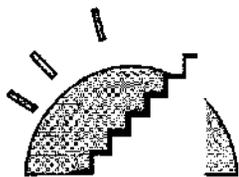


КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

ВІСНИК

Випуск
№ 2(7)
2007



КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

04078, м. Київ, вул. Білицька, 41/43,
тел. 430-32-64, т/ф 430-15-77

Приймальна комісія:

04078, м. Київ, вул. Білицька, 41/43
тел.: (044) 430-32-64, (044) 430-15-77

Підготовче відділення:

04078, м. Київ, вул. Білицька, 41/43
тел.: (044) 430-32-64, (044) 430-15-77

E-mail: kibit@kibit.edu.ua



Рік заснування – 1992

Навчальний заклад III рівня акредитації.
Ліцензія АБ № 122260, 7 філій: Білоцерківська, Вінницька, Житомирська, Запорізька, Луганська, Ніжинська, Уманська.

Факультети: економіки, менеджменту, психології.

Спеціальності першої вищої освіти: фінанси; облік і аудит; психологія; менеджмент зовнішньоекономічної діяльності;

менеджмент організацій. (*Спеціалізації:* менеджмент підприємницької діяльності, менеджмент підприємств і організацій, менеджмент туристичної індустрії).

Матеріально-технічна база: власні навчальні приміщення (10000м²), комп'ютерні класи, доступ до Інтернету, бібліотеки, читальний зал, власна поліграфічна база.

Науково-педагогічні кадри: висококваліфіковані фахівці (професори, доценти, спеціалісти-практики).

Форми навчання: денна, заочна.

Дипломи бакалавра та спеціаліста державного зразка.

Студенти проходять обов'язкову практику в державних і комерційних установах.

Здійснюються мовні та фахові стажування груп студентів за кордоном. На запрошення КІБІТ лекції читають професори з провідних університетів Європи і Америки.

Працює служба працевлаштування студентів.

Випускники і студенти працюють у банках, консалтингових структурах, податкових службах, Міністерстві економіки України, представництвах провідних іноземних фірм, на підприємствах і організаціях.

Підготовчі курси працюють з жовтня до травня з дисциплін: математика, іноземна мова, українська мова, інформатика. Результати випускних тестів прирівнюються до результатів вступних іспитів.

Школа бізнесу КІБІТ відкрита у 2004 році. Надає повний обсяг послуг з бізнес-освіти. Діють короткострокові програми, PDS, MBA.

КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

ВІСНИК

Випуск №2 (7)

Київ
Видавництво КІБІТ
2007

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:

БОЙЧЕНКО І. В. *д-р філос. наук* – голова редколегії

РОМАНЕНКО О. В., *канд. філос. наук* – заступник голови редколегії

ЯЗИНІНА Р. О., *д-р географ. наук* – відповідальний секретар

ЄНА О. В., *канд. екон. наук*

ЖИЛЬЦОВ О. Б., *канд. пед. наук*

ВЕТЧИНОВ І. А., *д-р екон. наук*

РОМАНЮК А. С., *д-р. фіз.-мат. наук*

Рецензенти:

СКРИПКА П. І., *канд. філос. наук* (Київський національний університет імені Тараса Шевченка)

ГАПОНЮК М. А., *канд. екон. наук* (Київський національний економічний університет)

Упорядник — **ЯЗИНІНА Р. О.**, *д-р географ. наук*

Вісник Київського інституту бізнесу та технологій
№ 2 (7), 2007 р.

Видається з 2004 р.

Свідчення про державну реєстрацію
в Держкомітеті телерадіо мовлення і радіомовлення
серія КВ № 880 від 01.06.2004 р.

Засновник: ПВНЗ "КІБІТ" ТОВ

Затверджено до друку Вченою Радою
Київського інституту Бізнесу та технологій
Протокол № 2 від 18 жовтня 2007 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: kubit@kubit.edu.ua

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

УДК 339.5 (477)

КОНЧИН В. – к.е.н.

СТРУКТУРНІ ЗРУШЕННЯ В ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ: ПОМАРАНЧЕВІ ОЧІКУВАННЯ ТА ПОСТПОМАРАНЧЕВА РЕАЛЬНІСТЬ

Помаранчева революція, що відбулась у листопаді 2004 – січні 2005 рр., відкрила нові можливості розвитку української економіки, що були нехарактерні і швидше за все незаплановані в кучмівську епоху. Частина українського суспільства і бізнесової еліти поклала великі надії на діяльність сформованих урядів Ю. Тимошенко, а потім і Ю. Єханурова та очікувала від них реальних зрушень у системі виробництва і торгівлі, які постійно гальмувались попереднім режимом.

До цих можливостей слід віднести:

1. Фронтальне формування більш ліберального інституційного середовища та забезпечення економічної свободи – зокрема, інвестиційної та фінансової свободи з ліквідацією дискримінації транснаціонального промислового та банківсько-фінансового капіталу, свободи бізнесу від урядових рішень, свободи від корупції, свободи використання компаніями фактору праці, невтручання урядом у механізм ціноутворення на товари, ресурси, працю (див. індекс економічної свободи [1], додаток А). Україна знаходиться на 125 місці серед 157 країн світу та на 40 місці серед 41 країни Європи за індексом економічної свободи (див. додатки Б та В). Відносно краще серед інших інституційних характеристик економічної свободи в Україні представлені торгова та фіскальна свобода. Середня ставка тарифу в зовнішній торгівлі є низькою, однак існує цілий комплекс значних нетарифних бар'єрів, які мають бути послаблені/усунені внаслідок вступу України до СОТ (див. додаток Г). Найбільшою проблемою залишається високий ступінь корупції – Україна посіла у 2006 році за індексом сприйняття корупції (Corruption Perceptions Index) 104 місце серед 163 країн світу порівняно з 99 місцем у 2004 році [2].

2. Пришвидшення вступу України до Світової організації торгівлі, членами якої є на початок 2007 р. вже 150 країн світу. Україна залишається в останній тридцятці країн (серед яких знаходяться ультраналаштовані ісламські країни, що тримають антиамериканську лінію; країни, що втягнуті у військові конфлікти; а також деякі країни пострадянського простору, що залежать від Росії), які не є членами СОТ.

3. Підготовка до укладання нової Угоди про партнерство та співробітництво між Україною та ЄС, яка в лютому 2008 року має замінити попередню десятирічну Угоду.

4. У межах даної Угоди підписання Угоди про створення зони вільної торгівлі між Україною та ЄС. На саміті Україна – ЄС 1 грудня 2005 року лідери ЄС знову підтвердили свою мету сприяння поглибленій економічній інтеграції між ЄС та Україною, і для досягнення цього планують розпочати переговори щодо Угоди про вільну торгівлю з Україною шойно Україна увійде до СОТ". Експертними групами науково-дослідних інститутів ЄС та України з 2005 р. почалась підготовка Плану дій ЄС-Україна, де було виписано механізм створення зони вільної торгівлі. Планується, що проста й обмежена угода про вільну торгівлю, яка передбачає скасування тарифів на торгівлю товарами і послугами на додаток до умов вступу до СОТ, хоча і є найлегше впроваджуваним варіантом, однак принесе для України тільки незначні вигоди, і ще менші для ЄС. І навпаки, поглиблена Угода про зону вільної торгівлі з ЄС („Зона вільної торгівлі плюс” – *Free Trade Area+*), яка передбачає також і вільний рух капіталу, хоча і буде важкою для впровадження, може перетворитися на основу економічної стратегії, яка забезпечить Україні швидке зростання [3].

5. Поступовий перехід до інтеграційної стратегії досягнення номінальної та реальної конвергенції української економіки з економіками країн ЄС. До критеріїв *номінальної конвергенції*, які необхідно досягти в процесі економічної інтеграції з країнами ЄС/СВС, слід віднести: схожість рівнів інфляції, схожість рівнів процентних ставок, вирівнювання рівнів дефіциту бюджету країн, вирівнювання рівнів державної зовнішньої заборгованості, перехід від керовано-плаваючого валютного курсу з орієнтацією на долар США до прив'язаного валютного курсу з двома валютами – долара США та євро, а потім перехід до прив'язаного валютного курсу гривні до євро з виконанням встановлених меж коливань валютного курсу гривні по відношенню до євро на рівні $\pm 15\%$ (валютний механізм II – ERM II). Критеріями *реальної конвергенції*, які необхідно досягати в середньо- та довготерміновій інтеграційній перспективі з країнами ЄС, є: схожість ВВП/ВНД на душу населення, поглиблення міжнародної мобільності факторів виробництва (прямого капіталу та робочої сили, технологій) між країнами, фінансова відкритість і вільний міжнародний рух фінансового капіталу між країнами, вирівнювання реальних продуктивностей праці між країнами, схожість виробничих структур, торгових структур

та споживчих смаків між країнами і на цій основі підвищення ступеню внутрішньорегіональної та більшою мірою внутрішньосекторної торгівлі України з країнами ЄС.

Однак, початок реальних змін був загальмований впродовж 2005–2007 рр. внаслідок **порушуючих як внутрішніх, так і зовнішніх чинників.**

1. Обіцянки щодо ринкової відкритості та економічної свободи після Помаранчевої революції швидко розсіялись, а парламентські вибори в квітні 2006 року створили прецедент слабкої коаліції реформаторів блоку „Нашої України”, популістського Блоку Юлії Тимошенко та лівоорієнтованої Соціалістичної партії України, які не змогли знайти компромісів у виробленні єдиної стратегії інституційного економічного середовища. У лавах „Нашої України” так і не вдалось зменшити вплив зв'язку між владою та бізнесом. Слід відзначити, що простежувалась конфронтація між тими бізнесовими елітами, які робили акцент на недопущенні міжнародної конкуренції з метою захистити вітчизняний бізнес, та тими, хто прагнув випустити транснаціональний промисловий і банківсько-фінансовий капітал до країни. Уряд під керівництвом Ю. Тимошенко у 2005 році систематично втручався в механізм ціноутворення на ринку м'яса і нафтопродуктів. Протягом 2005 року він постійно прагнув забезпечувати зростання мінімальної заробітної плати, а також вдавався на практику реприватизації, що негативно впливало на інвестиційні рішення транснаціонального капіталу. Міністр аграрної політики України за квотою Соцпартії в уряді Ю. Тимошенко гальмував процеси, що стосувались переговорів щодо вступу України до СОТ, зокрема з питань регулювання цін і надання виробничих та експортних субсидій на сільськогосподарську продукцію, в т.ч. цукор.

2. Представники Партії регіонів, НС „Нашої України”, Соціалістичної партії України та Комуністичної партії України продовжили лобювання інтересів традиційних секторів економіки, де виявляються інтереси як вітчизняного капіталу, так і великої кількості залучених працівників. Цей вплив був настільки великим, що як за помаранчевої влади, так і за „антикризової коаліції” продовжилось закріплюватися домінування таких секторів, як металургія та низькотехнологічні виробництва металопродуктів, добування металевих руд та мінералів, виробництво продуктів нафтопереробки, вирощування пшениці, ячменю, кукурудзи, надання послуг транспорту газу. Це ставить нашу країну у невигідні умови в сучасній світовій системі конкурентних відносин. Україна отримувала тимчасово вигоди від зростання цін на чорні метали та залізні руди на зовнішніх ринках. Однак, за прогнозами Світового банку до 2015 року світові ціни на більшість товарів, на виробництві та експорті яких Україна сьогодні спеціалізується, кардинально знизяться, що поставить під сумнів прибутковість її експорту та наявний ступінь вигод від ведення міжнародної торгівлі.

3. Чутливим до українських політичних подій був Кремль. У моменти посилення євроінтеграційних праг-

нень України Росія вдавалась до економічного шантажу: підвищення ціни на газ, офіційні вислови щодо можливості обмеження обсягів постачання газу; жорсткі умови щодо якості і навіть заборони ввезення українських сільськогосподарських товарів (молочні та м'ясні товари) тощо. Такі заходи, що носили де-факто політичне забарвлення, значно погіршили торговельні взаємовідносини України з Росією, але найбільше вони зашкодили процесу просування України в напрямі європейської економічної інтеграції.

4. На відтягування євроінтеграційних процесів України вплинула економічна політика М. Азарова після приходу до влади „антикризової” більшості. З одного боку, це стосувалось вибору зовнішньоекономічного вектору. Фактично не припиняється кропітка робота Кабміну щодо уможливлення сценарію створення Євразійського економічного простору (ЄЕП) між Росією, Україною, Білоруссю та Казахстаном, де б було закладено на момент підписання Угоди створення єдиної митної території, що фактично поставило б крапку на європейській економічній інтеграції України до ЄС. Така інтеграція могла б продовжитись теоретично тоді, коли усі країни ЄЕП погодилися на формування зони вільної торгівлі з ЄС, а потім погодилися акцептувати Єдиний митний тариф ЄС. Але і цього було б не достатньо, оскільки сам Європейський Союз має забажати створити зону вільної торгівлі (чи пізніше митний союз) з усіма членами ЄЕП, в тому числі і з неєвропейським Казахстаном. З іншого боку, „антикризова” економічна політика стала фактично продовженням практикування неефективних рецептів минулої епохи, які мають суто кейнсіанське підґрунтя. Як промислова, торгова, так і фіскальна акумуляційна і видаткова політика несуть за собою зростання ролі держави в економічних процесах, відновлення спеціальних економічних зон та територій пріоритетного розвитку, селективного принципу розподілу державних інвестицій, надання податкових пільг, а отже збільшення корупції. Крім цього, характер фіскальної політики М. Азарова та бажання Партії регіонів отримати контроль за монетарною і валютно-курсовою політикою НБУ з метою реалізації соціальних програм та підтримки традиційних експортерів неминуче вестимуть до інфляційних процесів і викривлень у зовнішній торгівлі, яка буде працювати не на становлення малого і середнього бізнесу, приходу західних транснаціональних компаній і насичення диференційованими товарами і послугами внутрішнього ринку, а до експортної експансії і отримання торгових прибутків великим вітчизняним капіталом та російсько-українськими фінансово-промисловими групами.

У зовнішній торгівлі після Помаранчевої революції не відбувається жодних помітних структурних зрушень, які б сприяли євроінтеграційним процесам України. Продовжує поглиблюватися дивергенція торгових структур нашої країни з країнами ЄС. З огляду на обчислені нами і прорантовані за значущістю товарних груп індекси виявленої порівняльної переваги в межах української експортної структури, слід зауважити, що продовжує

поглиблюватися ресурсний характер міжнародної торгової спеціалізації України (див. додатки Д та Е).

Українські політичні еліти, що представляли уряди 2005–2007 рр., постійно наголошують на своїх успіхах в економічній сфері. Зокрема, Партія Регіонів пишається, що зростає ВВП в секторах, зростає експорт та зайнятість. БЮТ та „Наша Україна” вказують, що протягом 2005 р. вдалось розпочати суттєве підвищення мінімальної заробітної плати, що зменшувало бідність. Обидві сторони говорять про підвищення продуктивності праці. Проте продуктивність праці в Україні стрімко зростала вже від початку 2000-х рр. Однак, жоден з політиків не вказує чомусь на такий показник, як **реальна продуктивність праці** в секторах української економіки, яка останнім часом має тенденцію постійно знижуватись внаслідок того, що заробітні плати зростають відносно швидше, ніж продуктивність праці.

Реальна продуктивність праці відображає ступінь конкурентоспроможності секторів і вироблених в них товарів. Якщо цей показник в динаміці зменшується, то вироблена продукція в секторі стає менш конкурентоспроможною за фактором праці (див. таблицю 1). Це є, передусім, наслідком дефіциту ефективного інвестованого капіталу, який би забезпечував кардинальні зрушення у технології виробництва.

Державний комітет статистики України припинив обчислювати показник „Обсяг виробленої продукції” в розрізі КВЕД з 2004 року. Аналогічний показник „Випуск продукції” було передано до відділу „Національні рахунки”, де звітність робиться в досить агрегованому вигляді, що не дозволяє зробити ґрунтовний та більш чіткий аналіз продуктивності праці за секторами. Тому на основі первинних даних Держкомстату ми можемо вийти на приблизний показник обсягу виробленої продукції за 2004–2006 рр.

На основі даних в розрізі КВЕД таблиць 3.1., 3.2, 17.1, 17.2, 18, 5.2, 8, 9 форми „1-Підприємство” та таблиці 9 форми „1-Баланс” для кола підприємств за

основним видом діяльності 1+2 (малі, середні та великі підприємства приватної власності) нами проведено аналіз показника реальної продуктивності праці для пояснення конкурентоспроможності продукції, виробленої секторами економіки України (див. таблицю 2).

Можна бачити, що практично в усіх секторах української економіки існує тенденція зменшення реальної продуктивності праці, що вказує на втрату конкурентоспроможності продукції по фактору праця, а, отже, зменшення за цим фактором виробництва фактичної порівняльної переваги у міжнародній торгівлі та зменшення схильності до вкладання прямих іноземних інвестицій в економіку України вертикальними транснаціональними корпораціями.

Підсумовуючи все вищевказане, варто говорити про те, що позитивні структурні зрушення у зовнішній торгівлі України практично не відбуваються. Не дивлячись на існуючий потенціал вигідних можливостей для розвитку зовнішньої торгівлі та приходу прямих іноземних інвестицій в Україну, економічний прорив у найближчій перспективі, на жаль, буде гальмуватися через такі проблеми: стійку схильність економічної системи до корупції; невизначеність зовнішньоекономічного вектору; постійно зростаючі ціни на природний газ, а отже, подорожчання процесів проміжного виробництва; деградацію існуючої інфраструктури; знос та ліквідацію нагромаджених у минулому значних основних фондів, які треба буде хоча б відновлювати для компенсації втраченого; у зв'язку з популярністю державною економічною політикою, що базуватиметься на соціальному спрямуванні та економічному протекціонізмі. Остання буде в найближчий час характерна для будь-якої української влади, метою якої сьогодні є недопущення втрати електорату і поствиборчої підтримки, як з боку вітчизняного бізнесу, так і з боку переважної частини малозабезпеченого населення, які є досить чутливими до структурних змін.

Таблиця 1

Показники для пояснення конкурентоспроможності секторів економіки	
$\frac{\text{Продуктивність праці в секторі}}{\text{обсяги виробленої продукції в секторі}} = \frac{\text{кількість відпрацьованих людиногодин у секторі.}}{\text{кількість зайнятих у секторі.}}$	$\frac{\text{Продуктивність праці в секторі}}{\text{обсяги виробленої продукції в секторі}} = \frac{\text{кількість зайнятих у секторі.}}{\text{кількість зайнятих у секторі.}}$
$\frac{\text{Обсяги виробленої продукції}}{\text{обсяги реалізованої продукції}} = \frac{\text{обсяги виробленої продукції на умовах підряду (в т.ч. на основі давальницької сировини на інших підприємствах)}}{\text{обсяги реалізованої продукції}} = \frac{\text{обсяги продукції, придбані для перепродажу} + (-) \text{запаси готової продукції} + \text{обсяги продукції, виробленої для власних потреб.}}{\text{обсяги реалізованої продукції}}$	$\text{Реальна продуктивність праці в секторі} = \frac{\text{продуктивність праці в секторі}}{\text{заробітна плата в секторі.}}$

Приріст реальної продуктивності праці, % до попереднього періоду

КВЕД	2003	2004	2005	2006	Відхилення від попереднього року	
					2005	2006
Всього економіка України	6,9	55,1	-10,2	-15,9	-	-
A - Сільське господарство, мисливство та пов'язані з ним послуги, лісове господарство та пов'язані з ним послуги	-18,1	-17,2	-7,3	-13,1	-	-
01 - Сільське господарство, мисливство, та пов'язані з ним послуги	-17,8	-16,9	-7,6	-12,9	-	-
02 - Лісове господарство та пов'язані з ним послуги	-6,1	-6,7	2,1	-5,5	+	-
B 05 - Рибе господарство	-15,2	-25,4	32,0	-27,4	+	-
C+D+E - Добувна, обробна промисловість, виробництво електро-енергії, розподілення газу та води	5,1	9,8	-3,4	-8,1	-	-
C - Добувна промисловість	-4,6	41,0	-24,1	-10,7	-	-
D - Обробна промисловість	7,2	17,5	-7,8	-9,9	-	-
E - Виробництво електроенергії, розподілення газу та води	-5,9	-9,5	-4,0	6,8	-	+
10 - Видобування кам'яного вугілля, лігніту (бурого вугілля) і торфу	-2,3	-7,8	-4,5	-9,9	-	-
11 - Видобування вуглеводнів і допоміжні служби	-29,4	-4,1	13,9	5,6	+	+
12 - Видобування уранової руди	31,4	-19,9	-17,1	4,5	-	+
13 - Видобування металевих руд	7,9	19,9	11,6	-18,1	+	-
14 - Інші галузі добувної промисловості	-0,8	0,4	11,1	2,7	+	+
15 - Харчова промисловість	1,8	10,3	5,1	-22,1	+	-
16 - Тютюнова промисловість	4,8	-6,9	18,1	-12,1	+	-
17 - Текстильна промисловість	3,2	17,0	-30,2	-9,0	-	-
18 - Виробництво готового одягу	-4,5	-9,4	-7,6	-9,9	-	-
19 - Виробництво шкіри та шкіряного взуття	-13,6	-8,7	-18,4	13,4	-	+
20 - Оброблення деревини та виробництво виробів з деревини	5,4	5,2	4,0	-8,0	+	-
21 - Виробництво паперу та картону	14,8	9,9	-1,8	-6,1	-	-
22 - Видавнича справа, поліграфічна промисловість, відтворення друкованих матеріалів	8,8	3,4	-2,8	-12,0	-	-
23 - Вироблення коксу, продуктів нафтоперероблення та ядерного палива	15,0	30,1	-6,5	-12,7	-	-
24 - Хімічне виробництво	15,2	3,1	-8,6	-9,4	-	-
25 - Гумова та пластмасова промисловість	0,1	15,5	18,8	-1,5	+	-
26 - Виробництво інших неметалевих мінеральних виробів	0,3	2,5	9,6	-7,9	+	-
27 - Металургія	7,7	40,1	-15,5	-1,6	-	-
28 - Оброблення металу	5,5	42,7	-10,9	-9,7	-	-
29 - Виробництво машин та устаткування	-1,4	-5,4	2,7	-18,7	+	-
30 - Виробництво канцелярських та електронно-обчислювальних машин	-23,7	36,4	-27,3	-21,0	-	-
31 - Виробництво електричних машин та апаратури	5,9	70,3	-39,8	-1,5	-	-
32 - Виробництво устаткування для радіо, телебачення та зв'язку	-5,9	3,3	-25,2	-36,1	-	-
33 - Виробництво медичних приладів та інструментів, точних вимірювальних приладів та годинників	8,5	38,6	-30,2	-12,3	-	-
34 - Виробництво автомобілів	68,4	36,2	16,9	-2,8	+	-
35 - Виробництво іншого устаткування	21,4	6,8	7,3	-14,3	+	-
36 - Виробництво меблів, інші види виробництва	10,3	-1,4	8,6	-7,2	+	-
37 - Оброблення відходів	-10,1	6,1	14,4	-29,0	+	-
40 - Виробництво електроенергії	-5,5	-9,6	-3,5	8,7	-	+
41 - Розподілення газу та води	-9,2	-3,3	-7,8	-12,5	-	-

Розраховано автором на основі статистичних даних Державного комітету статистики України.

Однак, об'єктивні умови економічної глобалізації та зовнішні чинники змусять Україну визначитись у системі конкурентних відносин, поставлять зрештою українських політиків перед фактом проведення комплексної

лібералізації економіки і радикальних реформ у виробничо-торгових відносинах, що забезпечить нашій країні певне місце і призначення у світовому господарстві. А от чи буде воно оптимальним, чи ні – покаже час.

Додаток А

Економічна свобода охоплює всі свободи і права у виробництві, розподілі або споживанні товарів і послуг. Найвищою формою економічної свободи є абсолютне право власності, повна реалізація вільного руху товарів і послуг, робочої сили, капіталу і абсолютна відсутність примусу або обмежень економічної свободи, що через формування відповідних рамок умов має забезпечуватись державою. Однак, повинен існувати певний мінімальний примус держави, необхідний для захисту прав і свобод громадян, для сприяння розвитку громадянського суспільства та для недопущення свавільного і непропорційного розподілу суспільного продукту, отриманого від офіційної економічної та пов'язаної з нею діяльності кожним окремим індивідом.

Міжнародна методологія вимірювання економічної свободи визначає таких 10 інституційних характеристик:

Бізнесова свобода є показником, який вимірює, наскільки вільно підприємці можуть розпочинати бізнес, отримувати ліцензії та наскільки просто закрити бізнес. Перешкоди щодо цих трьох компонентів стримують ділову, в тому числі інвестиційну активність.

Торгова свобода означає, наскільки імпортери та експортери підпадають під державну торговельну політику в своїй країні та країнах-торговельних партнерах. Тарифи є первинною перешкодою вільній торгівлі, однак нетарифні бар'єри (квоти, бюрократичні затримки, відносно висока ставка ПДВ на імпорт) створюють не менші проблеми. Світова організація торгівлі сприяє створенню глобального вільного торгового простору. Між прямими іноземними інвестиціями та міжнародною торгівлею (як імпортом, так і експортом) часто існує комплементарний зв'язок. Тому торговий протекціонізм з боку держави може гальмувати інвестиційну та зовнішньоторгову активність.

Фіскальна свобода передбачає оптимальні для ведення бізнесу ставки податків, зокрема податку на доходи з фізичних осіб, прибуткового податку (податку з корпорацій), у контексті стабільності і ліберальності системи оподаткування. Для одних груп бізнесу стає вигідним селективна державна фіскальна політика, інші ж вбачають ефективність у принципі загальної недискримінації і однакових умов для всіх суб'єктів оподаткування. У сучасному глобальному світі країни з умовами для ведення офшорного бізнесу мають конкурентну перевагу для руху та нагромадження капіталу.

Свобода економіки від уряду означає, наскільки економіка залежить від державних закупок (трансфертів, виробничих та експортних субсидій) та урядо-

вих вказівок (державний капіталізм кейнсіанського зразка), наскільки бізнес пов'язаний з урядом, а також наскільки уряд може привласнювати доходи державних підприємств для своїх цілей. Високий ступінь впливу урядових рішень на економічні процеси веде часто до дискримінації багатьох інвесторів.

Монетарна свобода означає прагнення центрального банку та уряду забезпечувати цінову стабільність через застосування ефективного комплексу грошової, кредитної (в т.ч. облікової), валютної політики та регулювання банківських резервів, який сприятиме впевненості суб'єктів бізнесу в утриманні загальноекономічної стабільності в країні. Даний інституційний показник враховує ступінь незалежності центрального банку від уряду. Важливим також є ступінь втручання держави в механізм ціноутворення на ресурси, фактори виробництва та товари. Відсутність державного втручання у ціновий механізм на мікро- чи мезорівні є ідеальною державною політикою для забезпечення вільного ринку, руху капіталу.

Інвестиційна свобода є показником, що вимірює ступінь можливостей для входження іноземних інвестицій у країну, які сприяють на сучасному етапі економічному піднесенню та збільшують загальну економічну свободу країн. Транснаціональні корпорації є основними носіями прямих та фінансових іноземних інвестицій у країни, рушіями міжнародної торгівлі. Вони зацікавлені в забезпеченні в країнах-реципієнтах максимальної інвестиційної та торгової свободи, зменшення явних та неявних механізмів дискримінування з боку урядів країн-реципієнтів на користь вітчизняного капіталу.

Фінансова свобода передбачає ступінь відкритості фінансової та банківської системи в глобальному просторі. Ускладнене державне регулювання фінансового та банківського сектору, в тому числі стосовно вільного міжнародного руху капіталу зменшує можливість суб'єктів бізнесу при здійсненні міжнародних внутрішньофірмових трансфертів та інвестиційної діяльності і обмежує їхню економічну свободу.

Права власності бізнесу захищені кращим чином тоді, коли в країні земля є товаром, коли відсутня можливість проведення державою експропріації, недобросовісної реприватизації, політичну боротьбу з провокуванням рейдерства, непрозорих аукціонів під час приватизації тощо. Врегульоване чітке законодавство зі забезпечення прав власності, зокрема захисту прав інтелектуальної власності, неспідувана система судочинства є визначальними компонентами у вимірюванні цього інституційного показника.

Свобода від корупції є показником, що показує ступінь залежності бізнесу від корупційних схем: „бізнес-уряд”, „бізнес-законодавчий орган”, „бізнес-місцеві органи влади”, „бізнес-державні інститути”, „бізнес-бізнес”, „бізнес-працівник”, „працівник-державні інститути”. Тіньові, в т.ч. кримінальні та неформальні схеми ведення бізнесу є компонентом даного показника.

Свобода фактору праці вважається індикатором ступеню свободи використання бізнесом робочої сили. До обмежень, що звужують цю свободу, є мінімальна заробітна плата, яка встановлюється урядом або законодавчим органом країни, законодавство по недопущенню звільнення працівників, встановлені на законодавчому рівні умови найму працівників, нормування робочих годин, вплив профспілок на умови праці та погодинної оплати.

Додаток Б

Таблиця 3

Індекс економічної свободи в світі та Україні

2007 ранг	країна	Індекс економічної свободи 2007	Бізнесова свобода	Торгова свобода	Фіскальна свобода	Свобода економіки від уряду	Монетарна свобода	Свобода інвестування	Фінансова свобода	Права власності	Свобода від корупції	Свобода фактору праці
1	Гонконг	89,29	88,3	80,0	95,3	91,6	91,1	90	90	90	83	93,6
2	Сінгапур	85,65	94,6	80,0	93,0	86,2	89,5	80	50	90	94	99,3
3	Австралія	82,69	91,7	73,8	75,4	70,1	84,8	70	90	90	88	93,1
4	США	81,98	94,5	76,6	79,4	67,5	83,8	80	80	90	76	92,1
5	Нова Зеландія	81,59	93,7	74,0	74,2	63,6	84,5	70	80	90	96	89,9
6	Великобританія	81,55	92,1	76,6	74,6	54,2	79,3	90	90	90	86	82,7
7	Ірландія	81,31	92,8	76,6	81,1	73,1	85,1	90	90	90	74	60,4
8	Люксембург	79,31	90,0	76,6	75,4	55,9	80,2	90	80	90	85	70,0
9	Швейцарія	79,05	83,3	77,0	78,6	68,6	83,6	70	70	90	91	78,4
10	Канада	78,72	96,1	78,2	83,9	61,8	80,6	60	70	90	84	82,7
11	Чилі	78,29	68,9	72,4	85,7	87,6	79,9	70	70	90	73	85,3
12	Естонія	78,13	80,0	76,6	89,7	66,8	83,0	90	90	90	64	51,2
13	Данія	77,56	95,3	76,6	55,2	32,1	86,8	80	90	90	95	74,7
14	Нідерланди	77,08	88,3	76,6	65,8	47,8	87,0	90	80	90	86	59,2
15	Ісландія	77,06	94,1	74,0	82,4	50,3	82,9	60	70	90	97	69,9
16	Фінляндія	76,55	95,3	76,6	75,4	39,0	89,7	70	80	90	96	53,4
17	Бельгія	74,53	90,8	76,6	62,2	41,2	80,0	90	80	80	74	70,5
18	Японія	73,57	94,3	75,2	80,6	67,2	92,0	60	50	70	73	73,4
19	Німеччина	73,52	88,2	76,6	74,3	48,0	81,5	90	50	90	82	54,6
20	Кіпр	73,10	70,0	76,6	87,8	54,9	84,7	70	70	90	57	70,0
21	Швеція	72,59	95,0	76,6	53,6	31,5	85,2	80	70	90	92	52,0
22	Литва	72,00	86,4	76,6	91,0	76,6	81,2	70	80	50	48	60,1
27	Іспанія	70,87	77,1	76,6	70,1	63,6	78,6	70	80	70	70	52,7
31	Чехія	69,68	61,2	76,6	79,9	52,7	86,2	70	80	70	43	77,2
32	Арменія	69,43	84,5	75,6	93,1	91,6	79,7	60	70	30	29	80,9
35	Грузія	68,70	78,9	61,8	94,2	91,3	77,9	60	70	30	23	99,9
40	Словаччина	68,37	71,1	76,6	93,0	60,8	76,7	70	80	50	43	62,5
41	Латвія	68,21	76,8	76,6	89,3	69,2	74,1	70	70	50	42	64,1
44	Угорщина	66,15	71,2	76,6	79,2	41,8	76,7	70	60	70	50	66,1
58	Словенія	63,60	74,2	76,6	69,7	56,8	79,0	70	50	50	61	48,7
60	Італія	63,36	73,7	76,6	68,5	46,4	80,8	70	60	50	50	57,6
62	Болгарія	62,17	66,9	60,8	91,3	65,6	75,7	60	60	30	40	71,5
67	Румунія	61,26	70,9	74,0	91,7	74,9	69,7	50	60	30	30	61,4
75	Казахстан	60,35	66,5	64,2	87,6	85,9	72,9	30	60	30	26	80,5
81	Молдова	59,47	70,0	74,4	90,4	71,7	68,0	30	50	50	29	61,2
87	Польща	58,77	56,1	76,6	79,1	55,3	80,3	50	50	50	34	56,2
94	Греція	57,65	70,2	76,6	74,5	45,3	78,3	50	40	50	43	48,5
119	Китай	54,02	54,9	68,0	77,7	88,6	75,5	30	30	20	32	63,5
120	Росія	54,01	66,6	62,6	86,3	71,6	62,8	30	40	30	24	66,2
125	Україна	53,35	54,0	72,2	89,1	61,9	68,4	30	50	30	26	51,8
145	Білорусь	47,36	54,5	62,2	87,9	66,9	61,4	20	10	20	26	64,7
150	Іран	43,13	54,9	50,4	84,8	59,8	61,3	10	10	10	29	61,2
152	Туркменістан	42,54	30,0	74,2	94,4	82,9	65,9	10	10	10	18	30,0
154	Зімбабве	35,81	42,9	42,6	79,5	83,9	-	10	20	10	26	43,2
156	Куба	29,68	10,0	60,2	62,8	10	65,8	10	10	10	38	20,0
157	Північна Корея	3,00	-	-	-	-	-	10	-	10	10	-

Додаток В

Таблиця 4

Динаміка індексу економічної свободи трансформаційних країн

Роки	'95	'96	'97	'98	'99	'00	'01	'02	'03	'04	'05	'06	'07
Країни													
Естонія	65.2	67.4	71.2	72.6	75.8	74.2	79.0	79.5	79.4	79.0	76.6	75.9	78.1
Литва	*	47.4	56.3	60.9	62.8	63.3	65.7	67.2	68.2	70.9	69.5	73.0	72.0
Чехія	71.8	72.1	70.4	68.9	72.3	71.6	70.9	66.6	67.2	66.8	66.6	70.0	69.7
Вірменія	*	38.9	43.0	48.7	55.7	62.4	65.7	67.0	67.0	67.7	74.6	69.4	
Грузія	*	40.1	42.8	44.8	49.3	51.1	53.7	51.1	53.3	56.2	55.6	64.8	68.7
Словаччина	58.9	55.3	53.5	53.5	51.6	52.7	60.1	59.6	59.2	64.2	64.7	69.2	68.4
Латвія	*	54.6	61.9	62.4	63.3	63.0	64.9	64.3	65.0	66.2	63.0	69.2	68.2
Угорщина	58.2	58.9	58.4	58.8	59.8	66.4	67.3	64.6	63.3	63.1	63.4	67.1	66.2
Словенія	*	46.3	53.5	58.6	59.2	56.2	59.2	56.2	58.6	62.2	60.9	63.5	63.6
Болгарія	47.8	48.2	47.2	47.2	45.0	50.4	52.7	55.9	55.6	57.1	59.9	64.3	62.2
Румунія	42.9	47.7	52.1	55.7	53.1	55.3	48.3	46.0	47.7	48.4	50.8	58.9	61.3
Казахстан	*	*	*	39.1	44.8	47.5	48.1	50.2	50.0	47.3	51.1	61.2	60.4
Молдова	33.0	50.1	46.6	51.4	54.0	58.1	51.0	55.1	57.5	54.8	55.1	59.6	59.5
Азербайджан	*	27.2	31.7	40.7	44.9	47.1	47.5	51.0	51.3	49.9	52.5	54.0	55.4
Росія	49.7	49.6	45.9	50.9	52.9	50.1	48.0	47.3	49.1	51.1	50.1	54.3	54.0
Україна	33.7	34.5	40.6	39.7	42.9	47.4	46.1	45.4	49.7	51.8	53.7	55.5	53.3
Білорусь	41.2	41.7	40.8	37.9	35.3	37.8	34.1	37.8	33.9	41.6	45.3	48.5	47.4
Туркменістан	*	*	*	33.6	34.7	36.8	40.9	41.3	47.0	46.2	43.7	43.9	42.5

Джерело: www.heritage.org/Index

Додаток Г

Таблиця 5

Ступінь торгової свободи країн у контексті середньозваженого тарифу на імпортовані товари та нетарифних бар'єрів.

Ранг	Країна	Середньозважений тариф на імпортовані товари	Нетарифні бар'єри
1	2	3	4
78,2	Канада	0,9%	Обтяжуючі нетарифні бар'єри, обмеження імпорту сільськогосподарських та телекомунікаційних товарів, обтяжуючі процедури захисту прав власності
76,6	США	1,7%	Тарифи, інші ніж квоти, антидемпінгові процедури, компенсаторні збори, експортний контроль, обмеження щодо імпорту послуг, програми сприяння експорту
76,6	Бельгія*	1,7%	
76,6	Люксембург*	1,7%	
76,6	Данія*	1,7%	
76,6	Великобританія*	1,7%	
76,6	Австрія*	1,7%	
76,6	Чехія*	1,7%	
76,6	Естонія*	1,7%	
76,6	Латвія*	1,7%	
76,6	Швеція*	1,7%	Санітарні та фітосанітарні норми, впроваджені правила регулювання інтелектуальної власності
76,6	Нідерланди*	1,7%	Регулювання імпорту біотехнологій та фармацевтичних товарів
76,6	Франція*	1,7%	Додаткові стандарти та квоти на певні види торгових товарів поза нормами ЄС
76,6	Німеччина*	1,7%	Додаткові стандарти та квоти на певні види торгових товарів поза нормами ЄС. Бюрократичні та регуляторні процедури можуть бути досить складними
76,6	Іспанія*	1,7%	Регулювання імпорту біотехнологій та фармацевтичних продуктів, бар'єри у торгівлі послугами, регулювання інтелектуальної власності
76,6	Фінляндія*	1,7%	Обмеження імпорту фармацевтичних товарів та послуг
76,6	Греція*	1,7%	Регуляторні та бюрократичні процедури можуть бути ускладненими, прояви корупції

Додаток Г

Продовження таблиці 5

Ступінь торгової свободи країн у контексті середньозваженого тарифу на імпортовані товари та нетарифних бар'єрів.

1	2	3	4
76,6	Португалія*	1,7%	Складне регулювання імпорту фармацевтичних товарів, нетранспарентне державне супроводження зовнішньоекономічної діяльності
76,6	Словенія*	1,7%	Ускладнені норми для імпорту фармацевтичних товарів, нетранспарентне державне супроводження зовнішньоекономічної діяльності
76,6	Словаччина*	1,7%	Слабкий захист прав інтелектуальної власності, нетранспарентні і складні державні регуляторні процедури, корупція
76,6	Угорщина*	1,7%	Обмежуюче регулювання імпорту біотехнологій для харчових товарів і кормових
76,6	Литва*	1,7%	Обмежуюче регулювання імпорту біотехнологій та фармацевтичних продуктів, обмежуючий державний супровід зовнішньоекономічної діяльності, слабке запровадження захисту прав власності
76,6	Польща*	1,7%	Нетранспарентне регулювання імпорту фармацевтичних товарів
76,6	Румунія*	1,7%	Корупція на митниці
76	Туреччина	2%	Заборонні тарифи на сільськогосподарську продукцію та харчові товари, значні податки та збори на імпорт, експортні субсидії та програми сприяння експорту, ліцензування імпорту, нетранспарентні і складні стандарти і норми, корупція
75,6	Вірменія	2,2%	Слабке митне законодавство
75,2	Японія	2,4%	Нетранспарентне регулювання зовнішньої торгівлі, імпортові обмеження, заборони імпорту, обмежуючі санітарні та фітосанітарні норми, обмеження по входженню на ринок послуг та сільськогосподарської продукції, сільськогосподарські субсидії, складна тарифна сітка торгових квот
74,4	Молдова	2,8%	Обтяжуючі та обмежуючі митні процедури, корупція, обмежуюче регулювання, експортні обмеження
74,2	Туркменістан	2,9%	Заборонні тарифи на імпорт сільськогосподарських та харчових товарів, податки та збори на імпорт, експортні заборони, бюрократичні та корупційні митні процедури
72,2	Україна	3,9%	Імпортові податки та збори, ліцензування імпорту, обмежуючі санітарні та фітосанітарні норми, експортні субсидії, ускладнені торгові стандарти та процес сертифікації продукції, слабкий захист прав інтелектуальної власності
68,2	Узбекистан	5,9%	Дискримінаційні податки та збори на імпорт, імпортові ліцензії, валютний контроль, нетранспарентні та обтяжуючі стандарти та сертифікація, експортні субсидії, бар'єри на імпорту послуг, слабке запровадження захисту прав власності, неефективні митні процедури
68	Китай	6%	Квоти, заборона імпорту деяких товарів, складні регуляторні та ліцензійні норми, експортні податки, санітарні та фітосанітарні норми, захист інтелектуальної власності. З'явився імпульс до лібералізації зовнішньої торгівлі в межах участі в СОТ
67,6	Азербайджан	6,2%	Автократичне митне адміністрування, слабо визначені на законодавчому рівні правила застосування нетарифних обмежень, експортні субсидії та корупція
64,2	Південна Корея	7,9%	Заборонні тарифи, нетранспарентне і обмежуюче регулювання і стандарти, імпортові обмеження, податки на імпорт, експортні субсидії, обмеження входження на ринок послуг
64,2	Казахстан	7,9%	Обмежуючі та нетранспарентні обмежуючі регулювання і стандарти, обмеження входження на ринок послуг, тьшове державне супроводження зовнішньоекономічної діяльності, корупція на митниці. З'явився імпульс держави щодо лібералізації зовнішньої торгівлі
62,6	Росія	8,7%	Заборонні тарифи, квоти, дискримінаційні і заборонні податки, збори, нетранспарентне регулювання зовнішньоекономічної діяльності, дискримінаційне ліцензування, складний процес реєстрації та сертифікації, слабкий захист прав інтелектуальної власності
62,2	Білорусь	8,9%	Екстенсивні імпортові ліцензії та квоти
61,8	Грузія	9,1%	Нетарифні бар'єри, включаючи субсидії на експорт сільськогосподарських товарів, неефективні та корупційні митні процедури. У 2007 р. буде досягнуто суттєві зрушення в напрямі лібералізації зовнішньої торгівлі в контексті членства в СОТ

* Субсидії у промисловості та сільському господарстві, регуляторні та ліцензійні обмеження, обмеження для входження товарів на Спільний ринок ЄС.
Ставки середньозваженого середнього тарифу на імпорт застосовуються країнами ЄС щодо третіх країн. У межах ЄС митні тарифи відсутні.

Міжнародна торгова спеціалізація та індекс виявленої порівняльної переваги (індекс RCA) України
в її загальній торговій структурі стосовно країн світу *

Код	Товарні групи SITC (Rev.3)	1997	1998	1999	2000	2002	2006	Відхилення між до- і пост-пос-маранчевим періодами	Частка експорту групи в загальн. експорті України, % (2006)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Виявлені порівняльні переваги									
.672	"ливарні форми (злитки) та напівфабрикати з заліза або сталі"	34,644	35,626	49,988	47,322	46,287	54,68	+	11,37
.673	"штабове прокатне залізо"	45,000	45,383	42,461	42,501	38,431	44,60	+	9,27
.676	"залізні і сталеві дроти, арматура, кутовий прокат, профілі (включаючи шпунтову стінку)"	38,062	36,019	37,093	39,010	32,386	37,44	+	8,02
.679	"сталеві або залізні труби, пустотілі профілі та трубопровідна арматура"	23,935	16,355	12,613	-34,865	10,007	23,08	+	4,96
.421	"нелетучі рідкі рослинні жири, масла"	3,538	4,115	4,439	7,913	9,371	12,07	+	2,44
.791	"залізничні вагони, обладнання"	1,356	1,019	0,592	1,392	6,267	11,67	+	2,75
.562	"добрива, крім тих, що відносяться до групи 272 "	14,173	12,319	12,201	13,719	9,768	10,63	+	2,59
.671	"чавун, дзеркальний чавун, губчасте залізо, залізні або сталеві гранули, порошки та залізосплави"	15,833	20,373	17,689	16,594	13,404	10,44	-	2,99
.281	"залізна руда та збагачені продукти"	13,493	12,337	8,271	7,434	7,418	9,47	+	2,09
.041	"пшениця, меслін"	1,940	8,107	16,284	-2,046	19,012	7,71	-	1,55
.043	"неочищений ячмінь"	1,689	1,516	3,442	2,661	6,419	7,29	+	1,48
.522	"неорганічні хімічні елементи, оксиди та галогенні солі"	8,251	8,768	7,749	7,348	4,616	5,90	+	1,49
.675	"листова легована сталь"	н	н	н	н	н	3,97	!	1,18
.351	"електричний струм"	1,379	0,297	2,824	2,971	1,904	3,65	+	0,73

Продовження таблиці 6

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
714	"несектричні двигуни та мотори (крім тих, що відносяться до груп 712, 713, 718) та частини до них"	2,447	4,476	2,369	3,533	5,511	3,30	-	0,81
511	"вуглекислі, хімічні похідні сполуки"	2,890	1,881	0,705	1,346	2,713	3,26	-	0,95
248	"деревина первинної обробки"	0,128	0,905	2,458	3,800	4,382	3,16	-	0,67
842	"нетрикотажний і нев'язаний одяг для жінок та дівчат"	6,087	8,265	7,717	6,820	6,536	2,97	-	0,72
222	"зерна олійних культур та плодів"	7,356	7,142	3,941	4,598	0,154	2,85	+	0,71
282	"залізни відходи та скрап, браковані злитки з заліза і сталі, що піддаються переплавленню"	7,459	12,477	13,281	14,723	8,854	2,72	-	0,55
112	"алкогольні напої"	н	н	н	-2,643	-0,028	2,59	!	0,82
611	"шкіра"	н	н	н	0,00	0,00	2,4	!	0,67
792	"вироби літакобудування та космічна літальна техніка, частини до них"	0,454	5,356	3,816	4,053	2,387	2,52	-	0,62
684	"алюміній"	4,455	6,717	12,442	12,694	6,103	2,40	-	0,95
793	"кораблі, пароплави, човни тощо"	2,989	7,185	3,575	1,138	2,795	2,26	-	0,49
841	"нетрикотажний та нев'язаний одяг для чоловіків та хлопчиків"	2,382	3,120	3,266	3,409	3,203	2,19	-	0,56
073	"шоколад та інші харчові продукти, що містять какао"	-0,041	-0,042	0,329	1,588	2,772	2,15	+	0,65
771	"обладнання для передачі електроенергії"	н	н	н	н	н	2,00	!	0,64
044	"кукурудза"	н	н	н	н	н	1,94	!	0,46
285	"алюмінієва руда і збагачені продукти (включаючи окис алюмінію)"	3,860	3,498	3,273	4,595	1,249	1,84	+	0,85
011	"яловичина свіжа, охолоджена, заморожена"	8,002	5,815	6,068	5,939	5,596	0,24	-	0,95
682	"мідь"	-1,089	-1,006	1,155	3,005	1,705	1,25	-	0,67

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Відсутність виявленої порівняльної переваги									
.343	"природний газ"	-148,73	-123,06	-135,44	-102,46	-100,41	-52,62	+	10,59
.333	"масла на нафтовій основі і масла, що отримуються з бітумінозних мінералів, сира нафта"	-30,688	-37,091	-31,573	-34,036	-69,832	-47,79	-	9,78
.781	"легкові автомобілі та пасажирський автомобільний транспорт, крім автобусів"	-6,474	-7,034	-9,320	-5,281	-13,933	-20,87	+	4,89
.784	"трактори, автомашини та частини до них"	-0,101	-4,199	-0,359	-1,216	-3,219	-15,82	+	3,49
.542	"медикаменти, антибіотики, гормони тощо"	-9,065	-7,840	-7,903	-6,137	-9,85	-12,12	!	2,65
.764	"телекомунікаційне обладнання, частини до нього"	-3,02	-5,26	-2,7	-3,04	-5,197	-7,06	+	1,94
.321	"неагломероване вугілля"	-7,921	-10,616	-5,886	-6,283	-3,377	-5,77	+	1,69
.334	"мінеральні та масла, отримані з бітумінозних мінералів (інших, ніж сира нафта)"	-31,552	-21,552	-22,497	-29,770	20,267	-5,34	-	5,42
.782	"мотори для транспорту по перевезенню товарів, транспорт для перевезення товарів"	н	н	н	н	н	-4,86	!	1,20
.728	"інше обладнання і обладнання для спеціальних секторів виробництва, частини до нього"	0,185	-0,973	-4,190	-1,861	-2,905	-3,374	+	1,17
.553	"косметика, духи, одеколони"	-2,018	-1,769	-1,928	-1,324	-3,264	-4,11	+	0,98
.713	"двигуни внутрішнього згорання"	н	н	н	н	н	-3,81	!+	0,94
.574	"поліацетали, інші поліефіри та інші епоксидні полімери"	н	н	н	н	н	-3,79	!+	0,81
.718	"енергетичне обладнання та частини до нього"	-4,079	-2,751	-3,683	-7,289	-3,037	-3,78	+	0,89
.034	"риба свіжа чи заморожена"	н	н	н	н	н	-3,54	!+	0,73
.775	"побутове електричне та неелектричне обладнання"	н	н	н	н	н	-3,40	+	1,08
.721	"сільськогосподарські машини, комбайни"	-8,029	-5,796	-1,154	-0,707	-2,558	-3,28	+	0,89
.641	"папір, картон"	-2,706	-3,203	-2,338	-2,001	-6,377	-3,12	+	1,58
.741	"нагріваче та охолоджуваче обладнання й частини до нього"	н	н	н	н	н	-3,20	!+	1,02
.745	"неелектричне устаткування, механічна апаратура"	н	н	н	н	н	-3,07	!	0,68

"+" у стовпчику 9 – зменшення виявленої порівняльної переваги або зменшення індексу відсутності виявленої порівняльної переваги

"-" у стовпчику 9 – зростання виявленої порівняльної переваги або зростання індексу відсутності виявленої порівняльної переваги

"!" у стовпчику 9 – зміна напрямку індексу виявленої порівняльної переваги (від наявності виявленої порівняльної переваги до її відсутності і навпаки) або виявлення виявленої переваги чи подолання її відсутності.

