансакційних витрат у сучасних умовах виділяється до 50 % вартості вироблених товарів і наданих послуг. Підрахунків по Україні, на жаль, немає. Проте не підлягає сумніву той факт, що в умовах погано організованого ринку, низької договірної дисципліни, дефіциту комерційної інформації, слабкого правового забезпечення угод вони екстремально великі.

Значні розміри трансакційних витрат пов'язані з тим, що проблема реалізації в ринковій економіці за умови обмеженості попиту є досить складною. Дорогим, хоча й меншою мірою, аніж організація збуту, є і пошук необхідних ресурсів. Крім того, завжди існує ймовірність обману, викривлення інформації щодо споживчих властивостей товарів та їх реальної цінності, недобросовісності контрагента.

Фірма й ринок – альтернативні способи економічної організації. Виробництво може бути організоване децентралізовано, за допомогою суто ринкових відносин, але можливе використання й ієрархічного принципу організації всередині однієї фірми.

Наприклад, автомобільні компанії за звичай самостійно розробляють дизайн машини. Це – ієрархічне рішення: працюючи у фірмі дизайнери реалізують наказ директора щодо розробки дизайну автомобіля, який би відповідав характеристикам, що були визначені керівництвом фірми. Проте відомі й реальні приклади замовлення проекту за межами фірми. Тут спостерігаються прояви стихійного порядку: фірма купує на ринку готовий

проект дизайну, не займаючись особисто його розробкою. Якщо в першому випадку підприємство організує реалізацію проекту а, отже, повинно слідкувати за якістю, термінами й вартістю його здійснення, то в другому – все це забезпечується стихійними силами ринку. Конкуренція між незалежними дизайнерами у відповідності до принципу “невидимої руки” змушує їх намагатися найкращим чином задовольнити вимоги замовника.

Вочевидь, в умовах ринку вибір конкурентного способу економічної організації визначається розмірами трансакційних витрат, які відповідають кожному з цих способів. Фірми (ієрархічний шлях) виживають у тих умовах, коли трансакційні витрати всередині фірми нижчі аналогічних ринкових витрат. У протилежному випадку перемагає стихійний порядок.

На практиці в різних сферах економічного життя перевагу отримує то один, то інший спосіб економічної організації. Так, аудиторську перевірку своїх бухгалтерських книг жодна фірма не робить особисто. І, навпаки, таємні комерційні проекти ніколи не довіряють стороннім, доручаючи їх здійснення своїм перевіреним співробітникам.

В цілому ж факт найпоширенішого розповсюдження фірм у ринковій економіці свідчить про значне зниження трансакційних витрат за рахунок використання всередині підприємства ієрархічних способів організації. Інакше фірми ніколи б не стали панівною організаційною формою виробництва.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика: Пер. с англ. – М.: Дело ЛТД, 1997. – С. 231–251.
2. Хайман Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. В 2-х т.: Пер. с англ. – М.: Финансы и статистика, 1992. – Т.2. С. 267–323.

#### УДК 659.11

ГРЕНЕВСКАЯ Н.

Науч.руководитель: АВДЕЕВ И.С., ст. преподаватель  
г. Киев

### РЕКЛАМНЫЙ ОБРАЗ: УМЕНИЕ ЯВЛЯТЬ

Заполняя пространство яркими красками и метафоричными образами, реклама с каждым днём все увереннее заявляет о себе, как о создателе и апологете потребительских предпочтений, то есть берёт на себя социальную роль управления потреблением. Наряду с коммерческой, свое развитие получила имиджевая и политическая реклама, международная реклама и паблик рилейшнс. Сложились крупные научные и практические центры, разрабатывающие аспекты рекламы и рекламного бизнеса. Собственно, появился новый социальный институт. Ключевое звено этой системы – рекламный образ, некий “трансмиссивер”, активно действующее

“вещество”, вовлеченное во все связи (коммерческие и общественные) между Товаром и Потребителем. Рекламный образ – это продукт рекламы, результат интеллектуальной работы и творчества, синтез визуальных, звуковых и текстовых форм, воплощенный в материальные объекты (ролик, постер, статья... и т.д.).

С развитием рекламы эволюционировал и рекламный образ. В 1947 году Дж. Лунд вывел свою знаменитую формулу создания рекламы: AIDA – внимание, интерес, желание, действие. Эта формула выражала последовательность воздействия рекламы на потенциального потребителя (а, следовательно, и её задачи):

1. привлечь внимание;
2. вызвать интерес;
3. способствовать появлению желания приобрести товар;
4. спровоцировать конкретные действия.

Жизнь очень быстро показала, что реальность не совсем вписывается в такую схему. Реклама не только привлекает внимание, но и вызывает внутренний протест, а появление желания приобрести товар далеко не всегда приводит к покупке. Далее, поиск рекламистами уникальных сторон товаров и марок, незабываемых и рефлексивных ассоциаций захлебнулся в растущем, как снежный ком, количестве моделей и серий. К тому же стало очевидно, что достоверность не может быть образной, а образность отражать истинное положение вещей. Ситуация оказалась не простой. Однако выход был найден. Рекламный образ дистанцировался от рекламируемого предмета, стал более абстрактным, а вместе с тем и более независимым. Отныне ставка делалась не на убедительность, а на образность. Чем сложнее и многофункциональней становилась реклама, тем более “живописней” становился рекламный образ, вплоть до появления грандиозных рекламных шоу. Образная реклама пришлась как нельзя кстати. В её супергибкости почувствовался невероятный потенциал.

Обратимся к *семантике рекламного образа*. Мартин Хайдеггер считал, что только в сфере искусства и языка бытие может непосредственно оповестить о себе, то есть только через образ человек открывает действительность. Именно сфера искусства и языка активно вовлечена в создание рекламы. Однако, в отличие от образа в искусстве, в рекламном образе “проекция действительности” очень слаба. Образ этот по определению вторичен и скуден. Это образ образа: дизайнер-проектировщик создает образ вещи, следом дизайнер-рекламист создает образ рекламы этой вещи. И, хотя реклама апеллирует к интеллекту, чувству и морали, такое обращение носит сниженный, регрессивный характер.

“Универсальное” рекламное послание состоит из трёх элементов: цвета, изображения и субтитра – некой смысловой триады. Цвет – самая простая составляющая. Достаточно знать физическое воздействие цвета на психику, и уже можно умело этим пользоваться. Так, например, “профессиональная гамма” аптекарей – болеутоляющий зеленый и антисептический голубой; подходит и оранжевый: он не влияет на кровяное давление. Если же овладеть языком цвета, то через него можно выразить молодежный максимализм или подчеркнуть консервативность, сделать образ нежным или вульгарным. С изображением дело обстоит сложнее. Что это будет: фотография или рисунок? Если фотография, то портрет или сценка, а если рисунок, то какой стиль? Будет одно изображение или несколько... Цвет и изображение в

рекламном образе имеют известную долю автономии, поскольку это производные искусства. Венчает рекламное послание субтитр, который трактует цвет и изображение. Без него “картинка” не читается как реклама, она живет другой жизнью. Согласитесь, что портрет девушки с очаровательной улыбкой может быть истолкован десятками значений. Только определенное словесное или текстовое объяснение увиденного окончательно формирует рекламный образ. Значит ли это, что субтитр – главная составляющая рекламного образа? Да, он доминирует над “картинкой”, а вернее подавляет ее, итак не большую, изобразительную свободу, но без изображения и цвета смысл субтитра становится сильно ущемленным и малопривлекательным, а иногда просто непонятным.

#### **Приемы, используемые при создании рекламного образа**

Рекламный образ – средство визуальной коммуникации, несущее новую для потенциального покупателя информацию о продукте, при этом образ может являться функциональной разновидностью рисунка.

Каждому ясно, что картинка воспринимается гораздо быстрее, чем текст. Действительно, в буквы надо вчитаться, сложить их в слова и понять, какой смысл эти слова в себе несут. С картинкой все проще.

Смысл рекламного послания – в представлении потребителю соответствия товара или услуги его (потребителя) ожиданиям, вызывающем у потребителя устойчивую положительную реакцию узнавания данного товара или услуги. Адекватность рекламного образа потребительским ожиданиям базируется на трех китах. Имя им: Лень, Страх и Удовольствие.

Действительно, человек делает что-либо по трем причинам. Либо ему хочется чего-то избежать активно (страх), либо пассивно – (лень), либо – получить (удовольствие)! На уровне интересующих нас потребностей – потребностей, удовлетворяемых при участии коммерческой рекламы, – иная мотивация невозможна.

Этим и необходимо пользоваться при создании рекламного образа. Вы не просто рекламируете товар или услугу. Вы не заставляете человека приобретать что-либо. Вы находите в товаре то, что удовлетворяет глубинную потребность представителя целевой группы, а потом – способ подачи, наилучшим образом соответствующий представлению потребителя о собственных потребностях! Вот это то и есть наиболее адекватный в данных условиях – идеальный – образ.

Чтобы иметь хорошую продающую силу образ должен быть емким. То есть в образе должно быть как можно меньше смысловых нагруженных деталей. Поэтому что человек запоминает то, что зацепил его взгляд,

брошенный на рекламу и если, бросив первый взгляд, он не увидит ничего запоминающегося или примечательного для себя, то второй раз он смотреть просто не будет. Следовательно, в рекламном образе должно быть минимум деталей и максимум смысловой нагрузки.

### Удачные рекламные образы

В XX веке появились известные рекламные образы, которые имели мощный резонанс на рынке. Многие из них родились в одном рекламном агентстве: Leo Burnett Co (США), специализация которого – разработка брендов на основе популярных персонажей. Самый эффективный образ всех времён – Ковбой Мальборо – результат их работы.

#### Ковбой Мальборо

Ковбой Мальборо, для всего мира представляет собой образ “главного” американского ковбоя. Это – самый сильный бренд двадцатого века и самый мужественный рекламный образ, с помощью которого Мальборо стали самыми продаваемыми сигаретами в мире. Даже рекламщики, которые на дух не переносят табачную промышленность, соглашались, что Ковбой Мальборо имел непревзойдённый успех в роли маркетингового инструмента для продажи сигарет компании Phillip Morris. В пятидесятые годы, когда всё начиналось, сигареты с фильтром воспринимались как продукция для дам, и Лео Бурнетт создал мачо-символ, чтобы сигареты покупались мужчинами. Образ ковбоя мгновенно ассоциируется с мифической страной Мальборо, мифическим американским ковбоем и маркой сигарет №1.

#### Рональд МакДональд

Рональд МакДональд, клоун с потрясающими способностями, использовал своё волшебство на благо *McDonald's* с самого своего появления в 1963 году, когда впервые был представлен вашингтонским владельцем *McDonald's* Оскаром Гольдстейном. Он помог *McDonald's* стать доминирующей сетью ресторанов быстрого питания во всём мире. Он обладает одним из самых важных качеств эффективного коммерческого персонажа: он не продаёт что-то для *McDonald's*, он и есть *McDonald's*. Его имя связано с крупной благотворительной организацией *Ronald McDonald Foundation*. Рональд снимался в фильмах и даже танцевал с *New York City Rockettes*. Его лицо знают 96% американских детей. Зелёный Великан (*The Green Giant*) – овощи *Green Giant*

#### Кролик Energizer

Специалисты по маркетингу называют Кролика *Energizer* “лучшей демонстрацией товара” за то, что он в изобретательной и свежей манере эффективно отражает позицию продукта – долгоживущие бата-

рейки. Кролик стал символом долгожительства, настойчивости и целеустремлённости. Кролик, воплощённый в жизнь *Chiat/Day*, на самом деле продолжение идеи одного из сюжетов, разработанного для *Energizer DDB Needham Worldwide*, в котором розовые кролики с барабанами воевали с игрушками на батарейках главного конкурента *Duracell*. *Chiat/Day* запустили рекламную серию, где пародии на сюжеты других продуктов прерывались крутым розовым кроликом, который работал, работал и работал.

#### Мальчик из теста

В середине шестидесятых, Руди Перц, арт-директор агентства Бурнетта, сидел за столом на кухне и представил себе пухлого человечка из теста, выскакивающего из упаковки замороженных булочек. С тех пор *Pillsbury* использовала этого человечка более чем в 600 рекламах 50 своих продуктов. Сначала Перц представлял себе Его Величество Тесто анимированным персонажем, но затем передумал. Было решено сделать объёмную куклу из глины за довольно крупную тогда, 34 года назад, сумму – 16 000 долларов. Мальчик из теста сразу понравился потребителям. Его круглое тело и фирменный тычок в живот завоевали ему признание как среди взрослых, так и среди детей. Когда *Pillsbury* выпустила в продажу куклу Мальчика из теста, игрушка стала настолько популярной, что *Playthings Magazine* в 1972 году назвал её “Игрушкой года”.

#### Заключение

Человек конца XX века вряд ли всё так же рад индивидуальной свободе, как мечтатели начала столетия. Вместе с ней пришло социальное одиночество, а общественные связи осуществляются всё более и более опосредованно – через приобретение вещей и услуг. В системе общества потребления реклама играет не простую и не однозначную роль. К рекламе можно относиться по-разному. И, конечно же, реклама не зовёт к “великому”. Но не будем забывать, что она одно из проявлений демократии, где на смену битвам идей пришла экономическая конкуренция. Воздействие рекламного образа кажется детской игрой, по сравнению с давлением на массы идеологических конструкций. Давайте зададим себе вопрос: хотели бы мы завтра проснуться в мире без рекламы?

#### ЛИТЕРАТУРА

1. “Анатомия рекламного образа” Овруцкий А.Д. 2004 год.
2. “Организация рекламной деятельности” Хапенков В.Н. 2005 год.
3. “Психология рекламы”. Мокшанцев Р.И. 2001 год.
4. “Реклама. Научный подход” Клод Хопкинс 2004 год.
5. [www.superdiplom.ru](http://www.superdiplom.ru).

## УДК 338.48 (477+560)

ГРИСЮК В.

*Наук. керівник: НОВІКОВА Н.О., к. пед. н.*

м. Київ

**СУЧАСНА УКРАЇНА ГІДНИЙ ПАРТНЕР НА МІЖНАРОДНОМУ  
ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ: АСПЕКТИ СПІВРОБІТНИЦТВА**

За своїм туристично-рекреаційним потенціалом Україна має всі можливості стати туристичною державою світового рівня. Розширення міжнародних зв'язків відкриває нові шляхи для просування національного туристичного продукту на світовому ринку, залучення до світового інформаційного простору, передового досвіду організації туристичної діяльності. Україна відкрита для міжнародного туристичного співробітництва, яке повною мірою віддзеркалює загальноєвропейські інтеграційні політичні та соціально-економічні процеси, враховує основні загальнонаціональні пріоритети. Виходячи з національних інтересів, міжнародна туристична політика України багатовекторна, реалізується на засадах економічної доцільності та взаємовигідної співпраці з конкретною країною або регіоном, враховує особливості певного туристичного ринку. Перевага надається встановленню договірних відносин з країнами, що є перспективними для України туристичними ринками, вивченню та впровадженню практики створення нормативно-правової бази туризму, організаційних засад функціонування високорентабельної туристичної індустрії, прогресивного досвіду державного регулювання та стимулювання галузі. Активно розвивається співпраця у складі численних спільних міжурядових комісій з питань економічного та науково-технічного співробітництва, особливо з країнами, з якими створено правову базу співробітництва, метою є формування в їх межах робочих груп по туризму. Реалізуючи положення укладених міжнародних угод про співробітництво в галузі туризму, створюються міжвідомчі робочі групи по туризму, регулярно проводяться їх засідання з метою аналізу та вирішення поточних проблем двостороннього співробітництва, визначення шляхів активізації туристичних обмінів. Так, вже створено Українсько-Турецьку спільну комісію з питань співробітництва у сфері туризму, змішану українсько-польську комісію з питань туризму, плідно розвиваються взаємовідносини в галузі туризму в рамках міжурядових українсько-узбецької, українсько-турецької, українсько-грецької, українсько-кубінської, українсько-австрійської, українсько-баварської, українсько-німецької, українсько-словацької, українсько-словенської, українсько-латвійської, українсько-в'єтнамської, українсько-російської, українсько-угорської спільних комісій. Країни плідно співпрацюють в рамках членства у Всесвітній туристській організації (ВТО). Основними напрямками багатостороннього співробітництва

країн-членів Всесвітньої туристської організації є питання глобальної координації туристичної діяльності, вироблення світової туристичної політики, узгодження статистичної методології.

У жовтні 1997 р. на 12-ій сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристської організації (ВТО), що відбулася в м. Стамбулі (Туреччина) Україна стала Дійсним членом цієї Організації. А вже через два роки, у вересні 1999 р. на 13-ій сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристської організації, що проходила у м. Сантьяго (Чилі) Україну було обрано у Виконавчу раду ВТО. На цій же сесії Генеральної асамблеї ВТО Навчально-науково-виробничий комплекс "Туризм, готельне господарство, економіка та право" у м. Києві вступив до Ділової ради (ДР) ВТО, передбачається створення на його базі навчального центру Всесвітньої туристської організації. Членом Ділової ради ВТО також є Готельний комплекс "Дніпро". На 14-ій сесії Генеральної асамблеї ВТО до ДР ВТО вступило Головне управління комунального й готельного господарств та туризму Київської міської державної адміністрації.

Членство, України у Всесвітній туристській організації, що є головною міжнародною міжурядовою організацією в галузі подорожей і туризму, виконавчим органом ООН, відповідальним за активізацію та розвиток туризму, розробку та впровадження світової туристичної політики, значно підвищило імідж і авторитет нашої держави у туристичному співтоваристві, створило передумови подальшого розвитку національного туризму відповідно до тенденцій світового туристичного ринку з залученням до інформаційної мережі, прогресивних технологій, інвестиційних пропозицій, системи професійної підготовки, наукових досліджень, передових надбань найбільш розвинутих туристичних держав світу, відкрило нові можливості налагодження взаємовигідної співпраці з країнами-членами на всіх рівнях – двосторонньому, багатосторонньому, регіональному.

Виконавча рада є керівним органом ВТО, що формує світову туристичну політику, активно впливає на її впровадження, контролює бюджетні питання. Включення України до складу Виконавчої ради ВТО має стратегічне значення з огляду на створення передумов подальшого розвитку національного туризму членство України у Всесвітній туристській організації, що є головною міжнародною міжурядовою організацією в галузі подорожей і туризму, виконавчим органом ООН, відповідальним за активізацію та розвиток

туризму, розробку та впровадження світової туристичної політики, значно підвищило імідж і авторитет нашої держави в туристичному співтоваристві відповідно до тенденцій світового туристичного ринку, диверсифікацію форм взаємовигідної співпраці з країнами-членами, розширення можливостей використання механізмів цієї організації для підвищення ефективності національної туристичної галузі з урахуванням процесів глобалізації, що відбуваються в світі, просування українського турпродукту на міжнародному ринку, збільшення надходжень до державного бюджету, покращення іміджу нашої держави в туристичному співтоваристві, підвищення авторитету та впливовості України у світі, розширення державно-приватного партнерства, впровадження новітніх технологій і передових методів підготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів відповідно до світових стандартів.

Генеральний секретар ВТО Франческо Франжіаллі здійснив перший офіційний візит в Україну 8–11 жовтня 2000 р. для участі у зазначених заходах. Цей візит набуває особливого значення з огляду на проведені зустрічі з керівниками держави: Президентом України, Головою Верховної Ради України, Прем'єр-міністром України, Віце-прем'єр-міністром України, Головою Київської міської державної адміністрації, Міністром закордонних справ України, а також виступ на парламентських слуханнях на тему “Сучасний стан і тенденції розвитку туризму в Україні” та черговому засіданні Ради з туризму СНД, що мають якісно вплинути на розвиток співробітництва України з ВТО, сприятимуть розбудові туристичної галузі нашої країни, її інтеграції у світове співтовариство, становленню як одного з європейських центрів туризму.

Плідно розвивається діяльність Ради з туризму держав-учасниць. Угоди про співробітництво в галузі туризму, підписаної 1993 р. у м. Ашгабаті Головами Урядів країн-учасниць Співдружності незалежних держав, у тому числі України; з жовтня 2000 р. Україна головує в Раді по туризму СНД. Нарощується співпраця в рамках Робочої групи з туристичного співробітництва Чорноморського економічного співробітництва (ЧЕС) на основі багатосторонньої Угоди про співробітництво в галузі туризму між країнами Чорноморського економічного співробітництва 1994 р. та Декларації Ялтинського самміту, підписаної 5 червня 1998 р. Стабільно розвивається співробітництво в межах Робочої групи з туризму Центральноєвропейської ініціативи (ЦЕІ) відповідно до Комплексного плану співробітництва України з ЦЕІ 1995 р., реалізуються спільні проекти ЦЕІ “Стратегічний туристичний маркетинг”, “Мережа центрів туристичної інформації в країнах ЦЕІ”, “Розвиток сільського туризму в країнах ЦЕІ”, “Розвиток культурного туризму в країнах ЦЕІ”.