"н" – критично низькі рівні виявленої порівняльної переваги або її відсутності

* Розроблено автором на основі статистичних даних Комітету Торгівлі ООН

Міжнародна торгова спеціалізація та індекс виявленої порівняльної переваги (індекс RCA) України в її загальній торговій структурі стосовно країн гери інтеграційного простору (з 2007 р. EC-27¹) за 2002 та 2006 рр.*

код	Товарні групи SITC (Rev.3)	2002	2006	Відхилення між до- і постпо-маранчевим періодами	Частка експорту групи в загальній експорті України з EC-27. % (2006)
Виявлені порівняльні переваги					
.672	"ливарні форми (злитки) та напівфабрикати з заліза або сталі"	23.001	56.44	+	11.52
.334	"мінеральні масла та масла, отримані з бітумінозних мінералів (інших, ніж сира нафта)"	50.20	33.84	-	9.74
.671	"чавун, дзеркальний чавун, губчате залізо, залізні або сталеві гранули, порошки та залізошлаки"	19.19	25.46	+	5.3
.281	"залізна руда, залізні збагачені продукти"	27.31	24.74	-	5.05
.676	"залізні і сталеві дроти, арматура, кутовий прокат, профілі (включаючи шпунтову стінку)"	16.69	23.14	+	5.06
.673	"штабове прокатне залізо"	14.23	20.84	-	4.3
.421	"нелетучі рідкі рослинні жири, масла"	7.59	18.73	-	3.8
.511	"вуглеводні, хімічні похідні сполуки"	5.76	11.62	+	2.78
.679	"сталеві або залізні труби, пустотілі профілі та трубопровідна арматура"	3.11	10.52	-	2.52
.842	"нетрикотажний і нев'язаний одяг для жінок та дівчат"	15.25	10.11	-	2.12
.248	"деревина первинної обробки"	11.63	8.36	-	1.73
.841	"нетрикотажний та нев'язаний одяг для чоловіків та хлопчиків"	8.72	8.33	-	1.72
.611	"шкіра"	4.18	8.03	+	1.96
.222	"зерна олійних культур та плодів"	0.86	7.19	+	1.55
.351	"електричний струм"	4.51	6.68	-	1.36
.682	"мідь"	3.14	6.04	+	1.47
.041	"пшениця, меслін"	28.02	5.58	+	1.14
.793	"кораблі, пароплави, човни тощо"	4.82	5.3	-	1.10
.321	"неагломероване вугілля"	2.68	4.33	!	0.96
.845	"інший не названий одяг"	5.21	4.27	+	0.97
.689	"інші незалізні первинні метали, не названі"	2.598	4.17	+	0.87
.773	"установлення для постачання електроенергії, інше"	-	4.09	!	1.85
.684	"алюміній"	8.693	3.75	-	1.45
.278	"інші сирі мінерали"	2.687	3.29	+	0.99
.851	"взуття"	3.777	3.15	-	0.81
.678	"залізний і сталевий дріт"	-	2.96	!	0.67
.247	"деревина-сирець, чотирьохкантний"	3.169	2.92	+	0.6
.562	"добрия, крім тих, що відносяться до групи 272"	2.526	2.71	+	0.6
.058	"консервовані фрукти"	-	2.38	!	0.58

Відсутність виявленої порівняльної переваги				
код	Товарні групи SITC (Rev.3)	2002	2006	Відхилення між до- і постпомаранчевим періодами
.781	"легкові автомобілі та пасажирський автомобільний транспорт, крім автобусів"	-22,454	-29,28	+
.542	"медикаменти, антибіотики, гормони тощо"	-25,303	-25,68	+
.784	"трактори, автомашини та частини до них"	-6,062	-21,71	+
.764	"телекомунікаційне обладнання, частини до нього (включаючи телефонні лінії)"	-15,724	-14,84	-
.641	"папір, картон"	-22,544	-13,57	-
.728	"інше обладнання й обладнання для спеціальних секторів виробництва, частини до нього"	-10,214	-11,31	+
.741	"промислове теплове та охолоджуюче устаткування"	-7,935	-8,99	+
.745	"неелектричне устаткування, інше"	-10,391	-7,51	-
.582	"пластмасові плити, пластмасова плівка"	-7,738	-7,04	+
.772	"електричне комутаційно-релейне обладнання"	-2,24	-5,91	+
.744	"обладнання механічного управління"	-3,539	-5,50	+
.642	"вироби з паперової маси, паперу і картону"	-10,16	-5,50	+
.743	"фільтри, газові насоси"	-3,411	-5,24	+
.893	"інші вироби з пластмас"	-6,962	-5,24	-
.782	"спеціальні транспортні засоби, транспортні засоби для перевезення товарів, у сфері послуг"	-3,82	-5,23	+
.874	"вимірювальне і контрольно-вимірювальне обладнання"	-2,43	-4,64	+
.783	"інші транспортні засоби, не названі"	-4,53	-4,56	+
.098	"харчові продукти, не названі"	-4,931	-4,50	-
.591	"хімічні препарати для домашнього вжитку і садівництва"	-6,727	-4,41	-
.541	"фармацевтичні вироби, крім медикаментів"	-4,886	-4,3	+
.575	"пластмаси, первинні форми пластмаси"	-3,518	-4,28	+

¹ – Для обчислення індексу виявленої порівняльної переваги (RCA) та чистого експорту української економіки в світоінтеграційному просторі нами залучено до аналізу традиційні країни ЄС-15 та 12 нових країн-членів ЄС.

"-" у стовпчику 5 – зменшення виявленої порівняльної переваги або зменшення індексу відсутності виявленої порівняльної переваги

"+" у стовпчику 5 – зростання виявленої порівняльної переваги або зростання індексу відсутності виявленої порівняльної переваги

"!" у стовпчику 5 – зміна напрямку індексу виявленої порівняльної переваги (від наявності виявленої порівняльної переваги до її відсутності і навпаки).

* Розраховано автором на основі даних Комітету Торгівлі ООН

ЛІТЕРАТУРА

1. Kane, Tim, Holmes K.R., O'Grady M. A. 2007 Index of Economic Freedom. – The Heritage Foundation & *The Wall Street Journal*. – 2007. – 408 p. – www.heritage.org/Index.
2. Johann Graf Lambsdorff. Corruption Perceptions Index 2006. – University of Passau. – 2007. – <http://www.transparency.org/>
3. Перспективи поглибленої вільної торгівлі між Європейським Союзом та Україною – Центр європейських політичних досліджень (CEPS), Брюссель, Інститут світової економіки (IfW), Київ, Міжнародний центр перспективних досліджень (МЦПД), Київ 2005/2006. (Звіт підготовлено на виконання контракту 2005/S 89-085795 Генерального директорату з питань торгівлі Європейської Комісії щодо економічної можливості, основних економічних наслідків

угоди про вільну торгівлю між Європейським Союзом та Україною).

4. Understanding the WTO. – World Trade Organization. – 3rd edition Previously published as "Trading into the Future" September 2003, revised October 2005, Geneva. – 2005. – 116 p.
5. www.wto.org
6. International Trade Centre UNCTAD/WTO, Market Analysis Section. Lionel Fontagné and Mondher Mimouni, under the supervision of Friedrich von Kirchbach. (the document was not formally edited). Contact: MAS@intracen.org. – 2002
7. Abkommen vom 1. September 1998 zwischen der Europäischen Zentralbank (EZB) und den nationalen Zentralbanken (NZB) der nicht dem Euro- Währungsgebiet angehörenden Mitgliedstaaten über die Funktionsweise eines Wechselkursmechanismus in der dritten Stufe der Wirtschafts- und Währungsunion. – Amtsblatt C 345 vom 13.11.1998. – 1998

УДК 338.24

КОРОСТЕЛЕВ В. А. - к. э. н.

НООМЕНЕДЖМЕНТ – ОТВЕТ НА ВЫЗОВ ВРЕМЕНИ

Вместо введения.

Вопрос: „Что может дать концепция нооменеджмента для разработки общегосударственных программ социально-экономического развития?“

Ответ. Эта концепция может обеспечить в этих программах баланс интересов людей. Чего хочет народ, простые люди? Безусловно, все хотят материальных благ – и как можно больше! На формирование этой потребности нацелена вся пропаганда, внешняя и внутренняя. Но при этом „пропагандисты“ сознательно замалчивают тот факт, что необузданная жажда потребления ведет к перенапряжению и истощению сил природы. Вместе с тем, все без исключения, хотят чистого воздуха и воды, зеленых лужаек, парков, лесов в летнее время и белого обильного снега зимой. Так вот, мы должны показать, что в состоянии обеспечить разумный баланс между ростом благосостояния народа и оздоровлением окружающей среды. Это равновесие может сформировать политика на основе концепции нооменеджмента.

Нооменеджмент как духовное начало в ноосфере

Для успешного решения многих экономических, социальных и экологических проблем всем нам необходимо осознать следующие внешне простые истины:

• *Вся человеческая цивилизация, стоит перед выбором: либо она*

сформирует ноосферу, либо ее ожидает природный и социальный коллапс. Ноосфера – это такая среда обитания человека, его материальная и духовная культура, которая оптимально вмонтирована в естественное природное окружение.

• Одним из главных условий формирования ноосферы является *трансформация экономики в нооэко-*

номику. То есть, такую экономику, которая будет учитывать не только потребности людей, но и возможности природы и окружающей среды.

• Решающим фактором формирования ноосферы и нооэкономики

выступает *нооменеджмент*, как система управления, построенная на принципах новой философии хозяйствования. Следует подчеркнуть, что нооменеджмент – не плод фантазии автора. Нооменеджмент существует и активно развивается в наиболее успешных странах и мировых компаниях. Их опыт управления бизнесом – это настоящий интеллектуальный капитал человечества! И пришло время сделать его общечеловеческим достоянием.

Нооменеджмент – это разумный менеджмент, или такое управление, которое построено на принципах Разума, Гуманности и Веры. Именно с помощью этих трех великих сил нооменеджмент в состоянии сформировать ноосферу. И если мечта о ноосфере зародилась на стадии позднего индустриализма, то воплощение свое эта мечта может иметь лишь в эпоху постиндустриального общества. Да и то при условии успешного построения и масштабного внедрения нооменеджмента.

Нооменеджмент вырастает из менеджмента, наследуя его основные функции, принципы, цели и средства. Нооменеджмент – это тот же менеджмент, но на своей более высокой стадии развития.

“Для чего нужен нооменеджмент?“

Божественная миссия нооменеджмента – спасти цивилизацию от природной, экономической и социальной катастрофы! Нооменеджмент – это ответ на вызов времени. Объективная необходимость в такой системе управления продиктована:

• приближающимся исчерпанием природных ресурсов планеты;

- нарастанием опасности мировой экологической катастрофы;
- углублением поляризации общества;
- размытостью духовных ценностей и ориентиров у значительной части молодежи и др. [1].

Слабым утешением выступает тот факт, что это не только проблемы одной страны, но и всего мирового сообщества. „Модель развития, которую мы приняли, – признал Генеральный секретарь ООН Кофи Анан на мировом саммите в Йоганнесбурге в 2002 г., – оказалась плодотворной для немногих... Путь к процветанию, который опустошает окружающую среду и оставляет большинство человечества сзади в нищих, выявится вскоре глухим углом для каждого” [2].

“Как выстроить нооменеджмент?”

Принимая во внимание тот факт, что нооменеджмент должен функционировать на трех уровнях: макро, микро и личностном, способы его построения будут отличаться друг от друга:

В качестве главных путей, ведущих к нооменеджменту на макроуровне, следует назвать:

1) *Усиление государственной поддержки науки и образования.* Эта поддержка должна быть адресной. Например, для развития и внедрения такой социально-экономической новации, какой является нооменеджмент. Как справедливо заметил М. Кастельс: „Государство, а не предприниматель-новатор в своем гараже, как в Америке, так и во все мире, было инициатором информационно-технологических революций” [3].

2) *Внедрение новых форм и методов обучения.* При этом речь идет не о косметических мерах, к которым прибегают в некоторых странах, а о радикальной перестройке всей системы образования на принципах, заложенных в Болонской декларации.

3) *Активизация деятельности общественных организаций и развитие самоуправления.* Одним из выводов нооменеджмента является: ни одна сколь-нибудь значительная социальная новация не была успешной, если в нее не была вовлечена общественность.

4) *Усиление связей с духовными институтами, в первую очередь – с церковью.* Ибо сам нооменеджмент выступает как духовное начало в экономике и бизнесе, базируясь на многих заповедях, которые являются краеугольными камнями буддизма, христианства, ислама и других мировых религий. И при получении поддержки такой влиятельной силы, какой является Святая Церковь, нооменеджмент скорее обретет шанс стать религией бизнеса.

Возникают и крамольные вопросы: „А насколько реален нооменеджмент? Не будет ли это очередной попыткой „навеять золотой сон”, ухватиться за соломинку утопии, сказочной розовой мечты? Да и сколько понадобится времени для построения нооменеджмента?”

Следует признать, что есть все основания для постановки таких вопросов. Ведь даже христианство, с его абсолютами Веры и Добра не смогло изменить природу человека, не смогло уберечь человечество от ужасных утрат и катаклизмов. И это на протяжении 2000 лет непрерывных усилий Церкви и ее служителей.

Да, не стоит ждать быстрых результатов при построении нооменеджмента. Понадобится много времени и сил. Но утешает одно: альтернативы нооменеджменту нет и быть не может. Все страны, все человечество в настоящее время переживает период Великого Выбора: принять новую религию хозяйствования или быть погребенным под обломками чрезмерного изобилия и жадности одних и ужасающей бедности, генерирующей небывалые формы насилия со стороны других!

Сейчас мы все находимся в гораздо худшем положении, чем это было две тысячи лет назад. В то время опасность исходила от морально-этической неустойчивости людей. И понадобилось учение Христа и его жертвенность для обретения человечеством нравственного стержня. В наши дни угроза исходит от *перенапряжения естественных сил Природы*, вследствие царящего в обществе культа необузданного потребления.

Следует подчеркнуть, что если в период зарождения христианства у людей был запас прочности (времени, природных ресурсов), то в наши дни ситуация выглядит иначе. Человечество “проело” значительную часть природных ресурсов. Отсюда, природная доминанта неумолимо поворачивает общество к новой социально-экономической политике, сутью которой должно стать разумное управление производством и потреблением материальных и духовных благ. И если раньше люди имели возможность игнорировать многие заповеди Христа, то сейчас природно-климатические факторы играют роль нового Абсолюта, который по своей природе является более жестокой, а еще точнее – неумолимой силой. С этой силой не поспоришь, ей придется подчиниться! И чем скорее это случится, тем лучше будет и для человечества в целом, и для каждой страны – в частности.

Религию духа должна подкрепить религия экономической целесообразности! А это возможно лишь в условиях нооменеджмента.

ЛИТЕРАТУРА

1. Короостелев В. А. Нооменеджмент. – К.: Издательская компания „Воля”, 2007. – 464 с.
2. Рио-де-Жанейро – Йоганнесбург: паростки ноосферогенезу і відповідальність за майбутнє / В.Я.Шевчук, Г.О.Білявський, Ю.М.Саталкін, В.В.Гетьман, В.М.Навроцький. – К.: Спринт, 2002.
- 2 Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУВШЭ, 2000 – 608 с.

УДК 331.1:330.33

ПОЛУЯН Ю.

Научн. руководитель КОРОСТЕЛЕВ В.А. – к.е.н.

РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА В ДОСТИЖЕНИИ ВЕРШИН МИРОВОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ GM

Альфред Причард Слоан

Краткие биографические сведения

– родился 23 мая 1875 г. в Нью-Хейвене, штат Коннектикут;

– был старшим из четырех сыновей коммерсанта, занимавшегося в Нью-Хейвене оптовой и розничной торговлей чаем, кофе и табаком;

– когда А. Слоану было десять лет, его семья переехала в нью-йоркский пригород Бруклин;

– в 1895 г. получил диплом инженера-электрика в Массачусетском технологическом институте (МТИ);

– в 1895 г. начал свою карьеру в *Hyatt Rolle Bearing Company* (штат Нью-Джерси) и в возрасте двадцати шести лет стал ее президентом;

– перешел в компанию *General Motors (GM)*; в 1918 г. стал ее вице-президентом и членом исполнительного комитета, в 1920 г. – вице-президентом по операциям, а в 1923 г. – президентом и главным исполнительным директором;

– провел реорганизацию GM, превратив ее из аморфной группы предприятий в компанию с рациональной структурой;

– разбил GM на пять самостоятельных подразделений, каждое из которых выпускало автомобили определенного ценового уровня;

– провел децентрализацию производства и одновременно централизовал общее руководство компанией;

– в конце 1920-х гг. под его руководством GM обогнала по объему продаж компанию *Ford* и стала крупнейшей автомобилестроительной фирмой в мире;

– основал несколько благотворительных организаций, названных его именем, а также центр передовых научно-технических исследований и престижную Слоановскую школу менеджмента при МТИ.

Альфред Причард Слоан (его вклад в развитие современного менеджмента).

Альфред Причард Слоан был заядлым соперником Генри Форда. В годы своего карьерного роста он достиг больших успехов в автомобильном бизнесе; и даже на сегодняшний день его можно считать одним из „Великих менеджеров“.

Положительные качества организационной деятельности Слоана:

• С приходом Слоана в компанию GM было сформировано 5 самостоятельных подразделений;

Они выпускали автомобили разного ценового уровня, что позволило им охватить все сегменты рынка. При этом следует сказать, что каждое подразделе-

ние было отдельной структурной единицей во главе с начальником.

GM объединяла в себе такие автомобильные марки как:

1. Buick;
2. Cadillac;
3. Oakland, в дальнейшем именуемый Pontiac;
4. Oldsmobile;
5. Chevrolet.

Таким образом, был создан мощный гигант автомобильной индустрии, который охватывал 70% всего автомобильного рынка США.

• Слоан ввел управленческие методы руководства и первым применил их на практике в компании GM (учет издержек, анализ рынков, внутренняя конкуренция подразделений);

Два фактора – постоянно растущая точность исполнения деталей автомобилей и требования о получении ценовых скидок со стороны основных покупателей – вынудили А. Слоана заняться поиском путей снижения издержек и новых методов производства, а значит, и совершенствованием бухгалтерского учета, исследовательской деятельности и процесса планирования.

• Слоан снизил военные цены до уровня мирного времени;

• Провел реорганизацию структуры компании.

В связи с этим структурным планом центральные органы планирования и формирования политики GM были отделены от ее производственных подразделений, которые получали самостоятельность и возможность конкурировать друг с другом. Таким образом, руководители всех уровней получили стимулы и полномочия для принятия самостоятельных решений.

• Слоаном было введено ежегодное изменение выпускаемой модели.

Данный метод был специально разработан для борьбы с „дряхлеющей“ моделью „Т“ Г. Форда и для стимулирования роста продаж подержанных автомобилей.

• Противостоял вмешательству государства в бизнес;

• Был пропагандистом и практиком применения групповых методов работы.

Адаптируясь к сегодняшним дням, этот фактор можно назвать одним словом – СИНЕРГИЗМ (дух единой команды). В первую очередь это сближало людей и давало возможность получить большой эффект от работы персонала.

• Обеспечивал финансовую поддержку филантропическим организациям;

Еще в годы работы в GM, Слоан основал денежный фонд и перечислял денежные средства в помощь таким организациям как:

1. Центр борьбы с раковыми заболеваниями;
2. Слоановская школа менеджмента;
3. Центр передовых технических разработок при ЧСН.

• Предвидел значительный рост рынка;

Что в свою очередь было следствием создания заводов, а значит – всепогодных автомобилей, строительства в США сети шоссе и дорог, возникновение рынка подержанных автомобилей и финансирования покупок машин с помощью банковских ссуд.

• Открыл „корпоративный университет” при GM;

В те годы такого понятия как корпоративный университет еще не существовало, но Слоану пришла в голову идея обучать работников прямо в компании. Для этого была создана специальная материально-техническая база, что в свою очередь принесло Слоану колоссальный эффект от производительности труда каждым отдельным работником.

• Новатор в области маркетинговой политики;

Слоан и его команда предложили рынку „автомобиль на любой вкус и кошелек”, охватив все его сегменты, на которых была одна-единственная модель компании Форд.

Отрицательные качества организационной деятельности Слоана:

• В 1960г. в компании GM становятся очевидными признаки самоуспокоенности;

Придание чрезмерного значения экономическим вопросам, стереотипные подходы к маркетингу и ослабление внимания к внедрению технических инноваций, наблюдавшиеся на фоне обострения международной конкуренции, стали причинами затруднений, которые компания испытывала, начиная с 1970 гг.

• Слоана обвиняли в том, что компания GM отказалась от выполнения функций формального стратегического характера планирования;

• Слоан отказался от централизованного контроля над решением проблем;

Жизненно необходимым оказалось формирование интегрированной политики управления компанией, которая минимизировала дублирование функций и бесполезное расходование ресурсов.

• Одним из основных недостатков деятельности Слоана в GM было принятие решения о создании надзорного комитета, в состав которого входили работники компании.

Недостатком этого факта была не всегда объективная оценка деятельности подразделений, а причиной тому стало отсутствие так называемой „Свежевлитой крови”. А.П. Друкер называл компанию GM „экспериментальной федерацией”.

• Существует реальное, хотя, может быть, не обоснованное мнение, что использовавшаяся политика децентрализации Слоана являлась чем-то замкнутым в себе.

Краткие выводы.

Основная заслуга А. Слоана заключается в том, что он сделал методы управления предприятиями более совершенными и продемонстрировал, что менеджмент может стать социально ответственной и социально полезной деятельностью. Рост благосостояния населения, интернационализация производства и рынков, и международная конкуренция, в конце концов, свели на нет значение многих из нововведений А. Слоана в GM, однако многие компании в разных странах успешно продолжают использовать его опыт.

ЛИТЕРАТУРА

1. Альфред Причард Слоан „Adventures of White Collar Man” (with B. Sparkes) (1941);
2. Альфред Причард Слоан „My Years with General Motors” (1964)
3. www.elitarium.ru

ТРАНСФОРМАЦІЯ СИСТЕМИ ВИРОБНИЦТВА, ТОРГОВЛІ ТА ФІНАНСІВ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ВИМОГ (КАФЕДРАЛЬНІ ДОСЛІДЖЕННЯ)

УДК331.21.215

КОНЧИН В.І. – к.е.н.

ВПЛИВ РОЗМІРУ МІНІМАЛЬНОЇ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ НА ПРОЦЕСИ СТРУКТУРНИХ ЗРУШЕНЬ: ДОСВІД ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ КРАЇН

І. Мінімальна заробітна плата та її вплив на економічну систему країни: теоретичні аспекти

Метою запровадження державою на законодавчому рівні закріпленої мінімальної заробітної плати є гарантування більш справедливого розподілу доходів та поліпшення умов для робочих місць, що розглядаються в суспільстві як несправедливо оплачувані. Через встановлення мінімальної заробітної плати уряд країни втручається в функціонування ринку праці. Це спричиняє порушення товарних ринків, оскільки суб'єкти господарювання не можуть повною мірою вільно на основі попиту і пропозиції встановлювати товарні ціни.

У ринковій економіці заробітні плати віддзеркалюють відмінності в продуктивності праці робітників. Це означає, що в конкурентних умовах працівники оплачуються з огляду на вартість граничного продукту, який отримується ними у взаємодії з іншими факторами виробництва в процесі суспільного відтворення. Рівновага на ринку праці в контексті ринково обґрунтованої мінімальної заробітної плати встановлюється на основі того, що працівник здатен/згоден акцептувати той розмір мінімальної заробітної плати, який пропонує йому капіталіст-працедавець. Відсутність або порушення такої рівноваги може викликати зростання безробіття. Критичною ситуацією стає існування рівноваги на ринку праці мінімально оплачуваних працівників, які погоджуються працювати, не дивлячись на постійний тиск на зменшення капіталістом реальної заробітної плати (в тому числі і ринкової мінімальної реальної заробітної плати) у зв'язку з необхідністю утримувати чи прагненням збільшувати конкурентоспроможність бізнесу або через бажання збільшувати свої прибутки.

Якщо держава встановлює певний розмір мінімальної заробітної плати, працівники, чий граничний продукт є меншим, ніж мінімальна заробітна плата, мають втрачати свої робочі місця. Якщо трудове законодавство по захисту зайнятості є більш ліберальним в країні, тоді це може викликати зростання безробіття. Емпіричні дослідження для США

(Neumark and Wascher (1995)[1], Великобританії (Dolado *et al.* (1996) [2], Франції (Bazen and Skourias (1997)[3], Португалії (Pereira (1999)[4] показали, що зростання рівня мінімальної заробітної плати призвело до зменшення зайнятості низькокваліфікованої робочої сили, а також молоді. В емпіричних дослідженнях науковці Г. Кертесі і Й. Кьольо (Kertesi and Köllö (2002, 2004) [5,6] виявили, що для трансформаційної економіки Угорщини збільшення мінімальної заробітної плати призводило до зменшення зайнятості в малому підприємницькому секторі. Крім цього, для трудомістких виробництв загального кола підприємств (малих, середніх та великих), для яких притаманне залучення відносно більшої кількості низькокваліфікованих працівників, внаслідок підвищення мінімальної заробітної плати відбулось значне зростання витрат по фактору праця і мало явище заміщення капіталом низькокваліфікованої робочої сили та зростання безробіття.

Для недопущення зростання безробіття державна політика мінімальних заробітних плат на ринку праці може бути підкріплена законодавством, що захищає зайнятість, в тому числі, коли важлива роль у суспільстві належить кишеньковим до уряду профспілкам. Держава намагається через цей комплекс заходів будувати соціальну ринкову економіку, зменшуючи дивергенцію в оплаті праці між різними категоріями робітників та сприяючи соціальному вирівнюванню у суспільстві. Для капіталіста такі кроки держави означатимуть, що він не може безперешкодно звільняти працівників, аргументуючи зростання витрат на фактор праця необхідністю позбутись неефективної праці. Результатом даної державної політики стає, як правило, загроза зменшення конкурентоспроможності бізнесу та виробленої продукції на товарних ринках, а на макрокономічному рівні – інфляційні очікування. Для запобігання втратам внаслідок зростання рівня мінімальної заробітної плати капіталіст може йти на зменшення оплати та/або умов праці інших категорій працівників, зокрема висококваліфікованих. На макрокономічному рівні це може вест до гальмування якісних структурних зрушень еконо-

мики та означати наступ на середній клас і ділову активність в країні. Загальноекономічний добробут в капіталістичному суспільстві потенційно залежить, зокрема, від добробуту висококваліфікованих працівників.

Слід також зазначити, що підвищення розміру мінімальної заробітної плати веде до зменшення потенційного фінансування компаніями тренінгових програм та стажувань висококваліфікованих спеціалістів. Частина заощаджень підприємств, отриманих від ефекту зростання факторної продуктивності, має компенсувати затрати, що виникають внаслідок підвищення мінімальної заробітної плати, замість того, щоб йти на підвищення додаткових вигод до заробітної плати. Висококваліфіковані працівники вимушені або самостійно фінансувати підвищення свого професійного рівня за рахунок власних заощаджень, або залишаються без самовдосконалення. На теоретичному рівні та емпіричному рівні для США цю проблему досліджував К. Саймон [7].

В іншому випадку, коли капіталіст не захоче погрожувати позиції висококваліфікованих робітників, він буде приховувати податки і сприяти посиленню тінювої економіки.

Розмір мінімальної заробітної плати може піддаватися корегуванню в сторону збільшення з огляду на: а) інфляційні процеси в економіці; б) в умовах постійного зростання рівня життя в країні при відсутності стимулів до зростання продуктивності праці певних секторів економіки, де рівень заробітних плат на ринкових принципах зростати вже не може; в) спроби підтримання зайнятості низькокваліфікованих спеціалістів молоді в певних секторах економіки, де уряд відчуває необхідність, або з метою недопущення секторних диспропорцій; г) міграційні процеси низькокваліфікованих працівників між секторами економіки країни або початок відтоку низькокваліфікованих працівників (а отже, трудових ресурсів) з країни; д) виступи профспілок і їхній тиск на інтереси капіталіста; е) політистські дії політичних опонентів існуючого уряду перед виборами в боротьбі за електорат.

Як показує світовий досвід, під оплату за мінімальну заробітну платою підпадають певні групи працівників, переважно низькокваліфіковані працівники, молоді спеціалісти, які не мають достатнього практичного досвіду роботи, працівники, які перебувають на фазі перекваліфікації після їхньої довготривалої незайнятості.

У країнах світу мінімальна заробітна плата встановлюється державою по-різному. Наприклад, в Угорщині та Чехії розмір мінімальної заробітної плати уніфіковано встановлюється урядом для усіх працівників, ідея не встановлюється для працівників, які працюють в іноземних компаніях, зокрема, в транснаціональних корпораціях, на території цих країн. В Польщі тристороння комісія за участю уряду, представників бізнесу та профспілок ведуть щороку переговори щодо

розміру мінімальної заробітної плати для всіх зайнятих на повну ставку працівників, який базується на запропонованому урядом розмірі мінімальної заробітної плати. Якщо комісія не досягає консенсусу, уряд самостійно встановлює розмір мінімальної заробітної плати, не нижчий за запропонований на розгляд комісії розмір. В Україні, як і в Латвії, Албанії та Болгарії урядом встановлюється загальнонаціональний розмір мінімальної заробітної плати і застосовується для усіх працівників. У Литві молодим спеціалістам, а також тим, хто перебуває на робочому місці менше шести місяців уряд може встановлювати розмір мінімальної заробітної плати нижчий за загальнонаціональний (наприклад, для працівників між 18 та 21 роками цей розмір може становити 90% від загальнонаціонального рівня, а для працівників до 18 років відповідно 80%) [8]. У Росії розмір мінімальної заробітної плати є загальнонаціональним, однак є відносно низьким і де-факто застосовується уніфіковано для низькокваліфікованих працівників. Слід зазначити, що в Росії встановлено в окремому порядку вищий розмір мінімальної заробітної плати для столиці. В деяких країнах, зокрема в Латинській Америці, існує широкі спектр диференційованих розмірів мінімальних заробітних плат, встановлених державою, в залежності від регіональних економічних характеристик або виду економічної діяльності. Наприклад, для сільського господарства в Аргентині [9] існують десятки мінімальних заробітних плат, а в Мексиці встановлено мінімальні заробітні плати окремо для трьох регіонів і 88 видів економічної діяльності [10]. В Австрії, Данії, Фінляндії, Німеччині, Італії та Швеції серед країн ЄС немає встановленої на законодавчому рівні мінімальної заробітної плати, однак на основі секторних колективних домовленостей між роботодавцями і профспілками існують мінімальні тарифи заробітної плати, які покривають трудові відносини значної частини населення. В таблиці 1 подано рівні мінімальної заробітної плати країн Європи.

За рекомендаціями Європейського Союзу та Міжнародної організації праці для визначення оптимального рівня мінімальної заробітної плати необхідно брати за основу коефіцієнт Кайтца (Kaitz-coefficient), який розраховується як співвідношення мінімальної заробітної плати до середньої заробітної плати. На основі принципів, закладених в затвердженій Радою Європи Європейській Соціальної Хартії, незалежні експертні групи сформулювали рекомендації, згідно з якими оптимальний рівень чистої мінімальної заробітної плати повинен становити 60% від чистої середньої заробітної плати в кожній країні-члені ЄС. Якщо рівень є нижчим за 60%, однак розглядається, як такий, що є вищим за межу бідності в країні, тоді мінімальною заробітною платою може акцептуватися рівень 50% від чистої середньої заробітної плати. Однак в дійсності в жодній з країн ЄС повністю в усіх секторах економіки не досягнуто такого високого

Таблиця 1

Закріплений на законодавчому рівні розмір мінімальної заробітної плати для працівників за повною ставкою в місяць, в т.ч. в перерахунку.

Країна	Євро	Дата встановлення
Люксембург*	1541,00	01.12.2006
Великобританія	1380,54	01.10.2006
Ірландія	1326,00	01.05.2005
Франція**	1254,28	01.07.2006
Бельгія	1234,21	01.06.2005
Нідерланди	1284,6	01.07.2006
Мальта	584,19	01.01.2006
Іспанія	570,00	01.01.2007
Словенія	521,86	01.08.2006
Португалія	403,00	01.01.2007
Туреччина	332,26	01.01.2006
Чехія	284,38	01.07.2006
Хорватія	282,23	01.01.2005
Угорщина	240,14	01.01.2007
Польща	233,01	01.01.2006
Словаччина	205,22	01.10.2006
Естонія	191,73	01.01.2006
Литва	173,77	01.07.2006
Латвія	170,75	01.01.2007
Румунія	97,07	01.01.2006
Сербія	96,44	01.05.2006
Болгарія	92,30	01.01.2007
Україна	59,70	01.01.2007
Молдова	32,72	01.02.2005
Росія	32,12	01.05.2006
	167,28 (для Москви)	

* тільки для некваліфікованих працівників

** для узаконеної мінімальної заробітної плати, що базується на 35-ти годинному робочому тижні

Джерело: <http://www.fedec.com/minwage.html> та Закон України „Про Державний бюджет України на 2007 р.” № 489-V.

показника. В одних країнах ЄС існує тенденція зростання Kaizt-коефіцієнта, в інших, навпаки, він зменшується. Зменшення обґрунтовується прагненням країн зберігати конкурентоспроможність економіки і досягати кращих результатів під час трансформації виробничих процесів (див. таблиці 2 та 3). Міжнародною організацією праці (ILO) встановлено два загальних зауваження стосовно рівня мінімальної заробітної плати. З одного боку, він має вимірюватись на основі рівня життя в країні та стандартами життя країни. З іншого боку, він має обґрунтовуватись ступенем економічного зростання, ступенем реальної продуктивності праці і потребами у досягненні високого рівня зайнятості.

2. Емпіричний аналіз застосування мінімальної заробітної плати в Україні

1. Мінімальна заробітна плата може використовуватись капіталістом (особливо у малому бізнесі) для великої кількості як низькокваліфікованих, так і висококваліфікованих працівників в якості документарної заробітної плати. Працівники погоджуються на такі умови, отримуючи, як правило, додатково конвертну заробітну плату. При цьому особливо висококваліфіковані працівники зіптовхуються з проблемою погіршення їхнього пенсійного забезпечення в майбут-

ньому. Державний бюджет недоотримує значні внески від податку з доходів фізичних осіб, а також скорочуються суми внесків до Пенсійного фонду України.

2. Підвищення урядом розміру мінімальної заробітної плати часто веде до зменшення зайнятості переважно низькокваліфікованих працівників, або до зменшення капіталістом додаткової конвертної заробітної плати з метою збереження конкурентоспроможності його бізнесу. З одного боку, це може мати позитивний ефект для економіки країни, оскільки виводяться з тіні фонди оплати праці, державний бюджет отримує більше надходжень. З іншого боку, не беручи до уваги ефект підвищення загальної продуктивності праці, від цього страждають переважно висококваліфіковані працівники, оскільки зменшуватиметься їхня конвертна заробітна плата, яка часто становить основну частину їхнього заробітку. Якщо ж їхня конвертна заробітна плата залишається сталою, а низькокваліфіковані працівники не вивільняються, тоді капіталіст буде прагнути зростання інтенсивності праці. При цьому слід припускати, що це стосуватиметься здебільшого висококваліфікованих працівників і загострюватиме протиріччя між умовами їхньої праці та реальною оплатою праці в процесі діяльності. Вони будуть шукати шляхи мігрувати в ті сектори економіки та види економічної діяльності, де залишатимуться потенційно

Kaitz - коефіцієнт для виміру економічної об'єднаності, що відображають функціонування приватного сектору в країнах Європи, 2004 р.

2005 р.	Нідерланди	Іспанія	Чехія	Словенія	Польща (2004 р.)	Естонія	Латвія	Литва	Мальта	Болгарія	Румунія	Україна
Місячна мінімальна заробітна плата (ММЗП), €	1265	598,5	235	490	177	172	116	145	557	77	72	49,38
C+D+E – Добувна, обробна промисловість, виробництво електроенергії, розподілення газу та води												
Місячна середня заробітна плата (МСЗП), €	3091,67	1787,37	593,80	1029,08	527,52	487,18	336,24	389,44	1096,28	165,07	260,16	151,00
<i>Kaitz</i> - коефіцієнт	40,9	33,5	39,6	47,6	33,6	35,3	34,5	37,2	50,8	46,6	27,7	32,7
C – Видобування												
МСЗП, €	5241,67	1956,58	748,83	1438,72	902,42	536,43	369,10	498,08	1072,18	267,33	458,18	202,65
<i>Kaitz</i> - коефіцієнт	24,1	30,6	31,4	34,1	19,6	32,1	31,4	29,1	52,0	28,8	15,7	24,4
D – Переробне промислове виробництво												
МСЗП, €	3041,67	1748,08	577,04	997,57	472,89	476,48	314,08	368,59	1072,22	147,68	228,95	139,25
<i>Kaitz</i> - коефіцієнт	41,6	34,2	40,7	49,1	37,4	36,1	36,9	39,3	51,9	52,1	31,4	35,5
E – Постачання газу та води												
МСЗП, €	3858,33	2824,47	818,07	1476,98	695,90	610,32	539,21	541,40	1348,13	293,78	424,48	156,63
<i>Kaitz</i> - коефіцієнт	32,8	21,2	28,7	33,2	25,4	28,2	21,5	26,8	41,3	26,2	17,0	31,5
F – Будівництво												
МСЗП, €	3008,33	1439,43	598,38	938,33	453,12	590,83	303,01	386,33	511,32	136,78	224,81	124,26
<i>Kaitz</i> - коефіцієнт	42,0	41,6	39,3	52,2	39,1	29,1	38,3	37,5	108,9	56,3	32,0	39,7
G – Оптова та роздрібна торгівля												
МСЗП, €	2583,33	1355,74	577,82	1022,18	482,13	519,78	279,48	366,47	552,92	128,17	206,58	100,97
<i>Kaitz</i> - коефіцієнт	49,0	44,1	40,7	47,9	36,7	33,1	41,5	39,6	100,7	60,1	34,9	48,9
H – Готельний та ресторанный бізнес												
МСЗП, €	1941,67	1019,46	355,36	846,92	371,73	358,08	217,92	249,51	900,64	103,49	161,01	77,17
<i>Kaitz</i> - коефіцієнт	65,2	58,7	66,1	57,9	47,6	48,0	53,2	58,1	61,8	74,4	44,7	64,0
I – Транспорт, зв'язок, телекомунікації												
МСЗП, €	3025,00	1788,38	661,43	1249,65	598,80	563,78	407,39	416,50	1167,44	203,33	343,28	166,65
<i>Kaitz</i> - коефіцієнт	41,8	33,5	35,5	39,2	29,6	30,5	28,5	34,8	47,7	37,9	21,0	29,6
J – Фінансове посередництво												
МСЗП, €	4233,33	3178,37	1254,51	1727,68	928,80	1018,37	832,16	817,48	2166,28	385,65	770,25	256,95
<i>Kaitz</i> - коефіцієнт	29,9	18,8	18,7	28,4	19,1	16,9	13,9	17,7	25,7	20,0	9,3	19,2
K – Послуги з нерухомістю та інші комерційні послуги												
МСЗП, €	2850,00	1438,75	712,35	1222,04	542,62	605,98	375,86	446,74	711,84	165,79	259,60	123,06
<i>Kaitz</i> - коефіцієнт	44,4	41,6	33,0	40,1	32,6	28,4	30,9	32,5	78,2	46,4	27,7	40,1

Kaitz- коефіцієнт для видів економічної діяльності, що відображають функціонування приватного сектору в країнах Європи, 2003 р.

2003 р.	Нідерланди	Іспанія	Чехія	Словенія	Польща	Естонія	Латвія	Литва	Мальта	Болгарія	Румунія	Україна
Місячна мінімальна заробітна плата (ММЗП), €	1207	526	199	490	201	138	116	125	534	56	73	29,68
С+D+E - Добувна, обробна промисловість, виробництво електроенергії, розподілення газу та води												
Місячна середня заробітна плата (МСЗП), €	2833,33	1684,08	495,66	929,13	520,73	412,41	287,18	344,20	1187,40	142,55	174,68	88,82
Kaitz- коефіцієнт	42,6	31,2	40,1	48,5	38,6	33,5	40,4	36,3	45,0	39,3	41,8	33,4
С - Видобування												
МСЗП, €	4633,33	1856,19	614,31	1274,84	859,43	519,19	324,02	459,43	1217,28	220,93	308,10	112,65
Kaitz- коефіцієнт	26,1	28,3	32,4	35,4	23,4	26,6	35,8	27,2	43,9	27,6	23,7	26,3
D - Переробне промислове виробництво												
МСЗП, €	2783,33	1648,46	481,10	902,55	467,93	400,18	267,14	325,93	1162,51	126,18	154,57	81,32
Kaitz- коефіцієнт	43,4	31,9	41,4	50,0	43,0	34,5	43,4	38,4	45,9	44,4	47,2	36,5
E - Постачання газу та води												
МСЗП, €	3675,00	2617,75	675,66	1282,08	682,64	499,43	468,84	453,29	1446,11	262,40	280,93	102,06
Kaitz- коефіцієнт	32,8	20,1	29,5	35,2	29,4	27,6	24,7	27,6	36,9	21,3	26,0	29,1
F - Будівництво												
МСЗП, €	2716,67	1351,12	501,60	873,71	454,28	446,86	250,34	305,88	1016,35	119,21	150,72	71,21
Kaitz- коефіцієнт	44,4	38,9	39,7	51,6	44,2	30,9	46,3	40,9	52,5	47,0	48,4	41,7
G - Оптова та роздрібна торгівля												
МСЗП, €	2358,33	1267,67	479,82	949,76	486,33	422,16	226,80	317,73	826,69	103,18	131,79	53,93
Kaitz- коефіцієнт	51,2	41,5	41,5	47,5	41,3	32,7	51,1	39,3	64,6	54,3	55,4	55,0
H - Готельний та ресторанный бізнес												
МСЗП, €	1825,00	984,93	286,84	809,20	380,73	247,15	181,92	216,18	936,48	83,29	113,86	44,32
Kaitz- коефіцієнт	66,1	53,4	69,4	55,7	52,8	55,8	63,8	57,8	57,0	67,2	64,1	67,0
I - Транспорт, зв'язок, телекомунікації												
МСЗП, €	2800,00	1727,57	552,43	1164,16	599,88	446,73	362,42	386,39	1509,17	175,64	252,78	105,06
Kaitz- коефіцієнт	43,1	30,4	36,0	38,7	33,5	30,9	32,0	32,4	35,4	31,9	28,9	28,3
J - Фінансове посередництво												
МСЗП, €	3800,00	2906,43	1009,48	1585,78	913,76	979,58	746,03	758,75	1753,87	321,02	530,94	168,65
Kaitz- коефіцієнт	31,8	18,1	19,7	28,4	22,0	14,1	15,5	16,5	30,4	17,4	13,7	17,6
K - Послуги з нерухомістю та інші комерційні послуги												
МСЗП, €	2716,67	1366,41	573,53	1170,48	546,00	505,20	325,01	372,66	1105,09	127,63	174,28	71,55
Kaitz- коефіцієнт	44,4	38,5	34,7	38,5	36,8	27,3	35,7	33,5	48,3	43,9	41,9	41,5

більші імпульси до зростання загальної факторної продуктивності, де вища прибутковість, а також де залишаються прояви тіньових товарних оборотів.

3. Побудована автором кореляційно-регресійна двофакторна модель взаємозв'язку мінімальної заробітної плати із кількістю найманих працівників в секторах економіки (кодою 1+2, підприємницький сектор) для секторів економіки за КВЕД 10-41, 01, 02, 05, F, G, H, I, J, K) протягом 2001–2006 рр. дає змогу зробити висновок, що з 39 тестованих секторів економіки тісний зв'язок між мінімальною заробітною платою та кількістю найманих працівників має місце лише для 18 секторів. З таблиці 4 можна бачити, що поетапне підвищення мінімальної заробітної плати спричиняло зменшення зайнятості в 14 секторах з них у 7 працевітних секторах, де відносно більше зайнято низькокваліфікованих працівників, зокрема в сільському господарстві, рибному господарстві, текстильній, швейній, шкіряній, деревообробній промисловостях. Те ж саме дійсно і для капіталомістких секторів, зокрема, у виробництві машин та устаткування, виробництві електричних машин та апаратури, хімічній промисловості та в наукомістких секторах (у виробництвах комп'ютерної техніки та радіоапаратури). Зростання зайнятості під впливом підвищення мінімальної заробітної плати зафіксовано лише в 4 секторах економіки України: а) в оптовій та роздрібній торгівлі, б) у фінансовому посередництві, в) в секторі, що забезпечує послуги з нерухомістю, страхування, консалтингові та інші комерційні послуги, г) у гумовій і пластмасовій промисловості.

Аналогічно автором протестовано модель із врахуванням якісного складу зайнятих у секторах економіки України на основі звітної форми Держкомстату КВЕД. Виявлено, що підвищення мінімальної заробітної плати в загальному негативно впливало на зайнятість в Україні. При цьому це підвищення мало позитивний ефект на зростання робочих місць працівників з повною вищою освітою та зменшення зайнятості в яких немає вищої освіти (див. таблицю 6). З огляду на отримані результати за видами економічної діяльності можна зазначити, що для 26 секторів з 41 тестованого сектору підвищення мінімальної заробітної плати мало негативний ефект на зайнятість (зокрема, для промислового виробництва для 22 секторів з 34 тестованих секторів). Негативний вплив на зменшення зайнятості за всіма категоріями працівників зафіксовано для працівників „сині комірці” – працівників з базовою чи неповною вищою освітою та „білі комірці” – працівників з вищою освітою) простежується в секторах „10 – Видобування кам'яного вугілля, бурого вугілля і торфу”, „17 – Текстильна промисловість”, „18 – Виробництво готового одягу з тканин”, „19 – Виробництво шкіри та шкіряного одягу”, „29 – Виробництво машин та устаткування”, „34 – Виробництво канцелярських та електронно-обчислювальних машин”, „31 – Виробництво електричних машин та апаратури”, „32 – Виробництво устату-

вання для радіо, телебачення та зв'язку”, „35 – Виробництво іншого устаткування” (в тому числі для літакобудування, кораблебудування та виробництва космічних апаратів), „37 – Оброблення відходів”, „01 – Сільське господарство, мисливство та пов'язані з ним послуги”, „05 – Рибне господарство”, тобто в тих секторах, де Україна має потенційно порівняльну перевагу в її міжнародній спеціалізації з огляду на відносно кращу забезпеченість української економіки фактором низькокваліфікована праця та фактором людський капітал порівняно з фактором фізичний капітал.

Простежується зростання загальної зайнятості внаслідок підвищення мінімальної заробітної плати в усіх видах економічної діяльності третинного сектору (крім сектору „I – Транспорт, зв'язок та телекомунікації”), що вказує з одного боку на міжсекторну міграцію працівників з багатьох секторів промислового виробництва, а також на інтегрування молодих спеціалістів у більш динамічні та прибуткові сфери діяльності (див. таблицю 6).

Підвищення мінімальної заробітної плати мало позитивний ефект на зайнятість за всіма категоріями працівників у секторах „11 – Видобування вуглеводнів і допоміжні служби”, „22 – Видавнича справа, поліграфічна промисловість, відтворення друкованих матеріалів”, „25 – Гумова та пластмасова промисловість”, „28 – Оброблення металу”, „G – Оптова та роздрібна торгівля”, „J – Фінансове посередництво (в т. ч. банківські послуги)”, „M – освіта”.

Важливою тенденцією в секторах економіки є зростання робочих місць працівників із повною вищою освітою за рахунок підвищення рівня освіти тих працівників, що мали до цього базову та неповну вищу освіту або взагалі не мали вищої освіти (див. таблиці 6). Однак, складно протестувати ефект підвищення якості отриманої вищої освіти або безпосереднього призначення отриманих працівником спеціальності та знань для робочого місця в секторі („феномен пустих дипломів” або „ефект потенційної міжсекторної міграції працівників”). Проте важливим стає усвідомлення працівниками необхідності отримання вищої освіти для попередження небезпеки залишитись без робочого місця. Ця небезпека обумовлена не в останню чергу використанням державою інструменту мінімальної заробітної плати, що впливає на збільшення собівартості виробництва (надання послуг) по фактору низькокваліфікована праця.

4. Від розміру мінімальної заробітної плати залежить рівень цін. Зростання мінімальної заробітної плати може вести до зростання загальної (середньої) заробітної плати в секторах економіки і розкручувати підвищення рівня життя в країні. Небезпекою для економіки країни може бути відносно швидше зростання заробітної плати, ніж зростання продуктивності праці. В цьому випадку зростають ціни на вироблену продукцію, відбуваються інфляційні процеси та падає конкурентоспроможність виробленої продукції країни на світовому ринку.

Кайтз-коефіцієнт для видів економічної діяльності України, 2001–2006 рр.;

КВЕД	Кайтз-коефіцієнт					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Всього по економіці	34,5	36,4	37,7	36,1	36,7	36,9
A – Сільське господарство, мисливство, та пов'язані з ним послуги, лісове господарство та пов'язані з ним послуги	80,3	85,3	86,7	74,2	70,6	69,9
01 – Сільське господарство, мисливство, та пов'язані з ним послуги	82,0	87,6	90,3	78,1	74,2	74,1
02 – Лісове господарство та пов'язані з ним послуги	54,7	57,4	54,0	45,5	45,9	45,2
C+D+E – Добувана, обробна промисловість, виробництво електроенергії, розподілення газу та води	31,5	33,5	33,4	31,7	32,7	32,8
C – Видобування	23,2	24,9	26,3	24,8	24,4	25,2
D – Переробне промислове виробництво	35,2	37,4	36,5	34,2	35,5	35,2
E – Постачання газу та води	26,3	27,8	29,1	29,5	31,5	31,49
10 – Видобування кам'яного вугілля, лігніту (бурого вугілля) і торфу	25,0	26,5	28,8	26,5	26,1	25,7
11 – ВИДОБУВАННЯ ВУГЛЕВОДНІВ І ДОПОМІЖНІ СЛУЖБИ	14,1	16,5	15,8	15,5	16,9	18,6
12 – Видобування уранової руди	51,6	43,7	62,0	49,6	39,7	35,9
13 – ВИДОБУВАННЯ МЕТАЛЕВИХ РУД	19,8	22,2	23,9	23,7	20,9	23,2
14 – Інші галузі добувної промисловості	35,9	35,3	33,8	31,1	33,3	32,4
15 – Харчова промисловість	38,2	40,4	38,1	40,8	41,6	40,8
16 – ТЮТЮНОВА ПРОМИСЛОВІСТЬ	7,2	7,7	8,0	7,6	9,2	9,5
17 – Текстильна промисловість	73,7	73,7	71,2	80,5	61,2	56,9
18 – Виробництво готового одягу та хутра	53,3	61,2	62,8	58,1	63,1	64,4
19 – Виробництва шкіри та шкіряного взуття	57,5	60,0	59,9	55,5	58,1	58,8
20 – Оброблення деревини та виробництва виробів з деревини	55,6	58,2	57,3	54,4	56,2	56,0
21 – Виробництво паперу та картону	30,0	34,3	37,0	32,8	33,8	36,3
22 – Видавничі справи, поліграфічна промисловість, відтворення друкованих матеріалів	31,6	34,8	37,8	37,1	39,7	37,9
23 – ВИРОБЛЕННЯ КОКСУ, ПРОДУКТІВ НАФТОПЕРЕРОБЛЕННЯ ТА ЯДЕРНОГО ПАЛИВА	19,9	21,3	21,6	20,2	21,4	21,0
24 – Хімічне виробництво	30,6	33,5	33,0	30,7	30,4	30,3
25 – Гумова та пластмасова промисловість	39,2	41,4	40,4	38,8	41,57	41,62
26 – Виробництво інших неметалевих мінеральних виробів	41,3	42,4	40,9	38,1	38,8	33,6
27 – МЕТАЛУРГІЯ	20,8	23,9	22,6	21,3	22,3	24,1
28 – Оброблення металу	46,5	47,3	46,9	43,6	43,9	43,4
29 – Виробництво машин та устаткування	47,5	48,5	45,7	40,7	41,7	40,4
30 – Виробництво канцелярських та електронно-обчислювальних машин	52,7	62,2	54,8	45,6	45,9	39,6
31 – Виробництво електричних машин та апаратури	43,1	45,1	43,2	39,5	40,7	40,1
32 – Виробництво устаткування для радіо, телебачення та зв'язку	61,4	57,1	52,8	41,0	40,3	34,6
33 – Виробництво медичних приладів та інструментів, точних вимірювальних приладів та годинників	45,8	48,5	45,5	42,2	43,9	44,6
34 – Виробництво автомобілів	43,6	43,5	37,3	32,4	35,4	32,6
35 – Виробництво іншого устаткування	33,4	33,6	33,2	32,0	35,3	34,1
36 – Виробництво меблів, інші види виробництва	54,4	54,3	54,5	49,8	52,3	51,1
37 – Оброблення відходів	33,4	39,1	40,3	37,0	40,7	43,3
40 – Виробництво електроенергії	23,9	25,3	26,6	27,1	29,16	29,25
41 – Розподілення газу та води	42,2	43,7	45,0	44,6	45,5	44,2
F – Будівництво	39,3	42,8	41,7	38,0	39,7	39,1
G – Оптова та роздрібна торгівля	48,8	53,3	55,0	50,9	48,9	47,5
H – Готельний та ресторанный бізнес	61,1	64,0	67,0	62,9	64,0	62,3
I – Транспорт, зв'язок, телекомунікації	27,0	27,6	28,3	27,5	29,6	29,7
J – ФІНАНСОВЕ ПОСЕРЕДНИЦТВО	14,2	15,6	17,6	17,6	19,2	18,3
K – Послуги з нерухомістю та інші комерційні послуги	38,1	40,5	41,5	39,2	40,1	38,5
M – Освіта і наука	38,3	45,2	45,6	44,9	48,6	49,5
N – Охорона здоров'я	58,4	57,5	57,6	57,2	59,4	57,5

Низькоплатчувані сектори, в яких середня заробітна плата більшою мірою наближається до мінімальної заробітної плати
СЕКТОРИ, В ЯКИХ СЕРЕДНЯ ЗАРОБІТНА ПЛАТА Є ЗНАЧНО ВИЩОЮ ЗА МІНІМАЛЬНУ ЗАРОБІТНУ ПЛАТУ, ЩО ВКАЗУЄ НА ВИСОКУ ДИНАМІЧНІСТЬ ТА/АБО ВИСОКУ ПРИБУТКОВІСТЬ СЕКТОРІВ.

Сектори, в яких після Помаранчової революції почалась тенденція відносно більшого зростання мінімальної заробітної плати порівняно зі зростанням середньої заробітної плати, що потенційно вказує на гальмування якісних змін у структурі робочої сили секторів та погіршення відносних позицій в оплаті праці/інтенсивності праці висококваліфікованої робочої сили

5. Великою проблемою української економіки є переобтяження її де-факто низькокваліфікованою робочою силою, не дивлячись на підвищення частки працівників із вищою освітою. Трансформаційна економіка потребує швидкого якісного прориву у структурі зайнятості, що має визначати в майбутньому вищий ступінь інтенсивності людського капіталу в секторах, а також на цій основі вищі якісні характеристики виробничої спеціалізації. Щоб досягати цього ефекту, на первинних фазах трансформації повинна мати місце тенденція поступового збільшення розриву між мінімальною та середньою заробітною платою. При цьому не виключається, що за рахунок постійного зростання продуктивності праці (що і відбувається вже сьогодні) буде рости як середня, так і мінімальна заробітна плата, однак середня має зростати відносно швидше. Чим нижче Kaitz-коефіцієнт, тим з одного боку, поглиблюватиметься соціальна нерівність, але з іншого, з'являються імпульси до підвищення в дійсності якісних характеристик робочої сили та збільшуватиметься гнучкість ринку праці. З таблиці 5 видно, що в період з 2003 по 2004 рр. Kaitz-коефіцієнт в багатьох секторах економіки мав позитивну динаміку в сторону зниження, не дивлячись на триразове підвищення розміру мінімальної заробітної плати (185 грн. з січня 2003 р., 205 грн. з грудня 2003 р. та 237 грн. з вересня 2004 р.) Лунали закиди деяких політичних сил у бік уряду про зростання соціальної нерівності у суспільстві, низьку схильність до споживання тощо.

Тенденція різко змінилась у 2005 р. в порівнянні з 2004 р., коли Kaitz-коефіцієнт почав помітно зростати майже в усіх секторах української економіки. У 2006 р. ситуація в Україні поступово почала виправлятися (див. таблицю 4). Зменшення розриву між середньою та мінімальною заробітною платою в Україні (високий Kaitz-коефіцієнт), на нашу думку, може вести до того, що гальмуватиметься прагнення працівників підвищувати їхню кваліфікацію, постійно професійно самовдосконалюватися, ставати більш гнучкими на ринку праці у пошуку нових більш високооплачуваних робочих місць. Як показує досвід Угорщини після зростання розміру мінімальної заробітної плати в 2001 р., а потім і в 2002 р. співвідношення працівників, чия заробітна плата наближалась до мінімальної заробітної плати та працівників із середньою (відносно більшою) заробітною платою зросло, що вказує на зменшення гнучкості ринку праці та соціальне вирівнювання в сторону зменшення загального добробуту в угорському суспільстві [11].

6. Наші емпіричні дослідження на основі проведеного кореляційно-регресійного аналізу для секторів економіки (групи КВЕД 10-41, 01, 02, 05, F, G, H, I, J, K) протягом 2003-2004 рр. показали, що підвищення мінімальної заробітної плати на 1% вело до зростання середніх заробітних плат на 1,38% (для секторів промисловості груп 10-41 відповідно на 1,37%). При цьому на 1%-не зростання середніх заробітних плат при-

падало підвищення українськими урядами мінімальної заробітної плати на 0,049% (для секторів промисловості груп 10-41 відповідно на 0,051%). За період 2005-2006 рр. при підвищенні мінімальної заробітної плати на 1% відбувалось зростання середньої заробітної плати на 1,069% (для промисловості відповідно на 1,07%). На 1%-не зростання середніх заробітних плат припадало підвищення українськими урядами мінімальної заробітної плати на 0,076% (для промисловості на 0,082%). Ці результати вказують на тенденцію прискорення зростання мінімальної заробітної плати в економіці України порівняно зі зростанням середньої заробітної плати. У період 2005-2006 р. порівняно до 2003-2004 р. посилилась залежність середньої заробітної плати від мінімальної заробітної плати з 6,73% до 8,09% серед інших чинників, що впливають на середню заробітну плату.

7. Деякі політичні партії правоцентристського спрямування (БЮТ, „Наша Україна”) постійно тиснуть на і без того орієнтовану на стимулювання попиту владну лівоцентристську парламентську коаліцію, щоб остання підвищувала розмір мінімальної заробітної плати. У 2006 році таке підвищення відбулось на законодавчому рівні три рази. Слід зазначити, що в 2005 р., будучи ще при владі, ці партії чотири рази піднімали мінімальну заробітну плату. Український феномен полягає в тому, що частина еліти цих правоцентристських партій одночасно декларують ліберальні бізнесові цінності, прагнуть застосовувати механізми державної економічної політики, орієнтованої на пропозицію, сприяють поглибленню євроінтеграційних процесів та схвально ставляться до транснаціоналізації української економіки. Якщо вони отримають більшість під час парламентських виборів-2007, то не зрозуміло, яким чином після формування нового уряду будуть забезпечуватись зрушення в якісній структурі працівників в контексті постійного бажання підвищувати мінімальну заробітну плату, а також яким чином будуть узгоджені інтереси з транснаціональними компаніями, які неминуче вимагатимуть лібералізації українського трудового законодавства. Звичайно, що внаслідок трансформацій у процесі поглиблення інтернаціоналізації українського бізнесу не виключається різке зростання загальної продуктивності праці та капіталу в Україні, за рахунок якого зможе покриватись постійне підвищення урядом мінімальної заробітної плати. Однак, на нашу думку, це є хибний шлях розвитку для перехідної економіки, оскільки державою будуть штучно підтримуватись неефективні схеми при веденні бізнесу, за які плати тим же капіталіст, який буде переносити негативні ефекти на висококваліфіковану робочу силу. Слід констатувати, що існуюче бачення українського політикуму стосовно застосування мінімальної заробітної плати не сприяє лібералізації ринку праці, поглиблює державну соціально-дотаційну модель української економіки та закріплює де-факто низьку якість фактору праці.

Ефект мінімальної заробітної плати на рівень зайнятості у секторах економіки України за 2001–2006 рр. |

Сектор за КВЕД	Коефіцієнт кореляції	Коефіцієнт детермінації (R ² *100), % ступінь залежності від чинника	Критерій Фішера F> (F табл.)	Критерій Стюдента t > (t табл.)	Еластичність В (зміна зайнятості від 1%-ної зміни мін.зароб. плати), %
Сектори, в яких зростання мінімальної заробітної плати вплинуло на зменшення робочих місць					
01 – Сільське господарство, мисливство, та пов'язані з ним послуги	-0,995**	99,1	437,508 (21,20)	-20,917 (3,365)	-0,74
32 – Виробництво устаткування для радіо, телебачення та зв'язку	-0,971**	94,3	66,479 (21,20)	-8,153 (3,365)	-0,67
05 – Рибне господарство	-0,990**	98,0	197,096 (21,20)	-14,039 (3,365)	-0,60
17 – Текстильна промисловість	-0,949**	90,1	36,354 (21,20)	-6,029 (3,365)	-0,57
19 – Виробництво шкіри та шкіряного взуття	-0,977**	95,4	83,211 (21,20)	-9,122 (3,365)	-0,41
37 – Оброблення відходів	-0,881*	77,6	13,869 (7,71)	-3,724 (2,015)	-0,33
30 – Виробництво канцелярських та електронно-обчислювальних машин	-0,915*	83,7	20,509 (7,71)	-4,529 (2,015)	-0,31
18 – Виробництво готового одягу та хутра	-0,980**	96,0	96,312 (21,20)	-9,814 (3,365)	-0,28
29 – Виробництво машин та устаткування	-0,954**	91,0	40,516 (21,20)	-6,365 (3,365)	-0,23
16 – Тютюнова промисловість	-0,938**	88,1	29,504 (21,20)	-5,432 (3,365)	-0,16
31 – Виробництво електричних машин та апаратури	-0,923**	85,1	22,901 (21,20)	-4,786 (3,365)	-0,16
24 – Хімічне виробництво	-0,881*	77,7	13,904 (7,71)	-3,729 (2,015)	-0,14
20 – Оброблення деревини та виробства виробів з деревини	-0,941**	88,6	31,158 (21,20)	-5,582 (3,365)	-0,13
35 – Виробництво іншого устаткування	-0,869*	75,4	12,291 (7,71)	-3,506 (2,015)	-0,09
Сектори, в яких зростання мінімальної заробітної плати вплинуло на зростання робочих місць					
J – Фінансове посередництво	0,905*	82,0	18,170 (7,71)	4,263 (2,015)	0,31
25 – Гумова та пластмасова промисловість	0,996**	99,3	547,066 (21,20)	23,389 (3,365)	0,28
K – Послуги з нерухомістю та інші комерційні послуги	0,979**	95,8	91,625 (21,20)	9,572 (3,365)	0,17
G – Оптова та роздрібна торгівля	0,831*	69,1	8,929 (7,71)	2,988 (2,015)	0,08

** - на рівні значущості 0,01, * - на рівні значущості 0,05.

Розраховано автором на основі первинних даних Держкомстату України (табл. 8 форми 1 – Підприємство „Кількість працівників підприємств в розрізі видів економічної діяльності по підприємствах всього (коди 1+2),“) та Законів України про Державний бюджет України за 2001–2006 рр.

3. Мінімальна заробітна плата як балансатор між якісною економічною трансформацією та соціальною справедливістю: шляхи вирішення проблеми

З огляду на теоретичні засади та емпіричні результати застосування мінімальної заробітної плати в світовій практиці та в Україні пропонуємо здійснити такі заходи для трансформаційної економіки нашої країни:

1. Слід припинити практику використання урядом та політичними партіями популістського механізму необґрунтованого економічними законами підвищення мінімальної заробітної плати з метою:

– досягнення структурних зрушень у виробничій спеціалізації та припинення зменшення або створення умов підвищення порівняльної переваги українських товарів та послуг у міжнародній торгівлі;

Таблиця 6

Ефект підвищення мінімальної заробітної плати на рівень зайнятих у секторах економіки України за 2001–2006 рр. ;

Сектор за КВЕД	Коефіцієнт кореляції	Коефіцієнт детермінації (R ² *100), % ступінь залежності від чинника	Критерій Фішера F> (F табл.)	Критерій Стюдента t ₁ > (t табл.)	Еластичність В (зміна зайнятості від 1%-ної зміни мін.зароб. плати), %
1	2	3	4	5	6
Всього економіка України					
Всього зайнятих	-0,863*	74,4	11,644	-3,412	-0,072
Повна вища освіта	0,980**	96,0	96,348	9,816	0,141
Неповна та базова вища освіта	-0,859*	73,8	11,286	-3,359	-0,078
Всього з вищою освітою	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Відсутність вищої освіти	-0,915**	83,7	20,519	-4,530	-0,169
С+D+E – Добувна, обробна промисловість, виробництво електроенергії, розподілення газу та води (-)					
Всього зайнятих	-0,819**	67,1	8,171	-2,858	-0,108
Повна вища освіта	0,951**	90,5	37,983	6,163	0,09
Неповна та базова вища освіта	-0,949**	90,5	37,983	6,163	-0,08
Всього з вищою освітою	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
Відсутність вищої освіти	обернений тісний незначущий зв'язок				
С – Добувна промисловість (-)					
Всього зайнятих	-0,890*	79,2	15,256	-3,906	-0,119
Повна вища освіта	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Неповна та базова вища освіта	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
Всього з вищою освітою	обернений нетісний незначущий зв'язок				
Відсутність вищої освіти	-0,929**	86,3	25,275	-5,027	-0,164
D – Обробна промисловість (-)					
Всього зайнятих	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
Повна вища освіта	0,842*	70,9	9,748	3,122	0,076
Неповна та базова вища освіта	-0,962**	92,5	49,073	-7,005	-0,126
Всього з вищою освітою	-0,912*	83,2	19,840	-4,454	-0,043
Відсутність вищої освіти	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
E – Виробництво електроенергії, розподілення газу та води (+)					
Всього зайнятих	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Повна вища освіта	0,954**	90,9	40,092	6,332	0,191
Неповна та базова вища освіта	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Всього з вищою освітою	0,860*	74,0	11,403	3,377	0,112
Відсутність вищої освіти	-0,978**	95,7	88,446	-9,405	-0,087
10 – Видобування кам'яного вугілля, лігніту (бурого вугілля) і торфу (-)					
Всього зайнятих	-0,955**	91,2	41,31	-6,427	-0,186
Повна вища освіта	-0,940**	88,3	30,118	-5,488	-0,149
Неповна та базова вища освіта	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
Всього з вищою освітою	-0,835*	69,7	9,2	-3,033	-0,121
Відсутність вищої освіти	-0,971**	94,2	65,219	-8,076	-0,213
11 – Видобування вуглеводнів і допоміжні служби (+)					
Всього зайнятих	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Повна вища освіта	0,961**	92,3	47,846	6,917	0,406
Неповна та базова вища освіта	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Всього з вищою освітою	0,903**	81,6	17,687	4,206	0,198
Відсутність вищої освіти	прямий слабкий незначущий зв'язок				

Продовження таблиці 6

1	2	3	4	5	6
12 - Видобування уранової руди (+)					
Всього зайнятих	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Повна вища освіта	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Неповна та базова вища освіта	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Всього з вищою освітою	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Відсутність вищої освіти	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
13 - Видобування металевих руд (-)					
Всього зайнятих	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Повна вища освіта	0,981**	96,3	104,528	10,224	0,167
Неповна та базова вища освіта	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Всього з вищою освітою	0,831*	69,1	8,948	2,991	0,082
Відсутність вищої освіти	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
14 - Інші галузі добувної промисловості (-)					
Всього зайнятих	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Повна вища освіта	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Неповна та базова вища освіта	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Всього з вищою освітою	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Відсутність вищої освіти	обернений слабкий незначущий зв'язок				
15 - Харчова промисловість (-)					
Всього зайнятих	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Повна вища освіта	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Неповна та базова вища освіта	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Всього з вищою освітою	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Відсутність вищої освіти	обернений слабкий незначущий зв'язок				
16 - Тютюнова промисловість (-)					
Всього зайнятих	-0,888*	78,8	14,855	-3,854	-0,171
Повна вища освіта	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Неповна та базова вища освіта	-0,941**	88,5	30,787	-5,540	-0,235
Всього з вищою освітою	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Відсутність вищої освіти	-0,868*	75,4	12,253	-3,5	-0,377
17 - Текстильна промисловість (-)					
Всього зайнятих	-0,904*	81,7	17,822	-15,671	-0,742
Повна вища освіта	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
Неповна та базова вища освіта	-0,963**	92,7	50,944	-7,138	-0,723
Всього з вищою освітою	-0,931**	86,7	26,003	-5,099	-0,625
Відсутність вищої освіти	-0,894*	79,8	15,851	-3,981	-0,792
18 - Виробництво готового одягу та хутра (-)					
Всього зайнятих	-0,974**	95,0	75,315	-8,678	-0,294
Повна вища освіта	-0,879*	77,3	13,645	-3,694	-0,170
Неповна та базова вища освіта	-0,978**	95,7	88,642	-9,415	-0,406
Всього з вищою освітою	-0,990**	98,0	199,247	-14,115	-0,334
Відсутність вищої освіти	-0,959**	91,9	45,411	-6,739	-0,281
19 - Виробництва шкіри та шкіряного взуття (-)					
Всього зайнятих	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
Повна вища освіта	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
Неповна та базова вища освіта	-0,906*	82,1	18,319	-4,280	-0,453
Всього з вищою освітою	-0,873*	76,2	12,822	-3,581	-0,382
Відсутність вищої освіти	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				

Продовження таблиці 6

1	2	3	4	5	6
20 – Оброблення деревини та виробництва виробів з деревини (+)					
Всього зайнятих	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Повна вища освіта	0,846*	71,6	10,092	3,177	0,276
Неповна та базова вища освіта	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Всього з вищою освітою	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Відсутність вищої освіти	обернений слабкий незначущий зв'язок				
21 – Виробництво паперу та картону (+)					
Всього зайнятих	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Повна вища освіта	0,981**	96,2	100,373	10,019	0,374
Неповна та базова вища освіта	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Всього з вищою освітою	0,827*	68,3	8,637	2,939	0,153
Відсутність вищої освіти	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
22 – Видавнича справа, поліграфічна промисловість, відтворення друкованих матеріалів (+)					
Всього зайнятих	0,962**	92,5	49,572	7,041	0,239
Повна вища освіта	0,957**	91,6	43,903	6,626	0,433
Неповна та базова вища освіта	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Всього з вищою освітою	0,993**	98,7	295,830	17,200	0,297
Відсутність вищої освіти	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
23 – Вироблення коксу, продуктів вафтоперероблення та ядерного палива (-)					
Всього зайнятих	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Повна вища освіта	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Неповна та базова вища освіта	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Всього з вищою освітою	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Відсутність вищої освіти	-0,910**	82,8	19,211	-4,383	-0,119
24 – Хімічне виробництво (-)					
Всього зайнятих	-0,970**	94,1	75,315	-8,678	-0,294
Повна вища освіта	0,817*	66,8	8,044	2,836	0,043
Неповна та базова вища освіта	-0,847*	71,8	10,167	-3,189	-0,104
Всього з вищою освітою	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
Відсутність вищої освіти	-0,954**	91,0	40,472	-6,362	-0,245
25 – Гумова та пластмасова промисловість (-)					
Всього зайнятих	0,916*	83,9	20,827	4,564	0,315
Повна вища освіта	0,977*	95,5	85,46	9,244	0,462
Неповна та базова вища освіта	0,939**	88,2	29,928	5,471	0,228
Всього з вищою освітою	0,996**	99,2	480,165	21,913	0,333
Відсутність вищої освіти	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
26 – Виробництво інших неметалевих мінеральних виробів (-)					
Всього зайнятих	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
Повна вища освіта	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Неповна та базова вища освіта	-0,985**	97,0	127,409	-11,228	-0,190
Всього з вищою освітою	-0,915*	83,6	20,441	-4,521	-0,111
Відсутність вищої освіти	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
27 – Металургія (-)					
Всього зайнятих	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Повна вища освіта	0,995**	99,1	418,398	20,441	0,143
Неповна та базова вища освіта	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Всього з вищою освітою	0,835*	69,7	9,195	3,032	0,107

Продовження таблиці 6

1	2	3	4	5	6
28 – Оброблення металу (+)					
Всього зайнятих	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Повна вища освіта	0,972**	94,5	68,680	8,287	0,390
Неповна та базова вища освіта	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Всього з вищою освітою	0,837*	70,1	9,386	3,064	0,184
Відсутність вищої освіти	прямий слабкий незначущий зв'язок				
29 – Виробництво машин та устаткування (-)					
Всього зайнятих	-0,942**	88,8	31,739	-5,634	-0,292
Повна вища освіта	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Неповна та базова вища освіта	-0,968**	93,7	59,260	-7,698	-0,286
Всього з вищою освітою	-0,895*	80,0	16,019	-4,002	-0,161
Відсутність вищої освіти	-0,945**	89,3	33,252	-5,766	-0,391
30 – Виробництво канцелярських та електронно-обчислювальних машин (-)					
Всього зайнятих	-0,937**	87,7	28,547	-5,343	-0,679
Повна вища освіта	-0,942**	88,8	31,735	-5,633	-0,548
Неповна та базова вища освіта	-0,947**	89,7	34,958	-5,915	-0,833
Всього з вищою освітою	-0,973**	94,7	70,773	-8,413	-0,688
Відсутність вищої освіти	-0,834*	73,2	10,933	-3,306	-0,209
31 – Виробництво електричних машин та апаратури (-)					
Всього зайнятих	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Повна вища освіта	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Неповна та базова вища освіта	-0,856*	73,2	10,933	-3,306	-0,209
Всього з вищою освітою	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
Відсутність вищої освіти	обернений слабкий незначущий зв'язок				
32 – Виробництво устаткування для радіо, телебачення та зв'язку (-)					
Всього зайнятих	-0,933**	87,0	26,710	-5,168	-0,883
Повна вища освіта	-0,931**	86,6	25,826	-5,082	-0,619
Неповна та базова вища освіта	-0,963**	92,7	50,700	-7,120	-0,951
Всього з вищою освітою	-0,953**	90,8	39,332	-6,272	-0,785
Відсутність вищої освіти	-0,917**	84,2	21,263	-4,611	-0,959
33 – Виробництво медичних приладів та інструментів, точних вимірювальних приладів та годинників (-)					
Всього зайнятих	обернений тісний незначущий зв'язок				
Повна вища освіта	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Неповна та базова вища освіта	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
Всього з вищою освітою	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Відсутність вищої освіти	-0,921**	84,9	22,417	-4,735	-0,231
34 – Виробництво автомобілів (-)					
Всього зайнятих	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
Повна вища освіта	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Неповна та базова вища освіта	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Всього з вищою освітою	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Відсутність вищої освіти	обернений слабкий незначущий зв'язок				
35 – Виробництво іншого устаткування (-)					
Всього зайнятих	-0,927**	85,9	24,401	-4,940	-0,140
Повна вища освіта	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Неповна та базова вища освіта	-0,910*	82,8	19,209	-4,383	-0,205
Всього з вищою освітою	-0,892*	79,5	15,503	-3,937	-0,162
Відсутність вищої освіти	-0,818*	67,0	8,113	-2,848	-0,150

Продовження таблиці 6

1	2	3	4	5	6
36 – Виробництво меблів, інші види виробництва (-)					
Всього зайнятих	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Повна вища освіта	0,880*	77,4	13,682	3,699	0,290
Неповна та базова вища освіта	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
Всього з вищою освітою	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Відсутність вищої освіти	обернений слабкий незначущий зв'язок				
37 – Оброблення відходів (-)					
Всього зайнятих	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
Повна вища освіта	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Неповна та базова вища освіта	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Всього з вищою освітою	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Відсутність вищої освіти	обернений слабкий незначущий зв'язок				
40 – Виробництво електроенергії (+)					
Всього зайнятих	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Повна вища освіта	0,948**	89,9	35,291	5,941	0,198
Неповна та базова вища освіта	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Всього з вищою освітою	0,878*	77,1	13,501	3,674	0,122
Відсутність вищої освіти	-0,992**	94,8	239,736	-15,483	-0,097
41 – Розподілення газу та води (-)					
Всього зайнятих	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Повна вища освіта	0,974**	94,8	72,931	8,540	0,150
Неповна та базова вища освіта	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Всього з вищою освітою	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Відсутність вищої освіти	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
A – Сільське господарство, мисливство та пов'язані з ним послуги, лісове господарство та пов'язані з ним послуги (-)					
Всього зайнятих	-0,990**	98,0	199,592	-14,128	-0,743
Повна вища освіта	-0,973**	94,6	69,952	-8,364	-0,431
Неповна та базова вища освіта	-0,993**	98,7	304,108	-17,419	-0,617
Всього з вищою освітою	-0,991**	98,2	221,564	-14,885	-0,554
Відсутність вищої освіти	-0,990**	98,0	194,849	-13,959	-0,794
B – Сільське господарство, мисливство та пов'язані з ним послуги (-)					
Всього зайнятих	-0,990**	98,1	203,448	-14,264	-0,795
Повна вища освіта	-0,974**	94,8	73,370	-8,566	-0,479
Неповна та базова вища освіта	-0,994**	98,8	329,201	-18,144	-0,692
Всього з вищою освітою	-0,992**	98,3	234,824	-15,324	-0,620
Відсутність вищої освіти	-0,990**	98,0	196,493	-14,018	-0,840
22 – Лісове господарство та пов'язані з ним послуги (-)					
Всього зайнятих	-0,840**	70,6	9,587	-3,096	-0,007
Повна вища освіта	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Неповна та базова вища освіта	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Всього з вищою освітою	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Відсутність вищої освіти	-0,922**	85,0	22,592	-4,753	-0,104
23 – Рибне господарство (-)					
Всього зайнятих	-0,985**	97,0	127,414	-11,288	-0,632
Повна вища освіта	-0,969**	93,9	61,769	-7,859	-0,579
Неповна та базова вища освіта	-0,969**	93,9	61,765	-7,859	-0,836
Всього з вищою освітою	-0,971**	94,3	66,105	-8,131	-0,741
Відсутність вищої освіти	-0,985**	97,0	128,736	-11,346	-0,580

Продовження таблиці 6

1	2	3	4	5	6
F – Будівництво (+)					
Всього зайнятих	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Повна вища освіта	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Неповна та базова вища освіта	-0,981**	96,2	102,070	-10,103	-0,176
Всього з вищою освітою	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Відсутність вищої освіти	прямий слабкий незначущий зв'язок				
G – Оптова та роздрібна торгівля (+)					
Всього зайнятих	0,889*	79,1	15,096	3,885	0,310
Повна вища освіта	0,990*	98,0	200,351	14,155	0,600
Неповна та базова вища освіта	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Всього з вищою освітою	0,951**	90,4	37,488	6,123	-0,309
Відсутність вищої освіти	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
H – Готельний та ресторанный бізнес (-)					
Всього зайнятих	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
Повна вища освіта	0,880*	77,5	13,770	3,711	0,196
Неповна та базова вища освіта	-0,897**	80,5	16,550	-4,068	-0,172
Всього з вищою освітою	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
Відсутність вищої освіти	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
I – Транспорт, зв'язок, телекомунікації (-)					
Всього зайнятих	обернений незначущий зв'язок середньої тісноти				
Повна вища освіта	0,998**	99,6	1004,094	31,687	0,254
Неповна та базова вища освіта	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Всього з вищою освітою	0,992**	98,3	238,030	15,428	0,095
Відсутність вищої освіти	-0,954**	90,9	40,098	-6,332	-0,082
J – Фінансове посередництво (+)					
Всього зайнятих	0,997**	99,3	582,456	24,134	0,547
Повна вища освіта	0,995**	99,0	400,923	20,023	0,812
Неповна та базова вища освіта	0,986**	97,2	138,665	11,776	0,301
Всього з вищою освітою	0,998**	99,5	873,792	29,560	0,621
Відсутність вищої освіти	прямий незначущий зв'язок середньої тісноти				
K – Послуги з нерухомістю та інші комерційні послуги (+)					
Всього зайнятих	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Повна вища освіта	0,933*	87,4	27,769	5,270	0,159
Неповна та базова вища освіта	обернений слабкий незначущий зв'язок				
Всього з вищою освітою	0,873*	76,3	12,849	3,584	0,086
Відсутність вищої освіти	обернений слабкий незначущий зв'язок				
M – Освіта (+)					
Всього зайнятих	0,933**	87,1	26,769	5,270	0,159
Повна вища освіта	0,955**	98,9	373,960	19,338	0,099
Неповна та базова вища освіта	прямий слабкий незначущий зв'язок				
Всього з вищою освітою	0,919**	84,4	21,716	4,660	0,078
Відсутність вищої освіти	0,900**	81,0	17,040	4,128	0,053

** - на рівні значущості 0,01, * - на рівні значущості 0,05

F-критерій табличний для рівня значущості 0,05-7,71; для рівня значущості 0,01-21,20

t-критерій табличний для рівня значущості 0,05-2,015; для рівня значущості 0,01-3,365.

(+) - зайнятість у загальному зростає під впливом підвищення мінімальної заробітної плати.

(-) - зайнятість у загальному зменшується під впливом підвищення мінімальної заробітної плати

.. - обернений зв'язок між мінімальною заробітною платою та зайнятістю.

! Розраховано автором на основі первинних даних Держкомстату України (форма 6-ПВ) в розрізі видів економічної діяльності по підприємствах України всього (1+2) та Законів України про Державний бюджет України за 2001-2006 рр.

– збільшення місткості людського капіталу та наукового людського потенціалу у виробничому процесі кожного окремого виду економічної діяльності та зменшення тенденції міжсекторної міграції висококваліфікованих працівників. Результати дослідження свідчать сьогодні про фактичну деіндустріалізацію економіки України;

– забезпечення якісних зрушень у структурі найманих працівників, зокрема створення рамкових умов для підвищення їхньої кваліфікації на основі зростання фінансових ресурсів підприємств, які примножуватимуться без обтяжливого впливу держави на собівартість продукції, передусім на фактор праця;

– недопущення провокування прискорення ефекту заміщення фактором капітал фактору низькокваліфікована праця в бізнесовому середовищі, який і без того проявляється досить сильно під дією поглиблення капіталістичних відносин. Україна має ще використовувати і не розпоршити свій потенціал порівняльної переваги товарів працемістких секторів в світовому господарстві.

– подальшої детінізації економіки, зокрема зменшення схем приховування офіційних обсягів виробництва та податкових платежів, що уособлюють витрати на фактор праця.

2. Розмір мінімальної заробітної плати повинен розраховуватись не на основі постійно зростаючого рівня життя в країні, а на основі темпів зростання продуктивності праці відносно середніх заробітних плат. Можливим варіантом нової економічної політики в контексті вищезазначеного може стати перехід від загальнонаціонального рівня мінімальної заробітної плати до диференціації мінімальної заробітної плати за секторами економіки, що здатне зменшити міжсекторні шоки в оплаті праці та зайнятості.

3. Крім цього, в процесі поглиблення транснаціоналізації української економіки слід ліквідувати встановлення урядом мінімальної заробітної плати та лібералізувати трудове законодавство для найманих працівників у транснаціональних корпораціях. Вже сьогодні на децентралізованому рівні необхідно продумувати механізм створення незалежних профспілок, що будуть представляти інтереси найманих капіталістом працівників у секторах, і переходу до формування секторних комісій, в межах яких між працівниками і працедавцями буде обговорюватись порядок встановлення мінімальних тарифів оплати та умов праці. Для бюджетної сфери мінімальна заробітна плата може залишатись прерогативою уряду, однак її підвищення повинно теж регламентуватись динамікою продуктивності праці в цій сфері. Соціальна справедливість повинна базуватись не на дотаційному фундаменті з боку держави і породженні не-ефективності, а на вдосконаленні процесу створення суспільних благ, поліпшенні результатів діяльності та можливості виборювання на цій основі обґрунтова-

них інтересів кожного окремого працівника в кожному окремому секторі. Процеси раціоналізації та підвищення продуктивності праці економіки країни в цілому кращим чином уможливаються в умовах нагромадження в привагному секторі того капіталу, який в світовому господарстві уособлює сучасність технологій виробництва та ведення економічної діяльності. Такий капітал несуть сьогодні з собою в усі кутки економічно та політично відкритого світу транснаціональні корпорації. Тому в Україні необхідно формувати інституційне середовище на основі забезпечення економічної свободи та недискримінації, поглиблення міжнародного поділу праці та підвищення ступіню транснаціоналізації економіки.

4. У короткостроковій перспективі альтернативним шляхом боротьби з соціальною несправедливістю, бідністю та зменшенням зайнятості може стати не підвищення розміру мінімальної заробітної плати, а поступове зниження податку на доходи працівників, чия заробітна плата наближається до рівня мінімальної заробітної плати. При цьому зростання реальної заробітної плати цих працівників буде фінансуватись не приватним сектором, а урядом, що, з одного боку, зменшить доходи Державного бюджету від податку на доходи фізичних осіб, проте це має компенсуватись зростанням надходжень від ПДВ чи податку з обороту (внаслідок можливої податкової реформи) та податку на прибуток в процесі розширення обороту компаній та поживлення ділової активності.

5. Державному комітету статистики України слід на вищих рівнях дезагрегації вести офіційну звітність за обсягами випуску продукції (показник output) для кожної окремої групи КВЕД. Це дасть можливість зробити прозорим процес аналізу продуктивності праці та конкурентоспроможності секторів. Такі дослідження сьогодні особливо після відмови Держкомстату у 2004 році від звітного статистичного показника „обсяг виробленої продукції в розрізі видів економічної діяльності” стає проводити дедалі складніше.

ЛІТЕРАТУРА

1. Neumark, D. and Wascher, W. (1995): 'The effect of New Jersey's minimum wage increase on fast-food employment: A re-evaluation using payroll records', NBER Working Paper No. 5224
2. Dolado, J., Kramarz, F., Machin S., Manning, A., Margolis, D. and Teulings, C. (1996): 'The economic impact of minimum wages in Europe', *Economic Policy* 23, pp. 317-372.
3. Bazan, S. and Skourias, N. (1997): 'Is there a negative effect of minimum wages on youth employment in France?' *European Economic Review* 41, pp. 723-732.
4. Pereira, S. C. (1999). 'The impact of minimum wages on youth employment in Portugal'. University College London, Economics Department.
5. Kertesi, G. and Köllö, J. (2002): 'Labour demand with heterogeneous labour inputs after the transition in Hungary, 1992-1999 – and the potential consequences of the increase of

minimum wage in 2001 and 2002'. MTA KTK Budapesti Munkagazdaságtani Füzetek 2002/5.

6. Kertesi, G. and Köllő, J. (2004): 'Employment effects of the 2001 rise in the minimum wage'. *Közgazdasági Szemle, Series 51, April 2004, pp. 293-324.*

7. Simon, K. I. (2003): 'Do minimum wages affect non-wage job attributes? Evidence on fringe benefits and working conditions', NBER Working Paper No. 9688.

8. Conditions of Work and Employment Database. International Labor Organization. <http://www.ilo.org/travail/database/servlet/minimumwages> (accessed November 23, 2005).

9. World Bank 2006. "Minimum Wages in Latin America and the Caribbean: The Impact on Employment, Inequality, and Poverty." Draft manuscript, Latin America and the Caribbean Region, World Bank, Washington, DC.

10. Gindling, T. H., and K. Terrell. 2004a. "Minimum Wages and the Wages of Formal and Informal Sector Workers in Costa Rica." William Davidson Institute Working Papers Series 2004-647, William Davidson Institute, Stephen M. Ross Business School, University of Michigan, Ann Arbor, MI.

11. Dyra Benedek, Mariann Rigó, Ágota Scharle, Péter Szabó. (2006). Increases in the Minimum Wage in Hungary. – Ministry of Finance, Working Paper Nr 16, 200–2006. <http://www.pm.gov.hu>

12. Hinno Saar M., T Rõõm (2003) The Impact of Minimum Wage on the Labour Market in Estonia: An Empirical Analysis.– 43 p.

13. Eriksson T., M. Pyllikova (2002) Consequences of Minimum Wage Increases: Empirical Evidence from Czech and Slovak Republics. – Department of Economics, Aarhus School of Business S& Department of Economics, Aarhus School of Business.

УДК 338.57

БАТРАК М.

Научн. руководитель КОНЧИН В.И.-к.э.н.

ТРАНСФЕРТНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Цены, по которым между взаимосвязанными подразделениями транснациональной корпорации (ТНК) осуществляется купля-продажа товарно-материальных запасов, называется **трансфертными**. И чаще всего в качестве этих цен выступают цены на продукцию, которая поставляется из одного подразделения ТНК в другое, находящееся за пределами страны.

Трансфертные цены являются элементом экономической политики ТНК и выступают элементом планирования путем осуществления регулирования внутрикorporативных хозяйственных связей и инструментом контроля, так как обеспечивают достижение плановых показателей по прибыли, снижение издержек производства и реализации продукции на всех этапах производства и движения товара к конечному потребителю.

Трансфертные цены отличаются от обычного ценообразования в первую очередь теми специфическими задачами, которые они выполняют:

- **Распределение рынков сбыта и сфер влияния между различными зарубежными подразделениями ТНК, а также завоевание позиций на новых рынках.** Определенный филиал ТНК может получить низкие или даже демпинговые цены, что увеличит конкурентные преимущества этой компании на рынке страны-реципиента (host country). Для достижения этой цели материнская компания либо выделяет средства, либо изменяет структуру издержек производства путем занижения доли постоянных затрат.

- **Минимизация политических, экономических кредитных рисков.** Цены на поставляемые товары в страны с повышенным риском завышаются для покрытия убытков, которые могут возникнуть в случае возникновения указанных рисков.

- **Минимизация таможенных и налоговых платежей, оплачиваемых в глобальном масштабе.** Эта задача достигается путем перераспределения прибыли между странами с высоким и низким уровнем налогообложения и за счет занижения стоимости импортируемых товаров в страну, где расположена дочерняя компания.

- **Распределение и перераспределение прибыли между материнской и дочерними компаниями.** Перекачивание денежных средств в материнскую компанию осуществляется путем установления завышенных цен на поставку товара, на предоставляемые ей административные, управленческие, технические, образовательные услуги, а также патенты, лицензии, „know-how“.