Стратегічною метою розвитку туристичного співробітництва України в рамках зазначених міжнародних регіональних органів є забезпечення національних

інтересів у глобалізаційних та інтеграційних процесах європейського туристичного ринку через участь у створенні єдиного туристичного простору Єврорегіону як зони вільної торгівлі туристичними послугами та свободи туристичного руху, ефективному використанні туристично-рекреаційного потенціалу для інтенсифікації туристичних потоків, розробці спільного конкурентоспроможного туристичного продукту країн-учасниць, насамперед, міжнародних туристичних маршрутів, таких як “Туризм по Шовковому шляху”, а також по рекреаційних зонах Чорноморського узбережжя, річки Дунай та Дніпро, спільному просуванні турпродукту на міжнародному ринку з метою збільшення обсягів туристичних обмінів, підвищення економічної ефективності туризму як передумови соціально-економічного розвитку країн.

Розвиток спільного інформаційного простору, створення централізованих туристичних банків даних, технічна та технологічна кооперація, проведення спільних досліджень ринку й маркетингових заходів, вироблення та впровадження стандартів якості туристичних послуг, вирішення комплексу питань, пов'язаних зі спрощенням туристичних пересувань, прикордонних і митних формальностей, лібералізацією торгівлі туристичними послугами, забезпеченням безпеки туристів, узгодження законодавчої бази, здійснення спільних навчальних і стажувальних програм з метою формування високопрофесійних туристичних фахівців, розбудова інфраструктури туризму, в тому числі облаштування мережі міжнародних транспортних коридорів, розвиток курортів, залучення інвесторів, фондів структур, приватного сектора у туристичну індустрію, зокрема Єврорегіону, для фінансування міжнародних проектів, – все це актуальні питання багатостороннього співробітництва країн. Активізується співпраця з Європейським Союзом, Радою Європи, Радою держав Балтійського моря з питань визначення та реалізації світової туристичної політики, включення України в перспективні програми фінансової та технічної допомоги, а також інвестиційні проекти ЄС у сфері туризму, зокрема, в межах програми TACIS тощо. Пріоритетним напрямом розвитку співробітництва з ЄС є забезпечення реалізації Угоди про партнерство та співробітництво між Європейським Союзом та Україною 1994 р., Стратегії інтеграції України до ЄС.

Однією з дієвих норм такого партнерства є туристичне представництво за кордоном – як система просування національного туристичного продукту на міжнародному ринку, проведення реклами туристичних можливостей України, розширення зв'язків з туристичними відомствами та підприємствами країни перебування, налагодження прямих контактів українських туристичних підприємств з зарубіжними партнерами. Нагальність потреби створення туристичної представницької структури зумовлюється і можливі-

стю залучення більшої кількості іноземних туристів в Україну, забезпечення захисту прав та інтересів українських туристичних підприємств і вітчизняних туристів за кордоном, залучення іноземних інвестицій у туристичну галузь нашої країни.

Законом України "Про туризм" і Програмою розвитку туризму в Україні до 2010 року передбачено відкриття представництв Держкомтуризму в Україні та за кордоном. Створення таких структур підвищить економічну ефективність туристичної індустрії, збільшить валютні надходження до державного бюджету, буде сприяти розробці та провадженню державної політики щодо забезпечення гармонічного розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, реалізації заходів, спрямованих на сприяння туристичним подорожам. Це, насамперед, стосується укладання міждержавних і міжнародних договорів, спрямованих на спрощення перетину кордону туристами, особливо з тих держав, що є для України найперспективнішими туристичними ринками.

Окрім укладання та реалізації договорів щодо безвізових пересувань туристів, збільшенню обсягів туристичних обмінів сприяло б запровадження гнучкої візової політики, спрощення консульських формальностей щодо надання в'їзних віз в Україну, зниження вартості віз для країн, що є головними генеруючими туристичними ринками, зокрема, країн Західної Європи та США.

## УДК 378.22

ЗАБОЛОТНИЙ В.  
м. Вінниця

### МОДЕЛІ ТРЕНДОВОГО ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГУ СЕЗОННИХ ПРОДАЖ

Трендовий аналіз – порівняння кожної позиції звітності з рядом попередніх періодів і визначення тренда, тобто основної тенденції динаміки показника, очищеної від випадкових впливів й індивідуальних особливостей окремих періодів. За допомогою тренда формуються можливі значення показників у майбутньому, а, отже, ведеться перспективний, прогнозний аналіз [2].

Розглянемо алгоритм прогнозування обсягу реалізації продукції з сезонним характером продажу.

Аддитивну модель прогнозування представимо у вигляді формули: [4]

$$F = T + S + E \quad (1)$$

де: F – прогнозує значення; T – тренд; S – сезонна компонента; E – помилка прогнозування.

У деяких випадках застосовують мультиплікативні моделі. Такі моделі представляються формулами:

$$F = T \times S \times E \quad (2)$$

На практиці відрізнити аддитивну модель від мультиплікативної можливо за величиною сезонної варіації.

Зважаючи на те, що Україна є порівняно молодим членом ВТО, можна з впевненістю говорити про визнання зростаючої ролі туристичного потенціалу нашої країни на світовому туристичному ринку, сприйняття нашої країни світовою спільнотою як великої європейської держави з багатими природно-рекреаційними та історико-культурними ресурсами, потужною туристичною інфраструктурою, що послідовно йде курсом демократичних реформ і має значні перспективи соціально-економічного розвитку.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Алексеева Ю. Державна підтримка розвитку молодіжного туризму та культурного обміну в умовах європейської інтеграції // Ефективність державного управління в контексті глобалізації та євроінтеграції: Матеріали наук.-практ. конф.: У 2 т. / За заг. ред. В.І. Лугового, В.М. Князева. – К.: Вид-во НАДУ, 2003. – Т. 2. – С. 388–389.
2. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учебное пособие для вузов. – Минск: ВГЭУ, 2006. – 644 с.
3. [www.library.if.ua/book/31/2013.html](http://www.library.if.ua/book/31/2013.html).
4. Ковалевский Г.В., Абрамов В.В. Проблемы развития туризма в Украине: интегрированный подход // Туристично-краєзнавчі дослідження. – 2007. – Вип.4.
5. [www.ic-ukraine.com.ua](http://www.ic-ukraine.com.ua).
6. Алексеева Ю. Економіко-правові засади розвитку соціального туризму в Україні // Актуальні проблеми державного управління: Зб. наук. пр. – Х.: Вид-во ХРІДУ НАДУ "Магістр", 2004. – № 1 (19). – С. 58–64.

В адитивній моделі присутня практично постійна сезонна варіація, тоді як у мультиплікативній вона зростає або спадає [1].

Побудуємо модель прогнозування обсягу продаж із сезонними коливаннями за наступним алгоритмом [5]:

1. Визначимо тренд, що найкращим чином апроксимує фактичні значення. Застосуємо поліноміальний тренд, що дозволяє зменшити похибку моделі.

2. Визначимо величину сезонної компоненти шляхом видалення з фактичних значень обсягів продаж значень тренду. Проведемо корекцію таким чином, щоб їх сума дорівнювала нулю.

3. Розрахуємо похибки моделі як різницю між фактичними значеннями й значеннями моделі.

4. Побудуємо модель прогнозування:

$$F = T + S \pm E \quad (3)$$

де: F – прогнозоване значення; T – тренд; S – сезонна компонента; E – похибка моделі.

5. Побудуємо остаточне значення прогнозу обсягу продаж. Для цього застосуємо методи експонен-

ційного згладжування, що дозволить врахувати можливі майбутні значення зміни економічних тенденцій. Сутність такої корекції полягає в тому, що вона компенсує недоліки адаптивних моделей і дозволяє швидко врахувати нові економічні тенденції. [2]

$$F_{\text{пр}t} = a F_{\text{ф}t-1} + (1-a) F_{\text{м}t} \quad (4)$$

де:  $F_{\text{пр}t}$  – прогнозоване значення обсягів продажу;  $F_{\text{ф}t-1}$  – фактичне значення обсягів продажу у попередньому році;  $F_{\text{м}t}$  – згладжування моделі;  $a$  – стала згладжування.

Розглянемо обсяги реалізації продукції за два сезони. В якості початковим даних було застосовано інформацію щодо збуту мінеральної води торгівельною компанією “Ремаса” м. Вінниці. Подібна статистика продажу характеризується тим, що значення обсягу продажу має чітко виражений сезонний характер із зростаючим трендом. Початкову інформацію представлено таблицею даних.

Застосування інших типів трендів не дає бажаних результатів (логарифмічний, степеневий, експоненційний, ковзне середнє).

2. Визначимо величини сезонної компоненти на MS Excel.

Проведемо корекцію значень таким чином, щоб їх сума не дорівнювала нулю.

3. Розрахуємо похибки моделі як різниці між фактичними значеннями і значеннями моделі. Оцінимо середньо-квадратичну похибку моделі за формулою

$$E = \sum O^2 : \sum (T+S)^2 \quad (5)$$

де:  $T$  – трендове значення обсягу продаж;  $S$  – сезонна компонента;  $O$  - відхилення моделі від фактичних значень;  $E = 0,003739$  або 0.37%.

Величина похибки засвідчує, що побудована модель добре апроксимує дані, тобто вона повністю

Таблиця 1

*Фактичні обсяги реалізації продукції фірмою “Ремаса”*

№ п/п.	Місяць	Обсяг продажу (грн.)	№ п/п.	місяць	Обсяг продажу (грн.)
1	Липень	8174,40	13	Липень	8991,84
2	Серпень	5078,33	14	Серпень	5586,16
3	Вересень	4507,20	15	Вересень	4957,92
4	Жовтень	2257,19	16	Жовтень	2482,91
5	Листопад	3400,69	17	Листопад	3740,76
6	Грудень	2968,71	18	Грудень	3265,58
7	Січень	2147,14	19	Січень	2361,85
8	Лютий	1325,56	20	Лютий	1458,12
9	Березень	2290,95	21	Березень	2520,05
10	Квітень	2953,34	22	Квітень	3248,67
11	Травень	4216,28	23	Травень	4637,91
12	Червень	8227,569	24	Червень	9050,3264

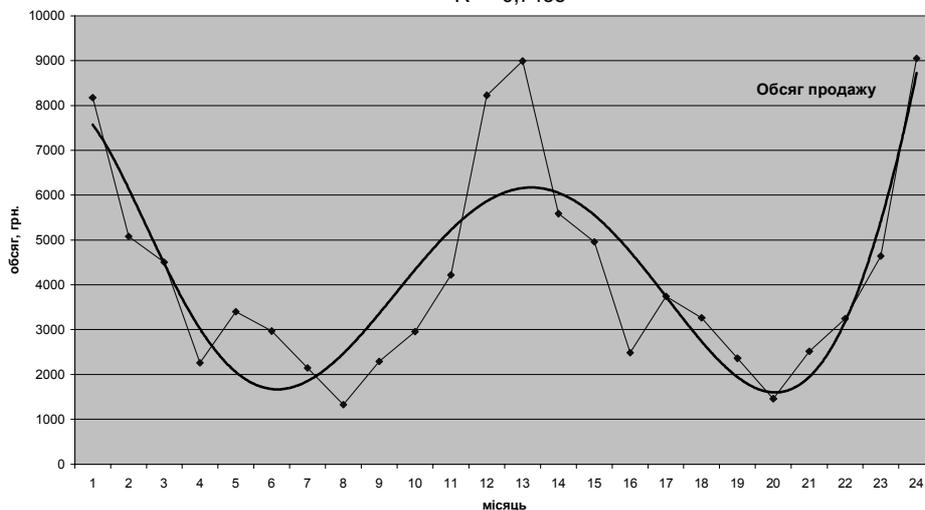
Алгоритм прогнозування реалізуємо в програмі MS Excel.

відображає економічні тенденції і є основою для побудови моделі високої якості.

1. Побудуємо поліноміальний тренд [6].

$$y = -0,0068x^6 + 0,5634x^5 - 16,744x^4 + 214,56x^3 - 1048,6x^2 + 459,03x + 7964,1$$

$$R^2 = 0,7435$$



*Рис. 1. Поліноміальний тренд*

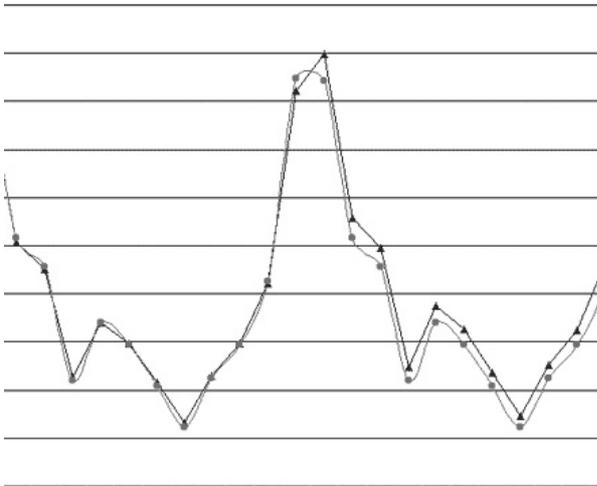
Побудуємо модель прогнозування:

$$F = T + S \pm E \quad (6)$$

4. Остаточний прогноз обсягу продаж. Проведемо остаточне прогнозування:

$$F_{\text{пр}t} = a F_{\text{ф}t-1} + (1-a) F_{\text{м}t} \quad (7)$$

де:  $F_{\text{пр}t}$  – прогнозоване значення обсягу продаж;  $F_{\text{ф}t-1}$  – фактичне значення обсягу продаж;  $F_{\text{м}t}$  – значення моделі;  $a$  – стала згладжування.



**Рис. 2. Модель прогнозу обсягу продаж**

Таким чином, прогноз на січень третього сезону визначиться як:

$$F_{\text{м}t} = 1\,924,92 + 162,44 = 2087 \pm 7,8 \text{ (грн.)}$$

Фактичне значення ( $F_{\text{ф}t-1}$ ) склало 2 361 грн. Нехай коефіцієнт згладжування дорівнює 0,8. Одержимо:

$$F_{\text{пр}t} = 0,8 * 2\,361 + (1-0,8) * 2087 = 2306,2 \text{ (грн.)}$$

Для подальшого вдосконалення моделі рекомендується проводити моніторинг фактичного обсягу продаж з метою корекції значень.

Економіко-статистичне моделювання на сьогодні є універсальним інструментом проведення досліджень у галузях фінансів, менеджменту та бізнесу. Ринковий

характер сучасної економіки вимагає застосування динамічних сучасних моделей.

Особливість сучасної економіки полягає в її стохастичному характері, в той час як більшість реальних моделей, що застосовуються, мають детермінований характер.

Моделі, що розроблені в даній науковій роботі також мають детермінований характер, але їх застосування дозволить створити підґрунтя для побудови стохастичних моделей і створення адекватного опису сучасних економічних проблем.

У статті було наведено як теоретичні положення сучасного економіко-статистичного моделювання так і розроблено конкретну модель прогнозування обсягу продаж для підприємства "Ремаса" міста Вінниця. Усі дані для проведення моделювання було одержано з реальної практичної звітності підприємства. Планується впровадження результатів цієї моделі в практику роботи регіональних менеджерів по продажу підприємства "Ремаса".

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Статистика: Підручник (А.В. Головач, А.М. Єрина, О.В. Козирев та інші. – К.: Вища школа, 1993 р.).
2. Статистика: Збірник задач (А.В. Головач, А.М. Єрина, О.В. Козирев та інші. – К.: Вища школа, 1994).
3. А. М. Єрина, З. О. Польян. Теорія статистики: Практикум. – К.: Знання, 1997.
4. Статистика: Підручник (Герасименко С. С., Головач А.В., Єрина А. М. та інші) – К.: КАЕУ, 1998.
5. Abramowitz, Milton, and Irene A. Stegun, eds. Handbook of Mathematical Functions, with Formulas, Graphs, and Mathematical Tables. Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 1972.
6. Box, George E.P., William G. Hunter, and J. Stuart Hunter. Statistics for Experimenters: An Introduction to Design, Data Analysis, and Model Building. New York: John Wiley and Sons, 1978.
7. Devore, Jay L. Probability and Statistics for Engineering and the Sciences. 4th ed. Wadsworth Publishing, 1995.
8. McCall, Robert B. Fundamental Statistics for the Behavioral Sciences. 5th ed. New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1990.

УДК 338.48 (477.46) + 316.42

КОВАЛЬЧУК А.

Наук. керівник: НОВИКОВА Н.О., к.пед.н.

м. Київ

### ТУРИСТИЧНІ ПРИРОДНО-РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ ЧЕРКАЩИНИ ЯК ЧИННИК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Важливе місце в економічному та соціальному розвитку Черкаської області займає туризм. Регіон має великий туристсько-рекреаційний потенціал, який може забезпечити конкурентноспроможний туристичний продукт і гарантувати області достойне місце на внутрішньому та зовнішньому туристичному ринках.

Черкащина – це мальовничий та багатий на історичні постагі край! На цій землі розквітнув військовий талант і державний розум гетьмана України Богдана Хмельницького, тут народився і знайшов спочинок великий український поет Тарас Шевченко. Пам'ятають і про героїв національно-визвольної боротьби

Івана Богуна та Максима Кривоноса. Однією з історичних особливостей краю є й те, що саме на Черкащині, під Корсунем, відбулись дві вікопам'ятні битви за українську землю – у 1648 році між військами Б. Хмельницького і польською шляхтою, та 1944 року з фашистськими загарбниками, яку сучасники назвали “Сталінградом на Дніпрі”. Відтак можна сказати, що це унікальне поєднання сучасності й минулого, реальності та легенди давнини, що його створюють численні історико-культурні пам'ятки на тлі чарівної природи (3).

Черкаська область розташована в центральній частині України. Межує з Київською, Полтавською, Кіровоградською та Вінницькою областями. Площа її становить 20,9 тис. кв. км., а населення, що проживає на території області, становить 1357,1 тис. осіб. Регіон відноситься до числа густонаселених, середня щільність – 65 осіб на 1 кв. км.

Територія Черкаської області загалом рівнинна й умовно поділяється на дві частини – правобережну й лівобережну. Переважна частина правобережжя розміщена в межах Придніпровської височини з найвищою точкою області, що має абсолютну висоту 275 м. над рівнем моря (поблизу Монастирища). В прилягаючій до Дніпра частині правобережжя знаходиться заболочена Ірдино-Тясминська низовина, а також підвищення – Канівські гори. Низинний рельєф має лівобережна частина області, яка розташована в межах Придніпровської низовини.

Клімат регіону помірно-континентальний, зима м'яка, з частими відлигами. Літо тепле, в окремі роки спекотне, західні вітри приносять опади. Середня температура найхолоднішого місяця січня –  $-5,9^{\circ}\text{C}$ . Середня температура влітку складає  $+19^{\circ}\text{C}$ , загалом такі кліматичні умови вважаються найсприятливішими для проживання людини, що є важливим рекреаційним ресурсом.

Абсолютна більшість санаторіїв, пансіонатів, будинків відпочинку, туристичних баз та інших оздоровчо-відпочинкових закладів розміщені на берегах або в безпосередній близькості до водних об'єктів, наявність яких значно підвищує рекреаційний потенціал місцевості. Як свідчить статистика, відпочинок на березі водойм є пріоритетним для двох третин рекреантів (5). Внутрішні ж води області представлені річками, озерами, болотами, підземними водами й штучними водоймами. Водна поверхня займає 4% загальної території. По області протікає 1037 річок, які належать басейну Дніпра й Південного Бугу. Головна річка Дніпро (150 км., довжина по території Черкаської області), водяне дзеркало якого у зв'язку зі створенням Кременчуцького (довжина 130 км.) й Канівського водосховища значно збільшилося. Праві притоки Дніпра – Рось (101 км.), Вільшанка, Тясмин (133 км.), ліві – Сулій, Сула. До басейну Південного належать річки Гірський Тікич (161 км.), Гнилий Тікич, Ятрань тощо. Найбільшими штучними водосховищами є Канівське і Кре-

менчуцьке, утворені греблями гідроелектростанцій. Крім того споруджено 37 невеликих водосховищ і понад 2,3 тис. ставків (1).

Щодо бальнеологічних ресурсів, то Лівобережна частина області має значні запаси мінерально-лікувальних вод, розвідане та експлуатується Звенигородське родовище (відкрите в 1962 році) багате на радон, залізо, сірко-вуглець і використовується для лікування захворювань опорно-рухового апарату, периферійної нервової системи. Радон містять також мінеральні води в Кам'янському районі. Мінеральні води “Мошногірська”, “Славутич” використовуються для лікування органів травлення, мінеральні води, що залягають біля Безбородьок Драбівського району, за дією подібні до “Миргородської”, а води поблизу Коробівки Золотоніського району мають гастроентерологічну дію, добре відомі гідрокарбонатні натрієво-магнієво-кальцієві води Тальнівського району. Взагалі на Черкащині знаходиться 17 лікувальних організацій державного значення, відпочинку й туризму. Основні курортні місцевості – Прохорівка, Сокирна.

У рекреаційних потребах населення, провідне місце належить відпочинку на природі, тому важливим ресурсом є лісова рослинність. Рослинність області характеризується поєднанням флори лісостепової і степової зони. Серед деревних порід у лісах переважають дуб, ясен, сосна, граб, вільха, липа, клен, береза, тополя. Серед кущів поширена ліщина, калина, шипшина тощо. Степова рослинність представлена багаторічними травами. В заплавах річок проживає вологолюбиве вологотрав'я. Розташування області в лісостеповій зоні зумовлює різноманітний видовий склад фауни. Налічується 66 видів ссавців, 280 видів птах, 9 видів плазунів, 11 видів земноводних, 44 види риб. У лісах водяться: лось, олень, дикий кабан, косуля, вовк, лисиця тощо. По берегах річок, озер і ставків – бобер, видра, кулики, качки тощо. У водоймищах – лящ, окунь, щука, судак, короп, сом, карась тощо. Завдяки сприятливим кліматичним умовам область багата на рослинність, славиться цінними мальовничими лісами, різноманітним тваринним світом, що сприяє розвитку рекреаційної діяльності. Одним із головних завдань є раціональне використання лісових ресурсів, надмірні вирубки спричинять порушення природно-екологічного балансу, наслідком якого є природні катастрофи. В області ж ліси виконують функції водорегулювання, водоохорони, ґрунтозахисту.

На Черкащині зберігся останній великий суцільний лісовий масив українського лісостепу площею 40 тис. га – реліктовий Черкаський бір, що є пам'яткою природи. Його територія включає заповідник “Мошногір'я”. Всього в області налічується понад 400 територій і об'єктів природно-заповідного фонду, в т. ч. Канівський заповідник (площею 2028 га), дендропарк “Софіївка” – перлина садово-паркового мистецтва, якому вже понад 200 років, а також 6 парків, що є пам'ятками садово-паркового мистецтва (в місті Кор-

сунь-Шевченківському, Тальному, Кам'янці, в с. Коцацькому, Великій Буримці, Синицях), тощо. У Каневському заповіднику, розташованому неподалік від Канева, природні об'єкти поєднуються з пам'ятками історії, археології, геології, палеонтології (2).

Варто зауважити, що з розвитком суспільного виробництва, його інтенсифікацією зростає роль організації відпочинку для регенерації та розвитку життєвих сил людини, витрачених в процесі праці. Для цього необхідне сполучення певних умов та ресурсів, а також організація відпочинку. Відпочинок людини називається рекреацією, а її поведінка направлена на задоволення своїх потреб у відпочинку, лікуванні, компенсації життєвої енергії – рекреаційною діяльністю, а комплекси ж для виконання цієї діяльності – одержали назву рекреаційні.

Існує 5 основних напрямків туризму:

- оздоровчий;
- пізнавальний;
- науковий;
- діловий;
- релігійний.

Сьогодні на туристичному ринку регіону працюють 22 ліцензованих підприємств, пріоритетним напрямком є виїзний та внутрішній туризм, набуває розвитку сільський (зелений) туризм, який є дуже популярним у Європі, ще в області розвинений релігійний напрямок туризму, зокрема в Умані – вважається святиною єврейського народу. До могили похованого там засновника релігійного вчення брацлавських хасидів Цадика Нахмана здійснюють паломництво віруючі євреї хасиди з усіх країн світу для відправлення релігійних обрядів. Однак наявність потенціалу реалізується недостатньо, донині немає повноцінної, адаптованої до ринкових умов державної політики розвитку вітчиз-

няного туризму, підвищення його економічної ефективності. Процес модернізації застарілої туристичної інфраструктури та залучення інвестицій в її розвиток характеризується низькими темпами.

Регіональним і місцевим органам виконавчої влади, для забезпечення раціонального й ощадливого використання природних ресурсів, перетворення природно-ресурсного потенціалу в дієвий чинник регіонального розвитку, потрібно зосередити увагу на реалізації насамперед таких заходів:

- сприяння розвитку рекреаційно-оздоровчої та туристичної інфраструктури;
- відновлення пам'яток історико-культурного значення;
- розвиток природо-охоронної діяльності щодо забруднення навколишнього середовища;
- запровадження екологічно чистих і ресурсозберігаючих технологій.

Але справа не лише за владою, саме суспільство має зрозуміти, що середовище, яке їх оточує потребує турботливого ставлення та всілякого сприяння до подальшого розвитку. А поки залишається втішатися надією, що надзвичайний потенціал Черкащини туристичної рано чи пізно себе виявить.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Жук Л.Н; Сидоренко В.Н. – Черкащина заповідная. Путеводитель.-Черкаси, 2004.
2. Любимцева О., Панкова Є., Стафнійчук В. Туристичні ресурси України: Навч. посібник.– К.: Альтерпрес, 2007.– 396 с.
3. Мариновський Ю.Ю. – Черкаська минувшина.– Черкаси, 1999.
4. Панкова Є.В. - Туристичне краєзнавство: Навч. посібник.– К., 2006.
5. <http://www.7chdes.ck.ua>.

#### УДК 338.24

КОРОЛЬЧУК А.

Научн. руководитель КОРОСТЕЛЕВ В.А., к.э.н.

г. Киев

### СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА КОМПАНИИ НА РЫНОК

Для каждого предприятия настает такой момент, когда внутренний рынок страны ограничивает развитие этого предприятия. Это напрямую связано с содержанием маркетинговой стратегии предприятия, так как сама стратегия выхода на рынок, является составной частью маркетинговой стратегии и она позволит решить проблему развития иностранных рынков. Как любая другая стратегия, маркетинговая стратегия означает набор целей и основных путей достижения этих целей. Основной составляющей маркетинговой стратегии, является такие рыночные цели как: рост объема продаж; увеличение доли рынка;

повышение узнаваемости товара; уменьшение сезонности колебаний; увеличение распределения ваших товаров и др. Эти цели достигаются посредством реализации таких стратегий как: рыночно-продуктовые; по отношению к потребителям; по отношению к конкурентам; стратегия по развитию продукта; ценовая стратегия; стратегия продвижения товара. Все это показывает нам, какие условия и факторы должны быть учтены, при принятии решения к реализации стратегии выхода компании на рынок.

Самым важным условием для успешного выхода на рынок, является определение оптимального момен-

та времени выхода на рынок со своей продукцией. Существует два варианта, которые могут рассматриваться на предприятиях, когда принимается решение относительно выхода на рынок:

- 1) быть первым на рынке;
- 2) быть в числе первых;

Правильный выбор подходящего момента выхода на рынок чрезвычайно важен. Если товар будет предложен рынку слишком рано, то производитель понесет значительные убытки вследствие того, что товар не будет воспринят покупателями. Согласно двум выше названным подходам формируются соответствующие стратегии. Стратегия выхода на рынок первым позволяет предприятию занять лидирующие позиции, которые другим производителям будет трудно отвоевать. Выйдя на рынок первым, предприятие способно предлагать свой товар по высокой цене (*стратегия снятия сливок*), а к тому времени, когда на рынке появятся конкуренты, предприятие – лидер сможет снижать цену и держать ее ниже конкурентных, за счет более низких издержек. Если новый товар защищен патентом, то предприятие, появившееся на рынке первым, получает дополнительное преимущество, так как будет иметь виртуальную монополию на период действия патента.

Стратегия выхода на рынок первым сопряжена с риском. Предприятие, выходящее на рынок первым, должно оставаться лидером в области технологии, иначе он рискует быть обойденным конкурентами. Предприятие, отважившееся быть первым на рынке, должно оставаться им и далее, прилагая необходимые для этого усилия. В противном случае выгоду из этого получают конкуренты. Дело в том, что предприятия, намеривающиеся выйти первым на рынок, осуществляют значительные инвестиции в продвижение товара, создание первичного спроса, который еще не существует. Конкуренты, выходящие на рынок позже, могут воспользоваться этой ситуацией, извлекая выгоду из положения, когда первичный спрос уже существует. Поэтому предприятия, решившиеся быть первыми, должны тщательно оценить свои сильные стороны в области технологии и маркетинга, чтобы иметь возможность возглавлять рынок в течение длительного времени. Это значит, что, если предприятие и изобретет товар – новинку, удовлетворяющий некоторую новую потребность, то оно должно оценить перспективы выхода с ним первым на рынок. Например, компания Apple Computer была первой компанией предложившей рынку персональный компьютер. Несмотря на все свои усилия, в настоящее время компания полностью проиграла конкурентную борьбу IBM и приняла положение компании номер два. Стратегия раннего выхода на рынок представляет логическое продолжение предыдущей. Когда несколько предприятий работают в одном направлении над созданием нового товара и одно из предприятий представляет товар первым, то оставшиеся вынуждены

прибегнуть к стратегии раннего выхода на рынок, независимо от того планировали ли они быть первыми или намерено ожидали, когда кто-либо другой возьмет лидерство. Когда предприятие, исповедующее стратегию раннего выхода на рынок, представляет свой товар незамедлительно после лидера, то между ними разворачивается основная конкурентная борьба и, как правило, выигрывает тот, кто обладает более совершенной стратегией маркетинга в резерве позиционирования, ценообразования, товародвижения, продвижения и распределения. Часто предприятия реализующие стратегию раннего выхода на рынок, сосредотачивают свои усилия на определенных рыночных нишах. Предприятия Украины могут обратиться к стратегии раннего выхода на рынок при следующих обстоятельствах. Во-первых, когда предприятие способно установить прочные лояльные отношения с покупателями на основе высокого качества товара и поддерживать эти отношения по мере развития рынка.

Во-вторых, когда украинское предприятие может разработать и предложить широкую номенклатуру товаров, чтобы обескуражить возможных последователей и достойно сражаться с конкурентами, исповедующими стратегию одного сегмента рынка.

В-третьих, когда имеется возможность высокую начальную цену, вследствие повышенной ценности товара.

В-четвертых, когда в отрасли не ожидаются значительные инвестиции, не предвидятся быстрые и внезапные технологические изменения, что не создаст проблемы отставания украинских предприятий. Стратегия раннего выхода на рынок значительно увеличит прибыльность и обеспечит рост предприятия. Стратегия позднего выхода на рынок заключается в выходе предприятия на рынок со своим товаром в конце фазы роста или на этапе зрелости жизненного цикла рынка данного товара. Существует возможные альтернативы для предприятия, выходящего на рынок позже всех: выйти как имитатор или инициатор. Имитатор выходит на рынок в качестве “И я тоже”, то есть, производит товар во всем похожий на изделия, имеющиеся на рынке.

Инициатор вносит инновационные изменения в существующий товар, представленный в качестве нового для рынка. Промежуточный вариант между имитацией и инициаторством представляет собой выход на рынок с модернизированным товаром. Выход на рынок имитатором имеет некоторые преимущества, которые возможно позволят вести успешный бизнес. Преимущества включают наличие последних технологических достижений и усовершенствований; существенность достижения значительной экономии от масштаба; возможность получить лучшие условия поставки, лучших служащих; возможность предложить более низкие цены.

Выход на рынок, в числе последних, в состоянии обеспечить непродолжительное существование това-

ра, а если лидер откажется от товара или усовершенствует его, то имитатор останется ни с чем. Также не существует уверенности, что покупатели пожелают приобретать имитационные товары. Инициатор перед выходом на рынок ищет способ, чтобы вытеснить уже установившихся конкурентов. Например, производитель фотоаппаратов установил, что на рынке не существует камеры со встроенной вспышкой. Предприятие выпустило на рынок фотоаппарат со встроенной вспышкой, представив тем самым новый товар. У инициатора, несомненно, больше шансов, чтобы попытка укрепиться на рынке была успешной, по крайней мере, пока, инновационность его товара не используется уже установившимися на рынке компаниями.

Приверженность стратегии прочного проникновения на рынок вознаграждает предприятие возрастающими показателями роста компании, доли рынка, прибыльности. Но в тоже время, проникновение на рынок должно базироваться на ресурсах предприятия, его устойчивом положении, желании принимать риск. Например, малое предприятие не может позволить себе выполнить все это. Когда стратегия прочного проникновения на рынок не может быть реализована вследствие нехватки ресурсов или расхождения с целями и задачами предприятия на данном рынке, или когда рыночная конъюнктура не обеспечивает полного доверия, используют стратегию среднего

проникновения на рынок. Эта стратегия подразумевает, что предприятие имеет стабильный интерес на рынке и основные его усилия направлены только на мероприятия по обеспечению покупательской удовлетворенности в той мере, в которой они его требуют.

Предприятие, осуществляющее стратегию среднего проникновения на рынок, может позволить себе допускать незначительные тактические ошибки во время своих поисков на рынке, так как последние будут компенсированы за счет других сфер бизнеса предприятия, в которых оно занимает прочное положение.

Если предприятие имеет проходящий интерес к рынку, то, соответственно оно избирает стратегию поверхностного проникновения на рынок. Проходящий интерес объясняется фактом, что рынок является стагнационным, его потенциал ограничен, рынок перенасыщен большим числом конкурентов и т.д. Предприятие может прибегнуть к стратегии поверхностного проникновения на рынок, чтобы избежать антимонопольного законодательства.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Коростелев В.А./ Нооменеджмент. Учебн. пособие. – К.: Издательская компания “Воля”, 2007.– 464с.– Библиограф. в конце глав.
2. Маришук Ю. А. Марюта А.Н. Стратегические и тактические планы – модели маркетинга : Монография. – Днепропетровск: Системные технологии, 2007. – 192 с.

УДК 338.48+159.923.2

МАРТЫНОВА Н.С., ст. преподаватель  
г. Киев

### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИГРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ “ЭКОНОМИКА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ”

Одним из самых перспективных путей усовершенствования профессиональной подготовки будущих специалистов, по мнению большинства ученых-педагогов, является использование в учебном процессе активных форм и методов обучения. Среди многочисленных достоинств таких педагогических технологий чаще всего отмечается вынужденная активизация мышления студентов [2, с. 196].

Считаем необходимым использованием в процессе профессиональной подготовки будущих специалистов сферы туризма широкого круга педагогических технологий, основанных на активизации и интенсификации деятельности студентов. Особенный интерес вызывают имитационные игровые методы обучения, например, деловые игры. Вопросы разработки, внедрения и использования деловых игр в профессиональной подготовке освещены в трудах А.О. Вербицкого, О.С. Дубинчук, В.Г. Коваленко, М.Б. Мироносецкого, И.М. Носаченко, В.И. Рыбацкого, И.М. Сы-

роежина, О.В. Торичного, Л.В. Якубовской и др. По их мнению, использование деловых игр существенно активизирует усвоение будущими специалистами профессиональных знаний, умений и навыков.

Характер туристической услуги изменчив, ее невозможно продемонстрировать клиенту или сохранить с целью последующей продажи. Кроме того, процесс предоставления услуги неразрывно связан с ее творцами – работниками туристических предприятий [1, с. 88]. Поэтому процесс обслуживания в туристической сфере требует досконального понимания будущими специалистами типичных и нетипичных производственных ситуаций. Такую возможность дает организация и проведение деловых игр, направленных на сближение реальных заданий туристического рынка и учебных заданий дисциплин.

Нами разработана комплексная межпредметная деловая игра, которую предусматривается провести в рамках дисциплины “Экономика туристической

индустрии” для студентов, учащихся по специальностям “Менеджмент организаций” специализации “Менеджмент туристической деятельности” факультета менеджмента Киевского института бизнеса и технологий.

Тематика лекций теоретического блока дисциплины строится на изучении и анализе фактического материала по принципу “из первых рук”, касающегося современного положения и перспектив развития туризма на рынке услуг Украины, а также особенностей организации создания и продвижения самого туристического продукта. Личный опыт работы в туристическом и гостиничном бизнесе, привлечение к дискуссии широкого круга представителей туристической индустрии, проведения мастер-классов, а также сочетание традиционных занятий с внеурочными формами изучения дисциплины (работа на специализированных выставках, создание “Туристического клуба”), будет способствовать максимальному “погружению” студентов в проблематику отрасли, подготовке их к решению учебно-производственных задач, которые определены в практическом блоке дисциплин.

Учебная деятельность на практических и семинарских занятиях по дисциплине “Экономика туристической индустрии” построена на основе проектирования производственной деятельности модели туристической фирмы в направлении создания и продвижения студенческих авторских туристических продуктов в условиях соперничества, конкурентной среды. Такой подход планируется реализовать путем использования комплексной деловой игры “Разработка нового туристического продукта”, этапы проведения которой охватывают тематику всего курса.

Комплексная деловая игра “Разработка нового туристического продукта” способствует освоению теоретического материала дисциплин в условиях имитации производственного процесса по созданию и продвижению туристического продукта.

В ходе подготовки к игре, нами, как руководителем деловой игры осуществляется разделение участников игры – студентов на две равные команды с участием в каждой из них специалистов по маркетингу и менеджменту. Команды олицетворяют собой творческие коллективы, т. н. “производителей”, работающих над созданием туристической фирмы и продвижением на рынок нового туристического продукта в условиях конкуренции. Основная задача “производителей” представить “обществу” вновь созданный туристический продукт и защитить его, придерживаясь определенного алгоритма. В свою очередь, “общество” в праве принять или отвергнуть новый туристический продукт, оценив ее по разработанной автором методике. Представители “общества” олицетворяют основные силы маркетинговой среды фирмы (например, потенциальные клиенты, посредники, конкуренты и др.). Эту роль могут выполнять студенты, которые в силу объективных и субъективных причин не готовы

к роли “производителей” (как показывает практика, такие студенты всегда присутствуют в группе и составляют до 20% от общего количества студентов) и/или т. н. внешние эксперты – преподаватели смежных дисциплин, приглашенные на итоговое занятие – защите разработанных туристических продуктов. Таким образом, процессом игры охвачены все студенты, что дает нам возможность задействовать и оценить как подготовленных так и отстающих студентов.

Выполнение поставленной перед “производителями” задачи осуществляется на основании разработанного руководителем игры алгоритма, отражающего основные организационные этапы создания и продвижения на рынок нового туристического продукта, объединенные в функциональные направления (например, выбор организационно-правовой формы работы создаваемой туристической фирмы, определение рыночной позиции будущей туристической фирмы, принятие решений о рекламном обращении и о его носителях – средствах рекламы и др.). За каждым функциональным направлением закреплены студенты – члены команд; координацию работы в командах осуществляет ведущий менеджер, избираемый студентами.

Преподаватель – руководитель игры, выполняя роль независимого эксперта, регулирующего ход игры, ставит задачу на игру, участвует в обсуждении представленных “обществу” продуктов, задает вопросы или предлагает разрешить определенные проблемные ситуации членам творческих команд, а также представителям общества, таким образом, преследуя учебные цели дисциплин (проверяя знания по тем или иным вопросам). Кроме того, руководитель игры имеет право голоса при оценке представленных “производителями” продуктов, подводит итоги игры.

Выполнение заданий, поставленных перед участниками игры, будет проходить как на семинарских и практических занятиях, так и в процессе самостоятельной подготовки студентов к занятиям. Работа должна осуществляться индивидуально и/или в группах, самостоятельно и/или в процессе дискуссии с преподавателем – руководителем игры.

При выборе вариантов новых туристических продуктов студентам рекомендуется останавливаться на оригинальных, креативных, но не абсурдных идеях; в ходе игры поощряются творчество, нестандартные решения производственных ситуаций.

В ходе исследовательской и аналитической работы студенту рекомендуется пользоваться материалами лекций, предложенной преподавателем специальной литературой, периодической прессой, материалами работ студенческого объединения “Туристический клуб”, иллюстрационными материалами, собранными на специализированных выставках, ресурсами сети Интернет, др. источниками, являющимися неотъемлемым методическим обеспечением деловой игры.

На защите собственных проектов студентам рекомендуется пользоваться иллюстрационным материалом (образцами рекламных брошюр, буклетов), демонстрирующим созданные туристические продукты, устные доклады по направлениям должны быть оформлены в схемы и иллюстрированы по необходимости рисунками, графиками и пр.

Результаты индивидуальной и совместной деятельности участников деловой игры можно оформить в виде итоговых творческих работ.

Студентами – участниками одной из творческих команд может быть избрана идея создания “Туристического клуба КИБИТ”, учебно-производственной туристической фирмы, ориентированной на студенческую молодежь г. Киева и столичного региона. Мы считаем, что участие студентов в развитии собственного ВУЗа, привлечение их к реальной деятельности в период обучения, способствует повышению авторитета учебного заведения, несет в себе не только учебную, но и воспитательную функцию, выступает как сильный мотивационный фактор в стремлении усвоить учебный материал.