- **Перевод прибыли, получаемой дочерними компаниями, из стран, где введены запреты или ограничения на перевод прибыли;**

- **Намеренное снижение прибыли, получаемой отдельными дочерними компаниями, в связи с оптимизацией требований работников о повышении зарплаты или сокращением персонала.**

Рассмотрим методы трансфертного ценообразования, которые на основе международной практики приводит в своей статье магистр управления международным бизнесом В. Усенко [1]:

1. **Рыночное трансфертное ценообразование** – цены на внутрикorporативные поставки устанавливаются исходя из рыночных цен. Недостатком данного метода является то, что не все товары, которые поставляются внутри корпорации, представлены на рынке, а также необходимость решения проблемы, рынок какой страны взять за основу, по какому валютному курсу пересчитывать цены, если подразделения ТНК находятся в разных странах.

2. Затратное трансфертное ценообразование – цена устанавливается на уровне затрат. Существует три основных метода определения трансфертной цены по затратам:

– по переменным издержкам на единицу продукции;

– по полным издержкам (при формировании трансфертной цены учитываются как переменные, так и постоянные издержки на единицу продукции; очень часто постоянные издержки на единицу продукции трудно определить, поэтому могут возникать конфликты между различными подразделениями ТНК);

– с учетом маржинальных затрат (к базовой цене, которая учитывает переменные и постоянные издержки на единицу продукции, добавляется надбавка – наценка, маржа);

Разновидностью метода затратного трансфертного ценообразования является метод нормативных затрат – издержки на каждом этапе производства и распределения продукции моделируются самой компанией.

Преимущества данного метода: простота, возможность контроля заинтересованными сторонами внутри ТНК, наличие конкретных исполнителей, механизм сплочения и повышения дисциплины внутри компании. Недостатки: заинтересованность сторон в завышении затрат, завышенные цены (иногда выше рыночных) в конечном подразделении (вследствие завышения цен промежуточными подразделениями), зависимость ценообразования от корпоративной культуры.

3. Фактическое трансфертное ценообразование – определенная доля прибыли включается на каждом этапе производственного цикла или при распределении продукции между подразделениями.

Преимущества: возможность получения прибыли каждым подразделением и высокая заинтересованность подразделений в достижении конечного результата. Недостаток: сложность распределения прибыли между подразделениями и определение нормы прибыли для каждого из них.

4. Договорное трансфертное ценообразование – цены устанавливаются на основании результатов переговоров и консультаций между подразделениями ТНК.

Недостаток: договаривающиеся стороны часто имеют противоположные интересы, что может стать причиной конфликтов при формировании трансфертных цен и привести к нарушению целостности ТНК.

Эффективность договорного метода ценообразования зависит от корпоративной культуры и наличия информации о конъюнктуре рынка.

5. Смешанное трансфертное ценообразование – применяется комбинация всех перечисленных выше методов. Например, нижнюю границу цены определяют методом затратного трансфертного ценообразования, а верхнюю – методом рыночного трансферт-

ного ценообразования. После этого выбирают одну из цен в зависимости от целей и задач ТНК.

Недостаток: трудоемкость. Несмотря на то, что этот метод является наиболее приемлемым, его применяют сравнительно редко.

Итак, трансфертное ценообразование (если рассматривать его со стороны ТНК) является очень эффективным инструментом, с помощью которого можно избежать многих рисков и укрыть часть прибыли от налогов. Но если посмотреть со стороны государства, то оно заинтересованно в снижении количества таких сделок, ведь недополучает в бюджет значительную сумму денег. В этом и состоит главный конфликт между государством и ТНК. С целью контроля над сделками взаимозависимых лиц (в данном случае между ТНК и ее филиалами) большинство стран в своем законодательстве о трансфертном ценообразовании используют рекомендации Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), изложенные в Руководстве ОЭСР по трансфертному ценообразованию для многонациональных корпораций и налоговых служб 1995 года. Эти рекомендации основаны на американских правовых нормах – положениях Кодекса внутренних доходов США, так как именно США являются родоначальником трансфертного ценообразования.

В основе Рекомендаций ОЭСР лежит принцип „вытянутой руки“ (the arm’s length principle), суть которого состоит в том, что взаимозависимые лица „идут рука об руку“, в то время как участники рынка являются независимыми партнерами по отношению друг к другу, то есть находятся на расстоянии вытянутой руки [2, С.2–3].

Принцип „вытянутой руки“ изложен в параграфе 1 статьи 9 Типового Договора ОЭСР о недопущении двойного налогообложения: „Когда между двумя ассоциированными (взаимозависимыми) предприятиями устанавливаются или навязываются условия в области торговых и финансовых отношений, отличные от условий, которые бы сложились между независимыми предприятиями, тогда любая прибыль, которая в указанных условиях относилась бы на одно из предприятий, но по причине указанных условий не относится на его счет, может быть включена в состав прибыли этого предприятия и соответственно подлежать налогообложению“.

Ниже изложен пример, который приводит в своей статье юрист-эксперт Бурцева А. М., исходя из которого видно, что нельзя однозначно определить цены в соответствии с принципом „вытянутой руки“.

Например, два покупателя приобретают два идентичных автомобиля в один и тот же день у одного и того же дилера. Один из них платит полную цену в 10 тысяч долларов, тогда как другому удается снизить цену, сославшись на условия другого дилера, или благодаря членству в клубе покупателей, или более умелому ведению переговоров. И хотя обе цены различа-

ются между собой, они – результат переговоров в соответствии с принципом „вытянутой руки” между взаимозависимыми сторонами.

Для решения подобных ситуаций существуют различные методы трансфертного ценообразования, которые можно использовать при установлении цен между взаимозависимыми компаниями. И согласно Руководству ОЭСР по трансфертному ценообразованию 1995 года все методы можно разделить на две группы:

1. Методы, основанные на анализе сделки:

Основную роль в этих методах играют сопоставимые сделки по принципу „вытянутой руки”, которые, как видно из ниже наведенной схемы, можно разделить на внутренние и внешние.

В соответствии со схемой сделка „А” – это контролируемая сделка налогоплательщика. Если выявлена его сделка с независимой компанией (сделка „Б”), которая является сопоставимой по отношению к сделке „А”, тогда эта сделка является внутренней сопоставимой сделкой. Сделки, сопоставимые со сделкой между рассматриваемыми компаниями, в которых не участвует налогоплательщик (сделка „В”), называются внешними сопоставимыми сделками.

• Метод сопоставимости неконтролируемой цены

В данном методе цена товаров по контролируемой сделке сравнивается с ценой аналогичных товаров по внутренним и внешним сопоставимым сделкам. Недостаток: этот метод нельзя применять автоматически без оценки схожести таких экономических обстоятельств, в которых осуществляется контролируемая и неконтролируемая сделка:

– характеристика имущества или услуг (форма сделки, тип имущества, срок действия и уровень защиты и т. д.);

– договорные условия, определяющие распределение рисков и выгод между сторонами;

– экономические обстоятельства, определяющие сделку (географическое местоположение, размер рынков, уровень конкуренции на рынках, характер и сфера применения государственного регулирования рынка, дата и срок действия сделки и др.);

– стратегия хозяйственного развития. Этот критерий учитывает такие аспекты, как разработка новых

видов продукции, уровень диверсификации и устранение риска.

С учетом выявленных различий между контролируемой и потенциально сопоставимой сделкой скорректированная цена последней может быть принята в качестве искомой цены по контролируемой сделке.

• Метод цены последующей реализации

Тут цена перепродажи товара, который приобретенный у взаимозависимого поставщика и передается независимому покупателю, уменьшается на величину валовой маржи при перепродаже. Для получения величины маржи используются данные по сопоставимым сделкам. Остаток от вычитания маржи после соответствующих корректировок на другие затраты, связанные с приобретением товара (например, расходы на уплату таможенных пошлин), может считаться стоимостью товара на открытом рынке при соблюдении нормальных коммерческих условий.

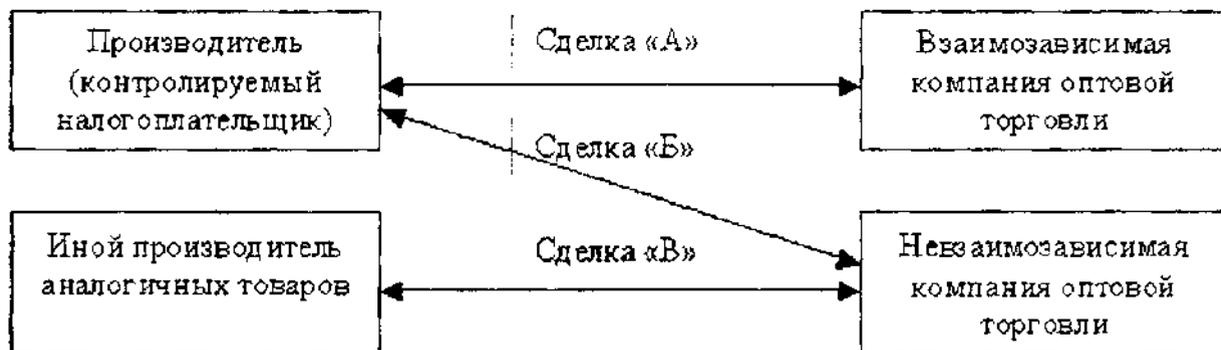
Этот метод применяется вместо метода сопоставимой цены, когда отсутствуют необходимые данные по сопоставимым сделкам, а также используется в случаях, когда различия между контролируемой и сопоставимыми сделками оказывают несомненное влияние на их цены и это влияние сложно измерить.

• Метод „издержки плюс” (затратный метод)

Он основан на определении затрат поставщика товаров в контролируемой сделке и при этом учитываются обычные в подобных случаях прямые и косвенные затраты на производство (приобретение) и реализацию товаров, затраты на транспортировку, хранение, страхование и т. д. Чтобы получить цену реализации, к себестоимости товара прибавляется надбавка. Надбавкой является коэффициент рентабельности, то есть норма прибыли, обычная для данной сферы деятельности.

2. Методы, базирующиеся на анализе прибыли:

Применяются в тех случаях, когда для применения вышеизложенных стандартных методов недостаточно исходных данных.



• *Метод распределения прибыли*

Сначала определяется прибыль, которую взаимосвязанные компании получают от совместных сделок и которая должна быть поделена между ними. Затем эта суммарная прибыль делится между ними на экономической основе, в зависимости от степени их участия в образовании прибыли. Вклад каждого предприятия определяется на основе анализа функций, осуществляемых каждым предприятием с учетом используемых активов и рисков, а также с учетом факторов внешнего рынка.

• *Метод чистой прибыли (метод чистой маржи)*

Основан на определении чистой маржи относительно какой-либо базы (например, по отношению к затратам, активам), которую получает налогоплательщик от контролируемой сделки. Этот метод во многом похож на затратный. Но в данном случае прибыль рассматривается после вычета как переменных, так и постоянных расходов (при затратном методе прибыль рассматривается до вычета постоянных расходов).

Какие методы применять каждая страна подбирает для себя индивидуально. Так большинство иностранных государств, учитывая рекомендации ОЭСР, отказались от строго установленной иерархии приоритетности использования различных методов. Например, в разделе 482 Кодекса внутренних доходов США прямо закреплен принцип гибкого подхода к выбору метода. Такая позиция объясняется тем, что трансфертному ценообразованию присуща неопределенность в отношении выбора наиболее точного метода расчета цены. Это связано с большим многообразием фактических данных, отличающих каждую операцию с трансфертными ценами. Такая неопределенность может быть снижена благодаря выбору метода ценообразования, который с высокой степенью вероятности даст надежные результаты.

Исходя из наведенного материала, можно утверждать, что актуальность вопроса о контроле в области трансфертного ценообразования объясняется фискальным значением этого направления контрольной деятельности. Проверка соответствия цен товаров определенному среднерыночному уровню, налоговые органы преследуют цель выявления заниженных или завышенных цен, используемых налогоплательщиками для снижения налоговых выплат.

Трансфертное ценообразование само по себе не является злом или объектом для борьбы. Заключение сделок между зависимыми лицами законно и правонарушением не является. Задача налоговых органов – устранить неблагоприятное влияние таких сделок, не забывая о том, что при этом происходит

вмешательство в правомерную, не запрещенную законом хозяйственную деятельность. Степень такого вмешательства должна иметь четкие юридические границы.

В отсутствие четких законодательных правил данное направление контрольной деятельности государства может существенно влиять на инвестиционный климат в стране, так как ни одна организация, ведущая предпринимательскую деятельность, не может с уверенностью утверждать, что ее цены не будут оспорены налоговыми органами.

Что же касается Украины, то можно утверждать, что система регулирования трансфертного ценообразования в нашей стране на сегодняшний день фактически отсутствует. Частично трансфертное ценообразование регулируют такие нормативно-правовые акты: Закон Украины „О налогообложении прибыли предприятий”, Закон „О налоге на добавленную стоимость”, Постановление Государственной комиссии по регулированию рынков финансовых услуг Украины „Об утверждении Методики определения обычной цены страхового тарифа” и Постановление НБУ „О переводе средств в национальной и иностранной валюте в пользу нерезидентов по некоторым операциям”. Только эти акты не предусматривают механизмы практического осуществления норм, а также санкций за злоупотребление трансфертными ценами. А ещё нет механизмов, которые бы регламентировали деятельность налоговых органов в случаях выявления несправедливых трансфертных цен, не разработано рекомендации относительно методов трансфертного ценообразования. Но, судя по экономическому росту, что наблюдается последнее время в Украине, а также по присутствию на рынке все большего количества ТНК и динамике трансформации можно предположить, что в ближайшее время возникнет острая потребность во внедрении адекватной системы регулирования трансфертного ценообразования. Так что можно рассчитывать, что в ближайшее время законодательная база Украины значительно будет модифицироваться относительно этого вопроса.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Усенко В. Трансфертное ценообразование. – www.urau.com.ua, 16.08.2004.

2. Lorraine E. Went for Cost. Priced at Cost? An Economic Approach to the Transfer Pricing of Off-shored Business Services. – Texas A&M University. – 2005. – 52 p.

3. Бурцева А.М. Налоговая реформа II. – Проект EuropeAid // „Российский налоговый курьер”. – №1. – 2004

4. Налоговый вестник, 19.04.2005.

УДК 336.2.027

БОРОВИК П.М. - викладач

НЕДОЛІКИ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІЛЬГОВОГО РЕЖИМУ ОПОДАТКУВАННЯ АГРАРНИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ

Фіксований сільськогосподарський податок (ФСП) як пільговий режим оподаткування аграрних товаровиробників відіграє важливу роль у створенні сприятливого середовища для їх господарювання. Проте, його функціонування спричинило виникнення низки проблем, які призводять до суттєвих втрат бюджету внаслідок ухилення суб'єктів господарювання від сплати окремих податків шляхом використання даного пільгового режиму оподаткування. Така можливість зумовлюється недоліками діючого механізму справляння даної форми оподаткування і потребує негайного розв'язання.

ФСП вже тривалий час є невід'ємною складовою системи оподаткування сільськогосподарських підприємств, основною формою їх прямого оподаткування. Вивченню проблематики функціонування ФСП присвячено праці М.Я. Дем'яненка [1], Д.І. Деми [2], Л.Д. Тулуша [3], В.П. Синчака [4] та інших вітчизняних фінансистів. Проте, в їх працях більш детально вивчалися питання доцільності функціонування та економічної суті даної податкової форми, в той час як питанням аналізу недоліків механізму його адміністрування та обґрунтуванню напрямків їх усунення приділялась недостатня увага.

Зокрема, недостатньо висвітлені вади чинного спеціального режиму прямого оподаткування аграрних товаровиробників, які дозволяють використовувати ФСП та його платників у схемах ухилення від оподаткування, чим завдається значна шкода бюджету. Відповідно, метою статті є аналіз негативних аспектів функціонування пільгового режиму прямого оподаткування аграрних товаровиробників, які дозволяють використовувати його в схемах ухилення від оподаткування і розробка на цій основі рекомендацій щодо вдосконалення механізму адміністрування даного режиму оподаткування.

Одним із недоліків ФСП є те, що відповідно до вимог Закону України „Про фіксований сільськогосподарський податок”, у разі перевищення доходу від несільськогосподарських операцій 25 % загального валового доходу підприємства перехід такого платника на загальну систему оподаткування передбачено лише з наступного звітного року [5]. Зазначена норма Закону дозволяє без будь-яких обмежень переорієнтувати аграрне підприємство на отримання доходу від несільськогосподарської діяльності (торгівля нафтопродуктами, агротехнікою чи продуктами харчування) після отримання ним права на пільговий режим оподаткування. При цьому, таке підприємство до кінця поточного року буде платником ФСП і до нього не

застосовуватимуться ніякі санкції. Щодо непотрібних в такому разі земель сільськогосподарського призначення, то підприємство їх може просто передати в оренду.

Варто зазначити, що чинне податкове законодавство дозволяє платнику фіксованого сільськогосподарського податку без будь-яких обмежень продавати сільськогосподарську продукцію іншому підприємству, що є платником податку на прибуток підприємств за цінами на порядок вищими від звичайних. Внаслідок такого придбання покупць штучно завищує валові витрати та не сплачує до бюджету податок на прибуток підприємств. Крім того, в разі проведення розрахунків за придбані товари, у платника податку на прибуток є можливість ще й „відмити” різницю між цінами реалізації сільськогосподарської продукції за такою угодою та звичайними цінами на придбану продукцію.

Чинний порядок також дає можливість сільськогосподарському товаровиробнику, що зареєстрований як платник податків на загальній системі оподаткування і при цьому виробляє виключно продукцію тваринництва (скажімо птахофабриці), взяти в оренду невелику площу сільськогосподарських угідь і зареєструватись платником ФСП. Це дозволяє сплачувати замість податку на прибуток підприємств, плати за землю, податку з власників транспортних засобів, комунального податку, зборів за геологорозвідувальні роботи, за придбання торгового патенту та спеціальне водокористування близько 7 грн. ФСП з 1 га угідь в рік [6]. Таким чином, птахофабрика з мільйонною виручкою від реалізації яєць взявши в оренду незначну площу сільськогосподарських угідь, має змогу сплачувати в рік суму податку, яка відповідає грошовому еквіваленту двох десятків яєць.

Діючий механізм адміністрування ФСП дозволяє його платникам вільно продавати (в межах 25% від загальної суми валового доходу) несільськогосподарську продукцію: нафтопродукти із заправки, побудованої для потреб підприємства, або ж займатись оптовою торгівлею будь-якими товарами з складу, побудованого для зберігання сільськогосподарської продукції. При цьому таке підприємство не сплачуватиме до бюджету податок на прибуток від здійснення таких операцій. Крім того, такий платник податків не сплачує до бюджету за земельну ділянку, яка використовується не на сільськогосподарські цілі жодної копійки земельного податку, внаслідок чого не фінансує заходи щодо поліпшення сільськогосподарських угідь [7, 8].

Якщо платник ФСП має артезіанську свердловину достатньої потужності, він може вільно забезпечувати питною водою через водопровід не лише своїх працівників, але і навіть весь районний центр. Адже, коли виручка від реалізації продукції власного виробництва складатиме не менше 75% його валового доходу за рік, платежі за спеціальне водокористування та за геологорозвідувальні роботи, виконані за рахунок державного бюджету ним сплачуватись до бюджету не будуть [10,11].

Визначальними принципами формування системи оподаткування є принципи соціальної справедливості, рівнонапруженості та недопущення проявів податкової дискримінації, недотримання яких зумовлює наявність викривлень в конкурентному середовищі. Тому, з метою більш справедливого розподілу податкового тягаря серед всіх платників податків, в тому числі і платників ФСП, слід вдосконалити чинний нині порядок адміністрування ФСП з метою недопущення в майбутньому можливостей його використання у схемах ухилення від оподаткування.

Вдосконалення діючого механізму адміністрування ФСП має здійснюватись за такими напрямками:

- У разі, якщо за результатами роботи за рік у платника ФСП виручка від реалізації продукції власного виробництва складає менше 75% валового доходу, то такий платник повинен перейти на загальну систему оподаткування та перерахувати свої податкові зобов'язання з початку звітного року.

- До платника ФСП варто застосовувати санкції у разі реалізації ним товарів за цінами, що значно перевищують звичайні.

- Слід обмежити можливості переходу крупних птахофабрик та тваринницько-відгодівельних комплексів на пільговий режим оподаткування для аграрних товаровиробників з метою оптимізації оподаткування.

- Передбачити для платників ФСП необхідність сплати до бюджету податку на прибуток за результатами здійснення операцій з реалізації несільськогосподарської продукції та товарів невласного виробництва.

- Платники ФСП повинні сплачувати до бюджету збір за спеціальне водокористування, збір за геологорозвідувальні роботи, виконані за рахунок державного бюджету та податок на землю за користування ресурсами, що не використовуються в сільськогосподарському виробництві.

Кардинальним напрямком вдосконалення системи оподаткування аграрних товаровиробників може бути відміна дії ФСП, який, як відомо, було запроваджено як тимчасовий. Проте аграрним товаровиробникам вкрай необхідний пільговий режим оподаткування. Тому, на наш погляд, у разі відміни ФСП існують наступні шляхи виходу з цієї ситуації:

- Запровадження нового сільськогосподарського податку;

- Переведення платників ФСП на сплату земельного податку.

У разі переведення платників ФСП на сплату класичного земельного податку, на нашу думку, слід зберегти за ними пільги щодо звільнення від сплати частини інших податків, зборів та платежів, передбачених Законом України „Про фіксований сільськогосподарський податок”. Проте і в такому випадку вони повинні сплачувати до бюджетів податок на прибуток від реалізації покупної продукції, податок з власників транспортних засобів за користування транспортом, що не використовуються в сільськогосподарському виробництві, платежі за спеціальне водокористування та за геологорозвідувальні роботи при використанні водних ресурсів не у аграрному виробництві, а також податок на землю щодо земельних угідь, використаних на інші, ніж сільськогосподарське виробництво, потреби.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аграрна реформа в Україні/ П.І.Гайдуцький, П.Т.Саблук, М.Я. Дем'яненко, Ю.О.Лупенко, М.М. Федоров та ін.; За ред. П.І. Гайдуцького. – К.: ННЦ ІАЕ, 2005. – С. 246–251.
2. Дема Д.І. Оподаткування сільськогосподарських товаровиробників у США і Україні. – Житомир: Полісся, 2001. – С. 152–156.
3. Тулуш Л.Д. Про фіксований сільськогосподарський податок // Економіка АПК. 1999. – № 8. – С. 49–53.
4. Синчак В.П. Критерії визначення платників фіксованого сільськогосподарського податку// Фінанси України. – 2003. – №8. – С. 33–40
5. Закон України від 17.12.1998 року № 320-XIV „Про фіксований сільськогосподарський податок” // Ліга: еліт Закон Copyright: ІАЦ „Ліга”. – 2007
6. Боровик П.М. Вдосконалення фінансування землеробних заходів // Матеріали всеукраїнської наукової конференції молодих учених Уманського державного аграрного університету. – 2006. – С. 184–185.
7. Закон України від 28 грудня 1994 року N 334/94-ВР „Про оподаткування прибутку підприємств” // Ліга: еліт Закон Copyright: ІАЦ „Ліга”. – 2007
8. Закон України від 3 липня 1992 року №2535-XII „Про плату за землю” // Ліга: еліт Закон Copyright: ІАЦ „Ліга”. – 2007.
9. Закон України „Про податок з власників транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів” в редакції Закону від 18.02.1997 р. № 75/97-ВР // Ліга: еліт Закон Copyright: ІАЦ „Ліга”. – 2007.
10. Постанова Кабінету Міністрів України „Про затвердження порядку справляння збору за спеціальне використання водних ресурсів та збору за користування водами для потреб гідроенергетики і водного транспорту” від 16.08.1999 р. № 1494 // Ліга: еліт Закон Copyright: ІАЦ „Ліга”. – 2007.
11. Постанова Кабінету Міністрів України „Про затвердження порядку встановлення нормативів збору за геологорозвідувальні роботи, виконані за рахунок державного бюджету та його справляння” від 29.01.1999 р. № 115 // Ліга: еліт Закон Copyright: ІАЦ „Ліга”. – 2007

УДК 336.2.271

ВИДРИК О.

Наук. керівник БОРОВИК П.М. - викладач

ПРОБЛЕМИ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ

Одним із найбільш проблемних податків у вітчизняній системі оподаткування є податок на додану вартість (ПДВ), питома вага якого за останні роки у зведеному бюджеті України коливається в середньому на рівні 20–25%. Основним недоліком ПДВ є можливість отримання платником від'ємного значення об'єкта оподаткування з податку на додану вартість з бюджету. Також ціла низка проблемних питань пов'язана із оподаткуванням податком на додану вартість сільськогосподарських підприємств.

Варто зазначити, що ПДВ, як об'єкт дослідження, постійно знаходиться під пильною увагою науковців. Зокрема, окремим аспектам адміністрування ПДВ присвячено праці М. Дем'яненка [1], Т. Сфименко [2], Н. Ушалівської [3] та багатьох і інших вітчизняних дослідників. Проте в їх працях недостатньо висвітлені питання, пов'язані з відшкодуванням ПДВ з бюджету, а також функціонуванням цього податку в сільськогосподарській галузі.

Згідно з вимогами Закону України "Про податок на додану вартість" [4], окремі платники ПДВ мають законне право на від'ємне значення об'єкта оподаткування з цього податку та його відшкодування з бюджету. Насамперед це відноситься до підприємств, які експортують товари та послуги за межі митного кордону України. Звичайно внаслідок таких операцій в Україну надходять валютні цінності, але одночасно з бюджету експортерам, що є платниками цього податку, відшкодовують значні суми коштів. Зазначена законодавча норма є однією із причин штучного завищення експортерами вітчизняних товарів сум податкового кредиту, а також інших порушень чинного законодавства з метою отримання більшої суми бюджетного відшкодування.

Що стосується сільськогосподарських підприємств, то система адміністрування ПДВ в цих платників податків є досить складною і недосконалою та потребує змін. На виконання вимог Постанов Кабінету міністрів України №271 та №805 сільськогосподарські товаровиробники, що є одночасно платниками ПДВ, акумулюють на окремих (спеціальних) рахунках значні суми ПДВ від реалізації продукції власного виробництва, які самі ж і використовують на потреби базових галузей сільського господарства (рослинництва і тваринництва) [5, 6]. Такі платники подають до податкових інспекцій за місцем реєстрації три податкові декларації, за якими до бюджету податок сплачують тільки

по третій декларації. По двох інших деклараціях суми ПДВ до сплати акумулюються на спеціальних рахунках самих платників і використовуються ними ж на потреби галузей рослинництва і тваринництва, а бюджет від цього нічого не отримує.

Звичайно спеціальний режим непрямого оподаткування аграрних товаровиробників сприяє розвитку базових галузей сільського господарства. Проте, в разі, коли на розрахунковому рахунку підприємства недостатньо коштів, щоб ПДВ від реалізації продукції власного виробництва перерахувати на спеціальний рахунок та використати його потім на потреби галузей рослинництва і тваринництва, то така ситуація може бути причиною банкрутства сільськогосподарського підприємства, адже не перераховані на окремі (спеціальні) рахунки суми ПДВ, згідно з вимогами зазначених Постанов Кабінету міністрів України, вважаються використаними не за цільовим призначенням і підлягають стягненню до державного бюджету України в беззастережному порядку.

Недоліком спеціального режиму непрямого оподаткування аграрних товаровиробників є також те, що суми ПДВ, які переважна більшість сільськогосподарських підприємств перераховує до бюджету (по третій декларації з ПДВ) вкрай мізерні.

Враховуючи викладене, державі слід вдосконалювати податок на додану вартість з метою вирішення перелічених проблем його адміністрування. На нашу думку, існують наступні шляхи вдосконалення чинного порядку оподаткування податком на додану вартість:

1) Слід відмістити нульову ставку ПДВ при експорті товарів, робіт та послуг за межі митного кордону України.

2) З метою стимулювання розвитку сільськогосподарської галузі, а також недопущення випадків банкрутства сільськогосподарських підприємств внаслідок функціонування спеціального режиму непрямого оподаткування аграрних товаровиробників, їх слід взагалі звільнити від сплати податку на додану вартість.

Перелічені заходи забезпечать бюджет додатковими коштами, внаслідок того, що значна сума податку на додану вартість не буде відшкодовуватись з бюджету, а також сприятимуть розвитку сільського господарства та не допустять занепаду і банкрутства окремих аграрних товаровиробників.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Дем'яненко М.Я. Проблеми ПДВ в агропромислово-му виробництві // *Фінанси України*. – 2000. – № 10. – С. 3–8.
2. Єфіменко Т.І., Луніна І.О., Соколовська А.М. Аналіз деяких наслідків надання деяких пільг з ПДВ // *Фінанси України*. – 2005. – № 10. – С. 6–13.
3. Ущипівська Н.М. Проблеми дотування сільськогосподарських товаровиробників через податок на додану вартість / *Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць*. – Вип.4 (35) / *Наук. ред. І.К.Бондар*. – К., 2004. – С. 96–100.
4. Закон України „Про податок на додану вартість” № 168/97-ВР від 3 квітня 1997р. // *Ліга: еліт Закон Copyright: ІАЦ „Ліга”*. — 2007.

5. Постанова Кабінету Міністрів України „Про Порядок акумуляції та використання коштів, які нараховуються сільськогосподарськими товаровиробниками - платниками податку на додану вартість щодо операцій з продажу товарів (робіт, послуг) власного виробництва, включаючи продукцію (крім підакцизних товарів), виготовлену на давальницьких умовах із власної сільськогосподарської сировини” від 26 лютого 1999 року №271 // *Ліга: еліт Закон Copyright: ІАЦ „Ліга”*. – 2007

6. Постанова Кабінету Міністрів України „Про порядок нарахування, виплат і використання коштів, спрямованих для виплати дотацій сільськогосподарським товаровиробникам за продані ними переробним підприємствам молоко та м'ясо в живій вазі” від 12 травня 1999 року №805 // *Ліга: еліт Закон Copyright: ІАЦ „Ліга”*. — 2007.

УДК 336.2.22

КОЛІСНИК В.

Наук. керівник БОРОВИК П.М. – викладач

ПРОБЛЕМИ АДМІНІСТРУВАННЯ АКЦИЗНОГО ЗБОРУ

Повсюдне поширення акцизного оподаткування пояснюється, передусім, високим фіскальним потенціалом даного податку. Так ще у XVII столітті французький економіст Ф. Демезон відзначив, що акциз „здатен один принести казні стільки і навіть більше, ніж усі інші податки” [1, с. 56]. При цьому одним з інструментів, за допомогою яких реалізується фіскальна функція акцизу, є законодавчо визначене коло підакцизної продукції і ставка податку. Як відомо, в Україні акцизний збір було введено з 1992 року [2]. З того часу цей платіж є одним із основних джерел доходів державного бюджету.

Акцизний збір перешкоджає отриманню понаднормативного прибутку і вилучає його частину до бюджету з таких сфер діяльності, як виробництво алкоголю, тютюну, добування мінеральної сировини. Тому адміністрування акцизного збору потребує вдосконалення.

Акцизний збір був введений в Україні в 1992 році.

Сучасне трактування акцизного збору визначає його як непрямий податок на окремі товари (продукцію), визначені законом як підакцизні, який включається до ціни товарів (продукції). [2] Як інші непрямі податки, акцизний збір в остаточному підсумку збирається зі споживачів продукції, хоча сплачують його виробники підакцизних товарів або їх імпортери.

Товари, які обкладаються акцизним збором носять назву підакцизних товарів. Сьогодні в Україні підакцизними товарами виступають:

- алкогольні напої;
- спирт етиловий;
- тютюнові вироби;
- пиво солодове;
- бензин, дистилати, паливо та деякі інші товари.

Перелік підакцизних товарів і ставки акцизного збору встановлюються Кабінетом Міністрів України [3].

Головна проблема при оподаткуванні акцизним збором – це неефективність контролю за його справлянням. Вона пояснюється тим, що основну роботу в цьому процесі, при справлянні імпортованого акцизного збору, проводить митниця, здійснює оформлення попередньо (акцизної, вантажно митної декларації) оформляє підакцизні товари для вільного використання на території України. Податкова служба в даному випадку видає акцизні марки, отримує за них плату і перевіряє сплату акцизного збору. Такий механізм є громіздким і неефективним.

На нашу думку, для ефективного адміністрування акцизного збору краще було б віддати контроль за сплатою імпортного акцизного збору одному органу, тобто або митній службі, або Державній податковій адміністрації.

Ще однією з проблем справляння акцизного збору є численні підробки акцизних марок, що призводить до випуску в обіг та реалізацію неякісних товарів. На нашу думку, для покращення боротьби з нелегальним виробництвом алкогольних напоїв і тютюнових виробів необхідно випускати марки акцизного збору, які б більшою мірою, ніж нині були захищені від підробок. Також марки акцизного збору мають бути диференційовані відповідно до місткості тари, у яку розливається продукція. Це дасть змогу перешкодити формуванню необлікованих запасів спирту на підприємствах-виробниках алкогольних напоїв.

На сьогодні досить поширеним стало ввезення на територію України генетично-модифікованих продуктів, що призводить до витіснення з національних ринків вітчизняних товаровиробників. Тому, якщо на порядок підвищити ставки акцизного збору на такі товари, то це забезпечить вищий рівень захисту вітчизняних товаровиробників від конкуренції з продавцями

дешевій та недоброякісній імпортованій продукції, а також до вищого рівня захисту здоров'я населення України.

Таким чином, вплив держави через акциз на рентабельність виробництва окремих товарів дає змогу певним чином знизити інтерес виробників до входження у такі сфери бізнесу, як виробництво алкоголю, тютюну, добуток мінеральної сировини. Адже ці виробництва об'єктивно володіють значною рентабельністю через низькі витрати і високу ринкову ціну готової продукції.

Тому акцизний збір дозволяє через цінові механізми непрямо впливати на обсяги виробництва та реалізації окремих підакцизних товарів як на митній території України, так і в сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Справляння акцизного збору передбачає вирішення фінансових проблем держави за рахунок забезпе-

чених верств населення. Воно пом'якшує регресивність податку на споживання в цілому.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Олійник О.В., Філон І.В. Податкова система: Навч. посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 160 с.
2. Закон України „Про акцизний збір”: Декрет Кабінету Міністрів України №18-92 від 26.12.1992 зі змінами, внесеними Законом України №3111-III від 07.03.2002 // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – №10. – Ст. 82.
3. Постанова Кабінету Міністрів України №1345 від 26.06.1999 зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМУ №2155 від 20.11.1999.
4. Про акцизний збір на алкогольні напої та тютюнові вироби: Закон України №329/95-ВР від 15.09.1995 зі змінами, внесеними Законом України №849-IV від 22.05.2003 // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – №40. – Ст. 297; Відомості Верховної Ради. – 2003. – №33-34. – Ст. 267

УДК 334.726

КОРОЛЬЧУК А.

Научн. руководитель КОНЧИН В.И. – к.э.н.

СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА НА УКРАИНСКИЙ РЫНОК ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОЙ КОРПОРАЦИИ WAL-MART STORES INC

На сегодняшний день ниша украинского ритейлинга (розничной торговли) заполнена на минимальном уровне, поэтому довольно часто аналитиками многих изданий рассматриваются возможности выхода различных зарубежных „передовиков” розничных продаж, среди которых следует выделить американскую транснациональную компанию Wal-Mart Stores Inc., прибалтийскую торговую сеть VP Market, российскую сеть „Пятерочка”, сеть супермаркетов HIT, французскую ритейлинговую компанию – Auchan.

Попытаемся рассмотреть возможности выхода компании Wal-Mart Stores Inc. на украинский рынок.

История становления и экспансии Wal-Mart Stores Inc.

1962 г. Имея 15 магазинов Бен Фрэнклин, Сэм Уолтон и его брат Джей Ли, открывают свой первый Дискаунт Wal-Mart в Роджерсе, Арканзас.

1969 г. Строя свои магазины небольшого размера и только в городах с населением 5–25 тыс. человек, братья открыли 18 магазинов Wal-Mart всюду по Арканзасу, Миссури, Канзасу, и Штату Оклахома. Магазины соединяются в торговую сеть Wal-Mart Stores, Inc.

1970 г. Wal-Mart официально объявляет, что объемы продаж составляют 44 млн. долларов США.

1972 г. Компания представлена впервые на Нью-Йоркской фондовой бирже.

1976 г. Уолтоны постепенно отстраняются от магазинов Бена Фрэнклина.

1979 г. С 276 дискаунтами в 11 государствах продажи увеличились до 1,25 млрд. долларов США.

1987 г. Цены снизились и стали на 40 % ниже полного розничного уровня; коммерческий оборот составлял в среднем 1 млн. долларов США в неделю. Поскольку усилилась конкуренция в сфере розничной торговли в контексте существенного снижения цен на товары, более чем 100 тысяч независимых представителей изготовителей начинают общественную информационную кампанию, чтобы бороться с усилением Wal-Mart и устранить их от процесса продажи.

1988 г. Сконцентрированный на Юге и Среднем Западе США, Wal-Mart уже работает в 14 государствах, с 1 182 складами, 90 оптовыми клубами, и 2 гиперакционными залами. Дэвида Стакана назначают президентом и главным администратором компании.

1990 г. Первые склады открываются в Калифорнии, Штате Невада, Северной Дакоте, Штате Южная Дакота в США, Штате Пенсильвания, и Юте. Двадцать пять клубов Сэма, четыре из которых производят мясные кулинарные изделия.

1992 г. Основатель Сэм Уолтон умирает.

1999 г. Wal-Mart значительно увеличивает свое глобальное присутствие, поглотив активы третьей по величине в Великобритании розничной группы Asda с ее 230 магазинами, на 10.7 млрд. долларов США. Wal-Mart называют одной из первых компаний Америки, которыми наиболее восхищаются.

2000 г. На смену Д. Стакана в качестве главного администратора и президента компании приходит Ли Скотт.

Май 2001 г. Wal-Mart платит 46 млн. долларов США за приобретение 6,1% активов компании Japan's Seiyu Ltd. Это дает Wal-Mart возможность увеличить свою долю активов этой компании к 66,7% в будущем.

2001 г. Wal-Mart – наибольший розничный продавец бакалеи в США с продажами 56 млрд долларов США. Компания стала наибольшим розничным продавцом одежды с продажами более чем 20 млрд долларов США.

Март 2002 г. Когда продажи бюджетного года достигли 220 млрд. долларов США, Wal-Mart стал наибольшей компанией в сфере розничной торговли в мире.

Декабрь 2002 г. Wal-Mart увеличивает свою долю активов в компании Japan's Seiyu Ltd. к 37%.

2004 г. Журнал „Благосостояние” называет главного администратора Ли Скотта первым в своем списке 25 самых влиятельных людей мира.

Чистая прибыль крупнейшей в мире американской розничной сети Wal-Mart Stores Inc. за первый квартал 2007-2008 финансового года, завершившегося 30 апреля, выросла на 8,1% и достигла 2,83 млрд долларов США. Такие данные приводятся в отчете компании. Выручка Wal-Mart за рассматриваемый период увеличилась на 8,5% до 86,41 млрд. долларов США, а операционный доход – на 7,9% – до 4,85 млрд долларов США.

Wal-Mart в скором времени планирует выйти на рынки Австралии, Индии и России. Сегодня магазины компании существуют в 14-ти странах мира, в то время как её основные конкуренты TESCO и Carrefour закрепились уже в 28-ми и 30-ти странах соответственно. На сегодняшний день Wal-Mart является крупнейшей в мире компанией в розничной торговле. Каждый день этот ритейлер открывает новый магазин, а в этом году он планирует увеличиться на 500 центров розничной продажи по всему миру. Фирма насчитывает 1,8 млн сотрудников и является самой большой транснациональной компанией-работодателем в мире. Wal-Mart владеет сетью из 6600 магазинов, 120 распределительных центров, к тому же он монополизировал 800 заводов-производителей в Китае, которые выпускают продукцию исключительно для этой компании. Продажи Wal-Mart достигли в этом году рекордных отметок, а в 2006 году составили 342 млрд долларов США. Согласно рейтингу журнала „Forbes”, Wal-Mart была признана самой успешной компанией в США по итогам 2003 и 2004 годов и заняла второе место в 2005-ом. Всё это время она остаётся в десятке лучших компаний мира. Начиная с 1970 года, когда фирма стала публичной, её акции удваивались в цене 11 раз. Нетрудно догадаться, что многие сотрудники Wal-Mart благодаря акционерной собственности за это время стали миллионерами. В прошлом году прибы-

ли компании от продаж на внешнем рынке составили всего 22% от совокупных доходов, но эта цифра стремительно растёт. В виду насыщенности внутреннего рынка США (только у Wal-Mart там 4 тыс. магазинов), расширение ритейлера в последнее время идёт в основном за счёт экспансии в развивающиеся страны. Стратегия продвижения Wal-Mart заключалась в поэтапном охвате Северной Америки, потом Южной, потом Азии и в последнюю очередь Европы. Именно этим и объясняет руководство компании тот факт, что американский гигант пока не занимает лидирующей позиции в Старом мире. В данный момент вторым по значимости рынком для Wal-Mart является Мексика, да и вся Южная Америка представляется розничному гиганту лакомым кусочком. При этом компания готовит почву для вторжения в Австралию, собираясь в ближайшее время приобрести активы какой-нибудь из ведущих местных ритейлеров.

Стратегия деятельности компании Wal-Mart Stores Inc.

Общая стратегия Wal-Mart основана на семи основных принципах: цена, операции (информационные технологии, логистика, распределение), культура, продвижение ключевых товаров (Key Item Promotion), расходы, исполнение и сервис.

Цена. Это дисконтный принцип, которому неуклонно следует Wal-Mart, закупая большие партии товаров и стараясь сделать наценку как можно меньше. Фирма постоянно стремится повысить скорость перемещения товара (инвентарную оперативность) для уменьшения складских затрат. Цель компании – доставить продукт в машину потребителя в течение 72-ух часов с момента его получения от поставщика в распределительном центре. Есть уверенность в том, что этот принцип – главный конёк компании и дал возможность конкурентам делать всё, что угодно, в частности разнообразить свой товар, использовать великолепный сервис, но не оставил шансов пытаться снизить цену до уровня, который предлагает Wal-Mart. По мнению экс-главы фирмы, дискаунт – это не тот путь, следуя которому можно выиграть противостояние с супер-компанией, и „если вы не дискаунтер, не старайтесь действовать как дискаунтер”.

Операции. Это то, чем всегда славился Wal-Mart. Бизнес-школы по всему миру проводят обучение в вопросах магазинных операций и процессов распределения розничного гиганта. Ключ к успеху компании – возможность поддерживать наивысшие стандарты потребителей и безупречное исполнение на всех ступенях корпоративной иерархии. По мнению М. Бергдала, Wal-Mart – это не торговая компания, это компания, ориентированная на логистику (logistic-streaming), распределение (distribution-streaming), передачу технологий (technology-streaming), которая к тому же владеет сетью магазинов. Сегодня у Wal-Mart нет складов: продукция с конвейера грузится прямо в

трез – это основная составляющая стратегии 72-ух часов. Наличие у компании семи тысяч грузовых автомобилей позволяет ей полностью контролировать процесс транспортировки, обеспечивая себе надёжные сети поставок. К тому же Wal-Mart владеет второй, после Пентагона, по размеру IT-системой в мире. Эволюция розничного гиганта привела его к созданию нескольких типов магазинов, каждый из которых призван максимально удовлетворять требования клиентов. Дисконтные магазины (Discount Stores) площадью 9 100 м², в которых работают по 225 работников, а на полках находится 62 500 наименований товаров. Смежные магазины (Neighborhood Markets) – это продовольственные (продуктовые) супермаркеты, которые соседствуют или же расположены непосредственно на территории супер-центров (Super Centers). Существует семь архитектурных видов смежных магазинов, европейская разновидность будет называться „Small-Mart” и, согласно ожиданиям руководства кампании, должна учитывать европейские архитектурные особенности. Во многих местах, где будет находиться типичный супер-центр Wal-Mart, по соседству с ним можно будет увидеть уменьшенную продуктовую модель площадью 4000 м² с 95-ю работниками и 48-ю тыс. различных товаров внутри. Сэм-клуб (Sam's club) – магазин площадью 6 970 м² содержит 5000 позиций товаров и обслуживается 75 работниками. Такие центры предназначаются для мелких ритейлеров и рассчитаны на продажу по оптовым ценам. Таким образом, Сэм-клубы могут стать выгодным решением для большинства мелких розничных торговцев. И, наконец, то, что вселяет страх и панику в ряды конкурентов – это Супер-центры (Super Centers). В Штатах у Wal-Mart около 2100 супер-центров, каждый из которых имеет площадь более 17 000 м², 116 000 наименований товаров и 400 человек персонала.

Культура. Wal-Mart придаёт большое значение деловой этике и заботе о своих сотрудниках: „Если Вы заботитесь о своем персонале, персонал будет заботиться о покупателях, бизнес будет заботиться о себе сам”. Другими словами, хорошее отношение к персоналу влияет на его отношения с клиентами, что в свою очередь влияет на эффективность бизнеса. По мнению экс-главы компании, самая нуждающаяся сфера, на которой должны сконцентрироваться отечественные ритейлеры – это обслуживание клиентов.

Три основные ценности, которые завещал команде Wal-Mart её основатель: борьба за первенство, уважение к индивидуальности и служение клиентам. Важным моментом в отношении с клиентами и ключом к успеху, М. Бергдал называет принятие риска и расширение полномочий региональных менеджеров.

Продвижение ключевых товаров (Key Item Promotion). В выборе продуктов Wal-Mart уделяет большое внимание спросу и делает всё, чтобы его удовлетворить. Отношения с клиентами для руководства компании имеют приоритетное значение, даже

если это негативно сказывается на поставщиках. В отношении закупок товаров менеджеры фирмы руководствуются известным в американском бизнесе выражением: „Думай о большом, начинай с малого, увеличивайся постепенно (scale up)!”. В связи с тем, что компании Wal-Mart приходится вести закупки для семи тысяч магазинов, она всячески пытается упростить эту задачу, в частности за счёт увеличения полномочий регионального руководства. На локальных менеджеров возлагается ответственность закупок на местном уровне, ориентируясь на спрос в конкретном регионе. Конечно, существуют планы, предусматривающие закупку товара, который составляет ассортимент всех магазинов, но региональные менеджеры имеют право вести закупки с учётом нюансов местного рынка. Каждый сотрудник всячески поощряется к проявлению инициативы и активной деятельности, потому что, как выразился М. Бергдал, главное для Wal-Mart – это клиент, а все в этой фирме – торговцы.

Расходы/Затраты. Оперативность Wal-Mart обеспечивает полное исполнение планов покупателей и позволяет шадить их кошельки. При закупке продуктов компания исходит из двух соображений: приобретение по минимальной цене и снижение расходов. Каждый раз, когда фирма сокращает собственные затраты, она снижает и расходы клиентов. „Вы всегда должны уделять большое внимание управлению структурой затрат, и сейчас в Wal-Mart работают одни из лучших менеджеров по расходам. Ничто не приводит ритейлера к краху быстрее, чем падение продаж, обнажающее слабую статью расходов”.

Анализ возможностей выхода транснациональной компании Wal-Mart Stores Inc. на украинский рынок.

Есть мнение, что Украина не готова к принятию европейских ритейлеров на своей территории. Не готовы и европейские ритейлеры к выходу на украинские рынки. Точки несоприкосновения Украины и европейского ритейлинга практически одни и те же:

Во-первых, украинский потребитель не готов к европейскому уровню цен. Согласно отчету, опубликованному на официальном сайте Госкомстата Украины, реальный доход в расчете на одного человека за ноябрь 2006 года составлял 735,7 грн, а среднемесячная номинальная зарплата, начисленная штатному работнику в январе–ноябре 2006 года (без учета работников малых предприятий и занятых у граждан-предпринимателей), составляла 1020,64 грн.