#### УДК 339.138

МАТУЗИНСКАЯ О.

Науч. руководитель АВДЕЕВ И.С., ст. преподаватель  
г. Киев

### ОТ ПРОСТОГО К СЛОЖНОМУ

Чем более непредсказуемым становится мир, тем больше мы строим прогнозов и полагаемся на них, стремясь определить, что нам следует делать. Прошло то время, когда компании разрабатывали свои стратегии так, будто у них нет конкурентов. Из-за стремительных изменений в мире стратегия, которая еще вчера была самой лучшей, способна стать сегодня едва ли не губительной. В таких условиях выживает тот, кто правильно умеет пользоваться информацией. Именно правильно. Информация, которой вы располагаете, превращается во власть лишь в том случае, если вы в состоянии выделить из миллиардов окружающих вас кусочков информации самые важные. Чаще всего информация бывает настолько сложна и запутана, требует преобразования, что суметь более точно объяснить ее суть бывает предельно тяжело.

Простота – это и есть искусство понимать сложное.

Один из недостатков многомиллиардной индустрии маркетинговых исследований состоит в том, что исследователям платят не за простоту, а, похоже, наоборот – за вес отчетов, суть которых иногда нужно разбирать днями и со словарем.

Обращаем внимание на комплексный, межпредметный характер игры (связь с дисциплинами “Технология туристической деятельности”, “Ценообразования в туризме” и др.), которая способствует формированию целостных, систематизированных знаний о будущей профессиональной деятельности, формирует готовность студента к выполнению профессиональных обязанностей на всем протяжении учебного процесса.

Следовательно, преимущество применения такого метода активного обучения будущих специалистов сферы туризма, как комплексная межпредметная деловая игра, очевидна. Среди достоинств этого метода отметим глубокое погружение студентов в будущую профессиональную сферу, воспитание чувства причастности к производственному процессу, формирование навыков самореализации в предпринимательской среде.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Книги – XXI, 2003. – 300 с.
2. Селевко Г.К. Энциклопедия образовательных технологий: В 2 т. Т. 1. М.: НИИ школьных технологий, 2006. – 816 с.

*Нет ничего проще величия;  
по сути быть простым и означает быть великим*

*Ралф Уолдо Эмерсон*

Язык становится все более сложным. А в результате людям приходится бороться с привычкой употребления новых и редко используемых слов. В соответствии с результатами психологических исследований люди способны вспомнить лишь 20% того, что они услышали за последние несколько дней.

Что, если бы известные афоризмы состояли не из легких, а более замысловатых слов? Вот образцы нескольких простых идей, которые средствами языка превращаются в сложные.

– Миловидность обладает свойствами исключительно внешнего характера. (Внешность обманчива.)

– Исходящие от углеродосодержащих материалов видимые пары свидетельствуют о приближении момента их воспламенения. (Нет дыма без огня.)

– Проникновение жидкости под неподвижную массу каменного конгломерата невозможно (Под лежачий камень вода не течет.)

Улавливаете смысл? Хороший текст и речь должны быть ясными и понятными для подавляющего большинства читателей и слушателей. И чем короче они будут, тем лучше.

Это касается и маркетинга. Всем компаниям необходимо думать о будущем и разрабатывать долгосрочные стратегии, которые позволили бы оперативно реагировать на меняющиеся условия рынка. Каждая компания должна выбрать для себя стратегию, которой будет придерживаться в будущем. Руководствуясь стратегией компании, служба маркетинга вместе с другими отделами работает над достижением основных стратегических целей.

Но как не ошибиться с выбором стратегии, когда их множество и в меру изменений на рынках становится все больше и больше? Взять к примеру хотя бы самые известные.

1. Проникновения на рынок.
2. Развития рынка.
3. Развития продукта.
4. Диверсификация.

Можно вспомнить 4 основные стратегии Портера:

1. Стратегия лидерства по издержкам.
2. Стратегия дифференциации.
3. Стратегия концентрации на издержках.
4. Стратегия концентрации на дифференциации.

Выше перечисленные стратегии – это только маленькая иголочка в стоге сена.

В каждую из этих стратегий можно еще вписать десятки других не менее сложных и запутанных по своей теории.

Задача хорошего маркетолога – суметь сложную стратегию адаптировать в простую. А это позволить заметить не легкая задача.

Как мы знаем самые главные вопросы в компании, в том числе и выбор стратегии, решает руководство (директора, менеджеры). Эти люди редко когда имеют маркетинговое образование и поэтому не всегда разбираются в стратегиях. Чаще всего при выборе стратегии они руководствуются эмоциональным восприятием. Иногда эти люди выбирают стратегии только из-за их сложности. И это очень печально.

Услышав только теоретические аспекты стратегии нельзя быть полностью уверенным, что она будет работать на практике также эффективно.

Много компаний мира, таких как Coca-Cola, Nokia, Sony, BMW и другие известные нам марки, сумевшие довольно долго занимать позиции лидеров на рынке. Сила опять таки в простоте. Эти компании сумели вывести на рынок такие товары, которые уже десятилетиями пользуются спросом у покупателей. Они сумели выбрать стратегию в свое время – и она заработала.

Лидирующие компании стремятся удержать свои позиции, сохранить название “номер 1”, для этого они должны действовать сразу на четыре фронта. Во-первых, компания должна найти возможности и средства для повышения совокупного спроса. Во-вторых, компания может стремиться еще больше увеличить свою долю рынка, даже если объем рынка остается неизменным. В-третьих, постоянное снижение издержек

должно оставаться ее сильной стороной. В-четвертых, компании должны защитить свою текущую долю рынка с помощью искусных оборонительных и наступательных действий.

Компания также может добиться огромного успеха, если в сознании потенциального покупателя она будет ассоциироваться с каким-либо словом – сумеет завладеть им. Это должно быть не сложное и не придуманное слово. Лучше всего для этой роли подходят простые слова, взятые прямо из словаря. Большинство преуспевающих компаний (или торговых марок) добились успеха – в результате целенаправленных усилий или случайно – именно благодаря владению словом в сознании потенциального покупателя. Вот несколько примеров:

- Mercedes: инжиниринг.
- BMW: управляемость.
- Volvo: безопасность.
- Domino's: доставка на дом.
- Pepsi-Cola: молодость.
- Nordstrom: сервис.
- Nokia: надежность.

В этом и состоит закон концентрации. Вы приближаете себе дорогу в сознание, концентрируясь на одном-единственном слове или концепции, фокусируя на нем все свои усилия. И это величайшая маркетинговая жертва, и в то же время стратегия.

Слова бывают разными. Они могут указывать на выгоды (предотвращение кариеса), на сервис (доставка на дом), на целевую аудиторию (молодежь), на торговую сферу (предпочтительная марка). Но, помимо этого, слова должны быть простыми.

М. Твен в письме к молодому другу советовал: “Я заметил, что ты используешь ясный, простой язык, короткие слова и сжатые предложения. Именно так следует писать по-английски. Это современный и лучший способ. Придерживайся его”.

Увы, современные бизнесмены, по всей видимости, плохо знакомы с творчеством этого писателя.

Почему деловые люди столь загадочно говорят о таких вещах, как основные компетенции (что мы делаем лучше всего), наделение властью (делегирование) или парадигмы (как мы работаем)? Нам кажется, что употребляющие столь помпезные выражения бизнесмены хотят выглядеть как можно умнее, утонченнее и значительнее. Но все, чего они добиваются, – неразборчивость. Как же менеджер должен бороться со сложностью? В этом ему могут помочь.

Устраиваемые по поводу и без иного совещания и презентации, на которых произносятся запутанные речи, являются пустой тратой времени и денег. В них мало что сообщается слушателям, поскольку последние просто “отключаются” (что может дорого обойтись компании).

Одной из наиболее дегенеративных тенденций последних сорока лет является убеждение в том, что если вас можно понять, значит, вы не более чем заурядность.

Помниться во все времена такое понятие как "простой человек" не воспринималось как положительная характеристика индивида. Поэтому не странно, почему люди боятся показаться простыми. Предлагая простые идеи, работники часто опасаются, что они могут быть не приняты и раскритикованы руководством. Иногда такие люди думают, что простые идеи нужно отбросить и искать что-то более сложное. Но как они при этом заблуждаются.

Сложные стратегии, как и сложные планы сражений, скорей всего обречены на провал, потому что в них очень много сложных деталей. Главное достоинство – простота. Но проблема в том, что большинство людей восхищаются сложностью и не доверяют простым вещам и решениям. Простые идеи в большинстве своем представляются очевидными. Но люди почему-то не доверяют своим инстинктам. Им кажется, что где-то должен быть скрытый, более сложный ответ. Неправильно. То, что очевидно для вас, очевидно для многих. Вот почему очевидные решения оказываются на рынке наиболее правильными.

Другими словами, опираясь на здравый смысл, мы видите вещи такими, какие они есть на самом деле.

Мы следуем велению беспристрастной логики, наше решение не зависит ни от чувств, ни от своекорыстия. Проще некуда.

Великий Леонардо да Винчи рассматривал человеческое сознание как лабораторию, в которой поступающая от глаз, ушей и других органов чувств информация обрабатывается "органом" под названием "здравый смысл". Иначе говоря, здравый смысл представляет собой сверхчувство, которому многие бизнесмены отказываются верить. А ведь не так уж давно экономисты, врачи, психологи – лидеры в любой дисциплине – воспринимали понятную речь как нечто само собой разумеющееся. А. Эйнштейн и трое его сотрудников потратили годы на то, чтобы сделать теорию относительности понятной для непрофессионалов. Даже Джон Мейнард Кейнс старался сделать свои экономические тезисы доступными широкой публике.

Из выше сказанного напрашивается логический вывод, что проще – значит лучше и не стоит этого стыдиться. Всемирно известные компании придерживаются именно этого принципа. Чем же мы хуже?

## УДК 338.2

ОСЕТРОВА О.П., ст. викладач  
м. Вінниця

### ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Зміна економічної системи господарювання, перехід до ринкової системи управління та її реорганізація виходячи із особливостей теперішнього стану вимагають від багатьох підприємств змінити свій підхід до забезпечення конкурентоспроможності, виділити його в якості провідної задачі, головної мети існування і роботи підприємства. Крім цього, політика, що проводиться урядом відносно антимонопольного регулювання економіки, підтримки здорової конкуренції визначає виникнення такої і між власними товаровиробниками. Дефіцит платіжних коштів, складний фінансовий стан, низька купівельна спроможність населення тим більше загострюють проблему підтримки й випуску конкурентоспроможної продукції.

В Україні стратегічне управління і планування використовується відносно недавно. Протягом існування централізовано-планової економіки в колишньому СРСР підприємства практично були позбавлені самостійності у плануванні своєї діяльності. Функціонувала система п'ятирічних, річних та оперативно-виробничих планів. У ринкових же умовах, коли роль державного, галузевого й регіонального планування мінімізована, склалась така система планування: стратегічне, тактичне, поточне та оперативне.

Завданням статті є аналіз сутності поняття "стратегія конкурентоспроможності", її ролі у системі стратегій підприємства та систематизація підходів до її формування. Серед сучасних вітчизняних праць, присвячених питанням конкурентоспроможності підприємств, варто виділити роботи Р. Фатхутдінова [1], Д. Максим'юка [2], І. Піддубного [3], Портера [4], О. Кузьміна [5], в яких висвітлено окремі методики управління конкурентоспроможністю різних об'єктів. Актуальним залишається вивчення та узагальнення різних підходів до формування стратегій конкурентоспроможності в системі ринкової економіки.

Серед таких змін можна виділити:

- ускладнення процесу формування стратегій із збільшенням масштабів господарських завдань, посиленням науково-технічного прогресу;
- посилення обмеженості ресурсів, що вимагає їх оптимізації при плануванні;
- підвищення вимог до достовірності стратегій внаслідок зростання невизначеності та ризику при їх реалізації;
- збільшення динамічності середовища і, відповідно, необхідність чіткого і детального стратегічного планування в часі;

– необхідність забезпечення гнучкості стратегій у зв'язку зі швидкими змінами зовнішнього середовища;

Багато авторів визначальним для формування стратегії вважають зовнішнє оточення. Так, стратегію визначають як раціональне прийняття рішень, у результаті яких ресурси компанії протиставляються можливостям, запропонованим умовами конкуренції. З іншого боку, частина авторів основою формування стратегії вважають не оточення, а ресурси компанії. Тоді стратегія – це узагальнена модель дій, необхідних для досягнення поставлених цілей, шляхом координації та розподілу ресурсів компанії.

У сучасній теорії менеджменту виділяють кілька типів стратегій.

*Корпоративна стратегія* формується тоді, коли компанія є диверсифікованою, тобто діє на різних ринках.

*Бізнес-стратегія чи конкурентна* визначає, як кожен підрозділ компанії досягає конкурентної переваги на певному ринку.

До основних *функціональних стратегій* відносять стратегії маркетингу, організації виробництва, фінансів, управління персоналом, розвитку тощо.

На мою думку, стратегія конкурентоспроможності належить до бізнес-стратегій, для її реалізації формується і відповідні функціональні стратегії.

Існують різні підходи до визначення поняття “стратегія конкурентоспроможності підприємства”. Під ним, зокрема, розуміють:

– “перелік правил, якими керується виробник при плануванні й формуванні системи виробництва й реалізації товару” [6];

– “план управління процесом просування товару, який спрямований на зміцнення й розширення наявних і захоплення нових ринкових товарних позицій, якісне задоволення потреб споживачів і досягнення поставлених виробничо-збутових цілей виробника” [7];

– “комплексний план дій і заходів, що спрямовуються на забезпечення конкурентоздатності продукції з метою захоплення нових ринкових ніш і позицій, усунення діючих на ринку конкурентів, задоволення потреб покупців і досягнення місії і цілей організації” [8].

Незважаючи на певні розбіжності, всі концепції об'єднує одна спільна мета – оптимізація діяльності підприємств стосовно інших на ринку. Та на даний час досягти цього стає все важче, оскільки конкуренція на ринках продовжує посилюватись.

У праці О. Кузьміна [5] виділяється такі чотири основні типи стратегій конкурентної боротьби, кожен із яких орієнтований на різні умови економічного середовища і різні наявні ресурси:

*Віолентна (“силова”) стратегія* характерна для фірм, які діють у сфері масового, стандартного виробництва товарів. Конкурентною перевагою цих підприємств є те, що таке масове виробництво можна налагодити ефективніше і з меншими витратами, ніж виготовлення невеликих партій товарів, котрі відрізняються один від одного.

*Патієнтна (нішова) стратегія* є типовою для фірм, які здійснюють вузьку спеціалізацію. Вона передбачає виготовлення особливої продукції для певного вузького кола споживачів. Ринкова сила компанії – патієнтів полягає в тому, що їх виробі стають незамінними для відповідної групи клієнтів.

Суть стратегії полягає не тільки в спеціалізації, а й у зосередженні зусиль на випуску продукції, яка користується обмеженим попитом. Такі фірми намагаються ухилитися від прямої конкуренції з провідними корпораціями тому, що боротьба з лідерами у виробництві стандартної продукції практично безрезультатна. Та з урахуванням спеціальних запитів споживача величезний розмір фірми з переваги перетворюється в недолік, перевагу матимуть малі й середні фірми.

*Комутантна (приспосовницька) стратегія* переважає під час діяльності в місцевих (локальних) масштабах. Менші підприємства краще пристосовані до задоволення невеликих за обсягом (а іноді короткочасних) потреб конкретного клієнта.

Лише комутанти готові використати кожен можливість для бізнесу, в той час як інші фірми суворо дотримуються свого виробничого профілю. Підвищена гнучкість стає джерелом сили комутантів у конкурентній боротьбі.

Компанії-комутанти з'являються там, де: інші підприємства неефективні; практично немає місця для інших конкурентів; інші фірми не забезпечують достатньо індивідуалізованого підходу до клієнта.

*Експлерентна (піонерська) стратегія* пов'язана зі створенням нових або радикальним перетворенням старих сегментів ринку. Це не просто вдосконалення товарів і послуг, а ризикований пошук революційних рішень. Прикладом є першопрохідці випуску персональних комп'ютерів (“Еплл”, “Зеніт”, “Осборн” тощо), біотехнології (“Джінетек”).

Головний чинник сили експлерентів пов'язаний із випередженням у впровадженні принципових нововведень. Така компанія намагається створити новий ринок і одержати вигоди з одноосібної присутності на ньому, хоча, як свідчать дослідження, лише 15 % із нових компаній-експлерентів - успішні.

М. Портер [4] пропонує застосовувати такі три основні стратегії підприємства (табл. 1).

Істотно відмінним від попередніх є підхід до формування стратегій підприємства Г. Крофа і М. Кусумано [9]. Автори пропонують три основні стратегії і вважають, що не існує якоїсь однієї оптимальної стратегії, а може бути задіяно кілька стратегій одночасно:

*Стратегія збільшення обсягів виробництва* робить акцент на конкретному товарі, технології чи сегменті ринку. Компанія вдосконалює розробку товарів, розширяє виробництво й підсилює інтенсивність маркетингу, щоб залучити нові групи покупців зі схожими потребами. Вона повинна збільшити можливості виробництва й розширити корпоративну інфраструктуру.

Таблиця 1

## Особливості стратегій підприємства, запропонованих М. Портером

Характеристики	Стратегія мінімізації витрат	Стратегія диференціації	Стратегія концентрації
Стратегічна мета	Орієнтація на весь ринок	Орієнтація на весь ринок	Орієнтація на вузьку ринкову нішу
Конкурентна перевага	Витрати виробництва нижчі, ніж у конкурентів	Здатність пропонувати унікальні властивості	Нижчі витрати або унікальні властивості товару в певній ніші
Особливості товару	Якісний базовий товар, обмежений асортимент	Широкий асортимент	Товар, спеціалізований для цієї ніші
Виробництво	Пошук способів зниження витрат без погіршення якості	Пошук можливостей створення додаткової цінності для споживачів	Відповідність потребам ніші
Маркетинг	Виділення тих характеристик товару, що знижують витрати	Створення додаткових властивостей, на які є попит. Встановлення підвищеної ціни для відшкодування витрат	Прив'язка унікальних властивостей до задоволення специфічних потреб у ніші
Підтримка стратегії	Розумні ціни / хороша якість	Концентрація на унікальності, формування репутації, іміджу	Концентрація на сегменті - не розпорозувати зусилля на інші ринки
Слабкі сторони стратегії	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Технологічні зміни обезцінюють досвід та інвестиції</li> <li>- Повільна реакція на необхідність удосконалення товару через посилення уваги до витрат</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Вища, ніж у конкурентів із низькими витратами, ціна ускладнює збереження прихильності до товару</li> <li>- Значення диференціації зменшується з перетворенням товару на традиційний</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Істотно вища, ніж у конкурентів із низькими витратами, ціна на спеціалізовані товари</li> <li>- Відмінності у специфічних вимогах до товару зменшуються</li> <li>- Конкуренти виходять на ще вужчі підсегменти всередині сегмента</li> </ul>

Стратегія копіювання також ґрунтується на чітких цілях стосовно товару, технології й сегмента ринку. Але її метою є географічне розширення діяльності, втілення досвіду на нових ринках.

Стратегію дроблення застосовують, коли існують певні обмеження для використання стратегій збільшення обсягів виробництва й копіювання (з'являється багато схожих виробів конкурентів за нижчими цінами, відсутні нові закордонні ринки для зростання). Стратегія дроблення передбачає визначення окремих ніш для бізнесу й активний їх розвиток.

Найпростіша з цих стратегій – це збільшення обсягів виробництва: компанія просто посилює свою активність. Складнішою стратегією є копіювання, при якій компанії необхідно використати свої навички й досвід на нових ринках. Найрадикальнішою є стратегія дроблення, коли компанія збирає значний обсяг інформації про конкурентів, продукцію й можливості ринку. Та вона також сприяє тому, що дочірні підрозділи займаються окремими специфічними технологіями, товарами, ринками.

Великі компанії, підрозділи яких знаходяться на різних стадіях зростання, можуть застосовувати всі три стратегії одночасно. Однак для більшості компаній, які перебувають на початковому етапі зростання, найкращим способом буде послідовне їх використання або деяке накладання.

Порівняння різних стратегій показує, що із збільшенням конкуренції посилюється інноваційна

активність організації. Та потрібно також враховувати, що, крім сили конкуренції, на вибір стратегії впливають й інші чинники – позиція виробника на ринку, його місія, етап життєвого циклу тощо.

Аналіз описаних вище методик формування стратегій підприємства не дозволив виділити оптимальної з них. Тому при виборі певного підходу чи методу доцільно керуватися особливостями конкретної ринкової ситуації, що склалася, та наявністю інформації.

## ЛІТЕРАТУРА:

1. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг. 2-е изд. – СПб: Изд-во "Питер", 2002. - 448 с.
2. Максим'юк Д.А. Управление конкурентоспособностью: Підручник. – Х: Основа, 2004.
3. Піддубний І.О., Піддубна А.І. Управление международной конкурентоспособностью предприятия: Навч. посібник. –Х: ІНЖЕК, 2004.
4. Портер М. Конкуренция: Уч. пос. – Москва: Изд-во "Вільямс", 2001.
5. Кузьмін О.Є., Горбаль Н.І. Управление международной конкурентоспособностью предприятия: Підручник. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005.
6. Киндрат А.Г., Волошак Р.П. Управление конкурентоспособностью. – М: Экономика, 2002.
7. Репин О.О., Репин Л.З., Шухевич О.В. Конкурентоспособность: основные аспекты. – М: Экономика, 2003.
8. Кузьмук П.П. Конкурентоспособность предприятия: теория и практика. – М.:ПКИ, 2000.
9. G. von Krogh, M.A. Cusumano. Three strategies for quick growth management. Sloan Management Review. Winter 2001, Vol. 42, № 2.

УДК 338.48(477)

ПАШКОВСЬКА М.

Наук. керівник: ЄФІМЧУК Н.І.

м. Житомир

## ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РІВНЕНЩИНИ ЯК ПЕРСПЕКТИВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні значна роль повинна відводитися формуванню туристичної галузі як однієї з найперспективніших. Пріоритетність цієї сфери вбачається в тому, що Україна в природному, історичному, етнографічному відношеннях є дуже привабливою для туристів. Погодьтеся, вона виділяється своїми надзвичайно мальовничими й унікальними регіонами, багатими й різноманітними рекреаційними ресурсами, архітектурно-історичними та природними пам'ятками й заповідниками. З кожним роком дедалі більше наших співвітчизників проводять свою відпустку або вільний час у санаторіях, пансіонатах, будинках відпочинку, туристичних мандрівках. Рекреанти та туристи можуть поглиблювати й розвивати свої знання, уявлення про етнографічні та етнічні особливості населення території кожного регіону, його господарські навички, господарську спрямованість регіону, культуру, народні традиції тощо. Але найпершою передумовою розвитку туризму в тому чи іншому регіоні є забезпеченість його інфраструктурою.

Ефективний розвиток міжнародної туристичної діяльності безпосередньо залежить від надання організаційно-медичної та фінансово-економічної підтримки з боку держави. На нашу думку, туризм це високоризиковий сектор економіки та чинник підвищення міжнародного авторитету. Необхідно, щоб визнання туризму як індустрії супроводжувалося виділенням відповідних ресурсів з боку держави, зокрема, на розбудову інфраструктури, будівництво та реконструкцію шляхів, аеропортів, очисних мереж, реставрацію історичних пам'яток, музеїв та природно-рекреаційних центрів, підтримку єдиної державної інформаційно-рекламної системи туристичної галузі України. Поміркувавши, можна сказати про те, що якщо сфера туризму й надалі буде на залишковому фінансуванні, важко досягти вагомих результатів. Досвід країн розвинутого туризму доводить, що без державних вкладень розвиток туризму не можливий, при цьому вкладення є, по суті, не витратами, а інвестиціями в галузь, що дає високі та швидкі прибутки.

Важко визначити тенденції розвитку внутрішнього туризму в Україні, нажалі в його організації проблем більше, ніж досягнень. На нашу думку, не приділяється належна увага розвитку дитячого, молодіжного сімейного та спортивно-оздоровчого туризму. Цими видами туризму охоплено лише 4,4% населення України.

Однак не можна оцінювати туризм лише за обсягом доходу, тобто тільки з економічної точки зору. Адже він є засобом оздоровлення населення, пізнання минулого та сьогодення країни, виховання підростаючого покоління, повернення історичної пам'яті народу.

Ми пропонуємо розглянути туристичний потенціал Рівненщини як перспективу забезпечення конкурентоспроможної регіональної економіки. Старовинне українське місто, адміністративний, економічний і культурний центр Рівненської області УРСР (116 тисяч жителів). Розташоване на річці Устя, лівій притоці Горині. Час заснування невідомий. Перша письмова згадка про місто відноситься до 1282 року. У середні віки Рівне було власністю різних українських, литовських і польських феодалів. У 1507 році одержало магдебурзьке право, за яким звільнялося від влади магнатів й одержало органи самоврядування. Після другого поділу Польщі, в складі Волинського воєводства Рівне відійшло до Росії, ставши повітовим містом Волинської губернії (із архіву 1969 р.)

На початку 1918 року місто окупували австро-німецькі війська, восени 1920 р. Рівне разом із західноукраїнськими землями загарбала буржуазно-поміщицька Польща.

В 1939 році руїни та згарища залишила війна. Знавісний ворог завдав величезних збитків міському господарству, знищив і ту невелику кількість промислових підприємств, культурних і навчальних закладів, які були до війни. Місто в складі західноукраїнських земель було воз'єднано з Радянською Україною. Американський письменник Джон Рід, перебуваючи в Рівному як військовий кореспондент у 1915 році, у книзі "Вздовж фронту" писав: "Злиденні села тулилися навколо "казьонок", – тепер закритих, – нещасні дерев'яні халупи, розкидані серед грязюки й недбало покриті соломною, порізаний коліями простір – у володінні свиней, що риють землю... Навкруги дзижчали хмари вгодованих мух... Я ніколи не забуду Рівне".

Хіба не буде туристам цікаво дізнатися, що Рівне – місто славних революційних, героїчних і трудових традицій. Про них розповідають численні пам'ятники та обеліски, меморіальні дошки, вивішені на будинках – свідках історичних подій. Вулиця Островського, 36. Обеліск, поставлений на місці подвигу радянських танкістів Павла Абрамова та Олександра Голікова. 28 червня 1941 року вони кілька годин вели нерівний бій, стримуючи великі сили гітлерівців. П. Абрамов

і О. Голіков поховані на Рівненському військовому кладовищі, де їм також споруджено пам'ятник.

Братська могила воїнів. Над нею гранітний монумент, барельєфи якого відтворюють грізну битву з гітлерівцями. На мармуровій плиті викарбувані імена мужніх синів Росії, України, Білорусії, Грузії, Вірменії, які героїчно загинули в бою за визволення м. Рівне від фашистів. Серед них – ім'я Героя Радянського Союзу партизана Г.М. Шевченка. Вулиця Біла, сквер. Під час гітлерівської окупації на вулиці Білій був розташований найбільший з трьох концтаборів. Тільки тут фашистські звірі розстріляли, замордували, закопали живцем понад 81 тисячу радянських військовополонених, мирних жителів, у тому числі жінок, стариків, немовлят. Тепер у сквері височить дванадцятиметровий пам'ятник жертвам німецького фашизму. Ще Рівне та область цікаве на пам'ятки християнської культури. 20 жовтня 1895 року відбулася довгоочікувана багатьма подія – освячення новозбудованого православного соборного Свято-Воскресенського храму міста Рівного. У 1995 році виповнилося сто років від того часу, як відчинилися двері цього храму. Минули роки. Змінювались покоління мешканців міста. Храм, як і люди зазнав і добра, і лиха. Він – свідок часу, його історія – невід'ємна частина минулого кількох поколінь тих, хто називав і називає себе рівнянами. Споруда першого православного соборного Свято-Воскресенського храму міста проіснувала 150 років і згоріла в полум'ї страшної пожежі 12 червня (за ст. ст.) 1881 року, яка знищила більшу частину міста. За деякими переказами тут перед боями молився Іван Мазепа.

Не кожен знає, що місто багате на історико-культурні пам'ятки. На високому березі р. Горинь поблизу с. Новий Двір, включеного до міської смуги, виявлені знахідки крем'яних знарядь доби палеоліту. На околиці міста – кам'яна гробниця культури кулястих амфор, виявлена у 1911 р. На території колишнього с. Басів Кут (тепер Басівкутська вулиця м. Рівне) сліди поселення городоцько – здовбицької культури. Там же в урочище "Дворець" на південному схилі правого берега струмочка, що впадає в р. Устя, – давньоруське селище, виявлене розвідкою І.К. Свешнікова у 1962 р. Там же на місці високого берега р. Устя – давньоруське городище XI–XIII ст. площею близько 40 x 80 метрів, оточене валом до 3 м заввишки, виявлене наприкінці XIX ст. Поблизу міста в 1890 р. знайдено римську бронзову статуетку Венери, що до 1914 р. зберігалась у музеї Київської духовної академії. На території міста знайдено римську монету й бронзового кельта.

У рівненських археологів – справжнє свято. Будуючи житловий комплекс, у землю встромили дві залізобетонні палі, які чомусь розійшлися в різні боки. Причину такої аномалії довго не могли з'ясувати, тож на допомогу прийшли археологи. Ті одразу помітили історичну цінність знахідки. Нині дослідники розробляють проект реконструкції стіни. Кажуть, що древня

стіна має унікальне значення для історії. Тим часом фахівці заявляють: якщо в столиці підтвердять припущення, то знахідка може змінити історію не лише Рівного, а й усієї Волині.

А які почесні люди жили в рівному, черпали натхнення з цієї землі... Мабуть, в історії міста Марія Невсьицька назавжди залишиться найвидатнішою і найзагадковішою постаттю. Знаємо міста, які засновували могутні володарі, мужні воїтники, розширюючи тим межі своїх володінь. А от Рівне вписане в історію з ім'ям жінки, що його заснувала й щиро дбала впродовж років про його зростання та добробут. Ця жінка носила ніжне благоговійне ім'я Марія.

Цілий ряд уславлених імен давніх часів засвідчує особливу роль жінки-благодійниці, меценатки, просвітянки. Анастасія Гольшанська жертвувала кошти на українську першокнигу "Пересопницьке Євангеліє", Гальшка Гулевичівна стала засновницею київської братської школи, що переросла згодом у славетну Академію. Неодноразово відвідувала Рівне славнозвісна українська поетеса Леся Українка. Тут жив деякий час її дядько М.П. Драгоманов. Поетеса приїжджала зі своєю матір'ю Оленою Пчілкою, відомою на той час письменницею, подорожувала по мальовничих місцях Полісся, збирала фольклорні матеріали, які використовувала у своїх поезії. Володимир Короленко черпав натхнення для своїх творів з вулиць міста. "Діти підземелля" – літературне відображення реальних жителів Рівного.

Вважаємо, що сподобаються приїжджим легенди міста та області. Скит святої Праведної Анни від Свято-Миколаївського жіночого монастиря – це один із тих осередків православ'я, які молитвами та заступництвом Пресвятої Богородиці та святих угодників Божих відновлюються в різних куточках нашої землі.

Кожна святиня має свою неповторну історію буття. Не виняток і святі джерела Праведної Анни, на яких знаходиться скит. Як повідає місцеве передання, в давнину на місці джерела стояла церква. Але в часи татарської навали, коли православний народ терпів знущання від іновірців, церква Божим промыслом була збережена від наруги. Вона за переказом, увійшла в землю.

Минули часи, в селі було збудовано нову церкву, але пам'ять про священне місце зберігалась у людей, і ця історія передавалась із покоління в покоління, поки не було явлене нове диво, яке ще раз засвідчило, що це місце є особливим і на ньому перебуває Божа Благодать. За переданням, тут явилась ікона святої Праведної Анни, яку першими помітили пастушки. Незабаром уже все село знало про диво й зібралось на місці явлення образу. Ікону урочисто, хресним ходом було перенесено до храму, але наступного дня її там не було: вона повернулася на місце свого явлення. Зрозумівши це так, що, можливо, образу не було надано відповідної пошани, вже вдруге, зі священниками, відслуживши молебень, ікону було перенесено до церкви.

Але вранці її знову знайшли на старому місці. Тоді всі зрозуміли, що Свята Анна сама вибирала собі місце і не бажає нікуди переходити. На місці явлення ікони було побудовано капличку, в якій і зберігалася святиня, а також з того часу забило цілюще джерело. Протягом віків православні паломники звідусіль приїжджали до джерела, щоб зануритися в його священні води та отримати зцілення. В часи атеїзму капличку було закрито й вивезено, а саме джерело засипано торфокришкою, землею та бетонними плитами. Але Господь і святе місце знеславлені не бувають. Джерельна вода утворювала струмок, котрий своєю свіжістю оживляв ставки з рибою. Коли засипали джерело, то в ставках стала гинути риба. Тоді поряд із засипаним джерелом вирили каналу, з якої знову пішла вода в ставки. На даний час-це священне місце для прочан.

Від замку Чорторійських лишилися лише руїни, проте люди й досі тримають в пам'яті перекази й обходять ті місця стороною.

За легендою замок був збудований у 13 столітті. Князь Чорторійський мав численні замки на Волині, одного разу відпочиваючи у своєму маєтку в Клевані (ця назва селища досі збереглася) він побачив у саду дівчину з сусіднього села. Її врода полонила його й забрала сон. Князь вирішив, що обов'язково одружить-ся з Оксаною (так звали красуню) і заслав сватів. Проте він не знав, що в дівчини є наречений Іван, який теж працював у маєтку. Оксана відмовила Чорторійському, що дуже розгнівало його, не простивши образу, він вирішив справити їм весілля. Було запрошено всі навколишні села, 2 тижні люди святкували й гуляли.

## УДК 65+338.24

ПОЛУЯН Ю.

Наук. керівник КОРОСТЕЛЬОВ В.А., к.е.н.

м. Київ

## ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Головною метою проведення маркетингових досліджень на будь-якому підприємстві є зменшення невизначеності й ризику при прийнятті правильних управлінських рішень. Взагалі, маркетингові дослідження являють собою систематичний процес постановки цілей дослідження, збору та аналізу об'єктивної ринкової інформації, а також, розробка рекомендацій для прийняття правильних управлінських рішень стосовно будь-яких елементів внутрішньої та зовнішньої стратегії підприємства. А сама організація маркетингових досліджень на підприємстві – це процес планування проведення маркетингових досліджень, організація цього самого процесу, мотивація та контроль працівників маркетингової служби підприємства, необхід-

Весілля гриміло на всю Волинь. В першу шлюбну ніч, князь виділив найкращу кімнату замку, і о 12 годині наказав замурувати двері, які вже ніколи не відкривались... Кажуть, що стогін Івана і плач Оксани й досі чути в холодних руїнах замку Чорторійських.

Отже, можна впевнено сказати, що Рівне – перлина української культури та вікових традицій, жива легенда Волині та мальовничий куточок прадавньої землі.

На прикладі одного з міст нашої держави, Рівного, можна зробити висновок про те, що за своїм туристично-рекреаційним потенціалом Україна має всі можливості стати туристичною державою світового рівня. Розширення міжнародних зв'язків відкриває великі можливості для просування національного туристичного продукту на світовому ринку, а також залучення до українського інформаційного простору, світового передового досвіду організації туристичної діяльності. Україна відкрита для міжнародного співробітництва. Цілеспрямована та системна діяльність щодо розвитку міжнародних туристичних зв'язків є чинником інтеграції нашої країни до європейської спільноти, розвитку національної економіки та культури, ефективного використання туристичних ресурсів, розбудови транскордонної інфраструктурної мережі.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Багалій Д.І. Історія Слобідської України.– Харків, 1998. – 350 с.
2. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу термінологія, районування.– К., 2004. – 264 с.
3. Панкова Є.В. Туристичне краєзнавство: Навчальний посібник. / К.: "Альтерпрес", 2003.– 352 с., іл.

ний для якісного збору, аналізу та подання даних стосовно поведінки як окремих споживачів, так і організацій, виявлення їхніх потреб, відносин, думок, мотивацій у контексті їхньої економічної, громадської, політичної та повсякденної діяльності.

На підприємствах із централізованою (тобто відділ маркетингу напряму підпорядковується керівнику підприємства) структурою управління маркетингову діяльність (а відповідно і маркетингові дослідження) здійснює служба маркетингу.

Вона може бути організована по-різному:

- організація "за функціями" найбільш доцільна, коли і товарів, і ринків у підприємства небагато. Для роботи з ними достатньо мати спеціалізовані відділи:

ринкових досліджень, планування виробництва й маркетингу, управління збутом;

- організація "за видами товарів" доцільна, коли в підприємства різноманітний асортимент товарів, що потребує специфічних умов виробництва, збуту, обслуговування. При такій організації у відділах формуються групи, що займаються тільки "своїм" товаром, а вже стосовно цього товару встановлюється функціональна організація;

- організація "за ринками", що є найбільш доцільною, якщо для обслуговування продукції необхідні спеціальні знання, якими володіють тільки його співробітники;

- організація "за територіями" вигідна при наявності широкої номенклатури товарів у кожному з виділених регіонів і незначних розходжень між їхніми споживачами.

Управляючий службою маркетингових досліджень, зазвичай, підпорядковується віце-президенту з маркетингу й виконує функції керівника досліджень, адміністратора, консультанта й захисника інтересів фірми. Серед співробітників відділу – фахівці із розробки планів досліджень, статистики, соціологи, психологи, фахівці з моделювання.

Службою маркетингових досліджень здійснюється розробка основних напрямків і методології ринкових досліджень, визначення характеру й джерел необхідної інформації, планування й контроль конкретних дослідницьких програм, узагальнення отриманих результатів і підготовка необхідних рекомендацій.

На підприємствах із децентралізованою структурою управління маркетингову діяльність здійснюють відділи маркетингу у виробничих підрозділах. Вони координують виробничу й діяльність збуту з кожного виду продукції. В їхні функції входить комплексне вивчення

ринків, розробка програм маркетингу, організація реклами, технічного обслуговування і збуту. Діяльність відділів маркетингу й виробничих відділів підприємства координує центральна служба маркетингу. В її функції входить розробка цілей і стратегії підприємства загалом на основі програм маркетингу з кожного виду продукції, розроблених у виробничих відділах. Рішення з найбільш важливих питань маркетингової діяльності приймаються на вищому рівні управління.

Правильно проведене маркетингове дослідження дає змогу підприємству ефективніше вирішувати поставлені перед ним задачі. Методика й техніка досліджень суттєво залежать від конкретних цілей і завдань маркетингу, що, у свою чергу, визначається загальною маркетинговою стратегією підприємства, ринковою ситуацією, особливостями виробничої і комерційної діяльності на зовнішньому ринку, термінами перебування на ньому, тиском конкурентів і т. ін.

В процесі маркетингового дослідження реалізуються такі найважливіші функції:

- збір різноманітної маркетингової інформації про ринок, споживачів, товарів тощо, спрямованої на задоволення інформаційно-аналітичних потреб маркетингу;
- обробка відомостей, одержаних під час проведення досліджень;
- виявлення загроз і можливостей компанії;
- розробка рекомендацій щодо усунення недоліків;
- та підготовка звіту про досягнення поставлених цілей та задач.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Аакер Д., Кумар В., Дж. Джей. Маркетинговые исследования – СПб, "Питер" 2004 г. – 840с.

#### УДК 379.85

ПОМІГУЄВ Р.

наук.керівник НОВИКОВА Н.О., к.пед.н.

м. Київ

### ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: МІФ ЧИ ПАНАЦЕЯ?

На початку 90-х рр. ХХ ст. в розвитку міжнародного туризму з'явилися дві нові тенденції, які швидко прогресують і стають визначальними для більшості країн.

Перша тенденція – явище загальносвітового масштабу. Це – стрімка глобалізація світового господарства й туристичної індустрії як його складової частини і тих секторів економіки, розвиток яких значною мірою залежить від туризму (сектор перевезень, харчування). Процес глобалізації породжений зміцненням позицій транснаціональних корпорацій. У туризмі це особливо помітно в готельному господарстві. Глобалізація туристичної індустрії супроводжується поширенням високотехнологічних стандартизованих туристичних послуг з одночасною диверсифікацією попиту за різноманітними параметрами: вартість,

унікальність, індивідуальність, елітність, екзотичність, складність тощо.

Друга тенденція стосується власне туристичної індустрії. Вона пов'язана з прискореним розвитком екологічного туризму – активного відпочинку в межах неторканих і природоохоронних територій, де поряд із науково-пізнавальними, культурно-виховними й спортивно-оздоровчими функціями, акцентується увага на зв'язках між природним та соціальним середовищем, на наслідках антропогенного тиску, набуваються навички гармонійних стосунків між людиною та природою, формується ресурсозберігаючий стереотип поведінки на рівні особистості [6]. (Згідно даних Світового ресурсного Інституту, кількість туристів загалом зростає на 4% в рік, тоді як екотуристів – на

10% [10]. Зустрічаються ще більш оптимістичні цифри. За оцінкою Міжнародного товариства з екотуризму щорічне зростання для традиційних туристів складає 7%, а для екологічних – 20%. Соціологічні дослідження показують, що 60% міжнародних туристів мандрують, щоб насолодитися природою і більше про неї дізнатися, а 40% подорожують спеціально для спостереження за дикою фауною [9]).