Во-вторых, украинский персонал не готов к европейским стандартам обслуживания потребителя. Около 7 млн гривен возвращено потребителям за приобретенные некачественные товары и предоставленные услуги.

В-третьих, украинское законодательство непрозрачно с точки зрения регулирования бизнеса розничной торговли, а система органов власти слишком кор-

рупмирована и бюрократизирована, чтобы дать спокойно развивать бизнес иностранным предпринимателям.

В-четвертых, постоянно беспокойная политическая обстановка в стране. Отставки правительств, формирование коалиций, скандалы вокруг принятия важных для государственного устройства решений.

Однако европейские устремления внешней политики Украины смогут в будущем создать более благоприятный климат для укрепления в Украине позиций европейского ритейлинга. Примером тому, что Украина стремится к улучшению ситуации, может служить Соглашение о партнерстве и сотрудничестве между Европейским Союзом и Украиной. Соглашение затрагивает широкий круг вопросов: от сотрудничества в области инвестиционной деятельности – до совместных действий по прелотвращению отмывания денег.

Проанализируем институционное поле для вхождения европейских ритейлинговых компаний на украинский рынок.

Начнем с процедуры регистрации юридического лица-нерезидента. Ч.7 статьи 24 Закона Украины „О государственной регистрации юридических лиц и физических лиц – предпринимателей” требует в случае государственной регистрации юридического лица, учредителем (учредителями) которого является иностранное юридическое лицо, кроме документов, предусмотренных для регистрации украинских юридических лиц (без иностранного капитала), дополнительной подачи документа о подтверждении регистрации иностранного лица в стране его местонахождения, в частности, выписки из торгового, банковского или судебного реестра, при этом такой документ должен быть легализован в „установленном порядке”. Кроме того, вся подаваемая для регистрации документация должна быть изложена на украинском языке (требование ч.1 ст. 8 Закона). Это дополнительные затраты для учредителя – перевод документов на украинский язык, его нотариальное заверение; легализация либо проставление апостиля на документы требует дополнительных затрат времени и средств, пусть и не очень больших.

Интересным с точки зрения отношения к компаниям с иностранным капиталом является Закон Украины „О ликвидации дискриминации в налогообложении субъектов предпринимательской деятельности, созданных с использованием имущества и средств естественного происхождения”. Ключевыми в нем можно назвать три статьи, которые определяют судьбу в том числе и европейских ритейлеров – вторая, четвертая и пятая. Статья 2 устанавливает, что предприятия, „созданные с участием иностранных инвестиций, а также объекты (результаты) совместной деятельности на территории Украины с участием иностранных инвестиций без создания юридического лица, в том числе на основании договоров (контрактов) производственной кооперации, совместном произ-

водстве, совместной деятельности и прочих, подлежат валютному и таможенному регулированию и налогообложению по правилам, установленным законодательством Украины по вопросам валютного и таможенного регулирования и налогообложения предприятий, созданных без участия иностранных инвестиций”.

Статьей 4 отменено действие ряда нормативных актов, регулировавших вопросы, связанные с иностранными инвестициями, в частности, Закон Украины „Об иностранных инвестициях”, Декрет Кабинета Министров Украины от 20.05.1993г. № 55-93 „О режиме иностранного инвестирования”.

А статья 5 Закона указывает на то, что данный Закон распространяется на предприятия с иностранными инвестициями, независимо от времени внесения иностранных инвестиций, их регистрации, в том числе до введения в действие и на протяжении действия как вышеназванных Закона Украины „Об иностранных инвестициях” и Декрета КМУ „О режиме иностранного инвестирования”, так и ныне действующего Закона Украины „О режиме иностранного инвестирования”. Важность положений пятой статьи Закона подчеркивается и тем, что относительно ее Конституционным Судом Украины дано официальное толкование. Таким образом, все предприятия с иностранным капиталом, независимо от того, когда они были созданы и когда были зарегистрированы ими иностранные инвестиции, лишены каких-либо льгот по налогообложению, таможенным сборам, валютному регулированию и не имеют никаких преимуществ перед украинскими компаниями. Соответственно, европейские ритейлеры, приходя в Украину, должны начинать на равных условиях с украинскими. Однако будет неправильно не отметить тот факт, что Украина гарантирует иностранным ритейлерам национальный режим налогообложения и взимания таможенных сборов. Хотя, конечно, резкая смена государством правил игры для иностранных инвесторов, по всей видимости, настораживает европейских ритейлеров, сдерживая их желания выйти на украинский рынок.

Что касается условий ведения бизнеса в Украине, то многое для европейского ритейлера здесь будет, мягко говоря, непривычно. Одним из таких примеров может явиться установление на учет в Пенсионном фонде, фонде общеобязательного государственного социального страхования на случай временной потери трудоспособности, Фонда социального страхования от несчастных случаев на производстве, Фонде социального страхования на случай безработицы со сдачей ежеквартально (а в Пенсионный фонд ежемесячно) различных отчетов. А если к этому добавить еще бесконечные отчеты, предоставляемые в налоговую инспекцию, местные управления статистики, то можно себе представить, в какой ужас придет европейский ритейлер. Справедливости ради следует отметить, что Украина исправляется по части бюрокра-

тического подхода к бизнесу. К примеру, создание так называемого „единого окна“ значительно упростило процедуру и сократило сроки регистрации предприятия, но до европейских стандартов нам все еще очень далеко.

Следующей достаточно важной проблемой является земельный вопрос, а именно получение ритейлерами земельных участков для строительства своих объектов торговли. Это одна из ключевых проблем, с которой сталкиваются ритейлеры (и не только европейские) при организации своего бизнеса в Украине. Ведь без земли практически нереально развивать сеть объектов розничной торговли. Альтернативой этому может стать выкуп различных зданий и сооружений с целью размещения в них объектов торговли, однако подходящих объектов недвижимости в Украине не так много и по большей части они уже заняты украинскими конкурентами. Возникает необходимость выбора вложения средств в строительство новых объектов, либо в выкуп уже существующих. И часто в силу постоянного роста цен на недвижимость выбор выпадает на строительство новых помещений. Здесь ритейлеры сталкиваются с очень сложной, иногда неразрешимой проблемой – получением под строительство земельных участков. Здесь могут быть различные варианты – долгосрочная аренда, концессия, выкуп. Согласно статье 93 Земельного кодекса Украины срок долгосрочной аренды земельного участка не может превышать 50 лет. Получить участок земли в постоянное пользование может только предприятие, относящееся к государственной либо коммунальной собственности (статья 92 Земельного кодекса Украины), поскольку предприятия, создаваемые на основе капитала иностранных инвесторов, к таковым не относятся, то им приходится либо довольствоваться долгосрочной арендой земли, либо выкупать ее из государственной или коммунальной собственности. Конечно, не стоит отбрасывать вариант выкупа земельных участков и у частных собственников, но таких участков не очень много и их стоимость достаточно высока. Поэтому вернемся к долгосрочной аренде. Согласно статье 124 Земельного кодекса Украины передача в аренду земельных участков, пребывающих в государственной или коммунальной собственности, осуществляется на основании решения соответствующего органа исполнительной власти либо органа местного самоуправления путем заключения договора аренды земельного участка. Кроме Земельного кодекса Украины, вопросы аренды земельных участков регулирует Закон Украины „Об аренде земли“. Этот Закон конкретизирует некоторые положения Земельного кодекса, оговаривает четкие требования к содержанию договора аренды земли, регламентирует права арендодателя и арендатора, регулирует прочие вопросы, касающиеся передачи, использования, внесения арендной платы за пользование земельны-

ми участками. Именно закон размежевывает полномочия органов местной власти и местного самоуправления относительно права передачи в аренду земельных участков, находящихся в коммунальной и государственной собственности. „Коммунальная“ земля – парафия местных советов, „государственная“ – местных государственных администраций. Этот вопрос является очень важным при выборе земельного участка, поскольку определяет, с кем необходимо будет „договариваться“ по поводу его выделения. Эта область правоотношений остается достаточно коррумпированной и смета расходов инвестора должна содержать в себе значительную сумму на „договоренности“. А слова „иностранная инвестиция“ вдвойне подогревают аппетиты местных чиновников. Еще более сложный и затратный порядок предусмотрен законодательством для получения в аренду земельных участков со сменой их целевого назначения и из земель запаса под застройку. В этом случае нужно пройти процедуру разработки проекта отвода земли: подать заявку в местный совет либо в местную администрацию (в зависимости от того, к чьему ведению относится земля, в пределах которой расположен участок), в течение месяца эта заявка будет рассмотрена и при положительном решении чиновников будет дано разрешение на разработку проекта отвода земли. Проект отвода земельного участка согласовывается с органом по земельным ресурсам, природоохранным и санитарно-эпидемиологическим органами, органами архитектуры и охраны культурного наследия и после получения вывода государственной землеустроительной экспертизы по объектам, которые ей подлежат, подается на рассмотрение соответствующих местной государственной администрации либо органа местного самоуправления, которые в течение месяца рассматривают представленный им проект и принимают решение о выделении (невыведении) земли. То есть, в данном случае от момента подачи заявки на выделение земельного участка до получения такого участка может пройти 2,5–3 месяца, если же добавить сюда прохождение всех согласований, оспаривание решения местного органа, то фактический момент получения земельного участка может отодвинуться более чем на полгода. В таком случае, европейский ритейлер теряет самое драгоценное – время. Уменьшение же потерь времени стоит довольно больших средств. Иностранцы юридические лица, заинтересованные в приобретении земельных участков, подают ходатайство в Совет Министров Автономной Республики Крым, областной, Киевской или Севастопольской местной государственной администрации или сельского, поселкового, городского совета и государственного органа приватизации. К такому ходатайству прилагается договор аренды земли, копия свидетельства о регистрации иностранным юридическим лицом постоянного представительства

с правом ведения хозяйственной деятельности на территории Украины. Рассмотрение таких ходатайств и продажа земельных участков осуществляется сельскими, поселковыми, городскими советами только после получения согласования Кабинета Министров Украины. Рассмотрение ходатайств и продажа земельных участков, на которых размещены объекты, подлежащие приватизации, осуществляются государственными органами приватизации после получения согласования Верховного Совета Украины. То есть процедура выкупа земельных участков иностранцами, в том числе и ритейлерами европейского происхождения, не менее сложная, чем процедура получения земли в долгосрочную аренду. Сложность в данном случае заключается в необходимости нахождения контактов на самых высоких уровнях государственной власти Украины, а это под силу не каждому.

Во многих интервью представителей европейских ритейлеров высказывались пожелания по изменению порядка получения лицензий на розничную торговлю алкогольными напитками и табачными изделиями. Действительно, Законом Украины „О государственном регулировании производства и оборота спирта этилового, коньячного и плодового, алкогольных напитков и табачных изделий” установлены достаточно жесткие в финансовом плане условия получения таких лицензий. Так, статьей 15 Закона определено, что плата за лицензию на розничную торговлю алкогольными напитками составляет 8000 гривен на каждый отдельный, указанный в лицензии электронный контрольно-кассовый аппарат (книгу учета расчетных операций), находящийся в месте торговли; на розничную торговлю табачными изделиями на каждое место торговли 2000 гривен, а на территории сел и поселков, кроме тех, которые находятся в пределах территории городов, – 500 гривен на розничную торговлю алкогольными напитками на каждый отдельный, указанный в лицензии электронный контрольно-кассовый аппарат (книгу учета расчетных операций), находящийся в месте торговли, и 250 гривен – на розничную торговлю табачными изделиями на каждое место торговли. Для мест торговли, которые размещены за пределами территории городов областного подчинения и городов Киева и Севастополя на расстоянии до 50 км и которые имеют торговые залы площадью более 500 кв. м, плата за лицензию на розничную торговлю алкогольными напитками составляет 8000 гривен на каждый отдельный, указанный в лицензии электронный контрольно-кассовый аппарат (книгу учета расчетных операций), находящийся в месте торговли, и 2000 гривен на розничную торговлю табачными изделиями на каждое место торговли. Плата за лицензии на право розничной торговли алкогольными напитками и табачными изделиями осуществляется

ежеквартально равными частями. Лицензия или решение об отказе в ее выдаче выдается заявителю не позднее 10 календарных дней со дня получения уполномоченным органом всех необходимых документов. Действие лицензии приостанавливается в случае несвоевременной оплаты очередного платежа за лицензию на основании письменного распоряжения органа, который выдал лицензию, на срок до оплаты задолженности. Действие лицензии в этом случае считается приостановленным с момента получения субъектом предпринимательской деятельности соответствующего письменного распоряжения органа, который выдал лицензию, а ее действие возобновляется с момента зачисления соответствующего очередного платежа за лицензию в бюджет. При этом в случае неуплаты очередного платежа за лицензию на протяжении 30 календарных дней с момента приостановки лицензии последняя будет аннулирована. Даже с учетом разбивки платежа за лицензию на квартальные платежи начальная сумма является довольно солидной даже для обеспеченного европейского ритейлера.

Ведущие ритейлеры в Украине.

По обороту в столице лидируют мощные сети национального масштаба: „Сільпо” (Fozzy Group) и „Фуршет” („Гарантия Трейд”). Представители первой отмечают, что формат магазинов этой сети – продовольственный универсам. Это позволяет им утверждать, что „Сільпо” (50 магазинов на момент написания статьи) – крупнейшая в Украине сеть продовольственных универсамов, поскольку крупнейшая по количеству розничных точек сеть „АТБ” (100 магазинов) позиционируется в другом формате – украинский дискаунтер. До 2007 года планируется открыть более 100 универсамов „Сільпо”. Помимо „Сільпо” Fozzy Group активно развивает еще два розничных проекта – гастрономы „Фора” (13 магазинов, до конца года планируется открыть еще 12) и „Днепр-рянка” (22 точки), которые реконструируются из старых советских магазинов продовольствия. Эти сети, а также два оптовых гипермаркета Fozzy и сеть аптек „Будь здоров” позволяют корпорации завершать финансовый год с оборотом торговых сетей около 300 млн долларов США (к сведению: в 2003 году оборот составил 180 млн. долларов США).

Еще один крупный игрок украинской розницы – сеть „Фуршет”, пожалуй, одна из самых „закрытых”. В российской прессе появилось сообщение о том, что украинским ритейлером всерьез заинтересовался „Торговый дом „Перекресток”” – одна из крупнейших розничных компаний России. Сегодня сеть магазинов „Перекресток” объединяет 46 объектов торговли – гипермаркет, супермаркеты и дискаунтеры.

В этом году впервые в истории украинской розничной торговли один из операторов рынка открыл

свой сотый магазин. Этот юбилей отметила днепропетровская корпорация „АТБ”, а точнее, ее сеть „АТБ-маркет”. Знаменательное событие состоялось 13 октября в родном для компании Днепропетровске. В августе отечественные ритейлеры заговорили об „АТБ” как о первой региональной компании, проложившей дорогу в столицу. „Украинская Торговая Гильдия”, являясь эксклюзивным агентом по набору арендаторов в стоковый торговый комплекс „Макрос”, сообщила, что продовольственный супермаркет будет представлен розничной сетью „АТБ-маркет” (магазин площадью 800 кв. м расположится на первом этаже комплекса).

Сегодня на отечественном рынке работают несколько западных компаний. Пионером была „Villa-Украина” – предприятие со 100-процентным иностранным (немецким) капиталом, которое открыло свой первый супермаркет в стране еще в 2001 году. Сейчас Villa в Украине – это сеть из восьми супермаркетов (три в Киеве, по два в Харькове и Днепропетровске и один – в Запорожье). В следующем году компания планирует открыть еще несколько торговых объектов, в частности во Львове.

Чрезвычайную инвестиционную активность продемонстрировала в этом году компания „Metro Cash & Carry Украина”. Центры оптовой торговли открылись в Харькове, Днепропетровске и Киеве (второй). В следующем году компания запланировала инвестировать 500 млн грн в расширение сети. В частности, будут открыты магазины в Донецке, Одессе, Запорожье и Львове. Благодаря мощному финансовому потенциалу, решения о предоставлении земельных участков и вообще содействии развитию „Metro Cash & Carry Украина” принимаются на самом высоком государственном уровне.

Прибалтийская сеть VP Market летом 2006 года также подтвердила свои планы прихода в Украину, разместив в прессе объявления о наборе сотрудников в будущие магазины. Для справки отметим, что отечественному ритейлингу в будущем году придется конкурировать с сетью, которая на сегодня в трех странах Балтии управляет 277 торговыми центрами Minima, Media, Maxima и T-Market (Saulute). Из них 187 находятся в Литве, 83 – в Латвии и семь – в Эстонии. По итогам девяти месяцев 2004 года оборот VP Market вырос на 17% в годовом исчислении и составил 3,04 млрд литов (1 млрд долларов США).

Еще одним громким событием стало появление на просторах Украины российской сети „Патэрсон”. В течение двух лет „Патэрсон” планирует инвестировать в развитие сети 40–50 млн долларов США и довести за этот период количество магазинов до 30. Украинские эксперты настроены не так оптимистично и предсказывают „Патэрсону” большие сложности. Однако первые супермаркеты „Патэрсон” уже открыт

в Киеве в ТЦ „Курени” на Оболони, а также в районе ул. Урицкого.

Выводы.

Несмотря на перспективность продвижения на украинский рынок европейских ритейлеров, отсутствие четких правил игры, политическая неустойчивость, коррупция и бюрократический подход в управлении, громоздкость и непрозрачность законодательной системы, регулирующей, в частности, отношения в розничной торговле, отсутствие в Украине потребительской культуры, вынуждает европейских ритейлеров занимать выжидательную позицию. Возможно, в ближайшем будущем произойдут кардинальные изменения в нашем государстве, которые откроют украинские рынки для Европы, в частности, вступление во Всемирную Организацию Торговли, подписание Соглашения с ЕС о создании зоны свободной торговли, стабилизация политической ситуации, усовершенствование законодательной базы. В вопросе усовершенствования законодательства европейские ритейлеры могут сыграть не самую последнюю роль, в частности, путем лоббирования своих интересов через депутатские фракции в украинском Парламенте.

Какие же возможные варианты развития событий? Идеальная ситуация: в Украине создается благоприятный инвестиционный климат, европейский ритейлер начинает активную экспансию на украинский рынок. Какой путь он для этого изберет? На сегодняшний день в средствах массовой информации фигурируют в качестве неких стандартов „польский”, „российский” пути развития. „Польский” подразумевает поглощение местных ритейлеров европейскими компаниями и полное доминирование европейских ритейлеров, „российский” параллельное сосуществование двух систем – украинского и иностранного ритейлинга. Возможен также вариант использования франчайзинговой схемы, то есть покупка украинскими бизнесменами франшиз европейских ритейлеров. В этой схеме для каждой из сторон есть и свои плюсы, и свои минусы. Может быть, Украина изберет свой собственный путь развития ритейлинга.

ЛИТЕРАТУРА

1. <http://www.wal-marts.com/Global/WMStoresWeb/navigate.do?catg=316>
2. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wal-Mart>
3. utg.kiev.ua
4. proretail.com.ua
5. www.astra.dp.ua
6. www.finpro.com.ua
7. www.zn.ua
8. www.dengi-info.com/
9. www.forexprivate.com.ua
10. develop.com.ua

УДК 336.648:657.412

КРІВЦОВА О.

Наук. керівник КОНЧИН В.І. – к.е.н.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТИВ

1.1. Склад, структура та порядок формування фінансової звітності.

На сьогоднішній день в Україні утворилась нова економічна система, що побудована на ринкових відносинах. Якісні зміни торкнулися всіх ділянок управління, в тому числі і системи організації бухгалтерського обліку.

Щоб суб'єкти господарювання успішно діяли в умовах ринкової економіки, надзвичайно важлива компетентність, професійна підготовленість, заповзятість, комп'ютерна грамотність як керівників і фахівців різних рівнів. Для успішного виконання своїх посадових обов'язків зазначеним працівникам в умовах нових економічних відносин потрібно використовувати нові форми та методи організації управління.

Особливе місце в прийнятті управлінських рішень займає бухгалтерська звітність, на підставі якої розраховуються такі важливі для підприємства коефіцієнти, як коефіцієнт ліквідності, платоспроможності, фінансової незалежності та інші.

Бухгалтерська звітність підприємства являє собою систему узагальнених показників, які характеризують підсумки господарсько-фінансової діяльності підприємства за минулий період (місяць, квартал, рік). Вона складається шляхом підрахунку, групування і спеціальної обробки даних поточної бухгалтерського обліку і є завершальною його стадією.

Звітність підприємства складається за єдиними формами та інструкціями Міністерства фінансів України, погодженими з Державним комітетом статистики України.

Головні вимоги, що ставляться до звітності, – це реальність, ясність, своєчасність, єдність методики звітних показників, співставленість звітних показників з минулими періодами.

За періодичністю складання і подання звітність поділяється на внутрішньорічну, місячну, квартальну, піврічну, дев'ятимісячну та річну.

Внутрішньорічну звітність називають поточною звітністю або періодичною.

Звітність підприємства використовується власниками та управлінським персоналом підприємств для аналізу та контролю виконання договірних зобов'язань, аналізу господарської діяльності, для складання планів на майбутнє.

Крім того звітність подається:

– у вищу за підпорядкованістю організацію, якщо така є, з метою управління діяльністю підприємства;

– податковій інспекції – для контролю за правильністю платежів до бюджету та аналізу діяльності підприємства;

– установам банку (для контролю за використанням банківського кредиту), якщо таке передбачено кредитним договором;

– органам Державного комітету статистики для статистичної обробки.

Бухгалтерська звітність повинна надаватися підприємством не пізніше встановленого строку наступного за звітним періодом місяця, а річна – не пізніше встановленого строку наступного за звітним року. Склад (обсяг) та порядок складання бухгалтерських звітів затверджується Міністерством фінансів України.

Відповідно до діючого порядку до складу бухгалтерської звітності, не залежно від того, за який час вона складається, обов'язково входить баланс.

За нормативними актами, діючими в більшості країн світу, підприємства повинні подавати бухгалтерську звітність обов'язково один раз на рік за результатами діяльності.

За рік кожне підприємство повинне подати бухгалтерську звітність у такому обсязі:

– баланс підприємства – форма №1

– звіт про фінансові результати та їх використання

– форма №2

– звіт про фінансово-майновий стан підприємства

– форма №3

До річного бухгалтерського звіту обов'язково додається пояснювальна записка, в якій викладаються основні фактори, що вплинули в звітному році на підсумки діяльності підприємства, і висвітлюється фінансовий та майновий стан.

Бухгалтерський баланс діяльності підприємства є узагальненим документом. Форма бухгалтерського балансу (форма №1) затверджується Міністерством фінансів і Державним комітетом статистики України. В активі балансу показується склад основних, оборотних та інших засобів господарства і їх розміщення, у пасиві – джерела утворення засобів господарства. У балансі відображаються також результати господарської діяльності.

Бухгалтерський баланс складається на підставі бухгалтерських записів, підтверджених виправдовувальними документами. Вихідними для складання бухгалтерського балансу є головна книга, дані оборотних відомостей за синтетичними та аналітичними рахунками.

Склад та порядок складання бухгалтерських фінансових звітів затверджується Міністерством фінансів України. Датою подання бухгалтерського балансу вважається для іногородніх підприємств день відправлення за штемпелем поштового підприємства. Керівник підприємства несе відповідальність за порушення термінів подання звітності.

У звіті про фінансові результати та їх використання (форма № 2) у 1-му розділі по кожній статті зазначаються дані, які базуються на даних бухгалтерського балансу та іншої зведеної звітності.

У розділі "Використання прибутку" приводять розшифровку сум за основними напрямками використання прибутку, тобто:

- суми податку на прибуток та інші платежі в бюджет за рахунок прибутку;
- відрахування на утворення підприємствами резервного фонду;
- відрахування до фонду коштів, що направляються на розвиток і вдосконалення виробництва;
- відрахування до фонду коштів, що направляються на соціальні потреби;
- відрахування до фонду заохочення;
- відрахування на благодійні цілі;
- інші цілі.

У розділі 3 "Платежі до бюджету" показують платежі до бюджету, що їх вносить підприємство за рахунок всіх джерел, згідно з інструкцією Міністерства фінансів України щодо застосування Законів про податки з підприємств, об'єднань, організацій, з громадян України, іноземних громадян та осіб без громадянства.

У розділі 4 "Затрати і витрати, що враховуються при обчисленні пільг з податку на прибуток" показують суми основних витрат, що одержують за рахунок чистого прибутку і приймаються при нарахуванні пільг за податком на прибуток підприємства.

Звіт про фінансово-майновий стан підприємства (форма № 3) включає такі статті:

1. Рух фондів:
 - статутний фонд; додатковий капітал; резервний фонд; фонд коштів, що спрямовані на розвиток і вдосконалення виробництва; фонд коштів, які спрямовані на соціальні потреби; фонд заохочення; нерозподілений прибуток минулих років; резерв на покриття наступних витрат і платежів; фонд охорони праці; цільове фінансування з бюджету; цільове фінансування з позабюджетних фондів; інші фонди спеціального призначення.
2. Використання коштів бюджету та позабюджетних фондів:
3. Спрямування коштів до цільових і позабюджетних фондів та на споживання.
4. Наявність та рух основних засобів.
5. Наявність та рух нематеріальних активів.
6. Фінансові вкладення.
7. Норма власних оборотних коштів.
8. Наявність власних оборотних коштів.
9. Переоцінка товарно-матеріальних цінностей.

10. Іноземні інвестиції.
11. Нестачі, крадіжки і псування цінностей.
12. Об'єкти житлово-комунального і соціально-культурного призначення.
13. Позабалансові активи і пасиви.

1.2. Перспективи вдосконалення фінансової звітності підприємства в країні.

На сучасному етапі функціонування української економіки відбуваються істотні зрушення, що призводять до змін у веденні бухгалтерського обліку. Це, насамперед, пов'язано з намаганням наблизити облік до міжнародних стандартів, а також з нестабільною законодавчою базою.

У 1992 році було запропоновано і прийнято новий план рахунків бухгалтерського обліку. Спеціалісти пропонують перейти на європейську структуру планів рахунків, що складаються з десяти класів з трьохзначною нумерацією кодів синтетичних рахунків; двома трьома резервними класами рахунків для організації управлінського, в тому числі калькуляційного обліку. Неприйнятною умовою такого переходу є повна зміна кодування тих синтетичних рахунків, що використовуються. Песимістично налаштовані представники наукової та бізнесової сфери вважають, що це призведе до необхідності перебудови комп'ютерних програм бухгалтерського обліку, дезорганізує роботу бухгалтерів, аудиторів, податкових інспекторів і інших зацікавлених осіб.

Проте, на нашу думку, жорстке регламентування методології і організації бухгалтерського обліку є в сучасних умовах фінансової глобалізації та з огляду на європейську економічну інтеграцію України неприйнятним. Необхідно переходити до нових регламентуючих документів і стандартів бухгалтерського обліку. Першим був затверджений стандарт про облікову політику підприємства, що містив загальні правила бухгалтерського обліку, що застосовуються в міжнародній практиці фінансового обліку і звітності.

Ще одним необхідним елементом вдосконалення звітності може бути прийняття стандарту бухгалтерського обліку „Бухгалтерська звітність підприємства”, який максимально наблизить її структуру і зміст до міжнародних правил, що застосовуються в ЄС та інших країнах. В цьому стандарті визначено, що достовірною вважається бухгалтерська звітність, заснована на системному бухгалтерському обліку, інформація якого формується, виходячи з принципів і правил, викладених в документах системи нормативного регулювання бухгалтерського обліку в Україні.

Більш гостро стоїть питання про стан бухгалтерського обліку на підприємствах, які виходять на міжнародний, зокрема на міжнародний фінансовий ринок, а також в транснаціональних корпораціях, що функціонують на території України. Це потребує якнайшвидшого вдосконалення нормативної бази бухгалтерського обліку і податкового законодавства України.

До складу фінансової (бухгалтерської) звітності підприємств у країнах із розвинутою ринковою економікою включають:

1. Бухгалтерський баланс.
2. Звіт про прибутки.
3. Звіт про рух грошових коштів.
4. Додатки.

Річний звіт супроводжується пояснювальною запискою до фінансового звіту.

У більшості країн світу застосовують типові форми бухгалтерської звітності, які розробляються і затверджуються в національному масштабі. Так для країн Європейського Союзу форми і звіт річного фінансового звіту компаній регулюється Четвертою Директивою ЄС, прийнятою в 1978 році. Кожна країна – учасниця ЄС, може уточнювати форми і зміст звітності залежно від своїх національних особливостей, зберігаючи загальні принципи їх побудови.

Проте в деяких країнах типові форми фінансової звітності в національному масштабі не розробляються і не затверджуються (США, Великобританія, Канада, тощо). Компанії (фірми) самостійно обирають форму подання звітів (більш чи менш деталізовану) відповідно до національних вимог щодо їх змісту та принципів формування.

У більшості країн фінансова звітність складається і подається для зовнішніх користувачів з річним інтервалом, тобто після закінчення календарного (або так званого фінансового) року. Але для внутрішніх потреб вона складається, здебільшого, з коротшим інтервалом (помісячно або поквартально).

Обов'язкова адреса, куди підприємства повинні подавати звітність, регулюється кожною державою.

Бухгалтерський баланс. У різних країнах є певні особливі групування статей балансу. В більшості західноєвропейських країн статті активу балансу групуються і розміщуються згори донизу в міру зростання ліквідності господарських засобів (активів). Під ліквідністю засобів при цьому слід розуміти їх спроможність перетворитись, трансформуватись у грошові кошти (готівку) за якийсь певний час.

Статті пасиву балансу групуються і розміщуються згори до низу за ознакою зменшення часу, необхідного для повернення боргів.

В США, Англії, Канаді та деяких інших країнах статті балансу групуються у зворотньому до нашого порядку.

Щодо форми подання балансу, то в міжнародній практиці є дві найважливіші форми:

1. двостороння форма, за якою активи підприємства розміщуються ліворуч (актив балансу), а зобов'язання і власний капітал – праворуч (пасив балансу);
2. одностороння або послідовна форма, за якою послідовно, згори до низу, розміщуються активи і пасиви балансу.

Важливо розрізнити за суттю та змістом основні розділи балансу: оборотні активи, необоротні активи,

короткострокові зобов'язання, довгострокові зобов'язання, власний капітал (акціонерний капітал).

Звіт про прибутки та збитки (звіт про фінансові результати) є обов'язковою формою фінансового звіту підприємства. Основна його мета – надати інформацію користувачам про формування фінансового результату підприємства.

Зміст звіту про прибутки та збитки визначається міжнародним стандартом № 5 "Інформація, яка підлягає розкриттю у фінансових звітах".

Звіт за одноступеневим форматом складається з двох розділів. Перший розділ – це перелік усіх доходів, одержаних підприємством за звітний період. Другий розділ – це перелік усіх витрат підприємства за звітний період. Різниця між загальною сумою доходів та загальною сумою витрат покаже фінансовий результат (прибутки чи збитки).

Звіт за багаступеневим форматом містить інформацію, котра показує послідовний процес формування кінцевого фінансового результату. Крім чистого прибутку, такий звіт містить проміжні показники фінансових результатів: валовий доход, доход від основної діяльності (операційний доход), результат фінансових та надзвичайних операцій, доход до оподаткування, чистий прибуток.

Окремо відображаються у звіті операційні витрати, які ще називаються витратами періоду. До них належать витрати на збут продукції, адміністративні і торгові витрати, витрати на амортизацію основних засобів загальногосподарського призначення.

Різниця між валовим доходом (gross income) і сумою реалізаційних витрат – це операційний доход або прибуток основної діяльності (operational income).

У звіті про прибутки та збитки окремо відображаються доходи від фінансових операцій (одержані відсотки з облігацій, дивіденди з акцій, тощо) та витрати від них, а також результат фінансових операцій, доходи, витрати і результат надзвичайних (позареалізаційних) операцій.

У результаті прибуток до оподаткування та сплати дивідендів (earnings before tax and dividends – EBTD) визначається алгебраїчною сумою проміжних результатів: операційного прибутку та результатів від фінансових та надзвичайних операцій. Чистий доход (net income) підприємства – це різниця між доходом до оподаткування і сплати дивідендів та сумою податку на прибуток (корпоративного податку). В свою чергу, чистий доход поділяється на розподілений прибуток (дивіденди) та нерозподілений прибуток (retained earnings), який залишається в розпорядженні підприємства і спрямовується на реінвестування.

У країнах членах ЄС форма звіту про прибутки та збитки затверджується на національному рівні та є єдиною для всіх підприємств. У таких країнах, як США, Великобританія, Канада та деяких інших, форма звіту довільна щодо переліку доходів, витрат, їхньої деталізації та групування.

В останні роки звіт про рух грошових коштів є обов'язковим у складі фінансової звітності підприємств розвинених зарубіжних країн. Його зміст і методика складання регулюється міжнародним стандартом бухгалтерського обліку № 7 "Звіт про рух грошових коштів".

Головне призначення звіту про рух грошових коштів – надати користувачам інформацію про те, з яких джерел надходили грошові кошти на підприємство, за якими напрямками і на які цілі витрачалися грошові кошти, як змінився залишок грошових коштів за звітний період. При цьому рух грошових коштів відображається у звіті за трьома видами діяльності: поточна (основна) діяльність, інвестиційна діяльність, фінансова діяльність. Це дає можливість оцінити раціональність використання грошових коштів, напрями діяльності підприємства, платоспроможність, скласти прогноз подальшого розвитку.

У зарубіжних країнах звіт про рух грошових коштів (щодо основної діяльності) складається шляхом корегування, тобто шляхом трансформування звіту про прибутки і збитки. Відповідно до міжнародних стандартів облік доходів і витрат ведеться за методом їх нарахування, що знаходить відображення у звіті про фінансові результати. А тому можлива ситуація, коли підприємство має прибутки, але не має реальних грошових коштів.

Крім основних форм фінансової звітності, передбачаються також додатки до звітності. Вони потрібні, щоб надати користувачам детальнішу аналітичну інформацію стосовно окремих статей звітності, а також додаткову інформацію для поглибленого розкриття фінансової і господарської політики підприємства.

Перелік додатків до фінансової (бухгалтерської) звітності, що передбачені Четвертою Директивою для країн ЄС:

- методи оцінки різних статей річних звітів і методи підрахунку вартісних виправлень;
- назва і місце знаходження зареєстрованого офісу підприємства, у яких компанія володіє певним відсотком статутного (акціонерного) капіталу;
- кількість і номінальна (або облікова) вартість акцій, випущених за звітний рік у межах дозволеного статутного капіталу (за видами акцій);

- існування будь-яких сертифікатів участі, конвертованих боргових зобов'язань;

- суми заборгованості, які слід сплатити не раніше, ніж через 5 років;

- загальна сума будь-яких фінансових зобов'язань, не включених у баланс, якщо ця інформація уточнює оцінку фінансового стану;

- чистий товарооборот у розрізі категорій діяльності та географічних ринків;

- середня чисельність осіб, найнятих на роботу за фінансовий рік (за категоріями персоналу) та соціальні витрати;

- вплив оцінки статей на суму прибутків та збитків за фінансовий рік;

- різниця між податками, нарахованими у фінансовому році та у попередні роки;

- сума винагород працівникам адміністративного, управлінського та контрольного персоналу залежно від їхньої відповідальності;

- сума авансів і кредитів, наданих працівникам адміністративного, управлінського та контрольного персоналу.

ЛІТЕРАТУРА

1. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджений наказом Міністерства фінансів України від 30.11.99р № 91.

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3 "Звіт про фінансові результати" Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 31 березня 1999 р. № 87.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 4 "Звіт про рух грошових коштів". Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 31 березня 1999 р. № 87.

4. Фінансова звітність за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку. Практичний посібник – ДООО "Баланс-Клуб", 2000. – 368 с.

5. <http://www.hemscott.com/companies/a-z-search.do?status=FULL&search=S>

6. https://secure.wilink.com/asp/P036_order_complete_ENG.asp?session_ID=58374B916DD4FD1

7. <http://www.hemscott.com/companies/reports.do?companyId=3733>

8. Солко В. Бухгалтерський облік у підприємстві. – К., 1995 – 266 с.

УДК 336.64(477):339.7

МОИСЕЕНКО А.

Науч. руководитель – КОНЧИН В.И., к.э.н.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ УКРАИНСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ОФШОРНЫХ ЗОНАХ

1. Вступление

На сегодняшний день украинским предприятиям необходимо развиваться, выходить на новые рынки, сотрудничать не только со странами ближнего зарубежья, но и дальнего. Для осуществления эффектив-

ной внешнеэкономической деятельности необходимо знать и учитывать все существующие схемы ведения бизнеса. Одной из эффективных схем является создание офшорной компании, которая открывает большие возможности. Для применения такой схемы

необходимо проаналізувати всі перспективи і загрози використання такої компанії.

Оффшорна зона являється рычагом делової активності. В умовах конкуренції компанії не завжди можна вийти на ринок, устояти і розвиватися. Тут на допомогу приходить оффшорна зона, яка пропонує вигідні умови існування і функціонування компанії. Для процесів глобалізації це являється дуже важливою складовою, оскільки оффшорні компанії допомагають узвичаювати між собою регіональні ринки, які раніше не були пов'язані між собою внаслідок різних бар'єрів.

Таким чином, оффшорні схеми допомагають подолати різного роду перешкоди, що сприяють взаємопереплетенню раніше не пов'язаних ринків (по територіальним або якимсь-то іншим ознакам).

2. Теоретичне обґрунтування оффшорного бізнесу

Оффшорна компанія – це юридична особа, бенефіціарні власники і делова активність якої знаходяться за межами країни реєстрації. Оффшорні компанії створюються в країнах, де діє режим пільгового оподаткування і де відсутній валютний контроль. Такі країни в світі нараховують близько п'ятидесяти. Серед них: Кіпр, Бельгія, Панама, Коста-Рика, Британські Віргінські острови, Ліберія, Гібралтар, Острів Мен, Мальта і ін. Створення такої компанії коштує близько 1000 доларів США і приблизно стільки ж – підтримка її юридичної адреси протягом року. Створення такої компанії триває від 1 до декількох днів. Оффшорні компанії мають право відкривати рахунок в більшості країн світу в будь-якому банку і в будь-якій валюті. Во многих оффшорних зонах компанії не зобов'язані надавати бухгалтерські звіти ні податковим, ні державним органам. Всі звітності можуть бути замінені єдиним річним збором від 150 до 1000 доларів США. С юридичної точки зору оффшорна компанія принципово нічим не відрізняється від інших компаній і підприємств. Вона є повноправним суб'єктом господарських відносин і може виконувати операції нарівні з іншими юридичними особами.

Оффшорні компанії і оффшорний бізнес – важлива складова сучасної світової економіки. Оффшорна компанія відкриває її власнику практично неограничені можливості доступу на міжнародні фінансові і інвестиційні ринки. Вона отримує можливість відкрити через свою компанію банківські рахунки в будь-яких банках світу і отримати корпоративні кредитні і банківські картки. В її розпорядженні будуть різноманітні послуги з управління капіталом, формуванню пакету цінних паперів, прямих інвестицій.

Створення і управління оффшорної компанії дозволяє мінімізувати податки, так як во многих оффшорних зонах оподаткування нульове.

Оффшорна компанія гарантує повну конфіденційність. Во многих оффшорних зонах реєстр директорів і акціонерів закритий, і третім особам неможливо отримати інформацію про власників компанії. Також можливо випуск акцій на ім'я власника, що виключає фігурування імені власника компанії. Крім того, дозволено номінальний сервіс, т.е. використання номінальних акціонерів і номінальних директорів компанії, іншими словами осіб, які є власниками і керуючими компанією тільки номінально, надавши комусь-то іншому генеральну довіру на право виконувати будь-які дії від імені компанії. При цьому виникає можливість відкривати банківські рахунки в будь-яких банках і керувати ними на власне розсудження, отримувати кредитні і банківські картки, підписувати будь-які угоди і контракти з будь-якими компаніями по всьому світу, реєструвати дочірні компанії і т.д. Внаслідок дозволеного номінального сервісу, власник такої компанії може абсолютно законно займатися будь-яким бізнесом.

Гнучкість і ліберальність законодавства оффшорних зон дозволяє розвивати нетрадиційні форми ведення бізнесу, в той час як на внутрішніх ринках пропозиція фінансових послуг обмежена або передбачає багато бюрократических процедур. Крім того, на внутрішньому ринку істотно вище ступінь ризику, в той час як на міжнародному ринку завжди можливо знайти послугу, яка дійсно необхідна.

В даний час оффшорний бізнес знаходиться на передовому фланзі світової економіки. Оффшорні схеми відображаються во многих міжнародних угодах, в лізингових, трастових, комісійних і інших договірних-правових формах виконання складних комерційних проєктів. Все більш актуальною стає можливість створення не тільки окремих оффшорних компаній, але і схем, включаючих як оффшорні, так і не оффшорні компанії, їх представництва і філіали в різних країнах.

Сьогодні сформувалася достатньо широка гама оффшорних послуг, що задовольняють різноманітні потреби бізнесу: інвестиційна діяльність, страхування і перестрахування, транспортні операції, лізинг, робота на фондових ринках і біржових площадках, міжнародні і фінансові операції, брокерські операції, валютний дилінг, довіроче управління зарубіжним майном, трансфертні операції, оффшорне програмування в світовій ІТ-індустрії і т.д. (Термін „оффшорне програмування” в світовій ІТ-індустрії використовують для описання послуг

по удаленной разработке программного обеспечения, выполняемого независимой от заказчика компанией с привлекательными ресурсами разработки. Высокое качество образования и технической подготовки ИТ-специалистов, способных решать задачи различных уровней сложности, улучшающийся экономический и бизнес климат, – все это создает хорошие предпосылки для развития оффшорного программирования).

Во всем мире тысячи компаний и организаций ведут свою деятельность с использованием оффшорных компаний. Многие из них имеют своей целью оптимизацию налогообложения. Однако оффшорный бизнес имеет много других преимуществ, основными из которых являются конфиденциальность, эффективная и недорогая банковская система, отсутствие контроля валютного обмена. Таким образом, при обеспокоенности будущим, при занятии международной торговлей или хранении денежных сумм в различных частях света, при интересе уменьшения налога на наследство, оффшорные структуры помогут решить эти проблемы, как и многие другие.

Таким образом, можно сформулировать **основные преимущества оффшоров:**

- признание, поддержка и субсидирование местного правительства местных властей;
- данные владельцев и директоров не подлежат огласке и остаются конфиденциальными;
- доступность банковских услуг и инвестиционного менеджмента мирового уровня;
- легкий доступ к основным рынкам Северной Америки и Европы;
- полная финансовая конфиденциальность;
- защита средств;
- снижение подоходного налога;
- нет налога на наследство;
- защита от инфляции;
- ограничение правовой ответственности;
- снижение расходов по управлению;
- отсутствие контроля обмена валюты;
- нет международных торговых тарифов;
- не надо платить годовой налог;
- нет ограничений объема экспорта/импорта;
- нет дорогостоящей бюрократии.

Оффшор имеет не только преимущества, но и негативные последствия, в частности для страны, из которой деньги вытекают. Во многих развитых странах мира существует более или менее лояльные системы налогообложения и условия ведения бизнеса, но до сих пор ни одному государству не удалось уберечься от оттока средств в оффшоры.

3. Практика работы в оффшорах украинских предприятий

На сегодняшний день в Украине только начинают применяться более сложные схемы налогового пла-

тирования и предложенные модели работы в оффшорных зонах как инструмент легального снижения налогооблагаемой базы предприятий являются законными в Украине.

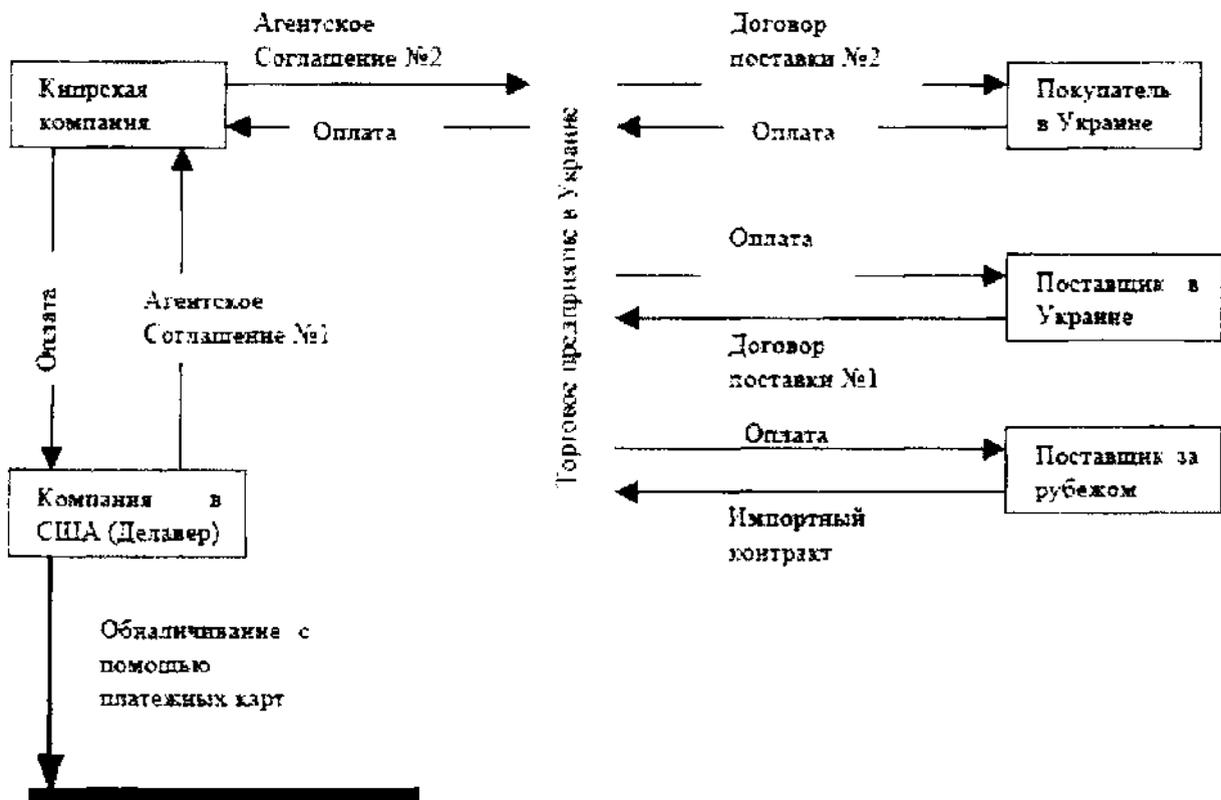
К настоящему времени Украина подписала 55 договоров об избегании двойного налогообложения, также действует 5 договоров, подписанных бывшим СССР, 4 соглашения уже подписаны и готовятся к ратификации, еще 3 соглашения пока не вступили в силу из-за того, что другая сторона еще не закончила процедуру ратификации.

Для украинского бизнеса, в условиях обременительной налоговой системы, несформированности структуры собственности и несовершенной законодательной базы, оффшоры являются чуть ли не единственным способом сохранения средств и участия в капитале других компаний, а также получения денег в нужное время в любой точке мира.