У цей же період у світі, а особливо в Європі (Франція, Швейцарія, Польща, Велика Британія, Нідерланди) набуває популярності відносно новий вид відпочинку – сільський або зелений туризм, який включає активний відпочинок у сільській місцевості й передбачає, за бажанням туриста, участь у сільськогосподарських роботах, знайомство з сільським господарством, аграрними технологіями, побутом і культурною спадщиною сільських громад. (Поняття “сільський” і “зелений” туризм знаменно стали синонімічними. Тут є своя логіка, адже і сільський, і зелений туризм сповідують одні й ті ж принципи розвитку. Але є й суттєва відмінність. Вона полягає в тому, що зелені туристи при виборі місця ночівлі не завжди орієнтуються на сільські присадибні чи фермерські господарства. Синонімізації ж понять, швидше за все, сприяла назва неурядової організації. Яка опікується проблемами розвитку цих видів рекреаційно-туристичної діяльності – “Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні”. Не вдаючись у глибокі етимологічні розвідки, слід зазначити, що значно ближчими між собою є поняття “зелений” та “екологічний”, ніж “сільський” туризм. Але такі нюанси носять більше академічний, ніж практичний характер і пов’язані зі становленням та розвитком туристичного понятійно-термінологічного апарату).

Слід зауважити, що в наукових студіях відсутній єдиний підхід до визначення поняття “сільський туризм”. Єдине, що не викликає дискусій – належність такого виду рекреаційно-туристичної діяльності до альтернативного туризму (альтернативний туризм – види й форми туризму, розвиток яких базується на принципах сталого туризму, прикладом є екологічний, сільський зелений, пригодницький, відповідальний та інші види туризму [7]. Ідея сталого розвитку, яка передбачає збереження ресурсного потенціалу для прийдешніх поколінь і зведення до мінімуму впливу на довкілля, вперше пролунала у звіті Всесвітньої комісії з оточуючого середовища (доповідь Гро Харлем Брундланда – прем’єр-міністра Норвегії, 1987 р.), що надрукований під назвою “Наше спільне майбутнє” [3]. Концепція сталого розвитку взята на озброєння урядами багатьох країн, керівництвом транснаціональних корпорацій і розглядається як програма дій у господарській сфері), розвиток якого базується на принципах сталості.

Сільський туризм слід розглядати як форму (концепцію) господарського освоєння простору в аграр-

них регіонах, де сільське чи лісове господарство з певних соціально-економічних чи природних причин або відчуває нестачу достатніх ресурсів (демографічних, матеріально-технічних, природних) для подальшого інтенсивного розвитку, значною мірою вичерпало їх або вступило в протиріччя з екологічними принципами господарювання. Дотримання яких може призвести до стагнаційних чи кризових явищ. За таких умов сільський туризм перетворюється на реальну альтернативу сільському чи лісовому господарству й суттєво доповнює, а то й повністю перекриває прибутки від аграрного та лісопромислового бізнесу. Особливо це стосується гірських територій у межах староосвоєних європейських регіонів (Альпи, Рудні гори, Карпати, Балканіди тощо).

З іншого боку, поширення сільського туризму в традиційних аграрних регіонах може надати імпульс для розвитку трудомістких сільськогосподарських виробництв або сприяти їх відродженню. До таких галузей належать плідівництво, овочівництво, хмелярство, садівництво, хутрове звідництво та деякі інші. Це стане можливим за умови добровільної участі споживача сільського туристичного продукту в процесах збору чи вирощування урожаю, заготівлі кормів, у догляді за худобою, домашньою птицею, бджолами тощо. Оплата за таку роботу може частково, а то й повністю компенсувати витрати на придбання сільського туру.

Сільський туризм позбавлений багатьох недоліків, притаманних традиційним видам масового туризму. Насамперед, це – екологічно м’який туризм. Пошук більш оптимальних і дружніх до навколишнього природного середовища шляхів розвитку туризму призвів до появи таких понять як “екологічно м’який”, “зелений”, “природний”, “дрібномасштабний”, “природно-орієнтований”, “відповідальний”, “сільський”, “аграрний”, “агроекологічний” туризм. Всі ці терміни не обов’язково означають одне й теж, хоча деякі мають близьке значення. Об’єднуючись під дахом альтернативного туризму, всі вищезгадані види презентують своєрідну антитезу традиційному туризму й за своїм наповненням, більшою чи меншою мірою, є екологічними [6], тому цілком виправданою видається теза про те, що сільський зелений туризм є підвидом, формою екологічного туризму [11]. Мінімальний вплив на довкілля забезпечується за рахунок індивідуалізації відпочинку, малої потужності туристичних потоків і залучення до використання значних за площею територій.

Сільський туризм здатен забезпечити реальне відновлення психофізичної енергії. Споживач відповідного туристичного продукту опиняється в затишній домашній атмосфері й отримує можливість відсторонитися від психологічного дискомфорту й позбавитися стресів, які супроводжують його як у звичному життєвому середовищі, так і під час відпочинку в курортних зонах зі значним скупченням туристів.

Ще одна перевага сільського туризму – вживання свіжої, здорової їжі, приготовленої в домашніх умовах

з максимальним врахуванням побажань і смаків споживача агро туристичних послуг.

Незважаючи на свою відносну "молодість", сільський туризм досить добре структурований і презентований кількома підвидами: аграрний туризм, або агро туризм – туризм з метою розваг, відпочинку й оздоровлення (головний напрям розвитку сільського лікувально-оздоровчого туризму – іпотерапія – реабілітаційно-відновлювальна методика, яка передбачає верхову їзду на конях, складова частина лікувальних технологій, які застосовуються в терапевтичній рекреації. Прогулянки верхи на конях, які набувають особливої популярності в розвинених країнах, покращують координацію рухів, збільшують рухливість кісток тазу, суглобів, зменшують сколіоз, позитивно впливають на хворих церебральним паралічем. При цьому важко оцінити позитивний емоційний заряд від спілкування людини з конем. Використання іпотерапії при організації сільських зелених турів вимагає від організаторів певної підготовки й передбачає наявність відповідних ліцензій чи сертифікатів) у сільській місцевості, який передбачає використання сільського присадибного або фермерського господарства як головного засобу розміщення туристів (засобом або модусом розміщення туристів є будь-які об'єкти що регулярно чи епізодично надають туристам місця для ночівлі [7]) у сільській місцевості, який передбачає використання сільського присадибного або фермерського господарства як головного засобу розміщення туристів; агро-екологічний туризм, або екоагротуризм – туризм з метою розваг і відпочинку, який передбачає використання сільського (фермерського) господарства як головного засобу розміщення туристів, де вирощування сільськогосподарських культур ведеться із застосуванням екологічно м'яких технологій.

Головним засобом розміщення сільських туристів є агро оселя (агро садиба) – житлове приміщення в сільській місцевості, пристосоване для проживання туристів, з певним набором зручностей, яке на правах приватної власності належить фізичній особі/особам, яка/які займаються веденням підсобного або фермерського господарства [7].

На думку вітчизняних дослідників, на Заході сформувалося два види сільського туризму – "змішаний" і "чистий". Перший спирається на фермерські господарства, які спеціалізуються на різних видах аграрного виробництва й додатково пропонують туристичні послуги, другий – орієнтується лише на обслуговування туристів і розвивається в сільській місцевості в формі придорожніх міні-готелів [4]. У цій ситуації доречно акцентувати увагу на певних методологічних розбіжностях. По-перше, "чистий" вид сільського туризму в представленій інтерпретації не відповідає одному з головних критеріїв – використання житлових приміщень сільськогосподарської ферми/садиби для надання місць туристам для ночівлі. Як показує досвід сільськогосподарського освоєння території будь-якої

країни, фермерські господарства й житлові приміщення, як правило, розташовуються на значних відстанях від транспортних магістралей і лише у виняткових випадках можуть претендувати на роль придорожнього міні-готелю, по-друге, у випадку, якщо власник ферми лише обслуговує туристів і не займається сільським господарством, він переходить до категорії підприємців, які займаються туристичним бізнесом, а переобладнана ферма стає мотелем чи іншим засобом розміщення туристів. По-третє, саме "змішаний" вид, який відповідає всім канонам сільського зеленого туризму, і може претендувати на звання "чистого". В такому випадку "змішаними" є прибутки, що отримуються фермером від різних видів діяльності і не впливають на "чистоту" виду діяльності.

Україна не лишилась осторонь загальносвітових тенденцій розвитку нового виду рекреаційно-туристичної діяльності. Наша держава робить перші кроки на шляху до усвідомлення значущості цього явища й намагається створити сприятливе правове й економічне середовище для діяльності населення в царині сільського туризму. Але управлінський вплив на його розвиток носить несистемний, спорадичний і проблемний характер. Він стосується кількох важливих моментів – оподаткування, кредитування і розробки критеріїв віднесення окремих видів рекреаційно-туристичної діяльності до категорій, які потрапляють під "дах" сільського туризму.

Особливо актуальним розвиток сільського туризму є для аграрних регіонів країни, до яких, насамперед, належать Українське Полісся, Карпати, Поділля. На користь цьому твердженню можна навести кілька аргументів.

По-перше, сільський туризм певною мірою сприятиме стабілізації економічної ситуації у сільській місцевості України, оскільки має всі підстави аби перетворитися на джерело додаткових прибутків для селян, стати "поставником" робочих місць і стимулюючим чинником розвитку підприємництва, народних промислів, лісового господарства, сфери обслуговування та сільськогосподарського виробництва, в тому числі таких його галузей як ставкове рибництво та бджільництво. Туризм спонукатиме селян вивчати культуру рідного краю та освоювати нові професії, такі як гід-провідник, екскурсивод, менеджер. Це – далеко не повний перелік видів діяльності, які можуть з'явитися в сільській місцевості, де розвиватиметься сільський зелений туризм.

По-друге, аграрні регіони володіють потужним природно-ресурсним і культурно-історичним потенціалом, який, незважаючи на всі декларації урядовців і дослідження науковців, мало використовується в рекреаційно-туристичній діяльності. Насамперед, це стосується районів, прилеглих до річок Дніпро, Десна, Південний Буг, Дністер, Горинь, Псел, Ворскла, Тетерів, Швацьких озер, а також сільських поселень, які розташовані в Криму, Карпатах, у безпосередній близь-

кості від лісових масивів, озер, малих річок, визначних пам'яток історії та культури.

По-третє, розвиток сільського туризму може допомогти стабілізувати й покращити демографічну ситуацію. На тлі напруженої загальноукраїнської демографічної ситуації в аграрних регіонах вона набула кризового характеру. На початку XXI ст. смертність населення в сільській місцевості, особливо на Поліссі, набула катастрофічних показників, які коливаються в межах 18–26%, при середньому значенні по країні – 14,8% [5]. Природне скорочення стало повсюдним навіть у містах. Цілком імовірно, що впровадження та успішний розвиток агротуристичного бізнесу й супутніх виробництв приведе до закріплення в сільській місцевості населення молодших вікових груп, що сприятиме відновленню демографічного потенціалу сіл Полісся, Поділля, Карпат та інших регіонів України.

По-четверте, реалізація сільських турів створить можливості для реального використання вигідності графічного положення більшості аграрних регіонів. Близьке розташування поліських регіонів від столичної агломерації забезпечить наявність споживачів сільського туристичного продукту, а прикордонність дозволяє просувати національний туристичний продукт на ринки країн Європейського Союзу й безпосередніх сусідів: Польщі, Словаччини, Румунії, Молдови, Угорщини, Росії та Білорусі.

Уже на початкових стадіях розвитку організатори агро-туризму повинні усвідомлювати, що в аграрних регіонах країн-сусідів схожі з Україною передумови розвитку такого виду рекреаційно-туристичної діяльності. Тому пошук власної ринкової ніші шляхом розробки і реклами оригінального туристичного продукту, який поєднуватиме національну культурну традицію, українську ментальність і сучасні підходи до організації якісного відпочинку, – пріоритетні завдання при формулюванні стратегічних цілей розвитку сільського туризму в країні.

По-п'яте, результати проведених досліджень соціологічних опитувань свідчать, що майже 65% мешканців Полісся віддають перевагу відпочинку в сільській місцевості, вважаючи його найбільш прийнятним у нинішній соціально-економічній ситуації. Заради справедливості слід зазначити, що мова йде про короткотривалий або кількадечний відпочинок. При цьому варто акцентувати увагу на прагненні мешканців міст екологізувати свій відпочинок і використовувати для цього руралістичні, прирічкові й лісові ландшафти. Сільський туризм у своєму розвитку опирається саме на таку ландшафтно-пейзажну різноманітність і повною мірою забезпечує потребу людини у спілкуванні з антропогенно незмінним природним середовищем.

Схожа ситуація склалася і в європейських державах. Статистика свідчить, що 35% міських жителів Євросоюзу віддають перевагу відпустці в сільській місцевості.

Важливо й те, що туризм, у тому числі й сільський, проголошений одним із пріоритетних напрямів роз-

витку господарського комплексу України, що вимагає відповідного науково-методичного забезпечення і практичних кроків для реалізації цих завдань. Тому логічним і своєчасним була б розробка загальнонаціональної програми розвитку сільського туризму. Її реалізація можлива за умови здійснення кількох взаємопов'язаних кроків:

- усвідомлення управлінцями вищої керівної ланки необхідності підтримувати розвиток сільського туризму не лише на словах, а й виділенням відповідних фінансових ресурсів;

- пошук і налагодження контактів із сільськими громадами, фермерами й іншими категоріями сільських жителів у різних регіонах країни, які зацікавлені у створенні відповідного туристичного продукту та його реалізації на ринку послуг;

- розробка механізму створення, сертифікації просування на ринок послуг “сільського туристичного продукту” окремих регіонів України з власною торговою маркою, створеного на основі використання місцевих ресурсів, та його практичне опробування на основі фермерських господарств, розташованих у поселеннях уздовж річок, поблизу озер, лісових масивів, національних природних парків та інших привабливих природних і культурно-історичних об'єктів;

- об'єднання виробників відповідного туристичного продукту в громадські організації і створення під їх егідою інформаційно-тренінгових центрів, де здійснюватиметься консультування та навчання зацікавлених осіб з основ організації сільського туризму в агросадибах;

- розробка й практичне впровадження типових методик проведення тренінгів для потенційних виробників “сільського туристичного продукту” в регіонах;

- налагодження соціологічного моніторингу на рівні виробника й споживача “сільського туристичного продукту” для виявлення можливостей його створення з одного боку, і з'ясування уподобань і потреб пересічного споживача з іншого;

- розробка екологічних та соціальних “правил поведінки” для виробників і споживачів “сільського туристичного продукту”;

- створення регіональних комп'ютеризованих баз даних, розміщених в Інтернет-мережі, де буде зібрана інформація законодавчого, ресурсного, організаційного, історико-краєзнавчого, спортивно-туристичного, медичного, рекламного характеру для виробників і споживачів “сільського туристичного продукту”;

- підготовка методичних рекомендацій для потенційних виробників “сільського туристичного продукту” в регіонах.

Реалізація загальнонаціональної програми матиме довгострокові наслідки і сприятиме вирішенню низки актуальних соціально-економічних проблем, типових для аграрних регіонів, які, з точки зору економічного розвитку, всі належать до категорії депресивних:

- створення додаткових можливостей для сільських громад поліпшувати свій фінансовий стан, акумулювати кошти й спрямовувати їх на реалізацію місцевих соціальних проектів;

- сприяння розвитку малого й середнього бізнесу в сільських регіонах країни;

- створення і просування на ринку туристичних послуг матеріально доступних для пересічного мешканця міста "сільських агротурів";

- розширення переліку індивідуалізованих активних видів відпочинку;

- наближення міського жителя до витоків народної культури;

- активізація створення сучасних засобів розміщення туристів у сільській місцевості й формування культури обслуговування туристів;

- актуалізація краєзнавчо-пошукової роботи та сприяння розробці нових туристичних маршрутів у сільській місцевості.

Виконання пропонованої загальнонаціональної програми розвитку сільського туризму може складатися з кількох етапів:

1. Підготовка, проведення та аналіз вибіркового анкетування серед мешканців окремих сіл Волинської, Житомирської, Чернігівської, Вінницької, Івано-Франківської, Львівської, Закарпатської, Полтавської та інших областей і АР Крим, які розміщені в межах екологічно чистих територій і найбільш перспективні з точки зору розвитку сільського туризму в Україні. Мета анкетування – виявлення потенційних виробників "сільського туристичного продукту" й попередня оцінка якості послуг та засобів розміщення туристів.

2. Розробка критеріїв відбору та власне відбір серед респондентів тих сільських жителів, оселі яких найбільшою мірою відповідають вимогам щодо створення "сільського туристичного продукту", а самі вони виявляють бажання займатися сільським туристичним бізнесом. Формування в окремих областях груп із відібраних респондентів для проведення семінарів і тренінгів з основ організації агро-туристичного бізнесу. Тематика тренінгів повинна орієнтуватися на регіональні особливості та включати такі напрями:

- правові та фінансово-економічні аспекти організації агро-туристичного бізнесу;

- механізм створення і просування агро туристичного продукту на ринок послуг, роль реклами в розвитку агротуристичного бізнесу;

- основи маркетингу сільського туризму;

- місце і роль сільської громади в розвитку сільського туризму;

- гостинність і організація розміщення та харчування сільських туристів;

- основи краєзнавчо-пошукової роботи;

- роль народних промислів у розвитку та організації сільського туризму;

- екологічні та соціальні "правила поведінки" для виробників і споживачів "сільського туристичного продукту";

- практичні заняття з організації активного відпочинку сільських туристів (піші, водні, велосипедні, кінні, лижні походи й прогулянки, збирання грибів, дикорослих ягід і лікарських рослин, вудіння риби, полювання тощо);

- правила безпеки й надання першої невідкладної медичної допомоги під час активного відпочинку.

3. Створення в областях громадських організацій та інформаційно-тренінгових центрів, які опікуватимуться проблемами розвитку сільського туризму й налагодженням зв'язків із Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні та обласними органами управління. Знайомство з досвідом організації агро-туристичного бізнесу в інших країнах і областях України.

4. Випуск пілотних, а в перспективі – періодичних бюлетенів про ресурси й фінансово-економічні можливості й передумови розвитку сільського туризму в окремих регіонах України та їх поширення серед сільських громад.

5. Розробка критеріїв та проведення сертифікації агро-садиб, які вже діють в областях із присвоєнням їм особливих знаків (від 1 до 5 "хатинок", "зелених листочків", "ромашок", "лелек", "ластівок" чи чогось подібного) в залежності від комфорту, набору послуг та інших особливостей, що буде підставою для формування цінової і податкової політики.

6. Розміщення інформації про потенційні й реальні можливості розвитку сільського туризму та види послуг, що надаються в агро-садибах на офіційних та обласних і загальнонаціональних веб-сайтах.

7. Розробка, підготовка до друку й видання методичних/практичних рекомендацій для організаторів сільського туризму, які включатимуть кілька головних розділів: сільський туризм як вид підприємницької діяльності, практичні поради власникам агро садиб, ресурсне й матеріальне забезпечення розвитку сільського зеленого туризму, короткий словник термінів і понять.

На основі моєї роботи зелений туризм є панасеєю, але для когось можливо він є міфом, який потім породжує реальність. Я вважаю, що зелений туризм в майбутньому принесе Україні дуже вагому користь, і буде невід'ємною ланкою соціально-економічної сфери, тобто являтиметься тією галуззю, яка спираючись на конкретні принципи й засади зможе вносити цілком вагомий корективи в економіку нашої держави. Для цього слід поетапно виконувати наступні кроки:

- на основі законодавчих норм потрібно створити структуру, яка суцільно була б ціленаправлена на розвиток туризму. Потрібно створити програму по залученню необхідних коштів конкретно в сферу зеленого туризму.

Розробити для інвесторів сприятливе економічне середовище, дивлячись крізь яке вони могли б спокійно вкладати свої кошти саме в цю галузь, тобто щоб інвестиційний клімат був у досить живому русі.

Трішки поліпшити умови для середнього бізнесу зі сторони держави, який на мою думку в майбутньому буде головною фінансовою ланкою саме для рекламування, популяризації туризму.

Інфраструктурний аспект є досить вагомою складовою, оскільки, якщо ми захочемо вивести наш "сільський туристичний продукт" на європейський рівень, щоб в подальшому з кожним роком все більше підвищувати частку іноземних туристів, які приїздять до нас надаючи перевагу сільській місцевості.

Необхідно:

– покращити стан доріг в сільській місцевості, які нажалі знаходяться зараз в плачевному стані;

– розпочати побудову котеджів, невеликих за площею будинків з відповідними європейськими умовами, які слугували б головним пунктом ночівлі, проживання для туристів;

– раціон харчів повиний бути завжди грамотно підібраним з урахуванням вимог європейця.

## УДК 65.014+658.51

СОЛОДЧУК Н.

Наук. керівник: КОНЦЕБА С.М., ст. викладач  
м. Умань

### ЛОГІСТИКА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Логістика – це гармонізація інтересів учасників процесу переміщення продукції та оптимізації ринкових зв'язків, тобто вдосконалення управління матеріальними і пов'язаними з ними інформаційними та фінансовими потоками на шляху від первинного джерела, сировини до кінцевого споживача готової продукції на основі системного підходу й економічних компромісів для отримання синергійного ефекту.

В середньому загальні витрати американських, європейських та японських фірм на рух товарів коливаються в межах 5–35% об'єму продаж. Щорічні витрати американських компаній за даною статтею складає не менше 800 млрд. долл. (біля 14% ВВП).

З метою зменшення витрат на товарорух, прискорення руху оборотного капіталу, забезпечення повного задоволення споживачів в якісних товарах і послугах, тобто збільшення конкурентоспроможності підприємств, в останні роки використовують логістику.

Логістика може сприяти досягненню конкурентних переваг як у виробництві – через раціональне використання наявних потужностей, скорочення запасу обігових коштів, кооперацію, інтеграцію, удосконален-

### ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України "Про ліцензування певних видів діяльності" від 1.06.2000 р. № 1775-ІІІ // Відомості Верховної Ради України. – 2000. – № 36. – С. 299.
2. Закон України "Про місцеве самоврядування в Україні" від 21 травня 1997 р. № 280/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 24. – С. 170.
3. Закон України "Про особисте селянське господарство" від 15.05.2003 р. № 742-ІV.
4. Закон України "Про статус гірських населених пунктів в Україні" від 15 лютого 1995 р. № 56/95-ВР.
5. Закон України "Про туризм" від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 31. – С. 242.
6. Про внесення змін до Закону України "Про туризм" // Урядовий кур'єр. – 2003. – № 244. – С. 15–19.
7. Андрушак В. І., Приказка В. М., Слюсаренко А. О. Сільський зелений туризм на Буковині // Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості: Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. – К.: Знання України, 2002. – С. 472–476.
8. Барроу К., Барроу П., Браун Р. Бізнес-план: Практик. посіб. / Пер. з англ. – К.: Знання, 2002. – 285 с.
9. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. – К.: Київ, ун-т, 2001. – 395 с.
10. Белявський І. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учеб. пособ. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 320 с.

ня планування і т.д., так і в обслуговуванні – завдяки удосконаленню торгового обслуговування, прогресивній стратегії каналів розподілу, повнішому задоволенню потреб споживача і т.д.

Конкурентна перевага може виникати із здатності фірми за допомогою логістики отримувати відмінності у сегментації ринку, змін в економічному середовищі та ринкових вимогах.

Спираючись на логістику підприємство здатне сформулювати корпоративну стратегію.

Логістична система підприємства забезпечує потрібний набір послуг за максимально можливого зменшення асоційованих витрат, зумовлених виконанням логістичних операцій. Через це логістична політика розробляється з врахуванням двох факторів – бажаного рівня логістичного сервісу і мінімальної величини логістичних витрат, а мета логістичного менеджменту полягає у встановленні балансу між цими двома складовими, вигідного як споживачу, так і генератору матеріального потоку.

Ефективність логістичної системи – це показник (або система показників), який характеризує якість роботи логістичної системи за заданого рівня логістичних витрат.

Найчастіше основним критерієм ефективності функціонування логістичної системи вважають мінімізацію логістичних витрат. Без сумніву, орієнтація на мінімізацію витрат є актуальною, але за умови досягнення необхідного рівня логістичного сервісу.

Умовно показники, які характеризують переміщення матеріального потоку, можна об'єднати у такі групи.

*Витрати.* Фактична величина витрат, пов'язаних з виконанням певних логістичних операцій найбільшою мірою відображає результати логістичної діяльності. Величину витрат, як правило, виражають або загальною грошовою сумою витрат, або грошовою сумою з розрахунок на одиницю продукції (питомі витрати), або часткою в обсязі продажів. За кордоном аналіз логістичних витрат зазвичай здійснюється у відсотковому відношенні до ВВП (для країни в цілому) або обсягу продажів готової продукції фірми (галузі).

*Обслуговування споживачів (якість).* Наступна група логістичних показників належить до обслуговування споживачів. Ці показники характеризують відносну здатність фірми задовольняти запити і потреби споживачів. До таких сервісних показників можна віднести: ймовірність та величину дефіциту, частоту пошкоджень продуктів, вартість пошкоджених продуктів, кількість претензій від споживачів, час реакції на претензії споживачів, час задоволення претензій споживачів, відношення кількості повернень до кількості замовлень, вартість повернутих товарів, рівень недопоставок, рівень браку в постачаннях, частку некомплектних постачань, частку постачань із запізненням, частку передчасних постачань, частку постачань в зазначений термін, час реакції постачань (час необхідний на внесення відповідних коректувань в оперативні плани через зміни ринкового попиту і збільшення виробництва продукції на 20%).

*Продуктивність.* З погляду продуктивність вимірюється відношенням між кінцевим Результатом роботи системи "на виході" (тобто обсягом виготовлених продуктів або послуг) і обсягом ресурсів "на вході", які використовує система для отримання цього результату. Серед показників продуктивності можна назвати такі: кількість відвантажень на одного працівника, відношення обсягу продажів до фонду оплати праці, кількість замовлень на одного торгового працівника і т.д.

*Активи.* Предметом оцінювання активів є ефективність використання капіталу, вкладеного в споруди та устаткування, а також обігового капіталу, пов'язаного у запасах. Оцінка управління активами показує, наскільки швидко обертаються ліквідні активи (зокрема запаси) і наскільки успішно основні засоби окупають вкладені в них інвестиції. Типовими показниками ефективності управління логістичними активами є: тривалість операційного циклу обертання запасів (в обертах і днях), витрати на підтримку запасів, рівень застарілих запасів, рентабельність сукупних активів, рентабельність обігового капіталу, рентабельність інвестицій і т.д.

Комплексна оцінка ефективності логістичної системи може бути доповнена розрахунком логістичних показників "на місцях", тобто в окремих функціональних сферах шляхом розрахунку різних техніко-експлуатаційних, техніко-технологічних і економічних показників.

Перераховані логістичні показники призначені для внутрішньої оцінки функціонування логістичної системи. Однак, крім внутрішніх логістичних показників, які важливі для управлінського контролю над всіма аспектами діяльності логістичної системи, для виявлення і реалізації споживчих очікувань як постійних орієнтирів діяльності, а також для створення передового досвіду інших галузей можуть бути використані й зовнішні системи оцінки.

Так, найважливішим компонентом діяльності логістичних систем є регулярне *вивчення сприйняття їх роботи споживачами*. Для цього фірми самостійно або із залученням фахівців здійснюють цільові дослідження. У ході подібних досліджень вивчається робота фірми та її конкурентів у цілому або з окремими напрямками. Типове дослідження дає комплексну оцінку сприйняття споживачами таких аспектів логістичної діяльності, яка тривалість логістичного циклу, доступність інформації, способи вирішення виникаючих проблем, сервісна підтримка продукту і т.д.

Також надзвичайно важливу роль у комплексній оцінці результатів діяльності відіграє *порівняльний аналіз*, як засіб співставлення власних продуктів, послуг і методів роботи з аналогічними показниками конкурентів, а також провідних фірм суміжних і несуміжних галузей.

Політика фірм спрямована на отримання доходів від логістичної діяльності, як правило, веде до збільшення прибутку. Дослідження закордонних спеціалістів показують, що вклад логістики в прибуток підприємства залежить від якості рівня обслуговування. При цьому відбувається наступне: коли логістичні витрати досягають рівня 90% і вище, то вони починають випереджати зростання доходів від цього виду діяльності; починаючи з 95% ефект стає від'ємним.

Отже, логістика є важливим фактором збільшення конкурентоспроможності підприємства і в останній час активно розвивається в умовах глобалізації, поглиблення міжнародного поділу праці.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Гарольд Е., Фірон, Майкл Р., Линерс. Управление снабжением и запасами: Логистика. Второе изд. – СПб-б.: Полігон, 1999. – С. 258.
2. Крикавський Є. Логістика. Для економістів: Підручник. – Львів: Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2004. – 448с.
3. Поломарьова Ю.В. Логістика: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури., 2005. – 328с.
4. Чудаков А.Д. Логістика: Учень. – М.: Издательство РДЛ, 2003. – 160 с.
5. Юнеман Р. Поток материалов и логистика. – Берлин: Шпрингер, 1989. – 512с.
6. Окладне М.А., Хромов О.П. Навчальний посібник – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 222 с.

УДК 338.48

ШВЕД Д.

Наук. керівник: ЄФІМЧУК Н.І.

м. Житомир

## ТУРИЗМ ЯК СИСТЕМА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ІНДУСТРІЇ

В умовах національного і культурного відродження України на шляху розбудови незалежної держави туризм набуває виняткового значення як важливий фактор міжгалузевих зв'язків і ринкових відносин у національній економіці нашої країни. Кожного року Україна приймає понад 250 тисяч іноземних туристів в місяць, що становить 12% від рівня СНД та 0,05 – 0,06% від світового рівня, а в сумі доходів відповідно 12,5 і 0,2 – 0,03%. Це говорить про те, що питома вага України в міжнародному обміні туристами невелика. Так, надходження від туризму в іноземній валюті становить трохи більше 1% експортної виручки всієї торгівлі країни.

Наведені цифри показують, що в економіці України (порівняно з промислово розвинутими країнами) туризму належить поки що незначне місце, що не відповідає потенційним можливостям цього виду діяльності як додаткового джерела надходження валюти в український бюджет.

Сьогодні туристична діяльність є однією з галузей світового господарства, що швидко розвивається і на яку припадає близько 6% світового валового продукту, 7% капітальних вкладень, 11% світових споживчих витрат і 5% всіх податкових надходжень. На даний час кожне робоче місце пов'язане з туризмом. На долю міжнародного туризму припадає біля 7% від світового експорту. В абсолютному вираженні він поступається тільки доходам по експорту нафти і нафтопродуктів та автомобілів.

При цьому побічний вплив туризму на економіку майже дорівнює її прямому результату. З врахуванням цього питома вага туризму у створенні світового валового національного продукту за прогнозами ВТО досягає 11–12%.

Туристична діяльність стимулює розвиток інших галузей національної економіки: будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів високого вжитку, транспорту, зв'язку тощо.

Туризм приваблює підприємців з багатьох причин: невеликі стартові інвестиції, зростаючий попит на туристичні послуги, високий рівень рентабельності і мінімальний термін окупності витрат.

У туристичній індустрії динаміка збільшення обсягів надання послуг приведе до зростання кількості робочих місць набагато швидше, чим в інших галузях. Тимчасовий проміжок між збільшенням попиту на туристичні послуги і появою нових робочих місць в туристичній діяльності мінімальний.

Розвиток національного ринку туристичних послуг та його послуг сегментації забезпечує індустрію

туризму, що полягає у створенні тур-продукту та його реалізації через туристичні підприємства того чи іншого функціонального призначення. Успішному функціонуванню туристичної індустрії сприяє ефективна система організації її діяльності, тобто використання комплексного підходу до вирішення проблем організації відпочинку для суб'єкта туризму – туриста.

Туристична індустрія формується на основі узгодження обсягів туристично-ресурсного потенціалу, туристичного господарства, туристичної інфраструктури та туристичних потоків.

Туристичний ринок – це умовне місце купівлі-продажу туристичного продукту чи послуги, яка здійснюється в певних умовах конкретизації, а дотриманням етичних та правових норм і правил. Ринок може бути досконалим і недосконалим. Модель досконалого ринку заснована на припущенні, що всі учасники торгових операцій діють, керуючись виключно економічними принципами, що полягають у прозорості ринку, коли покупці і продавці мають можливість повного огляду ринку, отримання достатньої інформації про всі обставини ведення операцій (ціни, знижки, якість товару чи послуги, умови поставки і платежів тощо).

Однак на практиці ринок недосконалий. Зміна конкуренції між фірмами посилюється у таких випадках:

- при збільшенні кількості конкретних фірм;
- коли велика фірма, приєднавши іншу, виводить її в лідери;
- коли попит на послуги зростає поволи;
- коли ситуація на ринку змушує туристичні підприємства знижувати ціни або інші способи збільшення обсягу продажу послуг;
- зростання прибутку від успішних стратегічних розв'язань.

Конкурентоспроможність об'єктів туристичної індустрії визначається щодо конкретного ринку або до конкретної групи споживачів, сформованої за відповідними ознаками стратегічної сегментації ринку. В умовах ринкових відносин конкурентоспроможності характеризує ступінь розвитку суспільства. Чим вища конкурентоспроможність країни, тим вищий життєвий рівень у цій країні.

Система конкурентоспроможності індустрії ефективна тільки тоді, коли вона керована науково та економічно об'рунтована і поєднує такі складові, як:

- персонал;
- туристичні продукти та послуги;
- нормативно-правове регулювання.

Менеджмент об'єднує потреби, цілі мотиви у систему, яка дає змогу впливати на трудову поведінку персоналу. Економічна наука вивчає людину не тільки як ресурс, а й як особистість, орієнтуючись на соціальну, компетентну, моральну модель людини-працівника. При цьому особливої актуальності для управління мотивацією персоналом набуває вирішення проблем координації, узгодження потреб, мотивів та цілей працівників і підприємства в цілому.

Ефективне спонукання працівників індустрії туризму до високоєфективної діяльності забезпечується розумінням сутності процесу мотивації і веде до підтримання високого рівня конкурентоспроможності туристичних підприємств та туристичної індустрії в цілому.

Туристичний продукт чи послуга буде конкурентоспроможними лише тоді, коли відбувається постійний процес підвищення якості сервісу при наданні послуги, оптимізація ціни послуги, ресурсозберігання у сфері експлуатації чи споживання турпродукту чи послуги.

Конкурентоспроможність туристичного підприємства визначається характером турпродукту, який пропонується та реалізується на ринку і залежить від обраної фірмою стратегії, конкурентоспроможність туристичної галузі залежить від державної політики в сфері туризму.

Конкурентоспроможність і якість – концентроване вираження сукупностей можливості виробника створювати, випускати і збувати товари та послуги.

Фактор конкуренції має добровільно-примусовий характер. Конкурентоспроможність товару чи послуги – вирішальний фактор його комерційного успіху на розвиненому конкурентному ринку.

Турпродукт – головний об'єкт на туристичному ринку. Він має вартість і споживчу цінність, наділений певною якістю, технічним рівнем і надійністю, корисністю, показниками ефективності.

Конкурентоспроможність туристичного товару чи послуг – це ті властивості, які відрізняють її від конкретного товару чи послуги за ступенем відповідальності конкретній спільній потребі й за витратами щодо її задоволення.

Забезпечення високої якості – це завдання комплексне. Для забезпечення високого рівня якості продукції та послуг повинна *взаємо підпорядковуватися* вся управлінська діяльність. Якість стає головною метою фірми, повсякденною проблемою всіх працівників. Менеджери всіх рівнів повинні показати, що забезпечення високої якості необхідне як засіб вирішення найбільш актуальних проблем підприємства – досягнення високих фінансових показників та зменшення витрат.

Оцінка конкурентоспроможності туристичного продукту та окремих видів туристичних послуг може ґрунтуватися на порівнянні характеристик споживчої цінності та вартості послуг з конкретною потребою в

них. Для об'єктивної оцінки слід використовувати ті ж критерії, якими оперує споживач, тобто насамперед слід визначити номенклатуру параметрів, що підлягають аналізу і є істотними з точки зору споживача. При цьому застосовуються методи експрес-опитування, анкетування, дослідження еластичності попиту під впливом різних факторів. Крім того, аналізуються витрати споживачів на задоволення потреб, тобто ціни на послуги.

Конкурентоспроможність визначається безліччю факторів, передусім споживчими властивостями продукції, мірою маркетингової її підтримки, характеристиками їх цільових ринків, поведінкою споживачів, потенціалом і ресурсами підприємства тощо.

Однак, конкурентоспроможність – це відносна характеристика, яка відображає відмінність від товару конкурента за ступенем відповідності одній і тій самій спільній потребі, за витратами на задоволення цієї потреби. Під витратами розуміють ціну споживання, включаючи витрати покупця, пов'язані з придбанням товару і всі витрати, які виникають при його споживанні.

Забезпеченню конкурентоспроможності туристичного підприємства сприяють: рішення про вихід на нові ринки збуту, реорганізація структури, зміни господарських зв'язків і маркетингової політики тощо.

Будь-яка туристична послуга чи товар, що є на ринку, фактично проходить там перевірку на ступінь задоволення суспільних потреб: пакет послуг чи товар, що їх купує клієнт, повинні максимально задовольняти його особисті потреби, а сукупність покупців має задовольняти той товар, який найповніше відповідає суспільним потребам. Конкурентоспроможність товару можна визначити тільки порівнюючи товари конкурентів між собою.

Конкурентоспроможність держави на туристичному ринку є проявом внутрішніх соціально-економічних умов і можливостей та дії порівняльних переваг міжнародного поділу праці в даній сфері, які реалізуються в товарах і послугах, що дає змогу успішно конкурувати з аналогічним продуктом інших держав.

Таким чином, на наш погляд, конкурентоспроможність держави забезпечується всією наскрізною системою підтримки виробника турпродукту. Саме створення умов для розвитку ринку виробника турпродукту забезпечує урізноманітнення цього продукту і збільшує його конкретні переваги. Керованість цього процесу полягає в узгодженні ринкових інтересів виробника турпродукту, споживача туристичного продукту чи послуги та держави.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
2. Чоренька Н.В. Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник. – К.: Атака, 2006. – 264 с.
3. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу. – К.: ЦНЛ, 2004. – 272 с.

УДК 17.026+654.07

РОМАНОВИЧ О.

Наук. керівник: ШЕВЧЕНКО Н.О. ст. викладач

м. Умань

## КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СИСТЕМУ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Останнім часом питання корпоративної культури, особливо у великих організаціях, дедалі більше привертає увагу теоретиків та практиків управління. Воно відносно нове і недостатньо висвітлене з наукової точки зору як в нашій країні, так і за кордоном. Корпоративна культура як напрям дослідження перетинається з такими науками, як менеджмент, соціологія, культурологія і психологія. З одного боку, це призводить до певних труднощів під час дослідження, а з іншого – дає змогу найповніше використовувати корпоративну культуру як інструмент ефективного управління підприємством, який дає змогу значно підвищити продуктивність праці, звести до мінімуму плинність кадрів в умовах, коли конкуренція загострюється, і доводиться боротись за кожен копійку прибутку. Численні дослідження доводять, що успішні компанії характеризуються високим рівнем корпоративної культури, який формується у результаті зусиль, спрямованих на розвиток духу корпорації на благо усіх зацікавлених сторін.

На корпоративну культуру в цілому впливають звички та вподобання окремих співробітників корпорації, їх потреби й інтереси, політичні погляди, професійні інтереси, моральні цінності, темперамент тощо. Корпоративна культура виконує два основних завдання:

а) адаптацію корпорації, як єдиного організму, до навколишнього середовища;

б) забезпечення єдності організаційного середовища шляхом інтеграції членів організації;

З вищесказаного можна виділити такі складові корпоративної культури, які покажемо на рис. 1.

Корпоративна культура відіграє винятково важливу роль. Тому механізм формування культури полягає у взаємодії її джерел, які вони визначають домінуюче в колективі значення та ієрархію цінностей. Ієрархічна система виділених у такий спосіб цінностей породжує найбільш адекватну сукупність способів їх реалізації, що втілюються у способах діяльності та формують внутрішньо групові норми та моделі поведінки.

Вирішальною при формуванні спільної культури є здатність сформувати спільне бачення для працівників компанії. Керівна верхівка повинна визначити місію фірми і те, як вона має виражатися в організаційних нормах і цінностях.

Сутність управління людськими ресурсами підприємства полягає у тому, що люди розглядаються як надбання компанії, що отримане у конкурентній боротьбі, яке потрібно розставляти, мотивувати його діяльність, розвивати так, як і інші ресурси, щоб досягти стратегічних цілей організації.

Від кваліфікації рішень в системі підбору, розстановки, навчання, пересування і матеріального заохочення кадрів значною мірою залежать економічні результати діяльності будь-якої організації.

Законодавство про працю складається з Кодексу законів про працю України та інших актів законодавства України, ухвалених відповідно до нього (ст. 4 КЗпП України).