В качестве примера рассмотрим схему использования кипрского оффшорного инструмента в целях оптимизации налогообложения украинского предприятия. Кипр с момента вхождения в ЕС в 2004 году потерял статус оффшорной зоны, но существующая ранее схема может полностью объяснять процессы налогообложения в существующих в мире странах-оффшорах. Предлагаемая схема значительно расширяет возможности использования оффшорных компаний для легального снижения налогов путем перевода части торгово-закупочной и производственно-сбытовой деятельности на комиссионную основу. С помощью договора комиссии между кипрской компанией и украинским предприятием (которые, разумеется, управляются одним и тем же украинским резидентом) осуществляются в сущности те же действия, которые предприниматель собирается совершить или даже уже осуществил, но за небольшие комиссионные вознаграждения, облагаемые налогом.

Суть метода заключается в расщеплении торговых сделок и производственных операций на два независимых договора: один затратного, другой доходного характера. То есть зарубежная компания дает поручение независимому агенту (украинскому торговому предприятию) осуществить за небольшое вознаграждение от своего имени, но за счет комитента определенные юридические и фактические действия.

В связи с принятием в декабре 2002 года Закона Украины "О предотвращении и противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем", а также Постановления КМУ "Об утверждении плана мероприятий на 2007 год по предотвращению и противодействию легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма" правоохранительные органы, в т.ч. Государственная налоговая администрация Украины, получили существенный нормативный рычаг влияния на ситуацию в сфере борьбы с "теневой" экономикой. Необходимыми условиями



ефективного протидодействія "тєнєвої" економікє являєтьсє рєшєннє тєх вєпрєсєв:

1. Отток из страны капиталов, в том числе частных накоплений.
2. Проникновение иностранного капитала сомнительного происхождения в украинскую экономику.
3. Операции по перестрахованию страховых рисков фирмами-нерезидентами.
4. Вопрос повышения эффективности сотрудничества органов, которые осуществляют деятельность в сфере борьбы с легализацией доходов, полученных преступным путем.

Участие украинских предприятий в офшорных зонах не запрещено законом, но, во избежание оттока украинского капитала и уклонения от налогообложения прибыли в Украине, государство применяет анти-офшорные меры.

Антиофшорные меры путем налоговых ограничений направлены на то, чтобы резиденту Украины экономически было невыгодно импортировать товары и услуги, при условии, что продавцом таких товаров и услуг выступает офшорная компания. В данном случае резидент Украины сможет отнести на затраты только 85 процентов от суммы уплаченной в адрес нерезидента – офшорной компании. Определение статуса нерезидента (офшор или нет) осуществляется на основании действующего на момент осуществления такой оплаты распоряжения КМУ „О перечне офшорных зон”. Регулирование осуществляется в соответствии с п. 18.3 ст. 18 Закона Украины „О налогообложении прибыли предприятий”

и Распоряжением КМУ „О перечне офшорных зон” №77-р от 24 февраля 2003 года в редакции от 01.02.2006 г.

Антиофшорные меры путем валютных ограничений, контроля, а также сбора и анализа информации касающейся взаимоотношений „резидент Украины - офшорная компания” направлены на обеспечение борьбы с отмыванием грязных денег с учетом рекомендаций FATF¹. Суть ограничений сводится к контролю (финансовому мониторингу) за всеми сделками между резидентами Украины и нерезидентами, расположенными в офшорных зонах. В случае выявления фактов перечисления на счет компании зарегистрированной в офшорной зоне денежных

¹ FATF (англ. Financial Action Task Force on Money Laundering) – Международная группа по борьбе с финансовыми злоупотреблениями – межправительственная организация, созданная в соответствии с решением саммита „большой семёрки” (США, Япония, Германия, Великобритания, Франция, Италия, Канада) в Париже в июле 1989 года. Сейчас в неё входят 31 государство и две международные организации – Совет сотрудничества арабских государств Персидского залива и Еврокомиссия.

В 2004 году Международная группа по борьбе с финансовыми злоупотреблениями (FATF) исключила Украину из своего „черного” списка. Об этом сообщил на пресс-конференции президент Украины Леонид Кучма. Таким образом, FATF признала, что Украина ведет борьбу с отмыванием денег и другими незаконными финансовыми операциями на своей территории. Напомним, что Украина попала в список стран, не сотрудничающих в борьбе с отмыванием денег, в так называемый „черный” список, в 2001 году. С декабря 2002 года по февраль 2003 года в отношении компаний страны действовал усиленный контроль за финансовыми операциями, пока в Украине не был принят Закон по борьбе с отмыванием денег.

средств (не зависимо от суммы), информация о такой сделке попадает под особый контроль и является подозрительной. Информация может быть передана банком в контролирующие органы. Основными нормативными актами в данной сфере являются: Разъяснения Национального банка Украины по вопросам выполнения отдельных требований Закона Украины № 18-112/1467 от 19.07.2001 года; Заявление КМ Украины „Относительно борьбы с легализацией (отмыванием) средств полученных преступным путем” от 28.08.2001 г.; Закон Украины „О предотвращении и противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем” от 28.11.2002 г.

Антиофшорные меры путем ограничений в сфере приватизации. Согласно действующего украинского законодательства, компании, зарегистрированные в офшорных зонах не имеют права принимать участие в приватизации украинских предприятий, имеющих стратегическое значение.

4. Выводы

В последнее время собственники украинских предприятий стали переходить на более легальные схемы работы с использованием офшорных компаний, которые практикуются во всем мире. Этому способствовали больше внешние факторы, нежели внутренние.

Контроль НБУ за сомнительными операциями не очень эффективен, так как ограничивается внешними экономическими отношениями с первой в цепочке компанией, не отслеживая дальнейшие операции. А вот нежелание европейских банков связываться с транзакциями денежных средств украинского происхождения может привести к прекращению денежных потоков через офшорные схемы и в этой связи к существенным потерям капитала.

Если раньше собственниками украинских предприятий напрямую выступали офшорные компании, зарегистрированные на Кипре, Британских Виргинских островах, то теперь к такой схеме прибегают значительно реже. Между украинскими предприятиями и украинской компанией появилась посредническая компания, зарегистрированная в стране, с которой у Украины подписан договор об устранении двойно-

го налогообложения. В основном это страны Европы с более либеральным налоговым режимом, такие как Дания, Венгрия, Кипр, Нидерланды, Швейцария и др.

В настоящее время уже нередко встречается ситуация, когда украинские предприниматели располагают двумя и более компаниями офшорного типа. Количество зарубежных компаний и объем активов постоянно увеличивается. В этих условиях перед их владельцами встают принципиально новые вопросы: как организовать взаимодействие с зарубежными компаниями, как эффективно управлять их ресурсами.

Украинский бизнес начинает переходить на общепринятые в мировой практике схемы налогового планирования. С одной стороны это позитивная тенденция, которая позволит украинскому капиталу выйти на глобальный уровень принятия инвестиционных решений. С другой - без кардинальных изменений налоговой и фискальной системы в Украине её экономика останется без притока новых средств, а схемы будут выстроены так, что на оттоки капитала невозможно будет повлиять, разве что запретить внешнеэкономическую деятельность.

ЛИТЕРАТУРА

1. www.business.rui.ru (Преимущества офшорного бизнеса по материалам сайта Eoffshore).
2. Бяуря Д., Чекалов С. Чьи офшоры // Украинская инвестиционная газета - 2002.
3. Арестархов О., Арсеньев М. БАГАМА-МАМА// БИЗ-НЕС. - 2001. - №52 (467)
4. Бураковский В.В. та ін. Податки: Учебний посібник - Дніпропетровськ. Пороги, 1999
5. www.wikipedia.com
6. www.ng.akccc.net:8080/globis/type.html [29.12.2002].
7. Горбунов А.Р. Налоговое планирование и создание компаний за рубежом. - М.: Издательская фирма "Анкил", 1999.
8. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Внешнеэкономические связи. Учеб. пособие для вузов. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 312 с.
9. www.bcs-offshore.com (Офшорные компании в современном бизнесе по материалам сайта BCS Europe)
10. Журнал „НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ” №1 (34) январь 2007).
11. www.ua-offshore.com
12. <http://www.taxconsulting-uk.com/ua/>
13. Offshore Financial Centers IMF Background Paper Prepared by the Monetary and Exchange Affairs Department June 23, 2000.

УДК 336.741

НАУМЕЦЬ Н.

Наук.керівник ВАЛІНКЕВИЧ Н.В - к.е.н.

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ГРОШЕЙ ТА ЇХ ФУНКЦІЙ

Функціонування ринкової економіки неможливе без руху грошей. За допомогою грошей встановлюються економічні зв'язки між всіма суб'єктами економіки, відбувається розподіл ресурсів, здійснюється

обмін товарів та послуг. Будь-яка ринкова інформація сприймається тільки тоді, коли вона надається у грошовій формі: обсяги виробництва, ціни, інфляція, фінанси, бюджет, кредит, витрати виробництва, при-

буток та інші. Саме тому існує вислів, що ринкова економіка „розмовляє мовою грошей”. Сутність грошей, їх роль в економіці проявляється в їх функціях. Гроші слугують не тільки засобом взаємодії товаровиробників, а й визначають ефективність функціонування господарського механізму суспільства. Слугуючи засобом обміну і нагромадження, вони забезпечують перенесення вартості у часі і просторі. Поряд з іншими споживними якостями гроші є загальною споживною вартістю і загальним засобом обміну. Нині грошима називають усе, що є носієм купівельної спроможності і приймається як плата за товари і послуги. Ось чому до грошей відносять банкноти, монети, банківські активи, боргові зобов'язання, а також товарні гроші, тобто споживчі товари, що можуть використовуватися як засіб обміну. При цьому до характерних ознак грошей належать: стабільність, портативність, зносостійкість однорідність, подільність, пізнаваність. На нашу думку, гроші – це особливий товар, суспільна корисність якого полягає у здатності бути загальним еквівалентом і формою власності товарів, виражати затрати суспільно-необхідної праці, що втілена у товарі, опосередковувати рух і обмін товарів, об'єднувати приватну працю товаровиробників у систему суспільної праці, забезпечувати еквівалентність обміну між товаровиробниками. Існують дві основні форми грошей: готівкові і безготівкові. Готівкові гроші – паперові гроші і розмінна монета, що фізично переходять від покупця до продавця при розрахунку за товар чи при здійсненні інших платежів. Вони випускаються центральними (державними) банками за дорученням держави. Саме центральним банкам дано виключне право випуску банкнот (емісія грошей). Емісія грошей – випуск у обіг грошових знаків, Тривалий досвід використання грошей навчив людей істині: платіжних засобів у країні повинно бути рівно стільки, скільки потрібно для нормального руху торгівлі і виробництва, – не більше, не менше. Від чого ж може залежати необхідна країні кількість грошей? Насамперед, від кількості товарів, що продаються на ринках цієї країни та їх цін. Якщо пропозиція товарів і ціни продажу вже сформувалися, то очевидно, що для технічного забезпечення торгівлі потрібна відповідна кількість грошових знаків. Іншими словами, грошей у країні повинно бути стільки, щоб угоди за сформованими цінами могли здійснюватися безперебійно.

Досягнення цієї мети залежить ще від одного фактору – швидкості обігу грошей. Швидкість обігу грошей – кількість угод, які кожна грошова одиниця обслуговувала протягом року. Наприклад, припустимо, що в якійсь країні за рік було продано товарів і послуг на 10 млн грошових одиниць, а в обігу знаходилося 2 млн грошових одиниць. Протягом року одна грошова одиниця обернулася п'ять разів (10/2). По динаміці швидкості обертання грошей можна зробити висновок про стан всієї економіки країни. Якщо вона розвивається стабільно, то

швидкість обігу грошей буде відносно постійною (можливі лише незначні коливання). Існує усталена думка, що суспільне призначення грошей – бути засобом обігу і носієм капіталу. Гроші як засіб обігу переважно використовуються для реалізації наявної споживної вартості, в тому числі в процесі їх витрачання на купівлю товарів і послуг для особистого споживання. Як посередник гроші прискорюють рух товарів для споживачів на еквівалентній основі. Гроші як носій капіталу перетворюється у засіб нагромадження вартості та її продуктивного використання у виробництві з метою самозростання у формі позичкового капіталу. Рух грошей для забезпечення зростання вартості реалізується у формулі: Г-Т-Г. Самозростання в процесі замкненого руху стає можливим, якщо гроші використовуються як промисловий чи торговий чек, капітал, кругооборот зростання яких спирається на формулу: де різниця (Р-Г) величину інтенсивності приросту. Використання грошей як капіталу суттєво збільшує роль грошей в економічному житті суспільства. Водночас воно не обмежує їх використання як грошей у функціях міри вартості і засобу обігу. Отже, відмінності між грошима як, власне, гроші і грошима як капітал досить умовні. Вони стосуються переважно призначення грошей у процесі використання економічними суб'єктами. На нашу думку, в даний час гроші „декларуються” урядом, тому їх цінність значною мірою визначається довірою до уряду, який тримає під своїм контролем обсяги грошової маси в обігу держави. На цій підставі сучасну кредитно-паперову грошову систему називають фідучальною (від лат. Fides – угода), яка ґрунтується на довірі.

Сталість сучасних грошей спирається не на золотий запас, а визначається їхньою обмеженою кількістю в обігу. Якщо паперові гроші не володітимуть властивістю рідкості, то їх цінність зменшиться.

Отже, сучасна економічна теорія сутність грошей визначає їх функціями, а вартість тим, як добре гроші виконують свої функції та наскільки обмежена їх кількість в обігу.

Гроші, обслуговуючи рух вартості в процесі суспільного відтворення, здатні набувати різноманітних форм і виконувати чисельні види роботи. Ось чому впроваджуються дискусії щодо тлумачення окремих видів функцій та їх кількості. Приміром, ряд відомих економістів схилиються до думки, що гроші виконують лише 3 функції: засобу обігу, засобу збереження вартості і як одиниці рахунку. Представники класичної економічної теорії визнавали наявність п'яти функцій грошей: міри вартості, засобу обігу, засобу платежу, засобу нагромадження вартості і світових грошей. Ця концепція була наївною в економічній теорії. Вона дозволяє розглядати гроші як історичну категорію, яка не може бути статичною. Особливості розвитку суспільного виробництва й ринкових відносин формують певну сукупність функцій грошей та їх взаємодію, визначають, які функції змінюються і відмирають, а які з'являються. На підставі цього перевагу слід надавати концепції п'яти грошових функцій.

Функції грошей

Як засіб обміну вони використовуються для купівлі товарів і послуг. У функції нагромадження гроші використовуються як актив, що після продажу товарів зберігає купівельну силу на майбутнє. Як засіб платежу гроші функціонують у системі боргових платежів у формі кредитних грошей – векселів, банкнот; і реальних грошей – золота, монет, паперових грошей. Як світові, гроші використовуються у міжнародних розрахунках. Першою і найважливішою є функція міри вартості. Вона означає здатність грошей вимірювати вартість усіх товарів і виступати посередником у визначенні ціни, забезпечувати еквівалентність обміну, робить товари співмірними. Але товари стають співмірними між собою за допомогою грошей тому, що як повноцінні гроші мають однакову основу – абстрактну суспільно-необхідну працю. Тому грошовий вираз вартості товару – ціна – є лише ідеальною формою вартості. Ціну може мати лише той товар, який знаходиться у відносній вартості. А самі гроші ціни не мають, їх вартість визначається купівельною силою, що знаходить свій вираз у абсолютній кількості товарів, які можна придбати за дану грошову одиницю. Необхідність існування такої функції грошей, як засіб обміну, зумовлена суспільним поділом праці. Окремі виробники створюють певні товари та послуги, але мають потреби в інших. Якщо з будь-якої причини обмін між двома товаровиробниками не зможе відбутися, то для суспільства втрачається вигода від спеціалізації. Це пояснюється тим, що споживачі повинні мати безліч різних продуктів, а за відсутності торгівлі вони намагатимуться спрямувати свою працю і матеріальні ресурси у різноманітні види виробництва. Таке самозабезпечення призведе до втрати переваг спеціалізації. Можна було б обмінювати продукт на продукт, тобто використовувати бартер. При бартері гроші непотрібні, але сам бартер породжує значні незручності: інтереси та потреби виробників можуть не збігатися, пропозиції обміну визначатимуться навмання і не гарантуватимуть еквівалентності (рівності). Коли гроші виступають у ролі посередника при обміні, то вони дозволяють виключити бартер, тобто прямий товарообмін, який гальмує економічний розвиток. Однак, навіть в сучасних умовах в країнах з високим

рівнем інфляції або в період війн бартер використовується як інструмент безгрошового обміну. В Україні розвиток бартерних операцій пов'язується також із порушенням сталих економічних зв'язків між суб'єктами ринкових відносин. Перехід на бартерні засади багатьох підприємств України у 90-х роках був результатом передусім того, що гроші на той час перестали повноцінно виконувати функцію засобу обміну.

Зберігати багатство можна не тільки в грошовій формі – можна, наприклад, у формі нерухомого майна або у формі цінних паперів (акцій, облігацій тощо). Володіння грошми має ту перевагу, що гроші можуть бути негайно використані підприємством або домогосподарством для покриття будь-якого фінансового зобов'язання. Власники інших форм нагромадження багатства не можуть безпосередньо скористатись ними для покриття боргів, здійснення поточних розрахунків. Крім грошей, загальною споживною вартістю володіє також золото. Воно в обігу спочатку функціонувало як зливки і тільки з плином часу й розвитку обміну набуло монетної форми. Але золоті монети в обігу швидко фізично зношувались і втрачали свою вартість. З метою отримання доходу їх часто підробляли, що створило невідповідність між номінальною і реальною вартістю золотих монет й перетворило їх у знаки вартості. Отже, важливе значення мають гроші в умовах перехідної економіки. Саме тому в Україні на сучасному етапі її розвитку так багато уваги приділяється грошам, грошовому обігу й усім тим процесам, що так чи інакше пов'язані з грошовим середовищем. Така увага є не випадковою, бо, як показує досвід ряду країн, які успішно долають, або вже подолали перехідний період у своєму розвитку, саме монетаризм є досить гнучкою й ефективною системою забезпечення позитивного і прискореного розвитку ринкових перетворень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Саух І.В., Уразов А.У., Маслак П.В. Основи економічної теорії: Навчальний посібник для студентів неекономічних спеціальностей вищих навчальних закладів III–IV рівнів акредитації. – Житомир, 2004. – 314 с.
2. Щетинів А.І. Гроші та кредит: Підручник. Вид 2-ге, перероб. та доп. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006 – 432 с.

УДК 336.71

СОКОЛОВА О.Б., викладач

ВПЛИВ ІНОЗЕМНОГО КАПІТАЛУ НА СТІЙКІСТЬ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Постановка проблеми. Забезпечення стійкості банківської системи є необхідною передумовою стабільного функціонування економіки будь-якої держави. Протягом років незалежності комерційні банки та наглядові органи

напрацювали достатній досвід подолання кризових ситуацій. Однак, інтеграція України до Європейського співтовариства і пов'язаний з цим приплив іноземних інвестицій в банківську систему України, створюють якісно нові

умови діяльності не тільки для фінансово-кредитних установ, але і для НБУ та користувачів банківських послуг.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Дослідженням впливу іноземних банків на національну банківську систему займаються В.Геєць, А.Кузнецова, О.Другов, В.Рисін, В.Федоренко, Н.Шелудько та інші. Проте у працях названих науковців недостатньо, на нашу думку, висвітлено питання впливу концентрації іноземного капіталу у банківській системі України на її стабільність та стійкість окремих комерційних банків.

Мета статті є розробка пропозицій щодо забезпечення фінансової стійкості банківської системи Украї-

обсягів іноземних інвестицій до банківської системи України. За приблизними підрахунками за останні два роки іноземні інвестори вклали у банківський сектор близько п'яти млрд. грн [3, 57]. Це призвело до суттєвого збільшення кількості контрольованих іноземними інвесторами комерційних банків. В таблиці 1 наведено динаміку кількості комерційних банків в Україні.

Згідно з даними, наведеними в таблиці 1, за останні п'ять років кількість банків, що діють в Україні зросло з 157 установ у 2002 р. до 170 за станом на 1.01.2007 р. [4, 70]. За цей же час кількість комерційних банків з іноземним капіталом зросла в 1,5 рази. На

Таблиця 1

Динаміка кількості комерційних банків у 2002–2006 роках¹

Показники	Роки	2002	2003	2004	2005	2006
Кількість діючих банків		157	157	160	165	170
Кількість банків, контрольованих іноземними інвесторами		20	19	19	23	35
в т.ч. зі стовідсотковим іноземним капіталом		7	7	7	9	13
Питома вага банків з іноземним капіталом, %		12,74	12,10	11,88	13,94	20,59
в т.ч. зі стовідсотковим іноземним капіталом, %		4,46	4,46	4,38	5,45	7,65

ни та окремих комерційних банків в умовах зростання ролі фінансово-кредитних установ з іноземним капіталом в економіці держави.

Виклад основного матеріалу. Кілька років тому більшість науковців вважали, що активний приплив іноземного капіталу до банківської системи матиме позитивні наслідки як для економіки, так і для безпосередніх користувачів банківських послуг. Зокрема, Н. Шелудько зазначала, що „розширення діяльності цієї групи банків сприятиме появі нових банківських продуктів і технологій, стимулюватиме розвиток конкуренції у вітчизняному банківському секторі” [1, 128]. Серед інших переваг науковці називали прискорений розвиток банківського сектору, диверсифікацію банківських активів, високу якість обслуговування клієнтів [2, 411]. Тому з метою залучення інвестицій до національної економіки було знято обмеження на участь іноземного капіталу у банківській системі України. Низька концентрація банківського капіталу, легкість входження на ринок та відсутність обмежень щодо проведення діяльності зумовили стрімке зростання

початок 2007 р. 20,59% від загальної кількості або 35 банків становили банки з іноземними інвестиціями, в тому числі 7,65% або 13 банків знаходилось під повним контролем іноземних інвесторів. Для порівняння, за інформацією Центрального банку Російської федерації питома вага кредитних організацій, з іноземною участю у статутному капіталі складас тільки 11,38% [5].

Привертає увагу той факт, що найбільше зростання кількості банків з іноземним капіталом відбулося саме протягом 2005–2006 р., коли питома вага банків за участю іноземного капіталу зросла з 11,88% до 20,59%. У таблиці 2 представлено динаміку статутного капіталу банків.

Виходячи з даних наведених у таблиці 2, протягом останніх років відбулося суттєве зростання статутного капіталу банків. Однак, темпи зростання статутного капіталу банків з іноземним капіталом протягом останніх двох років набагато перевищують темп зростання статутного капіталу банків, контрольованих українським капіталом. Як наслідок, частка іноземного

Таблиця 2

Динаміка статутного капіталу банків у 2002–2006 роках²

Показники	Роки	2002	2003	2004	2005	2006
Статутний капітал діючих банків, млн. грн.		6003	8116	11605	16111	26372
в тому числі контрольованих українським капіталом		4957	6964	9975	12509	16349
за участю іноземного капіталу		1046	1152	1630	3602	10023
в т.ч. зі стовідсотковим іноземним капіталом		365	414	689	1056	2045
Частка іноземного капіталу в статутному капіталі банків, %		13,70	11,30	9,60	19,50	27,60
в т.ч. банків зі стовідсотковим іноземним капіталом, %		6,08	5,10	5,94	6,55	7,75

капіталу у статутному капіталі банків зросла з 2004 р. майже втричі і станом на 1.01.2007 року становила 27,6%.

Стрімкий прихід іноземних банківських установ зумовлює появу нових ризиків, що загрожують функціонуванню банківської системи України. Провідні вчені, зокрема В. Гєсць, серед таких називають: втрату суверенітету у сфері грошово-кредитної політики, можливе посилення нестабільності, стрімкі коливання ліквідності банків, імовірний відплив фінансових ресурсів [6, 24]. Присутність іноземних банків створює жорстку конкуренцію і може викликати банкрутство більш слабких місцевих банків внаслідок втрати останніми клієнтів із високим кредитним рейтингом. Якщо ж притік іноземних капіталів буде регульованим та поступовим, українські банки зможуть збільшити рівень капіталізації, підвищити якість обслуговування клієнтів і, врешті-решт, збільшити конкурентоспроможність. Це дозволить забезпечити стабільність банківської системи та позитивно вплине на фінансову стійкість комерційних банків.

Запровадження обмежень щодо присутності іноземного капіталу у банківській системі має супроводжуватись підвищенням вимог до капіталізації банків. З метою недопущення банкрутства фінансово-кредитних установ з порівняно невеликими обсягами капіталу, які не зможуть нарощувати капітал достатньо швидкими темпами, необхідно створити передумови для їх реструктуризації шляхом укрупнення.

Висновки. Процеси глобалізації зумовлюють необхідність підтримання конкурентоспроможності ук-

раїнських комерційних банків. З метою мінімізації ризиків, пов'язаних зі стрімким проникненням іноземних банків у банківську систему України, забезпечення її стабільності та стійкості окремих фінансово-кредитних установ, на нашу думку, необхідно здійснити наступні заходи:

- встановити жорсткі вимоги щодо доступу іноземних банків у банківську систему;
- встановити ліміт частки іноземного капіталу в загальному статутному капіталі;
- законодавчо врегулювати діяльність банків з іноземними інвестиціями;
- забезпечити ефективний нагляд за діяльністю установ банків;
- створити передумови для пришвидшення консолідації українських банків.

ЛІТЕРАТУРА

1. Шелудько Н. Роль банківської системи у стимулюванні економічного зростання // Фінанси України. – 2002. – № 3. – С. 120–128.
2. Жуковская Г., Олейнюк Р. Иностраный капитал в банковских системах Польши и Украины (сравнительный анализ) // Журнал европейской экономики. – 2003. – №3(том 2). – С. 396–418
3. Грицьков Д. Вторжение // Бизнес. – 2007. – №1–2. – С. 57–63
4. Основні показники банків України на 1 лютого 2007 року // Вісник НБУ. – 2007. – №3. – С. 70.
5. <http://ebr.ru/>
6. Кузнецова А., Другов О., Рісін В. Оцінка впливу іноземного капіталу на функціонування банківської системи // Вісник НБУ. – 2007. – №1. – С. 24–27.

УДК336.763

ТУРЧАК А.

Наук. керівник РОЛІНСЬКИЙ О.В. – к.е.н.

АКТУАЛЬНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

Цінними паперами прийнято вважати фінансові документи, які продаються і купуються, а також дають право їх власнику одержувати в майбутньому грошову винагороду. До цінних паперів належать акції, облігації, депозитні сертифікати, казначейські зобов'язання, чеки, векселі та інші аналогічні фінансові інструменти. На відміну від нерухомого майна – земельних ділянок, будівель, залізниць та інших споруд – цінні папери є рухомим, ліквідним товаром особливого роду, який купується та продається на міжнародному ринку цінних паперів.

Загальноприйнятого визначення міжнародного ринку цінних паперів немає. На цьому ринку відбувається торгівля цінними паперами між нерезидента-

ми та торгівля фондовими цінностями, вираженими не в національних валютах.

Значення міжнародного ринку цінних паперів важко переоцінити: експорт капіталу з країни „Старого світу” таких як Великобританія, Франція, Німеччина став однією з головних причин економічного розвитку США, Канади, Австралії, Індії, Китаю та інших країн.

Вивіз капіталу здійснювався в двох формах: експорт позичкового капіталу та прямих інвестицій. Основним каналом експорту позичкового капіталу була емісія облігацій зарубіжних емігентів, які потребували фінансових ресурсів. Облігації іноземних урядів розглядалися інвесторами як найбільш привабливі, надійні, а тому і найбільш придатні для міжнародного обігу.

Метою нашого дослідження є вивчення поєднувальних процесів суспільного відтворення, оскільки розвиток національних економік вимагає все більше і більше капіталовкладень, які навіть великі комерційні банки не в змозі забезпечити.

Міжнародний ринок цінних паперів є фактором, який полегшує різним господарським суб'єктам доступ до міжнародного ринку вільних капіталів і прискорює світовий процес економічного зростання. В сьогоденних умовах його актуальність проявляється в тому, що він є основним інститутом, який регулює міжнародні інвестування.

Міжнародний ринок цінних паперів має великий вплив на національні ринки, ступінь якого залежить від обсягу та розвиненості кожного з цих ринків. Структура ринку цінних паперів складається з трьох основних елементів: акцій, облігацій приватного сектору і державних облігацій.

До другої половини XIX ст. державні облігації були переважаючим різновидом цінних паперів на фінансових ринках країн. Пізніше, з розвитком акціонерного капіталу на міжнародному ринку цінних паперів з'явилися акції та облігації національних компаній, що зацікавили іноземних інвесторів. Це були насамперед цінні папери транснаціональних корпорацій, виробнича діяльність яких за межами країни їх базування спонукала фірми до власних цінних паперів на іноземній біржі. Найбільшу активність у цьому проявили американські компанії, саме завдяки їх діяльності на міжнародному ринку з'явилися цінні папери „першого порядку” (акції та облігації фірм виробників) так і похідні від них – цінні папери „другого порядку”, імітовані інвестиційними компаніями, які в свою чергу купували та розміщували папери промислових фірм. Також в обігу на міжнародному фінансовому ринку почали використовуватися фінансові деривативи – опціони, процентні ф'ючерси та інші. Із виникненням євровалют, з якими почали оперувати міжнародні банки, на міжнародному фінансовому ринку з'явилися євроакції та єврооблігації – цінні

папери, що виникли як надбудова над національними фондовими цінностями.

Переважна маса єврооблігацій, що складають портфелі швейцарських і люксембурзьких банків, яким належить від 40 до 60 % всіх єврооблігацій, були придбані протягом останнього десятиріччя XX ст., коли в європейському ринковому просторі почали знаходити свою нішу постсоціалістичні країни та країни пострадянського простору. Необхідним чинником ринку єврооблігацій стали інституційні інвестори.

Наразі у більшості країн на позабіржовому ринку обертається основна маса цінних паперів, а на біржовому – відносно мала її частина, все ж саме біржовий ринок, де зосереджені найважливіші цінні папери, визначає кон'юктуру та процес розвитку міжнародного ринку цінних паперів.

Посидання міжнародних фондових бірж у сучасних умовах – найбільш усталений і динамічний сегмент інфраструктури сучасної глобальної економіки. Концентрацію світових біржових центрів у країнах з розвинутою ринковою економікою, з одного боку, високим рівнем розвитку національних фондових ринків цих країн, з іншого – їх глибиною і різноманітною міжнародною взаємодією.

На даний момент в Україні почала формуватися система біржової фондової торгівлі, впроваджуються та реалізуються сучасні біржові технології інвестування. На початок 2006 року було зареєстровано 19 фондів бірж та філій, а обсяг укладених угод на них (на 2005 рік) становив 1937,3 млн грн. Дією механізму державного регулювання поглиблюється розвиток національного фондового ринку, посилюються інтегративні зв'язки з світовими біржовими структурами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бориньєв С. Я. Міжнародні фінанси. Підручник. – К.: Знання – Прес, 2002. – С. 50–60.
 2. Бойцун Н. Є., Стукало Н. В. Міжнародні фінанси: Навчальний посібник. – 2-ге видання. – К.: ВД „Професіонал”, 2005. – С. 29–59.
- Смоленська О. Ю. Фінансовий ринок: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 267 – С. 303.

УДК 338.12:339.13

ШКЛЯРУК Н.

Научн. руководитель КОНЧИН В.И.-к.э.н.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОНЪЮКТУРЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ

Рассматривая рыночную экономику можно определить, что финансовая система является “нервным центром экономического механизма”. Влияя на финансовый рынок, можно управлять экономической активностью общества.

Возникновение финансового рынка лежит в разрыве между моментом покупки и оплаты актива.

Именно этот разрыв определяется в виде того или другого обязательства. Через высокую ликвидность финансовые обязательства сами становятся товаром, а место, где они покупаются и продаются, принято называть *финансовым рынком*. А именно выполнение условий финансового обязательства и определяет стабильность финансовой системы.

Система финансовых рынков стала функционировать на глобальном уровне, что привело к возникновению системы международных финансовых рынков, которая стала цепочкой соединения финансовых центров разных стран. Например, Нью-Йорк был связан с такими финансовыми центрами как Лондон (центр евровалют), Токио (рынок облигаций в иене).

Укрепление связей между международными финансовыми центрами привело к финансовой революции, которая имела 3 основных последствия:

1. глобальное присутствие международных финансовых институтов (Международной финансовой корпорации, МВФ и других);

2. финансовая глобализация;

3. быстрое развитие финансовых инноваций, в т.ч. на основе Интернет-технологий.

Финансовая глобализация несёт выгоды и заемщикам и кредиторам. Это позволит подобраться к более дешевым кредитным ресурсам, чем на национальных рынках, возможность получения ресурсов на длительный срок.

Глобальное присутствие международных финансовых институтов и финансовая глобализация связана с устранением барьеров между внутренними и международными финансовыми рынками и развитием многочисленных связей между этими секторами финансовой системы. В связи с процессом финансовой глобализации, национальные финансовые институты основывают свои филиалы в ведущих финансовых центрах для заимствования, кредитования, инвестирования и оказания других финансовых услуг.

В последние десятилетия в мире наблюдается взрыв по *капитализации фондовых рынков*. В настоящее время насчитывается 23 мировых фондовых рынка в странах Северной Америки, Европы, Тихоокеанского региона. Основные тенденции развития фондового рынка рассматриваются как те, которые существовали до мирового финансового кризиса 1997-1998 годов, и те, которые существовали после этого кризиса по настоящее время.

От тенденций *изменения курсов основных валют на международном финансовом рынке* зависят конъюнктурные условия для внешней торговли стран. При этом некоторые тенденции являются благоприятными, а другие носят негативный характер.

В настоящее время тенденция роста курса евро/доллар, начавшаяся в 2001 г., завершается. В частности, немецкие валютные эксперты, опрошенные Dow Jones Newswires в конце прошлого года, ожидают, что курс евро/доллар в конце 2007 г. будет находиться на уровне начала. Усредненный прогноз 39 экспертов соответствует уровню 1,32 USD/EUR к концу 1 квартала, 1,33 USD/EUR – к середине года и 1,3 USD/EUR – к концу года. В то же время прогнозы отдельных экспертов значительно отличаются от вышеприведенных. Более вероятным кажется все-таки понижение курса евро/доллар (ревалюация евро к доллару) к концу года.

Основные мировые тенденции в развитии мировых финансовых рынков такие:

1. Фондовый рынок становится основным структурообразующим элементом финансового рынка. Банковский сектор уступил свое первенство в качестве механизма перераспределения финансовых потоков фондовому рынку;

2. Меняется структура финансовых инструментов рынка и роль основных сегментов финансового рынка. Все активнее растет в абсолютном и относительном выражении сектор корпоративных ценных бумаг;

3. Нарастают масштабы глобального технологического перевооружения финансовых рынков на основе Интернет-технологий. Интернет-технологии не только стирают национальные границы между финансовыми рынками, но и способствуют установлению непосредственных связей между инвесторами и эмитентами вне зависимости от их национальной принадлежности;

4. Идет глобализация фондового рынка в результате слияний ведущих мировых фондовых бирж;

5. Возросла взаимосвязь между финансовым и реальными секторами экономики;

6. Меняется психология участников рынка.

Все более широкий круг частных лиц видит в операциях на финансовом рынке возможность выгодного и достаточно надежного размещения сбережений.

Тенденции развития мировой биржевой системы можно охарактеризовать следующим образом:

1. *Интернационализация деятельности фондовых бирж*. Растущие технологические возможности, либерализация валютного регулирования, необходимость конкурировать вынуждают фондовые биржи выходить за национальные рамки и предлагать услуги на внешнем рынке.

2. *Универсализация деятельности бирж*. С целью обеспечения повышения конкурентоспособности на рынке финансовых услуг, фондовые биржи идут по пути предоставления своим клиентам максимально широкого спектра услуг. Происходит совмещение организации торговли финансовыми инструментами с клиринговой деятельностью.

3. *Тенденции нарастания процесса слияний и поглощений, создания рамочных условий для общего доступа к финансовым ресурсам, унификации правил торговли финансовыми инструментами, обмена информацией в сфере традиционной биржевой торговли*. Эта тенденция связана с развитием использования передовых информационных технологий (например, нейросетей).

Влияние финансовой глобализации на формирование финансовой среды и финансовой архитектуры в Европе сказывается довольно отчетливо. Европарламент принял решение о значительном упрощении платежей и банковских расчетов на пространстве ЕС. Согласно принятой директиве, которая имеет силу "европейского закона", расчеты при помощи кредит-

ной карти і банківські трансакції для громадян і юридических осіб всіх 27 країн ЄС як в євро, так і інших валютах уніфікуються. Що стосується євро, то справа йде про створення Єдиного платіжного простору в євро в межах ЄС до 2010 року. До нинішнього часу деякі кредитні карти в євро діяли тільки в межах національних кордонів. Як випливає з сучасної директиви, в майбутньому достатньо буде відкрити банківський рахунок в будь-якій з країн ЄС, щоб проводити фінансові операції і банківські операції в будь-якій європейській країні з таким же рівнем захисту і юридическої безпеки, які діють зараз в національних кордонах. Другим новинкою стане визнання за великими супермаркетами або операторами мобільного зв'язу прав "платіжних установ". За таксі, наприклад, можна буде розплатитися по мобільному телефону, а плату за газ внести в супермаркеті.

Європейський ринок динамічно розвивається, що пов'язано з створенням Єдиного ринку і введення спільної валюти євро для країн-учасниць ЄС, однак необхідно враховувати, що в нинішній час йде жорстка боротьба за економічне лідерство між трьома світовими економічними центрами США, ЄС і Японією. Тому в нинішній час в зв'язі з економічним тиском США на глобальну фінансову систему і товарні ринки курс євро по відношенню до доллара США все час знижується, що буде впливати на суттєвих кон'юнктурних коливаннях на міжнародних фінансових ринках.

ЛИТЕРАТУРА

1. В.Р. Кучеренко, В.А. Карпов Основи економічної кон'юнктури.
2. С.Г. Шклярчук. Фінансова система
3. Ф.С. Мишкин. Економічна теорія грошей, банківських справ і фінансових ринків.

УДК 336.71(091) (477)

ШУНЕВИЧ О.

Наук. керівник ПАТАРІДЗЕ М.В.

ДО ПИТАНЬ ВИНИКНЕННЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Україна вже понад 15 років будує економічні відносини ринкового типу, пережила гіперінфляцію, розбудувала інфраструктуру власних банківської, грошової та валютної систем, сформувала грошовий, фондовий та валютний ринки, в результаті чого набула значного досвіду використання грошей і кредиту. За цей час істотно активізувалася українська наукова думка у сфері кредиту, банківської справи, з'явилися нові публікації з цих питань вітчизняних вчених, опубліковано чимало перекладних фундаментальних праць зарубіжних авторів.

Історія не лишила достатньо повних відомостей про те, коли виникли банки, які операції вони виконували, що впливало на їх розвиток. Уявлення про час виникнення банківських установ розтягується майже на дві тисячі років. Існують думки, за яких банки виникли ще за античного і феодального господарства, коли з'явилася потреба в посередниках при здійсненні платежів. На нашу думку, банк, як особлива інституція товарного виробництва, виник на тій стадії розвитку кредиту, коли без його допомоги було неможливе активне функціонування капіталістичних підприємств, а саме у період розвитку мануфактурного виробництва.

Але, на наш погляд, суть питання про перші банки не стільки у визначенні чіткої історичної дати їх

виникнення, скільки у визначенні того, що взагалі можна вважати банком. За свідченнями істориків, перші банківські операції виконували як окремі особи, так і деякі церковні установи, що концентрували значні грошові та матеріальні ресурси. У давніх святилищах накопичувалась величезна кількість грошей. Храми були надійним місцем для зберігання цінностей. Вклади, недоторканність яких гарантувалася поважним ставленням до релігії, робили відомі грецькі храми водночас і свосвідними банківськими установами.

Перші банкіри незабаром зрозуміли, що накопичені ними величезні грошові багатства лежать без руху, в той час як від них можна було б одержувати істотну користь, віддаючи їх у тимчасове користування або відкриваючи самостійні торговельні й ремісничі підприємства. Заставою при цьому були кораблі й товари, а в окремих випадках – будинки, коштовні камені й навіть раби. Надання позик супроводжувалося стягненням високих відсотків. Разом із кредитними операціями давніх банків поступово знайшли розвиток і розрахунки з обслуговування вкладників. Поступово банківська клієнтура розширювалася. Банки, у свою чергу, стали виконувати функції довірительів в укладанні договорів між клієнтами, почали виступати посередниками в тор-

гових угодах. Для полегшення розрахунків стародавні банки випускали навіть банківські квитки, що були в обігу нарівні з повноцінними грошима. Усе це свідчить про те, що перші банки виникли завдяки до мануфактурної стадії капіталізму.

Проте неправильно вважати, що описані операції давнього товарно-грошового обороту свідчать про повноцінне функціонування банківських установ. Наявність кредитора і позичальника – це тільки передумова зародження банку. Банком вважається такий рівень розвитку кредитної справи, за якого кредитні, грошові й розрахункові операції концентруються в єдиному центрі, що організовує грошовий обіг та кредитні відносини. У сучасному світі через банки здійснюється фінансування народного господарства, страхові операції, купівля – продаж цінних паперів, посередницькі угоди й управління майном.

Отже, банк, з економічної точки зору, являє собою особливий кредитний інститут, що спеціалізується на акумулюванні тимчасово вільних грошових коштів і розміщенні їх від свого імені з метою одержання прибутку. У законі України „Про банки та банківську діяльність” банком названо будь-яку установу, яка виконує функції кредитування, касового й розрахункового обслуговування народного господарства та здійснює інші банківські операції, передбачені цим законом.

Конкретним результатом банківської діяльності є банківський продукт як особливі послуги, що надаються банком клієнтові, а також готівкові і безготівкові платіжні засоби, що емітуються ним у процесі надання вищезгаданих послуг. Специфікою банківського продукту є його обмеженість сферою грошового обігу та нематеріальний зміст. Окрім того, ми вважаємо, що вся сукупність банківських установ країни має бути належним чином організаційно оформлена. Під банківською системою розуміють історично складену і законодавчо закріплену систему організації банківської справи в країні. Законодавство встановлює структуру банківської системи, визначає сферу діяльності, підпорядкованість та відповідальність для різних інститутів, що входять до неї.

Необхідність формування банківської системи визначається двома групами причин, пов'язаних з необхідністю здійснення суспільного нагляду і регулювання банківської діяльності, узгодження комерційних інтересів окремих банків із загальносуспільними інтересами, з однієї сторони, і з функціонуванням грошового ринку та забезпеченням збалансованості між попитом та пропозицією на грошовому ринку, з іншої.

При цьому банківська система покликана виконувати наступні функції: трансформаційну, зумовлену посередництвом банків; функцію створення платіжних засобів та регулювання грошової маси; і функцію забезпечення сталості банківської діяльності та грошового ринку.

Сучасні банківські системи, як правило, складаються з двох рівнів. На верхньому рівні знаходиться Національний (центральный) банк країни, а на другому, нижньому, решта банків. Після набуття Україною незалежності почалася розбудова національної банківської системи, що також представлена двома рівнями банків: перший рівень займає Національний банк України, 26 регіональних обласних управлінь якого розміщені на території держави, а другий – комерційні банки.

Національний Банк України є державний банк країни, який, разом із своїми філіями, є першим рівнем банківської системи і виконує функції резервної системи. Його було утворено згідно з Законом України „Про банки і банківську діяльність” від 30 березня 1991 року. На нашу думку, для ефективної роботи банківської системи недостатньо самих лише банків, їм потрібна належна інфраструктура, що включає міжбанківські розрахункові центри; системи міжбанківського зв'язку; центри технічного та технологічного обслуговування банків; інформаційні та навчальні центри для кадрів банківської системи; створення міжбанківських фондів страхування депозитних вкладів; банківські об'єднання, асоціації, союзи тощо.

Таким чином, банки, як один з найважливіших інститутів ринкової економіки, являють собою центри організації міжгосподарських розрахунків у грошовій формі, центри зберігання тимчасово вільних коштів юридичних та фізичних осіб та центри кредитування їх у разі виникнення тимчасової потреби в додаткових ресурсах. Саме тому, процес економічних перетворень в Україні розпочався з реформування банківської системи, яка динамічно розвивається й нині. В сучасних умовах значно зросла самостійність банківських установ, розширився спектр їх операцій та послуг, підвищилась роль у розвитку економіки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Основи банковского дела / Под ред. А.Н. Мороза. – К. Либра, 2004. – 330с.
2. Основи економічної теорії: політекономічний аспект: Підручник. Г.Н. Климко, В.П. Нестеренко та ін. – 2-ге вид., пер. і доп. – К.: Вища школа-Знання, 1997. – 743 с.

ФОРМУВАННЯ НОВОЇ МОТИВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРІВ В СУСПІЛЬСТВІ, ЩО ТРАНСФОРМУЄТЬСЯ

УДК 316.3(477)+314(477)

КОРОСТЕЛЕВ В. А. - к.э.н.

СОЦИАЛЬНЫЕ И ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ МИНЫ УКРАИНЫ

Оценивая развитие украинской экономики за последние пятнадцать лет, приходится признать, что она не стала „экономикой с человеческим лицом”. И если в области общественной жизни можно наблюдать позитивные сдвиги, то в сфере общественного производства ничего подобного не произошло. Оно по-прежнему не имеет гуманистической направленности, что, в свою очередь, связано с недостаточной ориентацией государственной стратегии на так называемый „индекс развития человеческого потенциала”. Этот индекс разрабатывается ООН и является не только комплексной оценкой уровня социально-экономических достижений 177 стран, но и важнейшим ориентиром всей государственной стратегии, степени ее цивилизованности.

1. Повышение индекса развития человека – ключевое направление экономической стратегии Украины

Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП) охватывает три измерения человеческого благополучия: *доходы, образование и здоровье*. Его главная цель состоит не в том, чтобы дать полную картину развития человека, а в том, чтобы дать основные параметры социально-экономического прогресса как с позиции достигнутых результатов, так и с позиции целевых установок.

На протяжении последнего десятилетия ИРЧП рос во всех развивающихся регионах, хотя и разными темпами и с весьма впечатляющими исключениями. В восемнадцати странах с общей численностью населения 460 млн чел. в 2003 г. был зарегистрирован более низкий показатель ИРЧП, чем в 1990 г. Шесть стран из них ранее входили в состав СССР. Наибольшее падение наблюдалось в Таджикистане, где ИРЧП упал на 21 пункт; в Украине, опустившейся на 17 пунктов, Российской Федерации – на 15 пунктов. Наиболее быстро в рейтинге ИРЧП растут Бангладеш и Китай. С 1990 г. Бангладеш поднялась на 14 пунктов, Китай – на 20 пунктов, что связано, в первую очередь, с успехами как в экономической, так и социальной сферах.

Простое разложение ИРЧП на составляющие позволяет определить те факторы, которые лежат в основе достижений. Это дает возможность найти верный ориентир для тех, кто творит политику страны. Ибо прогресс в развитии человека требует продвижения по широкому фронту: падение благосостояния, связанного, например, с уменьшением ожидаемой продолжительности жизни, не может быть компенсировано успехами в других областях, таких как уровень доходов или образования. Более того, успехи в какой-либо одной сфере трудно закрепить в условиях отсутствия общего прогресса. Например, неудовлетворительная ситуация в сфере состояния здоровья может стать фактором, сдерживающим как экономический рост, так и прогресс в области образования. В то же время, медленный экономический рост уменьшает ресурсы, необходимые для инвестирования в медицину и образование.