Законодавство про працю регулює трудові відносини працівників усіх підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, виду діяльності та галузевої належності, а також осіб, які працюють за трудовими договорами з фізичними особами.

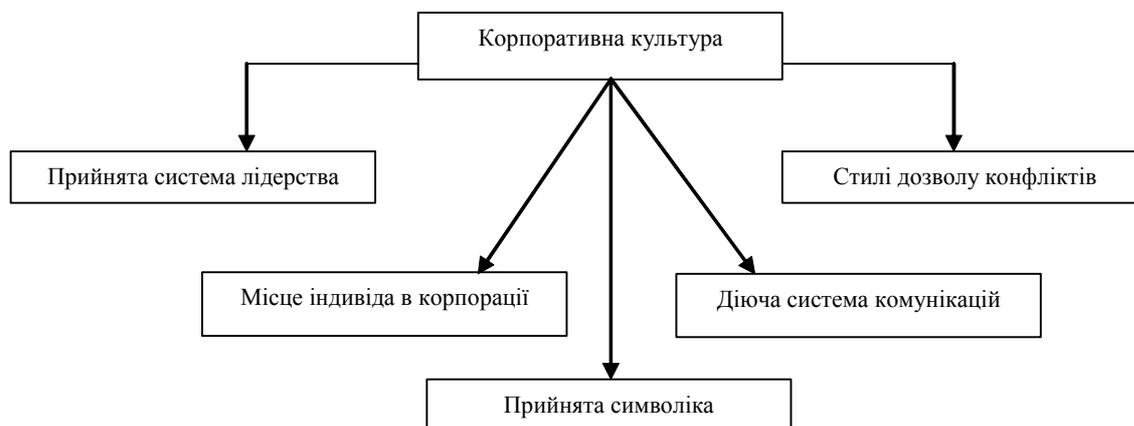


Рис.1. Складові елементи корпоративної культури

За результатами вивчення відомих наукових та практичних концепцій сформуємо схему взаємовпливу корпоративної культури на активну кадрову політику. Запропонована схема представлена на рис. 3.

Зміни в економічній та політичній системах у нашій країні одночасно мають великі можливості і серйозні загрози для кожної особистості, сталості її існування, вносять значний рівень невизначеності в життя практично кожної людини.

Сучасна кадрова політика підприємства має бути спрямована на ринкові умови господарювання. Головна її мета полягає в забезпеченні нині і в майбутньому кожного робочого місця, кожної посади персоналом відповідних професій та спеціальностей і належної кваліфікації.

Базою дослідження є ТОВ "Гермес" Рівненської області м. Березне. Дане підприємство спеціалізується на проведенні будівельно-монтажних робіт.

На нашому підприємстві відповідальність за роботу персоналу несе відповідна кадрова служба, що проводить набір персоналу, забезпечує його розвиток тощо.

При прийомі на роботу з працівником підписується колективний договір. Також дуже важливим документом, що стосується персоналу є штатний розпис. На досліджуваному підприємстві штатний розпис має вигляд, що зображений в таблиці 1.

На основі вищесказаного можна внести такі пропозиції:

а) оскільки управління рухом персоналу в організації є встановлення закономірностей процесу плинності кадрів, тому потрібно впроваджувати ці закономірності, так як це допомагає визначити найефективніші напрямки управлінського впливу;

б) активна кадрова політика – головний напрямок в роботі з кадрами, набір основоположних принципів, які реалізуються кадровою службою підприємства. У цьому відношенні кадрова політика являє собою стратегічну лінію поведінки в роботі з персоналом, тому обираючи кадрову політику, слід враховувати такі фактори, які властиві внутрішньому та зовнішньому середовищу підприємства;

в) також слід використовувати інформаційні системи, тому що вони відіграють не останню роль в оптимізації аналізу ефективності управління активами підприємства. Жодне торговельне підприємство не може обійтися у своїй роботі без застосування комп'ютерів. Активне застосування комп'ютерів надає менеджерам усіх рівнів, фахівцям функціональних підрозділів і всім працівникам змогу одержувати будь-яку необхідну інформацію щодо різноманітних аспектів діяльності структури, керівництво якою вони здійснюють;

г) потрібно автоматизувати процеси управління персоналом, що призводить до вдосконалення загальної культури роботи з працівниками підприємства, підвищенню достовірності даних і оперативності їх обробки.

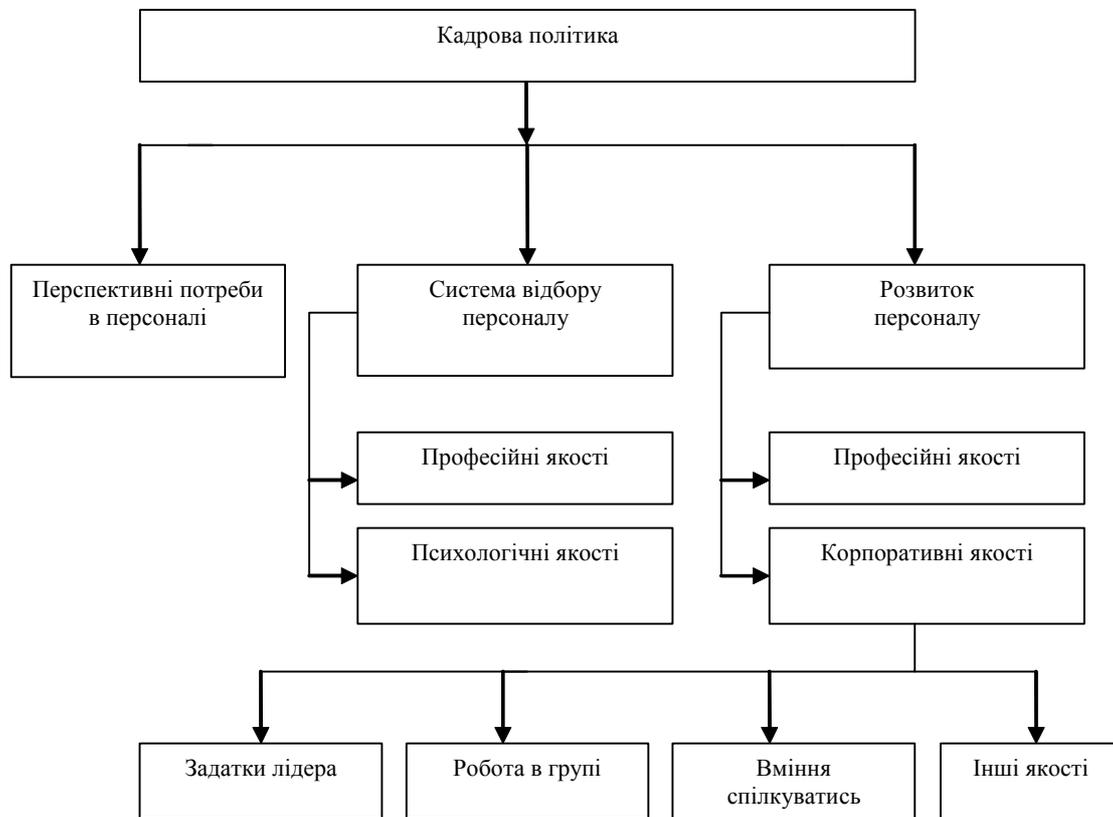


Рис.3. Взаємовплив на корпоративну культуру

Таблиця 1.  
*Штатний розпис адміністративно-управлінського персоналу ТОВ "Гермес" за 2005р. – по 2007р.*

Назва структури підрозділів і назви посад	Кількість штатних одиниць	Посадовий оклад, грн.	Місячний фонд з/п, грн.
Директор ТОВ „Гермес”	1	2000	2000
Начальник виробничого відділу	1	800	800
Начальник будівельної ділянки	1	800	800
Головний бухгалтер	1	1000	1000
Бухгалтер	1	650	650
Майстер	1	700	700
Завсклад і відділ постачання	1	650	650
Всього	7	6600	6600

## ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України “Про колективні договори і угоди” від 03.04.1997р. №168/97- ВР // Урядовий кур’єр – 1997 р. № 62/4, с. 15.
2. Закон України “Про працю” від 26.07.98р. №400/97-ВР // Все про бухгалтерський облік – 2003. – №153 (898), с. 35.
3. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Управління персоналом: Навч. Посібник. – Донецьк: Дон дует, 2004. с. 125–236.
4. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу. – К.: КНЕУ, 2002. с. 271–274.
5. Щекин Г.В. Основы кадрового менеджмента: учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – К.: МАУП, 1999. с. 352–355.

## УДК 65+658.012.1

ЯКОВЛЕВ В.

Наук. керівник: КОРОСТЕЛЬОВ В.А., к.е.н.

м. Київ

СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА:  
ЗАГАЛЬНІ ТА МАРКЕТИНГОВІ ЦІЛІ

Результати підприємницької діяльності значною мірою залежать від вміння вдало визначити цілі та обрати оптимальну, по критерію “ефективність – витрати – ризик”, модель їх досягнення шляхом координації та розподілу наявних ресурсів, тобто обрати *стратегію маркетингу*.

*Стратегічне планування* – управлінський процес досягнення та підтримування стабільної рівноваги цілей, можливостей та ресурсів організації та нових ринкових можливостей

*Стратегія маркетингу* – докладний план досягнення маркетингових цілей. Стратегія маркетингу може розроблятися по кожному окремому ринку (сегменту ринку) та кожному товару на певний період (довгостроковий, середньостроковий) для впровадження виробничої та комерційної діяльності згідно з ринковою ситуацією та можливостями. Серед функціональних стратегій маркетингова стратегія займає провідне місце. Корпоративна стратегія фокусується на питаннях взаємодії організації з факторами макросередовища та інтеграцією її операцій в єдиний ефективний комплекс. На рівні стратегічних комерційних підрозділів (стратегічних бізнес-одиниць) загалом формується конкурентна стратегія. Головний акцент робиться на поліпшенні конкурентних позицій підрозділів організації на своїх ринках.

Корпоративна, та маркетингова стратегії взаємозв’язані і мають бути узгоджені по рівнях управління,

періодам стратегічного планування, строках реалізації та ресурсах організації (див. рис. 1).

Можливі цілі Вашого підприємства:

- зростання прибутку;
- прибутковість інвестицій;
- прибутковість акцій;
- соціальна відповідальність підприємства та ін.

Маркетингові цілі підприємства – це конкретні якісні та кількісні зобов’язання підприємства у показниках обсягу продажу або прибутку, котрі можуть бути досягнуті за певний час.

Маркетингові цілі:

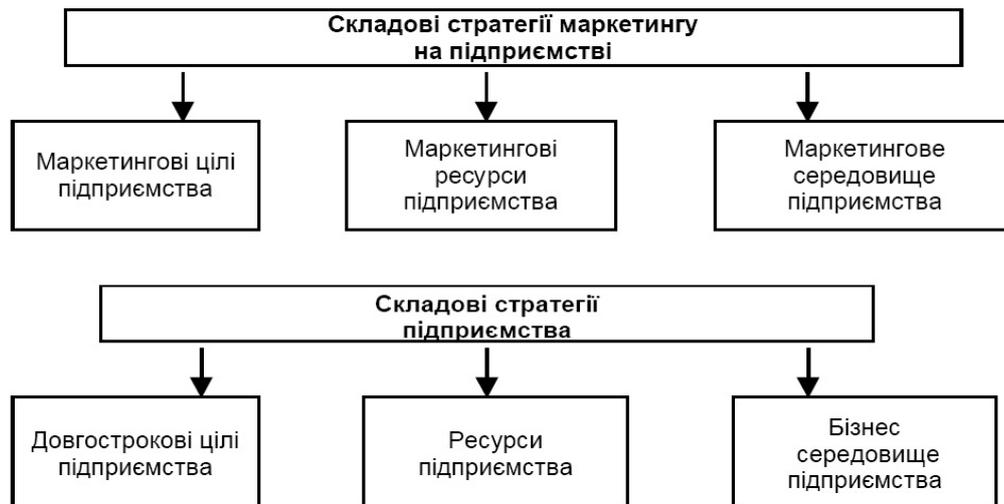
- збільшення доходу від продажу;
- зростання частки ринку;
- зменшення сезонних коливань попиту.

Цілі повинні бути:

- реальними, досяжними;
- чітко визначеними у часі;
- логічно побудованими.

Обрана Вами стратегія маркетингу має давати відповіді на запитання:

- який товар виводиться на ринок, в якому асортименті та за якими цінами;
- на якого споживача він розрахований;
- які умови треба створити для продажу товару на запланованому рівні;
- якими каналами та у яких обсягах будуть організовані поставки;



*Рис.1. Складові загальної і маркетингової стратегії підприємства*

- яким має бути після продажне обслуговування та хто має його здійснювати;
- яких економічних результатів очікують учасники ринку та які витрати для цього потрібні.

#### ЛІТЕРАТУРА

Аакер Д., Кумар В., Дж. Джей. Маркетинговые исследования – СПб, "Питер" 2004 г. – 840с.

## ЗМІСТ

**ФІЛОСОФСЬКИЙ СВІТОГЛЯД НА МЕЖІ ТИСЯЧОЛІТЬ**

Семенюк К.С. Етико-естетичний аспект аналізу сучасного бізнесу .....	3
Біляєв М.О. Філософія та проблема гуманізації освіти .....	5
Булавенко С.Д. Проблеми формування економічної культури .....	6
Заморуєва С. В. Політична відповідальність партійної еліти .....	14
Крыга Т.І. Факты и явления русской и мировой художественной культуры в русском и славянском ассоциативных словарях .....	16
Мошко В. В. Рейтингова система як інноваційний фактор підвищення якості організації самостійної роботи студентів .....	18
Пошкурлат А.В. Діяльність духовних навчальних закладів .....	19
Парпура Н. н.к.* Бортняк В.А. Щодо питання формування поняття та системи кримінального права .....	23
Рибак О. н.к.* Бортняк В.А. Загальнотеоретична характеристика права .....	25
Селезньова Р.В., Сапун В. С. Впровадження Болонської системи навчання у Вінницькій філії Київського інституту бізнесу та технологій (КІБІТ) .....	26
Усатенко Т. Українознавство постнекласичного типу науки: інтегративно-тоталогічні виміри .....	28
Шевченко В.Л., Семенюк К.С. Болонский процесс: состояние и проблемы высшего образования Украины .....	30

**ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Ена А.В. Экологическая продукция и инновации – стратегический путь развития украинской экономики .....	35
Гіріна І. н.к.* Нікітчина О.В. Сучасний стан та особливості перехідної економіки України .....	37
Гнітецька О. н.к.* Чернюк О.В. Соціальна політика держави та соціальний захист населення .....	39
Коритник О. н.к.* Чернюк О.В. Вступ України до СОТ. Переваги та недоліки .....	42
Михайловська Н. н.к.* Валінкевич Н.В. Конкурентоспроможність України в контексті економічної глобалізації .....	44
Орлова О. Історія формування бухгалтерського обліку: активи та пасиви .....	46
Пахомова Т.М. Значення самостійної роботи студента в сучасних умовах підготовки фахівців з економіки .....	47
Парпура Н. н.к.* Валінкевич Н.В. Інноваційний розвиток і конкурентоспроможність на рівні підприємств та секторів в Україні .....	48
Покутня Я. н.к.* Пархоμεць В.О. Економічні передумови підприємництва .....	51
Рибак О. н.к.* Патарідзе-Вишинська М.В. Вплив процесів глобалізації на конкурентоспроможність країни .....	52
Родіна В.Б. Стимулювання інвестиційного процесу економіки України перехідного періоду .....	55
Суміна І.В. н.к.* Чвертко Л.А. Сучасний стан та проблеми розвитку АПК України .....	56
Чернюк О.В. Вдосконалення соціально-економічного розвитку регіонів України. ....	58
Шиманська В. н.к.* Саух І.В. Проблеми конкурентоспроможності національної економіки України .....	60

**ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ТА УПРАВЛІНСЬКИХ  
МЕХАНІЗМІВ У ФІНАНСОВІЙ, ІНВЕСТИЦІЙНІЙ  
ТА ГРОШОВО-КРЕДИТНІЙ СФЕРАХ**

Кончин В. І. Трансформація системи глобального фінансово-кредитного управління: Вашингтонська та Лондонська резолюції великої двадцятки, та що чекає Україну .....	63
Богатиренко К. н.к.* Патарідзе-Вишинська М. В. Перспективи прямого іноземного інвестування в економіку України .....	68
Козій А.М. н.к.* Боровик П.М. Вдосконалення оподаткування доходів фізичних осіб .....	69
Кропивницька Ю. н.к.* Боровик П.М. До питання принципів побудови податкової системи .....	70

\* н. к. – науковий керівник

\*\* н. р. – научный руководитель

Марвіна М. н.к.* Захарчук С.С. Оцінка нематеріальних активів підприємства .....	71
Медончак М.М., Письменна О.П. Вексель – вид цінних паперів за чинним законодавством: поняття, характеристика, правове регулювання .....	72
Михайлівська М. н.к.* Патарідзе-Вишинська М. В. Імперативи еволюції фінансового ринку України .....	76
Скуратовська К. н.к.* Валінкевич Н.В. Актуальні питання та проблеми інвестування в економіку України .....	77
Федченко І. н.к.* Шевченко Н.О. Переваги та недоліки оподаткування сільськогосподарських товаровиробників .....	80
Шуневич О. н.к.* Момонт Т.В. Особливості функціонування банківської системи управління .....	82
Рогов М. н.к.* Кончин В. І. Современное состояние и перспективы проведения денежно-кредитной политики Швеции в контексте евроинтеграционных процессов .....	84

### ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Коростелев В. А. Нооменеджмент как высшая форма менеджмента .....	88
Авдеев І.С. Корпоративна культура Київського Інституту Бізнесу та технологій .....	90
Inga Antonenko Technologie informacyjne w turystyce .....	91
Березюк О. н.к.* Єфімчук Н.І. Маркетинг у сфері екскурсійного обслуговування .....	93
Бова М. н.р.** Новикова Н.А. Украина – Египет: основные стратегии сотрудничества на международном туристическом рынке .....	95
Городецкая М.О. Природа фірми .....	96
Грневская Н. **Авдеев И.С. Рекламный образ: умение являть .....	97
Грисяк В. н.к.* Новікова Н.О. Сучасна Україна гідний партнер на міжнародному туристичному ринку: аспекти співробітництва .....	100
Заболотний В. Моделі трендового прогнозування обсягу сезонних продаж .....	102
Ковальчук А. н.к.* Новікова Н.О. Туристичні природно-рекреаційні ресурси Черкащини як чинник соціально-економічного розвитку .....	104
Корольчук А. н.р.** Коростелев В.А. Стратегия выхода компании на рынок .....	106
Мартынова Н.С. Использование игровых технологий в процессе изучения дисциплины “Экономика туристической индустрии” .....	108
Мотузінська О. н.р.** Авдеев И.С. От простого к сложному .....	110
Осетрова О.П. Підходи до формування стратегії конкурентоспроможності підприємства .....	112
Пашковська М. н.к.* Єфімчук Н.І. Туристичний потенціал Рівненщини як перспектива забезпечення конкурентоспроможності регіональної економіки .....	115
Полуян Ю. н.к.* Коростельов В.А. Особливості організації маркетингових досліджень на підприємстві .....	117
Помігуєв Р. н.к.* Новікова Н.О. Зелений туризм в Україні: міф чи панацея? .....	118
Солодчук Н. н.к.* Концеба С.М. Логістика як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства .....	123
Швед Д. н.к.* Єфімчук Н.І. Туризм як система конкурентоспроможної індустрії .....	125
Романович О. н.к.* Шевченко Н.О. Корпоративна культура та її вплив на систему кадрової політики підприємства .....	127
Яковлев В. н.к.* Коростельов В.А. Стратегія маркетингу підприємства: загальні та маркетингові цілі .....	129

# ВПЕВНЕНІСТЬ І ДОВІРА

III-IV РІВЕНЬ АКРЕДИТАЦІЇ

**KiBiT**  
КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ



[WWW.KIBIT.EDU.UA](http://WWW.KIBIT.EDU.UA)

- ЕКОНОМІКА  
та ПІДПРИЄМНИЦТВО
- МЕНЕДЖМЕНТ  
і АДМІНІСТРУВАННЯ
- ПСИХОЛОГІЯ

- ПІДГОТОВКА  
ДО ЗОВНІШНЬОГО  
НЕЗАЛЕЖНОГО  
ОЦІНЮВАННЯ

(044) 430 1577  
(044) 353 4242

ВИПУСКНИКИ КУРСІВ ЗАРАХОВУЮТЬСЯ до КІБІТ НА ПІЛЬГОВИХ УМОВАХ

---

**[WWW.KIBIT.EDU.UA](http://WWW.KIBIT.EDU.UA)**