Поэтому, скажем, для Китая необходимо сбалансировать быстрый рост доходов с достижением других социальных целей. Ибо доходы в конечном счете, не являются самоцелью, они – средство для развития человека. Бангладеш, кстати, демонстрирует пример, как при сравнительно скромном уровне экономического роста можно обеспечить развитие человека на широком фронте. Или другой пример: Саудовская Аравия имеет гораздо более высокий средний доход, чем Таиланд, но у них одинаковый рейтинг по ИРЧП. У Гватемалы средний доход в два раза превышает такой же показатель Вьетнама, но она занимает более низкое положение по рейтингу ИРЧП.

Таким образом, лишь комплексный подход к проблеме развития человека может обеспечить Украине подъем и продвижение в направлении „клуба стран с высоким уровнем развития человеческого потенциала”. В настоящее время этот клуб включает 57 стран, в том числе Эстонию, Литву, Латвию из числа СССР. По состоянию на 2003 г. Украина входила в группу стран со средним уровнем развития человеческого потенциала, занимая 78 место (из 177 стран), пропустив вперед Белоруссию (67 место) и Российскую Федерацию (62 место).

В качестве основных препятствий на пути развития человека в Украине следует назвать:

- сохранение высокого уровня нищеты;
- сокращение продолжительности жизни;
- отсутствие возможностей получить качественное образование, особенно высшее.

Ситуация в области доходов

Во многих странах, входивших в СССР, в настоящее время уровень доходов населения ниже, чем 15 лет назад. Начиная с 1990 г. реальные доходы на душу населения упали более чем на 10 % в Киргизии, России и Украине; на 40 % и более – в Грузии, Молдове и Таджикистане.

Некоторое улучшение ситуации в Украине в области доходов населения в 2003–2004 гг. нельзя рассматривать как фактор, который обеспечит устранение массовой бедности в ближайшие годы, по крайней мере, по двум причинам:

- во-первых, скромные темпы экономического роста не позволяют рассчитывать на скорое избавление населения от нищеты. Ибо, по расчетам экспертов ООН, стране, имеющей ежегодный рост в 1–2 %, для сокращения нищеты наполовину понадобится не менее 25 лет;

- во-вторых, отсутствует экономический базис для существенного роста доходов населения. Лишь один аргумент: уровень такого показателя, как ВВП на душу населения подрывает все мечтания о впечатляющих успехах в области роста благосостояния народа. Украина в 2003 г. имела ВВП на душу населения, рассчитанный по паритету покупательной способности (ППС), в 1024 долл. США. Это выше, чем в Азербайджане (867 долл.), Грузии (778 долл.), Киргизии, Таджикистане, Молдове (менее 500 долл.), но ниже, чем в Белоруссии (1770 долл.), Туркменистане (1275 долл.), и значительно ниже России (3018 долл.). При этом следует заметить, что наивысшее значение этот показатель Украина имела в 1989 г. – 9755 долл. [1].

Ситуация в области продолжительности жизни

Возможность прожить долгую и здоровую жизнь является основным показателем высокого

уровня человеческой цивилизации. И невозможность государства обеспечить прогресс в этой области следует рассматривать как его полную несостоятельность. К сожалению, именно такой оценки заслуживает деятельность украинского государства за последние 15 лет. Ибо среди множества его ошибок наиболее преступной является политика скрытого геноцида по отношению к собственному народу.

Из многих аргументов выберем лишь два: сокращение ожидаемой продолжительности жизни и вероятность, существующую при рождении, дожить до 65 лет. Как свидетельствуют данные таблицы 1, демографическому потенциалу Украины нанесен сокрушительный удар.

На протяжении последних тридцати лет сокращение ожидаемой продолжительности жизни в среднем по Украине составило четыре года, по Российской Федерации – 4,3, по Белоруссии – 3,4 года. В то время, как в странах с высоким развитием ИРЧП наблюдался существенный рост продолжительности жизни. В Японии прирост продолжительности жизни в среднем составил 8,6, в Гонконге – 9,5, в Исландии – 6,3 года.

Еще более опасную „демографическую мину“ демонстрирует показатель вероятности, существующей при рождении, дожить до 65 лет. Мороз по коже, когда вслушаешься в погребальную музыку цифр: половине украинских мужчин, родившихся в 2000–2005 гг., не суждено дожить до пенсии! И это случится, если не удастся переломить существующее ныне отношение мужчин к своему здоровью. Не случайно лидерами по этому показателю выступают страны, где активно ведутся антитабачные и антиалкогольные кампании, где культивируется здоровый образ жизни. Речь идет о двадцати пяти странах, где свыше 80 % мужчин и 90 % женщин имеют шанс дожить до 65 лет [1].

Ситуация в области образования и новых технологий

И хотя Украина входит в число стран, где уровень грамотности взрослого населения составляет 99 % от

Выживание: прогресс и регресс

Таблица 1

Страна	Ожидаемая продолжительность жизни (годы)		Вероятность, существующая при рождении, дожить до 65 лет (в процентах по когорте)	
	1970–1975	2000–05	Женщины 2000–05	Мужчины 2000–05
Япония	73,3	81,9	93,3	85,7
Гонконг, Китай	72,0	81,5	93,7	86,4
Исландия	74,3	80,6	91,4	87,4
Украина	70,1	66,1	76,4	46,6
Россия	69,7	65,4	76,3	44,7
Беларусь	71,5	68,1	79,3	50,6
Казахстан	63,2	63,2	71,9	48,0

общей его численности, не стоит обольщаться на счет качества образования, особенно высшего. Какие проблемы особенно беспокоят?

Во-первых, существенное отставание Украины от развитых стран по такому важному показателю, как валовой охват обучением взрослого населения. Если в странах ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития) этот показатель составляет 94 %, то в Украине – 77 %, что обеспечивает ей „почетное” место в конце пятого десятка стран (49–55 места)

Во-вторых, вызывает тревогу несбалансированная структура студентов высших учебных заведений: лишь 27 % студентов являются учащимися естественно-научных, математических и технических вузов. Для сравнения, в странах, которые в последние десятилетия совершили значительный прорыв в экономическом и техническом развитии, эта доля превышает 30 %. Например, в Республике Корея таких студентов 41 %, в Малайзии – 40 %, в Финляндии – 38 %.

В-третьих, не может не волновать крайне низкий уровень бюджетных ассигнований на развитие образования вообще и высшего образования – в частности. Как не позавидовать учащимся и преподавателям Таиланда, где расходы бюджета на образование уже много лет держатся на уровне 20 %.

Недостаточный уровень высшего образования просматривается и при анализе состояния в сфере технологий и инноваций (см. табл. 2) [1]. Как видно из таблицы, лидерами в области *развития сети Интернет* являются Республика Корея, США и Финляндия. Наибольшая *инновационная активность* наблюдалась в Японии, и Республике Корея. В области *бюджетных расходов* на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы первые три места занимали Швеция, Финляндия и Япония. Больше всего работников, занятых в НИОКР, наблюдалось в Финляндии, Швеции и Японии.

Далее, где же результаты? Россия выдала в 2002 г. своим гражданам 105 патентов. Это в восемь раз меньше, чем в Японии. Однако Украина в этой сфере вообще заработала „баранку”. Для сравнения, Эстония за этот период выдала своим гражданам 8 патентов, Литва – 15, Грузия – 27, Белоруссия – 54.

Ориентация на мировые социальные стандарты

Социальные стандарты можно условно разделить на две большие группы: 1) стандарты социальных прав; 2) стандарты уровня жизни.

Структуру социальных прав демонстрирует схема на рис. 1.

Вторая группа социальных стандартов содержит стандарты уровня жизни населения, которые нацеливают на минимальные социальные нормы, гарантирующие достойный уровень жизни. К социальным стандартам уровня жизни относят:

- 1) продолжительность жизни – от 25 (минимум) до 85 (максимум) лет;
- 2) грамотность населения – 100 %;
- 3) среднюю продолжительность обучения – 15 лет;
- 4) реальный ВВП на душу населения (в покупательной способности к доллару) – от 200 (минимум) до 40 тыс. (максимум);
- 5) суммарный коэффициент рождаемости (среднее количество детей, рожденных женщиной в фертильном возрасте от 20 до 45 лет) – 2,14 – 2,15;
- 6) коэффициент старения населения (доля населения старше 65 лет в общей численности населения) – 7 %;
- 7) соотношение 10 % самых богатых к 10 % самых бедных – 10 : 1;
- 8) доля населения, проживающего за чертой бедности – 10 %;
- 9) соотношение минимальной и средней заработной платы – 1 : 3;
- 10) минимальный уровень почасовой заработной платы – 3 дол.;
- 11) уровень безработицы (с учетом скрытой) – 8–10 %;
- 12) количество правонарушений на 100 тыс. населения – до 5 тыс.;
- 13) уровень депопуляции (количество рожденных к количеству умерших) – 50 : 50;
- 14) количество психических патологий на 100 тыс. населения – до 284 ед. [2].

Какова ситуация в Украине с соблюдением социальных стандартов?

Таблица 2

Достижения в сфере нововведений

Страна	Пользователи сети Интернет (на 1 тыс. чел.) (2003 г.)	Патенты, выданные собственным гражданам (на 1 млн. чел.) (2002 г.)	Расходы на НИОКР (% от ВВП) (1997–2002 г.)	Работники, занятые в НИОКР (на 1 млн. чел.) (1990–2003)
Япония	483	852	3,1	5 085
Республика Корея	610	633	2,5	2 979
Швеция	...	317	4,3	5 171
США	556	302	2,7	4 526
Финляндия	534	35	3,5	7 431
Россия	...	105	1,2	3 415
Беларусь	141	54	0,6	1 870
Украина	...	0	1,2	1 749

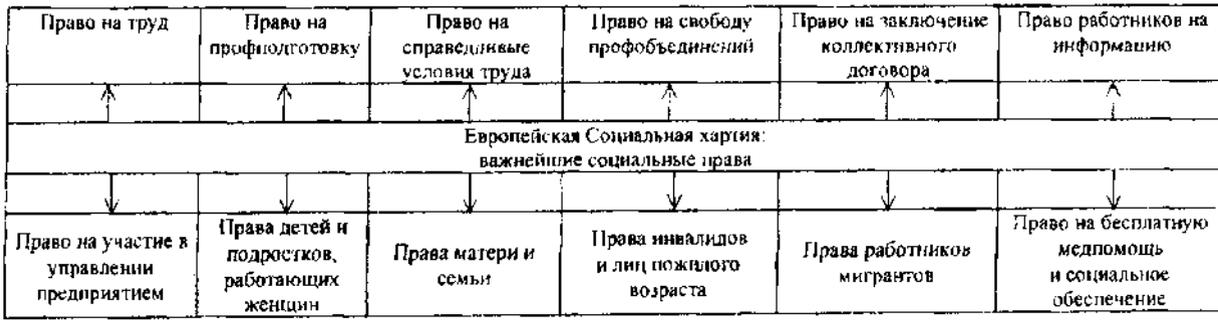


Рис. 1. Структура важливих соціальних прав

Що стосується дотримання соціальних прав, то тут все більш або менш нормально. А ось в сфері соціальних стандартів рівня життя – катастрофа!

Подивимося лише на деякі соціальні стандарти.

В той час, як середня зарплатна плата за 1 робочий годину в промисловості ЄС в кінці 90-х років ХХ в. становила 22,3 євро, в Україні за таке ж час платили менше 0,5 євро [3].

Європейська соціальна хартія встановлює, що стандартний рівень населення, що проживає за межею бідності, не повинен перевищувати 10%. В Україні в 2003 г. 27% населення жило за межею бідності, а 70% – на рівні бідності.

Диференціація доходів, відповідно до соціальним стандартом Ради Європи, не повинна перевищувати 10:1. В Україні цей розрив в 2003 г. становив 30:1, а за іншими джерелами 70-80:1.

Чисельність населення України в період з 1994 по 2003 г. скоротилася на 4,6 млн. осіб, а за прогнозами ООН в 2010 г. цей показник зменшиться до 46,1 млн осіб, в 2020 г. – до 40 млн, а в 2050 – до 25 млн осіб.

І якщо за соціальним стандартом ЄС кількість психічних патологій на 100 тис. населення не повинна перевищувати 284 од., то в Україні кількість хворих, перебуваючих на обліку в медичних закладах, становило в 2002 г. 2492 осіб на 100 тис. населення [3].

Таким чином, при розробці економічної і соціальної стратегії України уряду необхідно взяти курс на ІРЧП і соціальні стандарти ЄС, як на довгострочні і комплексні цілі, досягнення яких дозволить не тільки реально покращити життя всього народу, але і отримати нашій країні статус цивілізованої держави.

ЛИТЕРАТУРА

1. Доклад о развитии человека 2005. Опубликован для Программы развития ООН (ПРООН). Издательство „Весь мир”, 2005.
2. Папнев М. Мировой опыт применения социальных стандартов // Экономика Украины. – 2004. – № 1.
3. Мочерный С. Национальный и экономический суверенитет страны // Экономика Украины. – 2005. – № 10.

УДК 328.48(477)

НОВІКОВА Н.О. – к. пед. н.

ТУРИЗМ У СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРІОРИТЕТІВ УКРАЇНИ

Розвиток туризму, особливо за останні 50 років, дозволив визначити його як „феномен ХХІ ст.”, що став невід’ємною складовою життя людей більшості країн світу і одним із провідних напрямів соціально-економічної діяльності. Тільки за 90-ті роки чисельність міжнародних туристів зросла в 1,4 рази і на початок ХХІ ст. становила майже 700 млн осіб, тобто, практично кожен шостий на земній кулі подорожує за межі своєї країни. Стабільні темпи зростання (4% на рік) протягом останніх років дозволили визначити туризм як пріоритетну галузь світової економіки. Сьогодні доходи від туризму складають 6,5% світового експорту і 18% міжнародної торгівлі послугами (1).

Перспективи індустрії туризму як одного з найбільш динамічно розвинених секторів економіки, актуалізують стратегію його розвитку в Україні. Основними орієнтирами стають розвиток соціально-туристичної інфраструктури та вдосконалення рекреаційно-туристичної бази національного туризму як усередині держави, так і в зовнішньоекономічній діяльності.

Процеси формування та специфіка функціонування національного туристичного господарства базуються на засадах загальних закономірностей, притаманних туризму як соціально-економічному явищу, в контексті макрорегіональних особливостей регіонів України.

До основних закономірностей туризму відносяться принципи та наукові теорії туристичного країнознавства, які є відображенням туристичної політики конкретної країни по зайняттю позиції на світовому туристичному ринку та визначенні напрямів розвитку туризму. Серед багатьох принципів слід виділити три, що є найбільш характерними для формування туристичного господарства в Україні: **галузевий, проблемний, регіональний.**

Галузевий принцип туризму полягає у тому, що туризм як соціально-економічне явище, включає ряд аспектів, які практично виділились у окремі напрями: економічний, історичний, екологічний, політичний, культурний, психологічний. Кожен з них охоплює відповідну галузь: історію туризму, географію туризму, екологію туризму, економіку туризму, психологію туризму тощо. Саме цей принцип лежить в основі соціоінтегративної сутності та комплексного характеру туризму як явища соціального та поліфункціонального. Спрямовуючись на забезпечення людини повноцінним раціональним відпочинком, туризм складає значну частину соціальної інфраструктури і має свої, властиві тільки йому функції, що впливають на суспільство, на свідомість його членів і, тим самим визначають соціальні пріоритети туризму, його роль у розвитку як локальних цивілізацій, так і світової цивілізації в цілому. Можна стверджувати, що завдяки багатогранності своїх функцій (соціальної, культурної, просвітницької, виховної тощо) туризм сьогодні став явищем світової культури, чинником формування соціокультурного середовища та менталітету нації. На основі цього принципу туризм в Україні спрямований на такі аспекти:

- формування дозвіллевої культури. Після мандрів та подорожувань людина не тільки набуває певного досвіду, але й вчиться з терпінням долати незручності, загартовувати тіло і дух, з толерантністю і повагою ставитися до традицій, вірувань, світогляду інших народів;

- формування суспільного знання. За допомогою подорожей людина пізнає світ, накопичує досвід, формує світогляд та індивідуальні знання, що сприяє розвитку науки, культури, мистецтва, накопиченню суспільних знань;

- вдосконалення соціально-демографічного складу українського суспільства. За допомогою подорожей відбувається відновлення продуктивних сил людини (фізичних, інтелектуальних та емоційних), що сприяє продовженню її активного життя, оздоровленню суспільства.

- розвиток міжнародних відносин. У результаті інтеграції України на світовий туристичний ринок активізується політика держав світу по встановленню культурних зв'язків з Україною, що сприяє культурному збагаченню нації, укріпленню миру і порозуміння на планеті, спілкуванню з різними народами і культурами, розширенню культурних та ділових контактів;

- розвиток крос-культурних комунікацій, тобто, формування поведінки туристів в іншому культурно-

му середовищі та здатності сприймати інші культури, інші культурні традиції.

- репрезентація української культурної та історичної спадщини.

Галузевий принцип знаходить яскраве відображення в теорії абсолютних переваг. Її суть полягає в тому, що туристичні ресурси України є свого роду її "туристською маркою", що забезпечує мотивацію туристичних потоків. Саме унікальні об'єкти природних і культурних пам'яток, етнографічна спадщина визначають підвищення інтересу іноземних туристів до України. Їх кількість щороку зростає. За даними досліджень мотивації подорожей у 2005 році в Україну в'їхало 10,5 млн. іноземних туристів. З них відповідно: організовано – 852,6 тис. осіб (13,7%); бізнес-тур – 1478,3 тис. (23,8%); приватна подорож – 3876,7 тис. (62,5%). У 2006 році їх кількість збільшилась до 12,5 млн (9). Характерною особливістю в'їзного потоку у порівнянні з попередніми роками є його збільшення з країн Європи та інших країн далекого зарубіжжя. За останні роки він у 1,5 рази перевищує потік з країн СНД(6). Звісно, це свідчить про перспективи для в'їзного туризму, розвиток якого безпосередньо залежить від туристичних ресурсів. Для України це можливо за умов подолання тенденції до зниження соціально-економічного рівня розвитку.

Проблемний принцип лежить в основі організації та функціонування туристичного господарства. Перспективи розвитку туристичної сфери і, зокрема, в'їзного та внутрішнього туризму як одного з найбільш динамічно розвинених секторів економіки, актуалізують проблему туристичних ресурсів України, національних та регіональних особливостей та закономірностей їх формування. Саме в'їзний та внутрішній туристичні потоки виступають чинниками розвитку туристичних ресурсів. Актуальною проблемою в туризмі є збереження туристичних ресурсів – природної та історично-культурної спадщини, що обумовлюється рядом причин. З одного боку, туризм виступає споживачем природно-рекреаційних благ, з іншого – розширення та інтенсифікація туристичної діяльності призводить до збільшення антропогенного тиску на територіальні рекреаційні системи та, відповідно, зношення цих систем. Розумною альтернативою цьому є збереження навколишнього середовища та історико-культурних пам'яток, реорганізація, реставрація та формування нових туристичних об'єктів, зміцнення рекреаційно-туристичного потенціалу українських регіонів. Важливим аспектом туризму є природна рекреація, кліматичні умови, атмосферні та технологічні процеси, що спричиняють різного роду екологічні катастрофи. Різним регіонам України притаманні свої характерні кліматичні умови та особливості сезонних змін, які впливають на специфіку туристичного господарства регіону і обумовлюють час інтенсивного туристського потоку – туристський сезон, або період несеzonу, для якого характерне зниження турист-

ського потоку. З природними умовами, катаклізмами та кліматом пов'язується і проблема безпеки в туризмі, особливо у таких його видах як екстремальний та спортивний туризм. Так, щорічно у Карпатах та Криму на гірських маршрутах гине близько 100 туристів. Ще одна проблема пов'язана з економічною ефективністю туристичної індустрії, розвитком усіх її сфер і обумовлюється активізацією в'їзних туристичних потоків. Найбільшими країнами-генераторами туристичних потоків в Україну є Франція, Великобританія, Німеччина, Польща, США, Італія, Словаччина, Угорщина. Так, у 2006 році порівняльно з попереднім роком кількість туристів зі Словаччини збільшилась у 2,5 разів, Польщі – у 2,2 рази, США – 1,7, Італії та Румунії – 1,6, Франції та Угорщини – 1,5 (12). Свої абсолютні переваги Україна може посилити інноваційними напрямками туризму, застосувавши *теорію порівняльних переваг, яка лежить в основі формування конкурентоспроможності асортименту туристичної пропозиції на основі таких її характеристик як якість та ціна на туристичні продукти і послуги*. Зберегти конкурентоспроможність дозволяє якість обслуговування туристів, навіть при відносно високих цінах. Тому передові туристичні країни – Великобританія, Німеччина, Швейцарія, Австрія, не зважаючи на відносно високі ціни, мають переваги порівняно з іншими країнами завдяки якості своїх туристичних продуктів та високому рівню обслуговування. Конкурентоспроможність українського туристичного продукту має складати: якісна організація екскурсійного обслуговування туристів; ефективне розміщення санаторно-курортного комплексу; високе сервісне обслуговування; якісний рівень комунікацій зв'язку; економічна ефективність складових індустрій туризму (готельно-ресторанного, транспортного господарства).

Регіональний принцип визначає організацію національного туристичного комплексу в контексті макрорегіональних особливостей регіонів України: спільності природних умов, історії, культури, господарства і подібності проблем в окремих історико-географічних регіонах країни. В основу типізації регіональних туристичних комплексів покладено *теорію подібності країн (або теорію попиту)*, згідно з якою рівень розвитку туристичної галузі залежить від попиту на внутрішні туристичні ресурси. А обсяг міжнародних обмінів буде більшим між тими країнами, які мають високий рівень внутрішнього туризму. На світовому туристичному ринку внутрішній туризм, який включає в'їзний та внутрішній туристичні потоки складає більше 80% усіх туристичних потоків (2). Згідно з законодавством України туристична галузь спрямовується на активізацію в'їзного активного молодіжного, сільського, зеленого та дитячого туризму, тобто пріоритетним для України напрямом стає внутрішній туризм. За даними Департаменту державного туризму і курортів його обсяги помірно збільшуються, в середньому на 1,5%. Станом на 1.01.07 р. у туристичній галузі функціонують 8,3 тис.

підприємств, у тому числі 3,9 тис. суб'єктів туристичної діяльності, 1,2 тис. готелів та місць проживання, 3,2 тис. санаторно-курортних закладів (8).

Перспективи розвитку туристичної сфери і, зокрема, в'їзного та внутрішнього туризму як одного з найбільш динамічно розвинених секторів економіки визначають національні та регіональні особливості туристичного господарства України. До загальних показників, які характеризують рівень розвитку туристичного господарства регіонів належать: рівень економічного розвитку, динаміка туристичних потоків та доходи від туризму. Рівень економічного розвитку впливає на формування туристського попиту і є важливим показником рівня туристичної галузі.

Такий підхід дає можливість:

1. ідентифікувати регіони з високим та низьким рівнем розвитку туризму;
2. визначити суттєві відмінності географічного розподілу туристичних потоків, прибутку від них, динаміку цих відмінностей;
3. ідентифікувати регіони з високим потенціалом туризму для перетворення його у важливий елемент економічного розвитку;
4. визначити альтернативи розвитку туризму на національному та регіональному рівнях.

У цілому, геопросторова організація туристичного господарства України охоплює наступні туристичні комплекси:

1. Західний туристичний комплекс. Регіони: Карпатський (Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська, Чернівецька області); та Придністровський (Тернопільська, Вінницька, Хмельницька області). Туристичний профіль: лікувально-реабілітаційний, екскурсійний, гірсько-спортивний. Основні курорти та туристичні центри: Трускавець, Моршин, Свалява, Львів, Яремча, Івано-Франківськ, Ужгород, Чернівці.

2. Центральний туристичний комплекс. Регіони: Придніпровський (Київська, Чернігівська, Черкаська, Кіровоградська, Дніпропетровська, Полтавська області) та Поліський (зах. частини Київської та Чернігівської, Волинська, Рівненська, Житомирська, Сумська області). Туристичний профіль: екскурсійний та санаторно-оздоровчий. Основні туристичні центри: Київ, Чернігів, Канів, Умань, Черкаси, Миргород, Немирів, Хмільник, Почаїв, Бучач, Шацьк.

3. Східний туристичний комплекс. Регіони: Придніпровський, який об'єднує Харківську, Донецьку та Луганську області. Туристичний профіль регіону – рекреаційно-профілактичний (курортно-оздоровчий) та екскурсійний. Найважливіші курорти та туристичні центри: Бермін-води, Слов'янськ, Слов'яногірськ, Харків, Красnodон, Суми, Тростянець.

4. Південний туристичний комплекс. Регіони: Причорноморський (Одеська, Миколаївська, Херсонська області) та Кримський (АР Крим). Туристичний профіль регіонів-багато профільний лікувально-реабілітаційний та рекреаційно-профілактичний.

Основні туристичні центри та курорти: Одеса, Скадовськ, Лазурне, Ялта, Алушта, Євпаторія, Саки, Судак, Феодосія, Бахчисарай. За загальними показниками туристичної галузі найбільш розвиненими є Крим, Київ і Київська область, Одеська область, доля яких у загальному обсязі туристичної діяльності досить висока – до 67% (11).

Саме регіональний туристичний бізнес сприяє створенню спеціальних малих і середніх підприємств, активізує багато галузей народного господарства: будівництво, торгівлю, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, транспорт і зв'язок, а також формує сучасну кадрову політику в регіоні. За даними прикордонних служб у туристсько-рекреаційні регіони України щорічно приїждять до 8 млн. туристів, загальний обсяг надходження валюти складає 791 млн. доларів США. Відповідно до прогнозів Державного комітету України з туризму цілком реальним може стати прибуток від цієї галузі рівний 1,6 млрд доларів США (4).

Для економіки України з її найбільш розвиненими туристсько-рекреаційними центрами: Чорноморським узбережжям, Карпатами, Слов'яногір'ям, Азовським узбережжям і унікальними містами, які поєднують прикмети старовини і сучасності, актуалізується значення міжнародного туризму, яке полягає в тому, що, по-перше, це сфера швидкого обігу капіталу, при відносно невеликих капіталовкладеннях; по-друге, це ефективний засіб модернізації інфраструктури і, по-третє, можливість створення нових робочих місць як у державній, так і в регіональній економіці. Розвиток міжнародного туризму в рекреаційно-туристичному комплексі кожного регіону припускає, по-перше, формування вільних економічних зон туристсько-рекреаційного підприємництва, де можуть бути особливі економіко-правові, фінансові й митні умови, що дасть імпульс розвитку соціальної туристичної інфраструктури і забезпечить приток іноземної валюти до регіональної економіки, і по-друге, необхідність і можливість створення регіональних туристичних корпорацій і спільних підприємств за участю іноземного капіталу, що також буде сприяти процесу інтеграції регіону у загальнонаціональну та світову систему туристичних послуг. За рівнем прибутків міжнародний туризм може вийти на перше місце у світовому експорті, випередивши за вартісними показниками постачання енергоносіїв і автомобілів. Прибутки галузі, на думку експертів, до 2010 року значно перевищать початковий прогноз і складуть 1,5 трлн доларів США (7).

Проте різноманітні дослідження показують, що сьогодні туристична інфраструктура в Україні знаходиться у кризовому стані. Побудовані ще за часів існування СРСР санаторно-курортні комплекси і туристичні бази відпочинку нерентабельні, потребують капітального ремонту і не експлуатуються належним чином. Непродумане розпилення капіталовкладень, відсутність єдиної генеральної лінії санаторно-курорт-

ного будівництва, відсутність координації в розвитку рекреаційних підприємств, відомча роз'єднаність, незначне число інвесторів – усе це знижує економічну ефективність і значимість туризму, не сприяє підйому і прибутковості туристичного бізнесу в державі. Розглянемо для прикладу найбільш органічно пов'язане з туризмом готельне господарство. Відповідно до статистичних даних щодо кількості готелів на першому місці знаходиться Одеська область – 121 готель, на другому – Автономна Республіка Крим – 102 готелі, далі – Дніпропетровська область – 92, м. Київ – 80, Полтавська область – 75, Харківська – 72, Львівська – 68, Донецька – 67, Запорізька – 61, Київська, Херсонська і Чернігівська області по 50 готелів, 53 готелі в Сумській області, у Хмельницькій та Луганській областях по 40 готелів. Інші області мають менше 40 готелів, що пояснюється нерентабельністю їхнього утримання і застарілістю устаткування. По використанню номерного фонду перше місце займає м. Київ, де одноразова місткість готелів складає 15754 місць і Автономна Республіка Крим – 12143 місця. У Донецькій області одноразова місткість готелів дорівнює – 7509 місць, що на 1687 місць більше, ніж у Харківській області і на 354 місць більше, ніж у Дніпропетровській області (3). Водночас, дослідження показують, що готельний фонд підлягає капітальному ремонту і значному відновленню. Зокрема у Донбасі більшість будинків готельного фонду є цілком зношеними і морально застарілими, що не дозволяє їм претендувати на одержання високих категорій відповідно до узвичаєної світової класифікації. Показники використання номерного фонду на 1000 жителів у готелях Донбасу складають: у Донецьку – 1,2 місця, в Макіївці й Селідово – 1,1; Держинському і Червоному Лимані – 1; Маріуполі – 0,8, Харцизьку – 0,5. Усього в Донецькій області в даний час діє 67 готелів, при коефіцієнті використання місткості 0,17. Одноразова місткість – 9,1 тис. місць, з них 32 (46,4%) готелів місткістю 6,0 тис. місць – комунальних, що знаходяться у веденні місцевих Рад (3). Витрати на утримання більшості регіональних підприємств готельного бізнесу перевищують прибуток від їхньої експлуатації, тому деякі з підприємств змушені здавати частину житлової площі в оренду під офіси, магазини, склади, передавати в користування комерційним структурам і малим підприємствам.

Програма удосконалення туризму як фактора соціально-економічного розвитку є складовою частиною загальнодержавної економічної політики, спрямованої на реструктуризацію регіонального туристичного бізнесу. У процесі його організації ефективним може бути створення спільних підприємств за участю іноземного капіталу або ж об'єднання підприємств із визначеним прибутком для розвитку сфери діяльності і нарощування капіталу (концентрація капіталу виробництва). У регіональному туристичному бізнесі найбільш характерною формою діяльності є акціонерне товариство (АТ) – правова форма бізнесу, за якої

відбувається об'єднання інвестиційних засобів шляхом випуску акцій однакової номінальної вартості. Управління в АТ здійснюється за допомогою контрольного пакета акцій. Переваги акціонерного товариства в тому, що виникає можливість об'єднати капітали великої кількості акціонерів, це полегшує шлях до банківських кредитів, дає можливість перспективного планування і росту. Акціонери не відповідають по зобов'язаннях акціонерного товариства і несуть ризик збитків, пов'язаних із діяльністю товариства, у межах вартості акцій, які їм належать.

У зв'язку з вкрай обмеженою в даний час державною підтримкою туризму і відсутністю цільових бюджетних інвестицій для його розвитку більш поширеною формою притягнення капіталу є відрахування з місцевого бюджету або спеціальний податок, а також власні засоби фундаторів туристичного підприємства. У практиці туристичного бізнесу існує цілий ряд додаткових джерел фінансування: безвідсотковий кредит (займ), банківський кредит (у тому числі кредит під заставу майна, землі й устаткування); лізингова форма кредитування; можливість використання податкового інвестиційного кредиту у вигляді відстрочки оплати податків, обов'язкових платежів та зборів і ряд інших.

Відповідно до Закону України "Про туризм" (розділ II, стаття 5 "Об'єднання суб'єктів туристичної діяльності") (5) альтернативою може бути туристична корпорація як форма організації підприємницької діяльності в сфері туризму на регіональному рівні, що передбачає часткову власність її членів – дрібних і середніх підприємств туристичної діяльності з метою збільшення обсягу реалізації туристичних послуг у регіоні і зниження витрат, пов'язаних із наданням комплексу послуг. Учасниками даної корпорації можуть виступати суб'єкти підприємницької діяльності усіх форм власності, фізичні особи-суб'єкти підприємницької діяльності, структурні підрозділи підприємств, організацій і об'єднань, що представляють собою самостійні господарські суб'єкти – юридичні особи, а також комерційні банки. Правовою основою для регіональної корпорації є установчий договір і статут, який визначає умови об'єднання, фінансові ресурси, умови і права управління господарською діяльністю корпорації і право власності. Учасниками корпорації може бути створений резервний (страховий) фонд і уповноважений банк, що також закріплюється відповідними документами корпорації. Уповноважений банк може бути визначений із числа комерційних банків, що беруть участь у діяльності корпорації, але володіють ліцензією Національного банку України на здійснення операцій та інвестиційної діяльності. Керівництво в регіональній корпорації здійснюється радою директорів, до складу якої входять керівники підприємств-учасників корпорації.

У рамках даної корпорації доцільно виділити основні напрямки її діяльності: створення регіональної готельної бази, будівництво і реконструкція всього комплексу транспортної інфраструктури, збільшення числа об'єктів сфери обслуговування туристів тощо. У струк-

турі корпорації можливе створення інформаційно-аналітичного центру, фінансування якого буде здійснюватися на кошти, отримані в результаті діяльності корпорації. Основними функціями даного центру є:

- участь у роботі над проектами законодавчих і нормативних актів, що регламентують економічні, соціальні та правові відносини в сфері туризму;
- захист прав й інтересів вітчизняних виробників туристичного продукту, проведення пропагандистської роботи в сфері туризму, у тому числі розробка пропозицій щодо його удосконалення;
- фінансове регулювання діяльності туристичних фірм;
- оперативний аналіз змін в області правової нормативної бази і практики державного регулювання в сфері туризму на регіональному рівні;
- надання юридичної допомоги туристичним фірмам-членам корпорації;
- регулярна публікація нормативних документів з питань, що стосуються сфери туризму, з коментарями юристів;
- установка ділових контактів з представниками крупних західних туристичних фірм для розширення зв'язків корпорації;
- здійснення контролю за діяльністю підприємств туризму за участю іноземного капіталу стосовно відрахувань податку в міській і обласний бюджети;
- регулярне проведення маркетингових досліджень, що містять в собі: аналіз ринку послуг, вибір стратегічного напрямку, планування, управління і реалізацію послуг, контроль і впровадження нового досвіду, використання реклами.

Даний комплекс заходів утвореної регіональної корпорації дозволить значною мірою вирішити важливі задачі соціально-економічного розвитку регіональних туристських центрів, прискорить розвиток інфраструктури, збільшить обсяги реалізації туристичних послуг, сприятиме залученню до індустрії туризму інвестицій і забезпечить високоякісну рекламу вітчизняному туризму з його поетапним виходом на міжнародний рівень послуг.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балабанов И., Балабанов А. Экономика туризма: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 173 с.
2. Данильчук В. Мировой рынок услуг турбизнеса. – Донецк, 2005. – 144 с.
3. Гресева І. Класифікація готелів за кордоном і в Україні / Туристично-краєзнавчі дослідження. – Вип. 1 – К., 2006. – Ч. 1. – С. 180–190.
4. Луишин П. Типізація країн світу // Міжнародні відносини. – № 1. – 2006. – С. 19–34.
5. Мальська М. та ін. Основи туристичного бізнесу. Навч. посібник. – К., 2004. – С. 42–66; 201–203.
6. Проблеми міжнародного туризму: Збірник наукових статей – К.: тов. ЧАС ІІІК, 2005. – 263 с.
7. Халаяпова Е. Проблемы глобализации в индустрии туризма. – Вип. 1. – К.: Км-Трейдінг, 2004. – 207 с.
8. www.profi.tury.ru
9. www.world-tourism.org
10. www.travel-net.ru
11. www.columb.ru
12. www.turizm.ru

УДК 338.48(477-25)

БОВА М.

Научн. руководитель НОВІКОВА Н.А. - к.пед.н.

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КИЕВА: ОТ КИЕВА ДРЕВНЕГО ДО СОВРЕМЕННОГО

Киев – один из древнейших городов страны. Многочисленные архитектурные находки свидетельствуют о существовании поселений на территории современного Киева уже 2 тыс. лет назад. Величие древних сооружений не может оставить равнодушным даже ребёнка. В архитектуре Киева гармонично сочетаются оригинальные современные сооружения и неповторимые по своеобразию и красоте древние памятники народного зодчества. И это гармоничное сочетание истории с сегодняшним днём является одной из самых характерных примет древнего и вечно молодого города. Ведь жизнь не стоит на месте, всё в жизни меняется. Меняется и Киев: что-то в нём становится лучше, что-то приобретает новые оттенки, что-то меняется совсем до неузнаваемости, а что-то остаётся прежним. Но всё равно – это Киев. Киеву всегда есть, что показать своим многочисленным гостям и туристам, а им, в свою очередь, есть, что посмотреть в древнем городе-герое.

Главная улица Киева – Крещатик. Со времён Киевской Руси эта местность представляла собой укрытую лесом долину, через которую протекал ручей. В давние времена она была местом охоты, где киевляне развешивали сетки для ловли диких зверей. В конце XVII века узенькая тропинка в зарослях превращается в проезжую дорогу с разбросанными вдоль неё редкими одноэтажными деревянными домиками. По одной версии улица стала называться Крещатацкой, потому что здесь перекрещивались яры Печерская и Старого города. Но существует и другая версия: в Крещатском ручье князь Владимир крестил 12 своих сыновей. На этом месте с незапамятных времён был колодец с часовней, куда дважды в год совершался крестный ход. Позже – возведён памятник, имевший три названия: Нижний памятник Владимиру, Крещения Руси и Магдебургскому праву. В конце XIX века по улице была пущена конка, а в 1892 г. – первый в России электрический трамвай, который соединял Крещатик с Подолом. Улица окончательно приобретает облик центральной.

Во время Великой Отечественной войны Крещатик был разрушен. После войны Крещатик стал шире, и нынешние дома с нечётными номерами находятся на месте старых, стоявших во втором и третьем рядах. Этой улице исторически суждено было стать главной. Сюда ныне стекаются потоки людей со всего Киева, наверное, потому, что улица эта, украшенная свечами каштанов или вечерней иллюминацией, создаёт в душе ощущение праздника. Она дорога сердцу каждого киевлянина, а для гостей столицы служит визитной карточкой Киева.

В живописном уголке старого Киева, на вершине крутой горы стоит архитектурно-исторический памятник Андреевская церковь. Замыкая северную сторону старого города, храм красиво возвышается над рекой Днепр и Подолом. По склону холма идёт спуск к Подолу, в старину названный Андреевским. С этим холмом связывалась легенда о посещении территории Киева в 40 г. н.э. апостолом Андреем, о постановке им на этой горе креста и пророчестве его о процветании здесь в последующее время города. В 1690 г. на холм из Братского монастыря с Подола была перенесена монастырская деревянная церковь, которую освятили в честь апостола Андрея. Эта деревянная церковь простояла до 1724 г., когда „от великих ветров” развалилась. Новая Андреевская церковь была заложена в 1744 г., во время пребывания императрицы Елизаветы в Киеве. Проект церкви поручили разработать И.Г. Шеделю (строителю колокольни Киево-Печерской лавры), а строительство – видному архитектору Мичурину. Строительство храма шло довольно быстро, даже несмотря на то что место для строительства храма всё изобиловало подземными источниками. Образа для иконостаса с 1752 г. в течении четырёх лет писал художник Алексей Петрович Антропов. Строительство храма было завершено в 1762 г., а освящение храма было совершено только через пять лет. Из-за крупного ремонта была изменена форма купола, в результате чего он стал более тяжёлым. Внутри храм сохранил свой первоначальный вид.

Также одним из всемирно известных памятников архитектуры и монументальной живописи является Софийский собор. Строительство собора относится к периоду расцвета Киевской Руси. Название „Софийский” происходит от греческого слова „София”, что в переводе означает мудрость. Во время правления Ярослава Мудрого Софийский собор был общественным и культурным центром государства. В 1240 г. собор был разграблен татаро-монголами и долгие годы находился в запустении. С XV–XVI столетий Софийский собор был совершенно без надзора, в нём находили приют звери, на кровлях росли кустарники, вся западная часть здания была разрушена. В 30–40-е годы XVII века киевский митрополит Пётр Могила основал при храме мужской монастырь. Собор постепенно стал восстанавливаться. Что касается архитектуры Софийского собора, есть одна особенность – это его пирамидальная композиция, завершающаяся тринадцатью куполами. В этой композиции исследователи видят влияние традиций древнерусского деревянного зодчества. Архи-

тектурные массы собора нарастают к центру, создавая торжественный и величественный образ здания.

Ещё одна величественная постройка Ярослава Мудрого – Золотые ворота. Уже само их название, сохранившееся с глубокой древности, привлекает внимание. В старину оно подчёркивало их особое значение, первое место среди прочих оборонительных построек города – Львовских и Лядских ворот. В то время ворота служили главным въездом в столицу Древней Руси – Киев. Первоначально ворота назывались Великими. После постройки Софии на воротах была сооружена церковь Благовещения. Название Золотые ворота происходило от того, что створы этих ворот и их купол украсили вызолоченными листами. Это было мощное для своего времени оборонительное сооружение с надвратным храмом, т.е. купол опирался на четыре столба, располагавшихся на арках проезда. Некоторые исследователи полагают, что надвратный храм киевских Золотых ворот по углам был перекрыт четырьмя небольшими куполами. Надвратную церковь венчал купол со световым барабаном, украшенным по верху декоративными арочками. Золотые ворота пережили многое, и монголо-татарское нашествие, и национально-освободительную войну украинского народа с польской шляхтой.

На протяжении семи столетий Золотые ворота были символом неприступности города и служили его триумфальной аркой: через них торжественно въезжали в Киев Богдан Хмельницкий – после окончания освободительной войны украинского народа и Пётр I после победы над шведами. Выдающийся памятник древнерусского зодчества – Золотые ворота воссоздан к празднованию 1500-летия основания Киева. Вокруг остатков ворот возведено сооружение, соответствующее по форме и облику древнейшего въезда в Киев. Основная конструкция ворот – металлический каркас, заполнение стен их розово-красной плиткой и бутового камня на специальном растворе. По боковым сторонам ворот сооружены обрезы валов высотой 14 м с клетями, обложенными деревянными колодами. Ворота завершаются церковью, архитектура которой аналогична сооружённой в XI веке.

Золотые ворота в Киеве относятся к ценнейшим памятникам архитектуры и истории XI века. Они являются звеном в цепочке ассоциаций, связывающих сегодняшний день с героическим прошлым нашего народа. Это один из тех памятников исторического ядра Киева, который, будучи вкрапленным в застройку современного города, передаёт ему особый колорит, подчёркивает его роль как „матери городов русских”, свидетельствует о непрерывности его многовекового исторического и культурного развития. Тем самым в реальной, осязаемой форме Золотые ворота воплощают связь далёкого прошлого нашего города с современностью.

Также не менее интересным является Владимирский собор, который был построен 15 июля 1862 году. Собор выполнен в плане традиционного древнерус-

ского шестистолпного трёхапсидного храма, увенчанного семью куполами. Значительную художественную ценность имеет внутренняя роспись храма, которая выполнялась с 1885 по 1896 г., под руководством художника и историка искусства профессора А. Прахова. Росписи Владимирского собора носят реалистичный характер, несмотря на религиозные и мифические их сюжеты. Обращают на себя внимание картины „Крещение Руси”. Великолепны по живописи, полны драматизма и трагического пафоса сцены „Тайная вечеря”, „Христос перед Пилатом”, „Распятие”, выполненные П.А. Сведомским, расположены на северной и южной стенах храма.

Центральная композиция в алтаре – Богоматерь с младенцем – принадлежит кисти Васнецова. Мадонна представлена на золотом фоне как бы идущей лёгкой, неторопливой походкой навстречу людям с ребёнком на руках. После Великой Отечественной войны в соборе проведены большие реставрационные работы, после чего эти росписи приняли первоначальный вид.

В середине XI века был основан первый на Руси монастырь – Киево-Печерская лавра. Своё название Печерский он получил от пещер, где жили первые его обитатели. Лаврами называли наиболее богатые и влиятельные монастыри, которые пользовались большими привилегиями и, в известных пределах, автономией. По летописным данным, Печерский монастырь был основан в 1051 г. вблизи загородного княжеского дворца в селе Берестово. Основателями монастыря летописи называют монахов Антония и Феодосия. Весь архитектурный ансамбль Киево-Печерской Лавры состоит из трёх различных по величине групп: Верхней лавры, Ближней и Дальней пещер. С 70-х годов XI века в Киево-Печерском монастыре велось строительство каменных сооружений. С 1073 по 1089 г. был построен и расписан Успенский собор. Успенский собор в 1941 г. был разрушен, но в 2000 г. был полностью отстроен. В лавре находилась одна из старейших в Украине типографий, основанная 1615 г. В Киево-Печерской лавре жили и работали известные писатели, учёные, зодчие, живописцы: Нестор, Никон, Иоанн, Феодосий. Здесь в начале 1113 г. Нестором был составлен выдающийся памятник летописания „Повесть временных лет”. Огромный ансамбль монастыря был объявлен государственным музеем-заповедником.

Существуют города, которым предрекалась скромная доля, а есть такие города, слава которых живёт в веках. Наверно, не найти на земле уголка, где люди не слышали про Киев. Но вероятно говорят: лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать. Киев – это такое короткое слово – имя города, корни которого уходят в седую старину, город, чья история насчитывает более 1500 лет.

ЛИТЕРАТУРА

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. Учебное пособие для вузов – М.: Аспект Пресс. 2001 – 64 с.
2. Шолохов В.Н. Организация і проведення екскурсій – К.: Профиздат. 2000.

УДК 339.137.2+334:63

ВРАЧИНСЬКА О.

СКЛАДОВІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору економіки України є стратегічною проблемою. Без забезпечення конкурентоспроможності та стійкості конкурентних переваг аграрних підприємств на регіональному та міжнародному ринках неможливо досягти сталого розвитку аграрного сектору. Конкуренція розкриває потенціал суб'єктів аграрного ринку й виконує важливу функцію постійного рушія розвитку сільськогосподарського виробництва. Означене активізується посиленням конкурентної боротьби в умовах реалізації трансферних перетворень[2].

Нині більшість вітчизняних аграрних підприємств неспроможні виробляти високоякісну й конкурентоспроможну продукцію. Основними причинами низького рівня результативності виробництва є застарілий машинно-тракторний парк, висока вартість енергоносіїв, непосильний податковий тиск, недосконала нормативно-правова база, несформована ринкова інфраструктура, низький рівень державної підтримки, диспаритетні ціни на сільськогосподарську та промислову продукцію тощо. У результаті цього аграрний сектор утратив можливість вести не тільки розширене, але й просте відтворення.

Теоретичні і практичні аспекти конкурентоспроможності аграрного сектора знайшли відображення в працях вітчизняних учених-економістів П.Т. Саблука, М.Й. Маліка, В. С. Дісперова, О.В.Крисального, О.Є. Кузьміна та інших.

Конкурентоспроможність, як категорія має різні тлумачення в економічній літературі. Для її характеристики використовується поняття порівняльних витрат (Д.Рікардо), порівняльних переваг (Є.Хекшер, Б.Олін), порівняння конкурентних переваг; факторів управління та продуктивності використання ресурсів (М. Портер), конкурентного статусу підприємства (І.Ансофф)[1].

Рівень конкурентоспроможності визначається за умов порівняння об'єкта з іншими. Тому оцінимо конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств шляхом порівняння найбільш суттєвих показників їх діяльності.

Досліджувалась конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств різних організаційних форм Уманського району Черкаської області. Внаслідок реформування аграрного сектору економіки на території Уманського району (станом на 1.01.2007р.) функціонує 42 сільськогосподарських підприємства різних форм власності, з яких: фермерські господарства (ФГ) – 1; сільськогосподарські виробничі кооперативи (СВК) – 2; товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ) – 30; закриті акціонерні то-

вариства (ЗАТ) – 2; відкриті акціонерні товариства (ВАТ) – 2; приватні сільськогосподарські підприємства (ПСП) – 1, агроцехи – 2, науково-дослідне господарство (НДГ) – 1, державні підприємства (ДП) – 1.

Аналізуючи діяльність підприємств за 2005 рік (таблиця 1), слід відзначити, що найкращих результатів з виробництва валової продукції на 1 га ріллі досягли ТОВ „Прометей” (2099,9 грн), ТОВ „Дубова” (2029,2 грн), ФГ „Базис” (1715,4 грн). З виробництва валової продукції на одного працівника на першому місці СІ АФ „Текуча” – 63960,4 грн, на другому – ФГ „Базис” – 32717,5 грн, на третьому – ТОВ „Прометей”, де цей показник становить 32499,1 грн. Що ж до такого основного показника, як прибутковість підприємства, то тут слід віддати перевагу ТОВ „Прометей”. З 18913 тис. грн прибутку, одержаного по всіх сільськогосподарських підприємствах Уманського району, 1464,4 тис. грн або 7,7% одержано в цьому підприємстві. Прибуток у розрахунку на 1 га ріллі в ТОВ „Прометей” склав 884,3 грн, в ТОВ „Дубова” – 673,2 грн, в ФГ „Базис” – 249,6 грн. Аналізуючи фонд оплати праці на 1 га ріллі, слід відмітити, що найкращий цей показник у 2005 році був у ТОВ „Дубова” – 361,4 грн, а на 1 працівника – у СП АФ „Текуча” – 10460,4 грн.

Найвищий, серед підприємств Уманського району, рівень рентабельності у ТОВ „Прометей” – 63,1%, норма прибутку, яка показує ефективність використання виробничих фондів, у цьому господарстві – 18,5%.

Для більш точної оцінки конкурентоспроможності скористаємось методом рангів. Застосування даного методу ґрунтується на визначенні місця підприємств-конкурентів за кожним показником шляхом ранжування досягнутих значень. Ранжування для аналізу конкурентоспроможності досліджуваних підприємств представлено в таблиці 1. Підсумувавши ранги по господарствах за обраними показниками, можна зробити порівняльну оцінку їх конкурентоспроможності. Отже, найбільш конкурентоспроможними є ТОВ „Прометей” – 32 бали, ТОВ „Дубова” – 29 балів, ФГ „Базис” – 27 балів.

Дослідження конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств дає підстави стверджувати, що успіх господарювання не залежить від організаційної форми підприємства, а основним фактором успіху є високі ділові якості керівника, його компетентність, рівень професійного керівництва, використання сучасних технологій, забезпечення виробничої дисципліни, вміння керівника грамотно управляти ефективною виробництвом у складних економічних умовах.

З метою посилення конкурентоспроможності вітчизняної продукції необхідно здійснити наступні заходи:

Економічні показники ефективності виробництва у сільськогосподарських підприємствах
Уманського району в 2005 році

Господарства	ФГ "Базис"		ТОВ "Прометей"		ПП "Дмитрушка"		СП АФ "Текуча"		ТОВ "Дубова"		Всього по с.г. підприємствах
	показник	ранг	показник	ранг	показник	ранг	показник	ранг	показник	ранг	
Площа ріллі, га	3928,9	—	1656,0	—	1434,7	—	4656,5	—	2047,6	—	45786,0
Чисельність працівників, чол.	206	—	107	—	63	—	96	—	132	—	2342
Валова продукція всього, тис. грн	6739,8	—	3477,4	—	1840,6	—	6140,2	—	4155,0	—	102356,0
— на 1 га ріллі, грн	1715,4	3	2099,9	5	1282,9	1	1318,6	2	2029,2	4	2235,5
— на 1 працівника, грн	32717,5	4	32499,1	3	29215,9	1	63960,4	5	31477,0	2	43704,5
Чистий прибуток всього, тис. грн	980,5	—	1464,4	—	192,2	—	-138,3	—	1378,6	—	18913,0
— на 1 га ріллі, грн	249,6	3	884,3	5	134,0	2	-29,7	1	673,2	4	413,1
— на 1 працівника, грн	4759,7	3	13685,9	5	3050,8	2	-1440,6	1	10443,9	4	8075,6
Фонд оплати праці всього, тис. грн	1302,0	—	544,7	—	380,0	—	1004,2	—	740,0	—	16353,0
— на 1 га ріллі, грн	331,4	4	328,9	3	264,9	3	215,7	1	361,4	5	357,2
— на 1 працівника, грн	6320,4	4	5090,7	1	6031,7	3	10460,4	5	5606,0	2	6982,5
Рентабельність, %	12,6	3	56,2	5	11,3	2	-1,7	1	50,5	4	19,5
Норма прибутку, %	9,3	3	18,5	5	7,1	2	—	—	10,8	4	9,1
Всього	—	27	—	15	—	32	—	16	—	29	—

• розраховувати еквівалентні ціни на сільськогосподарську продукцію, які б не тільки відшкодували понесені затрати, а й забезпечували певну суму прибутку для ведення розширеного відтворення;

• передбачити можливість подальшого застосування компенсаційної схеми кредитування;

• виділяти частину прибутку для оновлення матеріально-технічної бази;

• збільшити до трьох відсотків виплату орендної плати;

• запланувати комплекс заходів по покращенню соціальної інфраструктури;

• поглиблювати інтеграцію науки та виробництва;

• гарантувати державну підтримку товаровиробникам, шляхом встановлення системи пільг, дотацій на окремі види сільськогосподарської продукції.

Розглянуті основні складові забезпечення конкурентоспроможності продукції аграрного сектора виробництва взаємопов'язані між собою, успішне їх вирішення забезпечить сільськогосподарським підприємствам гідне місце на ринку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Осовська Г.В. Менеджмент організацій. Навчальний посібник. — К.: Кондор, 2005. — 856с.

2. Чебан В.Г. Інновації як умова підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору // Економіка АПК. — 2006. — №7. — С.68–72

УДК 338.48(477)

ГРИСЮК В.

Науч. керівник **НОВИКОВА Н.О.** — к.пед.н.

УКРАЇНА – ПЕРСПЕКТИВНИЙ ПАРТНЕР НА СВІТОВОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ

11–13 жовтня 2006 року у Києві на території Національного комплексу „Експоцентр України” пройшла міжнародна туристична виставка, яка й доводить те, що Україна є на шляху до входження у Світову Організацію туризму. Уже три роки Міжнародний туристичний салон „Україна” є членом Міжнародної асоціації туристичних виставок і ярмарок і входить у двадцятку кращих туристичних виставок Європи. На цей раз він зібрав 768 компаній і організацій з 40 країн світу, а загальна площа експозиції склала 8300 кв. м. Учасниками виставки були міжнародні та вітчизняні туристичні компанії, туристичні асоціації, громадські організації, ВУЗи України, управлінські структури в сфері туризму. Основою експозиції були національні стенди, які представляли туристичні офіси та профільні міністерства Австрії, Грузії, Болгарії, Таїланду, Кіпру, Угорщини, Фінляндії, Польщі, Чехії, Єгипту, Іспанії, Тунісу. Українська експозиція „Відпочивайте в Україні” була представлена в окремому павільйоні №2 і популяризувала туристичні маршрути, історичні пам'ятки, музеї, готелі, санаторії, народні промисли всіх регіонів України.

тичні компанії, туристичні асоціації, громадські організації, ВУЗи України, управлінські структури в сфері туризму. Основою експозиції були національні стенди, які представляли туристичні офіси та профільні міністерства Австрії, Грузії, Болгарії, Таїланду, Кіпру, Угорщини, Фінляндії, Польщі, Чехії, Єгипту, Іспанії, Тунісу. Українська експозиція „Відпочивайте в Україні” була представлена в окремому павільйоні №2 і популяризувала туристичні маршрути, історичні пам'ятки, музеї, готелі, санаторії, народні промисли всіх регіонів України.

Виставка розпочалась з прес-конференції за участю представників державних органів управління туристичної галузі та представників компаній-учасниць, на якій пройшло всебічне обговорення проблем туризму та шляхів їх подолання. Зокрема, наголошувалося на такому пріоритетному для України напрямі як внутрішній та в'їзний туризм, про можливість якого свідчила і туристична експозиція регіонів України. Тут проходили презентації, семінари, конкурси, виступи художніх колективів, метою яких було створення привабливого іміджу України як туристичного центру з багатою історико-культурною спадщиною та унікальними природними умовами.

Для України, яка стоїть на шляху формування демократичного суспільства та ринкової економіки, туризм сьогодні є важливим чинником соціально-економічного розвитку та формування менталітету нації, засобом інтегрування України у світове політичне, економічне та культурне середовище. Вже зараз туристична галузь виробляє 8% валового внутрішнього продукту та 20% зовнішньоторговельного обороту України. Пріоритетним для неї напрямом стає внутрішній та в'їзний туризм. За даними Департаменту державного туризму і курортів динаміку туристичного ринку нашої країни за останні роки характеризує активізація саме цих потоків. Якщо у 1996 році країну відвідало 814 тисяч іноземних туристів, то у 2003 році їх кількість збільшилась до 10,5 мільйонів, а у 2006 році до 12,5 мільйонів чоловік. Середній щорічний приріст іноземних туристів складає 14%. Характерною особливістю в'їзного потоку у порівнянні з попередніми роками є його збільшення з країн Європи та інших країн далекого зарубіжжя, що у 1,5 разів перевищує потік з країн СНД. Помітно збільшуються і обсяги внутрішнього туризму, в середньому на 1,5%. Станом на 1 січня 2007 року у туристичній галузі функціонують 8,3 тисячі підприємств, в тому числі 3,9 тисячі суб'єктів туристичної діяльності, 1,2 тисячі готелів та місць проживання, 3,2 тисячі санаторно-курортних закладів. Більша частина обсягів туристичної діяльності припадає на три туристичні регіони: Крим, Київ, Одеську область. Вони забезпечують до 67% обсягів туристичної діяльності в Україні. Згідно зі змінами до Закону „Про туризм”, що вступили в дію у 2004 році, туристична галузь спрямовується на активізацію в'їзного активного молодіжного, внутрішнього, сільського, зеленого та дитячого туризму. Перспективи розвитку туристичної сфери і, зокрема, в'їзного та внутрішнього туризму як одного з найбільш динамічно розвинених секторів економіки, активізують проблему туристичних ресурсів України, національних та регіональних особливостей та закономірностей їх формування. Саме в'їзний та внутрішній туристичні потоки виступають чинниками розвитку туристичних ресурсів. Вони забезпечують: 1) репрезентацію української культурної та історичної спадщини; 2) збереження навколишнього середовища та історико-культур-

них пам'яток; 3) зміцнення рекреаційно-туристичного потенціалу українських регіонів (покращення матеріально-технічного стану туристичних ресурсів); 4) реорганізацію, реставрацію та формування нових туристичних об'єктів.

Україна в структурі Європейського туристичного регіону з її вигідним географічним положенням у центрі Європи і багатим туристичним потенціалом може і повинна увійти до числа найбільш розвинених туристичних держав світу.

Землі її простягнулися від Карпат до донських степів, від Полісся до Азовського та Чорного морів і займають територію у 603,7 тис. кв. км. До складу України входять Автономна Республіка Крим, 24 області, міста Київ і Севастополь, що мають спеціальний правовий статус адміністративних одиниць. Найбільші міста – Київ, Харків, Одеса, Дніпропетровськ, Львів, Донецьк. Населення – 46,9 мільйонів осіб. Міське населення становить 68%, сільське – 32%. Україна межує з Польщею, Словаччиною, Угорщиною, Румунією, Молдовою, Білорусією, Росією.

Наша держава має надзвичайно багаті природні ресурси. До них відносяться кліматичні, водні, ландшафтні, гірсько-рекреаційні, приморсько-пляжні, фітотерапевтичні (масиви лісів і парків), бальнеологічні, спелеологічні ресурси. Клімат України помірний, теплий, континентальний, на південному узбережжі Криму – субтропічний. Середня температура січня –5, липня – +20. 95% території знаходиться в межах Східноєвропейської рівнини. 5% території знаходиться в межах середньо високіх Українських Карпат і Кримських гір. В Україні близько 73 тисячі річок, 14 з яких довжиною понад 500 км. Більшість з них належать до басейну Чорного та Азовського морів. Найбільші річки: Дніпро, Дністер, Дунай, Буг, Прип'ять, Десна, Черемош, Прут, Стрий, Ворскла. Для річок Карпат і Кримських гір характерні водоспади, що є туристичними атракціями. Найвідоміші карпатські – Гук у підніжжі Говерли, Яремчанський у Яремчі, Манявський на річці Манявці. Найкрасивіші – кримські Учар-Су та Джур-Джур. Важливу рекреаційну функцію виконують озера, особливо Чорноморські лимани. На узбережжі Чорного моря розміщені 22 озера-лимани, що користуються популярністю у туристів: Сасик, Шагани, Куяльницький лиман тощо. Та найбільшими в Україні є Дніпровський та Дністровий лимани. Найбільш відома група озер – Шацькі озера на Волині, що налічує 22 озера. Багаті рекреаційно-курортні ресурси в зоні Шацьких озер є дуже перспективними для масового рекреаційного, лікувально-реабілітаційного та рекреаційно-профілактичного туризму. Найбільше з них – озеро Світязь. Дзеркальне озеро площею 24,5 кв. км – глибиною до 58 метрів (український Байкал). Саме тут на території Шацького національного природного заповідника, який було створено у 1983 році, сконцентровано 56 баз відпочинку, санаторії, пансіонати, дитячі оздоровчі табори, де одночасно можуть відпочи-

вати близько 8 тисяч осіб. Запасами мінеральних вод багаті Крим, Закарпаття, Львівщина, Хмельниччина, Полтавщина та інші області. Важливі рекреаційні функції мають лісові ресурси, що використовуються з метою лікування та суто відпочинку (вік-енд, збирання ягід, грибів тощо).

Україна має багату історико-культурну спадщину. Її історія бере початок у трипільській культурі, що існувала в IV–III тис. до н. е. і була попередницею слов'янської. Від неї залишились тільки руїни, відкриті археологами за останні 100 років. Але вони свідчать про те, що була доба хліба і металу. Там вирощували худобу, ліпили посуд, плавили метал, будували будинки. Так, відкрита в кінці XIX столітті Вікентієм Хвойкою трипільська культура свідчить, що на території сучасної України з IV–II тис. до н. е. існувала висока цивілізація, зникнення якої можна порівняти з долею міфічної Атлантиди. Розкопки свідчать, що трипільці досягли великих успіхів у розвитку ремесел, архітектури, соціальному устрої. Найбільші трипільські поселення були в межах річки Дніпра і Південного Бугу. Великою віхою історико-культурної спадщини є епоха Київської Русі (IX–XIII ст.) – могутньої середньовічної монархії зі столицею в Києві, що поклала початок державності української нації. Київ та інші міста стали колись унікальною слов'янської православної культури, від якої сьогодні маємо багато пам'яток. Тоді ж були зведені перші кам'яні храми та палади, засновані школи, у тому числі й жіночі, створена одна з найбільших бібліотек християнського світу. Після гибелі імперії виникає нова держава – Галицько-Волинське князівство (XIII–XIV ст.), яке протистояло посяганням монголів, німецьких лицарів і значно зберегло спадок Київської Русі. Потім Київ та інші землі потрапляють під військово-політичний контроль князівства Литовського, однак зберігають культурну самобутність. Згодом території України входять до складу Московії та Польщі. У XVI–XVII ст. українська нація знову з'являється на європейській політичній арені – козацька республіка

Запорізька Січ яка була оберегом волі і культурних традицій українського народу. В результаті визвольної війни з Річчю Посполитою на чолі з гетьманом Богданом Хмельницьким українська козацька держава зберігала автономію до кінця XVIII ст. У ті часи в Україні з'явилися перші друковані книги Східної Європи (XVI ст.), перший православний університет – Кисво-Могиланська академія (XVII ст.), розпочинається бурхливий розвиток мистецтва і літератури (XVIII ст.). У 1781 році українська державність була скасована Катериною II і до 1917 року Україна була у складі Російської монархії. Лише після її падіння згідно з Брестською угодою Україна була визнана незалежною Українською державою на чолі з Центральною Радою. Але проіснувала до 1920 року і знову була окупована тоталітарним комуністичним режимом. Протягом XX ст. український народ пережив сталінські репресії та голодомор, під час якого загинуло до 10 млн. осіб. Під час Другої світової війни загинуло близько 6 млн українців, війни в Афганістані – до 14 тисяч. І лише в 1991 р. Україна з'явилась на політичній карті світу як незалежна держава.

Сьогодні в Україні проживають багато національностей: українці, росіяни, білоруси, румуни, греки, татари, євреї, німці, болгары. Майже 80% – українці. Етнографічні особливості в різних регіонах (на Закарпатті, Буковині, Поліссі, Полтавщині, Донбасі, Криму) різні. Та разом з туристичними ресурсами вони складають особливу привабливість для всіх, хто прагне пізнати історичну самобутність України як держави з багатою історичною, географічною та архітектурною спадщиною.

ЛИТЕРАТУРА

1. А.Ю. Александрова. Международный туризм. Учебное пособие для вузов – М.: Аспект Пресс, 2001.– 464 с.
2. Шолохов В.Н. Организация і проведення екскурсій – К: Профиздат, 2000
3. Олійник О. Туризм в Україні має перспективи// Урядовий кур'єр. – №35. – 26.02.2004.

УДК 331.101.3

ДЕМЧЕНКО В.

Наук. керівник ШАРАДКИНА Є. А. – ст. викладач

МОТИВАЦІЙНІ АСПЕКТИ СТИМУЛЮВАННЯ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Мотивація трудової діяльності є одним із важливих чинників економічного зростання суспільства у ринкових відносинах. Це рушійний механізм для отримання швидкої, якісної та творчої віддачі від робочої сили в умовах глобальної конкуренції, коли постає питання ефективного та раціонального використання всіх видів ресурсів, і особливо, людського потенціалу. Донедавна проблемам мотивації не приділяли належ-

ної уваги, тепер – це є необхідністю для менеджерів як на рівні підприємства, так і на рівні держави.

Оскільки існує думка, що поняття „мотивація” тожне „стимулюванню”, то вважаємо за потрібне розглянути сутність даного терміну.

У науковій літературі існує декілька точок зору стосовно сутності „мотивації”. На думку видатних українських економістів, таких як С. Мочерний та

Й. Петрович „мотивація праці” – це цілеспрямоване спонування працівника до високоєфективної праці шляхом стабільного впливу на його потреби, інтереси, цілі [3, 308], [4, 321]. Група американських вчених, до складу якої входять Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф., трактує термін „мотивація” як процес спонування себе та інших до діяльності з метою досягнення особистих цілей та цілей організації [2, 360].

На думку провідного українського вченого Колода, мотивація – це „сукупність зовнішніх та внутрішніх, усвідомлюваних людиною рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей та цілей організації” [1, 12].

На нашу думку, більш точним є визначення, яке узагальнює раніше згадані, і визначає мотивацію як „цілеспрямований процес спонування до певної діяльності під дією як внутрішніх так і зовнішніх усвідомлюваних людиною факторів впливу для досягнення особистої мети та цілей організації”.

На теперішній час, використовуючи закордонний досвід, виділяють такі складові загальної мотивації [5, 33–34]:

1. Економічна складова, яка зосереджена на формуванні середнього класу в суспільстві. Стосовно економічної мотивації варто ознайомитись з наступними фактами.

Реальна заробітна плата в 1999 р. знизилась на 73,9% проти 1990 р., а у 2004 р. вона вже становила 61,0% від розміру реальної заробітної плати 1990 р. [11, 9].

Спостерігаються позитивні тенденції щодо індексації заробітної плати відповідно до інфляційних процесів. Це є дуже важливим чинником для економічного критерію мотивації. Без нього неможливе формування нового типу працівника, який знаходиться у постійному пошуку, розробці та втіленні нових ідей та інновацій і, відповідно, отримує за свою працю високу винагороду. Негативним моментом є те, що залишається низькою питома вага заробітної плати в грошових доходах населення, яка досягала в 1990 р. 70,9%, а в 2004 р. – лише 42,3%. Це говорить про нелегальну зайнятість та підробітки, які формувалися станом на 2004 р. більше 57% грошового доходу громадян України, що призводить до зниження продуктивності праці за основним місцем роботи, створює „соціальну напругу” в суспільстві [11, 9].

2. Соціальна складова мотивації визначає ставлення до робочої сили як до ресурсу ключового значення.

Завдяки впровадженню в практику такого ставлення японські та європейські фірми випереджають американські компанії в конкурентній боротьбі. Визначення трудових ресурсів як найважливішої складової успішної діяльності фірми формує дбайливе ставлення до працівників, піклування про їх відпочинок та мікроклімат у колективі, відповідність амбіцій працівника та здібностей посаді, яку він займає [7, 33].

Оскільки особливості менталітету українців наближають їх до рис ментальності народів Кореї, Японії та інших країн Сходу, то можна з впевненістю говорити про те, що соціальне мотивування принесе не менші результати і в економіці України: зростання продуктивності праці та конкурентоспроможності української продукції. Можна стверджувати і про значний соціальний ефект: зацікавленість працею та кінцевим результатом роботи, покращення здоров’я нації та тривалості життя, зменшення смертності осіб працездатного віку. На сьогоднішній день можна стверджувати про зовсім іншу ситуацію: робітники незадоволені ставленням до них керівництва, приватні підприємці байдужі до проблем зі здоров’ям, що виникають у працівників внаслідок роботи, і вирішують проблему звільненням працівника (державна теж не сильно дбає про здоров’я нації, оскільки витрати на охорону здоров’я становлять 3,2% від ВВП, тоді як у розвинутих країнах цей показник в межах 6–8% [8, 87]), високі показники смертності осіб працездатного віку та міграційних процесів за кордон.

3. Науково-технічна складова мотивації спонукає до нової моделі розвитку і використання трудових ресурсів, в основу якої покладено орієнтацію на інтегровану в систему виробництва висококваліфіковану робочу силу. Основними елементами даної моделі можуть бути: безперервність процесу збагачення знань і підвищення кваліфікації; багатопрофільність і мобільність робочої сили, гнучкість організації і систем стимулювання праці; партнерські відносини між менеджерами і виконавцями.

Стосовно України про занадто низькі темпи фінансування професійного навчання працівників свідчать такі статистичні дані: середньомісячні витрати на професійне навчання одного працівника становлять в середньому 1,9 грн, що трохи більше 0,3% загальних витрат на робочу силу [8, 87].

4. Екологічна складова мотивації нового типу працівника викликає такі явища як загальна екологізація освіти і всієї економіки країни, розробка і використання природоохоронних технологій, що у розвинутих країнах, особливо в Європі, стали найбільш привабливими сферами інвестицій. В Україні така ситуація не спостерігається. Як відомо, санкції за перевищення розмірів шкідливих викидів незначні, наприклад понаднормові викиди в атмосферу „коштують” підприємству 300 грн за тону, а вночі, „коли інспектори сплять” – безкоштовно. Багато екологів працюють не за фахом [7, 33].

Відповідно до вищеперерахованих складових мотивації персоналу спрогнозовано напрями кадрової політики на підприємствах майбутнього та найпопулярніші інструменти мотивації персоналу.

Кадрова політика в майбутньому має будуватися на наступних принципах [6, 26]:

· повна довіра до працівника і надання йому максимальної самостійності при розв’язанні поставлених перед ним задач;

• централізація економічного керування на особистості та здібностях, ідеях працівників, соціалізація економічного розвитку;

• спрямованість діяльності колективу на загальний результат фірми, усвідомлення працівником, що його внесок у кінцевий результат винагороджується справедливо, активізація творчого потенціалу працівників;

• подальший розвиток мотивації персоналу, головним чином направлену реалізації людини та визнання суспільством її значущості.

Очікувані найбільш популярні цілі та інструменти мотивації представимо у вигляді таблиці 1, причому ціль (цілі) може бути досягнута за допомогою як одного інструменту, так і всього їх комплексу [5, 122].

Україна на даний момент має кризу у трудовій мотивації, спричинену стрімким переходом до ринкової економіки та намаганням інтегруватись до Євроспільноти. Традиційні мотиваційні механізми зруйновані, нові ще не повністю побудовані. Але є багато позитивних моментів, насамперед, пов'язаних з перейманням досвіду у сфері мотивації розвинутих зарубіжних країн, намаганням встановити гнучку систему матеріального заохочення „результат праці – справедлива винагорода” [9].

В умовах трансформації України в ринковий простір для поліпшення трудової мотивації є доцільним дотримуватись наступних рекомендацій [7, с35]:

– започаткувати процес становлення нової парадигми подальшого розвитку України, яка повинна: передбачати перехід до принципово нової управлінської ідеології суспільного розвитку; враховувати разом із загальними закономірностями розвитку економіки національні, історичні, культурні особливості, управлінські традиції;

– забезпечити умови виходу країни на постіндустриальну траєкторію розвитку, тобто на такий етап, коли конкурентоспроможність країни визначається перевагами накопичених знань, інновацій та інформації;

– для подолання кризових явищ економічної системи України необхідне стає зростання економіки, забезпечення якого неможливе без реальної здатності країни підтримувати необхідні складові процесу інтелектуального відтворення: медицину, бізнес, науку і освіту, культуру;

– зберегти обов'язкову загальну середню освіту з впровадженням нових розвиваючих методик і комунікаційних технологій;

– удосконалити систему професійної орієнтації молоді та підвищення рівня її конкурентоспроможності на ринку праці, законодавчо закріпити систему обов'язкового державного квотування робочих місць для молоді на підприємствах;

– проводити активну державну політику на ринку праці задля підтримання зайнятості, підвищення мобільності робочої сили, створення нових робочих місць у наукомістких галузях національної економіки, розвивати дистанційну освіту для працюючих громадян.

Останні кілька десятиріч проблема ефективної мотивації персоналу хвилює багатьох науковців, причому складність її полягає в тому, що неможливо розробити єдиний алгоритм мотивації працівників. У кожного працівника є різні потреби, а також індивідуальні особливості характеру, які треба враховувати при виборі різновиду мотивації. Одного і того ж працівника неможливо довгий час мотивувати одним і тим же стимулом, оскільки працівник розвивається і змінюються його потреби.

Таблиця 1

Цілі та інструменти мотивації майбутнього

Назва блоку	Цілі мотивації	Інструменти мотивації
1. Кадрова політика підприємства	Внутрішньо фірмова мобільність і гнучкість у застосуванні професійної кваліфікації, самостійність та ініціативність, творча та інноваційна діяльність	Підготовка і підвищення кваліфікації кадрів, тренінг і семінари; планування кар'єри; перспективні програми формування структури кадрів.
2. Організація робочого місця	Задоволеність станом робочого місця; ідентифікація з робочою задачею; задоволеність від роботи і більш якісного виконання задачі	Технічні організаційні допоміжні засоби; фізіологічні та психологічні умови праці (ергономіка, кольорове оформлення)
3. Регулювання робочого часу	Відповідальність і свідоме використання робочого часу; привабливість праці, пов'язана з гнучкістю робочого часу; ефективне використання робочого часу	Скорочення робочого часу, гнучкий робочий час; гнучкий графік; неповний робочий час; вихідні, пов'язані з релігійними святами; гнучке розподілення річного фонду робочого часу; збільшення тривалості відпустки працівникам з великим стажем
4. Інформаційна озброєність працівників	Інформованість про справи фірми; цікавість до інформації, яка безпосередньо не стосується змісту роботи; міркування і діяльність з позицій інтересів підприємства	Фірмові газети; цехові листки; колективні зібрання; звіти з праці; наради працівників
5. Оцінка персоналу	Позитивний вплив на поведінку і розвиток особистості; відповідальність за власні дії; самокритичність трудових досягнень	Методи оцінки результатів праці працівника і потенційних можливостей працівника; оцінка поведінки

В умовах ринкових відносин, на наш погляд, слід застосовувати індивідуальний підхід до мотивації працівників, який враховував би потреби та особливості характеру конкретного працівника. Такий підхід призводить до підвищення зацікавленості працівника у трудовій діяльності, отожднювання його власних цілей з цілями фірми, і як наслідок, підвищує ефективність його праці та веде до процвітання підприємства у конкурентному середовищі.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Колот А. М. Мотивація персоналу: Підручник. – К.: КНЕУ, 2002. – 337 с.
 2. Мескон М., Альберт М., Хедоурі Ф. Основи менеджмента. / Пер. с англ. – М.: Дело, 1992. – 762 с.
 3. Мочерний С. В. „Основи економічних знань”. Підручник. – Видання 2-ге, уточнене. – К.: ВЦ „Академія”, 2002. – 310 с.
 4. Е. М. Петрович, „Економіка підприємства”. – К.: Видавництво „Магнолія плюс”, 2004. – 679 с.

5. Травин В. В., Дятлов В. А. Основи кадрового менеджмента: 2-е изд. – М.: Дело, 1997. – 336 с.
 6. Шекин Г. В. Основи кадрового менеджмента: Учебник – 3-е изд. перераб. и доп. – К.: МАУП, 1999. – 288 с.
 7. Антончук Д. До питання впливу трудової мотивації на економічний розвиток держави // Україна: аспекти праці. – 2003. – №8. – С. 31–35
 8. Гончарова Н. М. Державний механізм реалізації політики мотивації праці в сільському господарстві // Економіка і держава. – 2006. – №5. – С. 87–89.
 9. Перетятко А., Таряник О. Активізація мотиваційного взаємозв'язку: очікування – винагорода – результати праці // Україна: аспекти праці. – 2006. – №8. – С. 48–50.
 10. Семикина М. Аспекти перебудови ментальності працівників у системі мотиваційного менеджменту // Україна: аспекти праці. – 2001. – №4. – с.40–46.
 11. Шелешкова С., Спасенко Ю. Заробітна плата як мотиваційна складова продуктивної зайнятості// Україна: аспекти праці.– 2006. – №7. – С. 9–16.

УДК 339.138+334.72

КАЗАКУЦА О.С.

Керівник ШАРАДКІНА Є.А – ст. викладач

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринку підприємство зацікавлене в покращенні своїх конкурентних позицій: завоювати більшу частину ринку, бути кращим за конкурентів, виготовляти товар, який би мав найбільший попит на ринку даної продукції, отримувати великий прибуток. Одним із інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємства є бенчмаркінг – процес постійного пошуку, дослідження та впровадження найкращої практики у будь-якій сфері, що визначає найбільш високу характеристику конкурентоспроможності, тобто приводить організацію до більш досконалої форми [1], [5], [6].

На перший погляд, бенчмаркінг може здатися схожим на конкурентний аналіз, але на відміну від останнього він є більш деталізованим, формалізованим, впорядкованим і передбачає використання еталонного порівняння, а не тільки визначення результативності й

оцінки показників [8]. Метою бенчмаркінгу є аналіз того, що, чому і як добре роблять конкуренти чи підприємства-лідери, а предметом дослідження – методи ведення бізнесу, що задовольняють потреби споживачів та зумовлюють їхню бажану поведінку, особливо такі, як обслуговування клієнтів, інформаційні технології, розвиток і навчання персоналу, покращення управління, оцінка та підвищення ефективності, набір кадрів, виробництво, управління проектами [10].

Кожен процес має певні принципи і бенчмаркінг, або як його інколи називають „легальний шпідіаж” – не виняток, подамо їх за допомогою таблиці 1 [5, 245–246].

Як видно з таблиці 1, підприємство, яке проводить бенчмаркінг повинно бути готове до чесності зі своїм партнером та порівняння і адаптування результатів, отриманих у процесі дослідження для своєї фірми.

Таблиця 1

Принципи бенчмаркінгу

Принцип	Характеристика
Взаємність	Бенчмаркінг є діяльністю, заснованою на взаємному відношенні, згоді й обміні даними, що забезпечують „виграшну” ситуацію для обох сторін
Аналогія	Оперативні процеси партнерів повинні бути схожими. Може бути оцінений будь-який процес, тільки б група дослідження могла перевести його в культурний, структурний і підприємницький контекст свого підприємства
Вимір	Бенчмаркінг – це порівняння характеристик, визначених на декількох підприємствах; ціллю є встановлення того, чому існують розходження в характеристиках і як досягти їхнього найкращого значення
Достовірність	Бенчмаркінг повинен проводитись на основі фактичних даних, точного аналізу і вивченні процесу, а не тільки на базі інтуїції

На сьогоднішній день окрім основних принципів бенчмаркінгу виділяють [7, с. 33], такі:

- Концентрація на якості. Вирішення проблем якості повинно бути зорієнтовано на запобігання помилок і браку, а не на їх ідентифікації та виправленню.

- Важливість бізнес-процесів.

- Необхідність врахування класичної моделі TQM, яка базується на необхідності постійного удосконалення; важливості покупця; культурних змінах; командній роботі та важливості вкладу кожного працівника.

- В умовах агресивного зовнішнього середовища виживання без бенчмаркінгу неможливе.

Процес бенчмаркінгу може складатись з великої кількості етапів у залежності від організації його на підприємстві, наприклад, у компанії IBM їх аж 15. Але існують 3 основних види бенчмаркінгових процесів – десятиетапний процес, п'ятиетапний та шестиетапний [4], [2]. У даній роботі ми коротко розглянемо 6-ти етапний процес, оскільки він є найбільш загальним. Він зображений на рисунку 1.

Процес бенчмаркінгу циклічний – якщо при оцінці нового об'єкта ми не отримаємо запланованих результатів або виникне нова проблема, то все починається з початку. Деякі спеціалісти більш конкретизують кожен етап, тому можлива варіація кількості етапів, або доповнюють існуючі етапом „Створення команди з бенчмаркінгу” [4].

На жаль, у бенчмаркінгу є і як переваги так і недоліки, і ризики, які наведемо на схемі 2.

Розглянемо приклади застосування бенчмаркінгу в практиці на вітчизняних та закордонних підприємствах.

Винахідниками бенчмаркінгу вважають японців, які навчилися ідеально копіювати чужі досягнення. Вони досконало досліджували європейські та американські товари та послуги, щоб виявити їх слабкі та сильні сторони, а потім випускали, щось схоже за більш низької ціни. На заході бенчмаркінг почав активно використовуватись вкінці 1970-х років. В цей час японські підприємства сильно потіснили американські

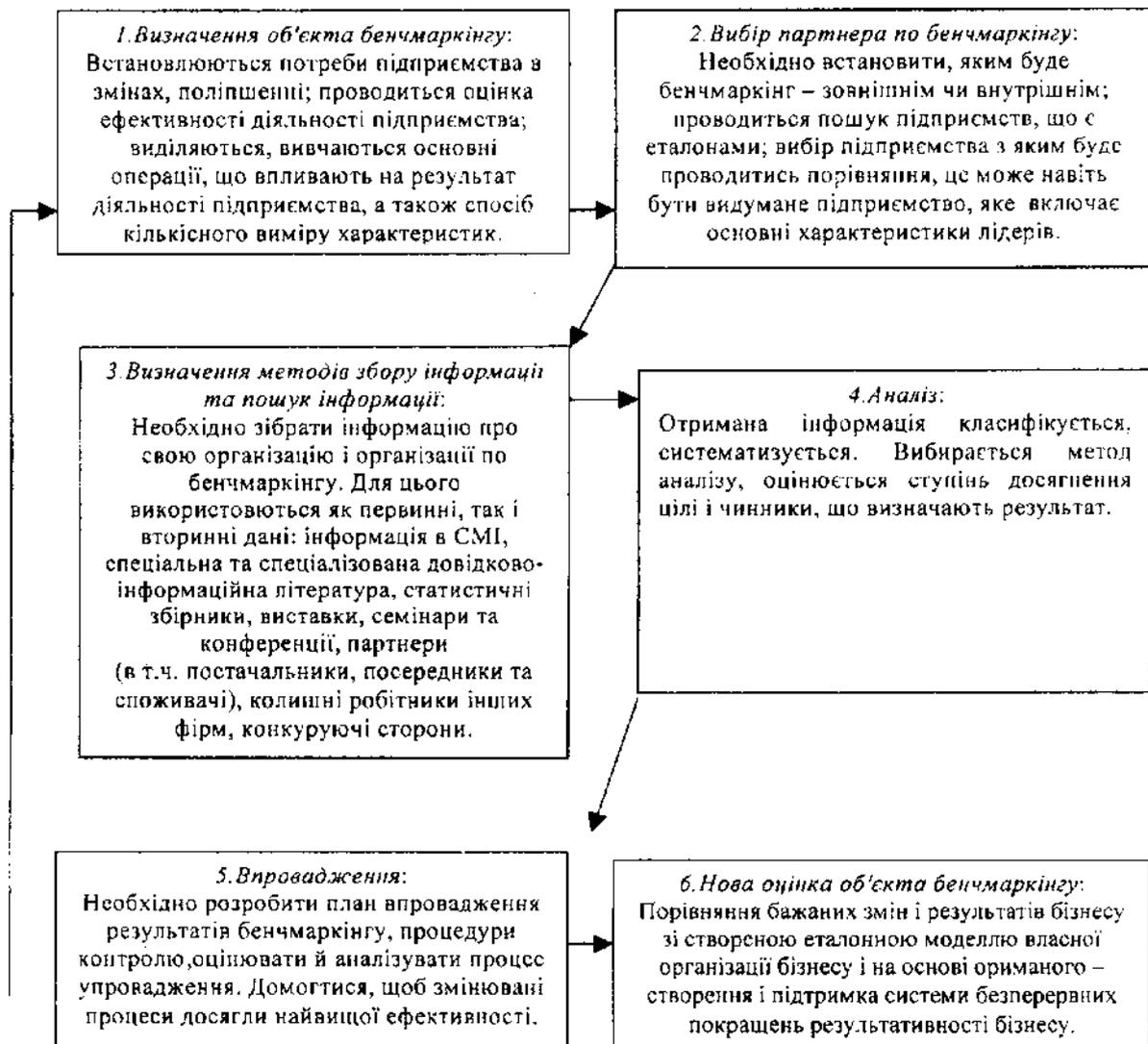


Рис. 1. Основні етапи бенчмаркінгу[2]

Бенчмаркінг

Переваги:

- запозичення кращого досвіду інших компаній, який дозволяє уникнути „винаходження колеса“;
- у разі безперервного здійснення процесу бенчмаркінгу – постійна інформованість про конкурентів та ринок, а як наслідок і швидка адаптивність;
- зменшення витрат на маркетинг у порівнянні з іншими методами дослідження;
- зіставлення показників ефективності дає можливість зрозуміти уразливі та раціональні сторони діяльності компанії в порівнянні з конкурентами і світовими лідерами в аналогічній області;
- швидке удосконалення бізнес-процесів.

Недоліки та ризики:

- можливе спрямування сил підприємства на бажання більше знати про стан еталонного об'єкту, ніж про процес досягнення цього стану;
- необхідність навчання персоналу;
- можлива недостатність ресурсів для бенчмаркінгу;
- можливе виникнення такої проблеми, рішення якої ще не знайдено;
- можливе невірне визначення об'єкта бенчмаркінгу, а як наслідок марне використання коштів на весь процес;
- можливі труднощі з отриманням необхідної інформації, особливо у конкурентів.

і компанія Xerox почала шукати причини втрат своєї долі ринку копіювальних апаратів. Тому фірма детально досліджувала досвід японської компанії Fuji. Топ-менеджери Xerox навіть переїхали на деякий час до Японії, щоб вивчити не тільки технічні досягнення, але й нововведення в сфері менеджменту, впроваджені різними компаніями, навіть з інших сфер бізнесу. Використання цього досвіду дозволило Xerox знизити витрати, підвищити продуктивність праці та ін. З того часу бенчмаркінг став частиною бізнес-стратегії Xerox. І це не один такий приклад ефективності бенчмаркінгу: російська фірма „Ніжфарм“, яка задіяна в фармацевтичній сфері, мала вирішити питання, як розкласти препарати в аптеках і вони використали практику компанії „Вімм-Білл-Данн“ – її соки 17 завжди стоять у магазинах, де їх може побачити більше конкурентів, а в аптеці це місце справа від віконця каси – зазвичай люди підходять до нього з цієї сторони і можуть все добре роздивитись; на американській компанії Southwest Airlines працівники звернули увагу на те, що еталоном швидкості обслуговування транспортних засобів вважається автогонки, які засновані на принципі командної роботи техніків, що технологію використали потім для літаків і час на їх обслуговування скоротився від 45 хв до 15 хв, а кількість рейсів збільшилась [9]. Таких прикладів можна наводити багато. Але є підприємства та організації, які використовують бенчмаркінг постійно, такі як IBM, Ford, Boeing, GTE, McDonald's, Motorola, At&T, UPS, NASA, Estman Kodak, American Express, U.S.Army, TRW і Xerox [4], [11].

Також треба згадати, що великою перевагою для західних підприємств у порівнянні з українськими є те, що нема потреби розробляти дорогі програми навчання бенчмаркінгу, оскільки вже існує багато курсів і комп'ютерних програм, тому ресурси можуть бути

використані для адаптації навчальних матеріалів до особливостей і вимог певної організації чи галузі [4]. В Україні ж бенчмаркінг розвивається не так активно. Це не означає, що бенчмаркінгу в Україні зовсім нема. Більшість українських підприємств застосовують бенчмаркінг позиціонування та конкурентоспроможності, навіть не усвідомлюючи цього. На запитання: „Чи знаєте Ви про технологію бенчмаркінгу?“ лише 10% управлінців регіональними підприємствами дали позитивну відповідь (вибірка становила 141 підприємство), також жоден представник не зазначив, що використовують результати бенчмаркінгу на практиці. [6].

Ще одне опитування вітчизняних підприємців показало, що більшість із них дотримується думки, що в сучасних умовах прикладом для здійснення бенчмаркінгу мають бути ті підприємства, що мають відділ маркетингу, здійснюють повноцінну маркетингову діяльність (90% керівників погодилися із цією думкою) і це мають бути вітчизняні підприємства, що здійснюють свою діяльність у тих самих умовах, в яких функціонують установи, де застосовуватимуть бенчмаркінг [6]. Звичайно для здійснення бенчмаркінгу на підприємстві повинен бути розвинений відділ маркетингу, а от досвід можна використовувати і закордонних підприємств. Тільки ці отримані результати потрібно адаптувати до українських економічних та інших умов.

Одним з яскравих прикладів бенчмаркінгу в Україні є процес сертифікації системи якості підприємства згідно з вимогами Міжнародної організації з сертифікації ISO (пивзавод „Оболонь“), а також запозичення досвіду західних систем оцінки якості.

Основними перешкодами на шляху активного розвитку бенчмаркінгу в Україні можна назвати такі [3]: відсутність зацікавленості керівництва, невміння ви-

Бенчмаркінг

Переваги:

- запозичення кращого досвіду інших компаній, який дозволяє уникнути „винаходження колеса”;
- у разі безперервного здійснення процесу бенчмаркінгу – постійна інформованість про конкурентів та ринок, а як наслідок і швидша адаптивність;
- зменшення витрат на маркетинг у порівнянні з іншими методами дослідження;
- зіставлення показників ефективності дає можливість зрозуміти уразливі та раціональні сторони діяльності компанії в порівнянні з конкурентами і світовими лідерами в аналогічній області;
- швидке удосконалення бізнес-процесів.

Недоліки та ризики:

- можливе спрямування сил підприємства на бажання більше знати про стан еталонного об'єкту, ніж про процес досягнення цього стану;
- необхідність навчання персоналу;
- можлива недостатність ресурсів для бенчмаркінгу;
- можливе виникнення такої проблеми, рішення якої ще не знайдено;
- можливе невірне визначення об'єкта бенчмаркінгу, а як наслідок марне використання коштів на весь процес;
- можливі труднощі з отриманням необхідної інформації, особливо у конкурентів.

і компанія Xerox почала шукати причини втрат своєї долі ринку копіювальних апаратів. Тому фірма детально досліджувала досвід японської компанії Fuji. Топ-менеджери Xerox навіть переїхали на деякий час до Японії, щоб вивчити не тільки технічні досягнення, але й нововведення в сфері менеджменту, впроваджені різними компаніями, навіть з інших сфер бізнесу. Використання цього досвіду дозволило Xerox знизити витрати, підвищити продуктивність праці та ін. З того часу бенчмаркінг став частиною бізнес-стратегії Xerox. І це не один такий приклад ефективності бенчмаркінгу: російська фірма „Ніжфарм”, яка задіяна в фармацевтичній сфері, мала вирішити питання, як розкласти препарати в аптеках і вони використали практику компанії „Вімм-Білл-Данн” – її соки 17 завжди стоять у магазинах, де їх може побачити більше конкурентів, а в аптеці це місце справа від віконця каси – зазвичай люди підходять до нього з цієї сторони і можуть все добре роздивитись; на американській компанії Southwest Airlines працівники звернули увагу на те, що еталоном швидкості обслуговування транспортних засобів вважається автогонки, які засновані на принципі командної роботи техніків, цю технологію використали потім для літаків і час на їх обслуговування скоротився від 45 хв до 15 хв, а кількість рейсів збільшилась [9]. Таких прикладів можна наводити багато. Але є підприємства та організації, які використовують бенчмаркінг постійно, такі як IBM, Ford, Boeing, GTE, McDonald's, Motorola, AT&T, UPS, NASA, Estman Kodak, American Express, U.S.Army, TRW і Xerox [4], [11].

Також треба згадати, що великою перевагою для західних підприємств у порівнянні з українськими є те, що нема потреби розробляти дорогі програми навчання бенчмаркінгу, оскільки вже існує багато курсів і комп'ютерних програм, тому ресурси можуть бути

використані для адаптації навчальних матеріалів до особливостей і вимог певної організації чи галузі [4]. В Україні ж бенчмаркінг розвивається не так активно. Це не означає, що бенчмаркінгу в Україні зовсім нема. Більшість українських підприємств застосовують бенчмаркінг позиціонування та конкурентоспроможності, навіть не усвідомлюючи цього. На запитання: „Чи знаєте Ви про технологію бенчмаркінгу?” лише 10% управлінців регіональними підприємствами дали позитивну відповідь (вибірка становила 141 підприємство), також жоден представник не зазначив, що використовують результати бенчмаркінгу на практиці. [6].

Ще одне опитування вітчизняних підприємств показало, що більшість із них дотримується думки, що в сучасних умовах прикладом для здійснення бенчмаркінгу мають бути ті підприємства, що мають відділ маркетингу, здійснюють повноцінну маркетингову діяльність (90% керівників погодились із цією думкою) і це мають бути вітчизняні підприємства, що здійснюють свою діяльність у тих самих умовах, в яких функціонують установи, де застосовуватимуть бенчмаркінг [6]. Звичайно для здійснення бенчмаркінгу на підприємстві повинен бути розвинений відділ маркетингу, а от досвід можна використовувати і закордонних підприємств. Тільки ці отримані результати потрібно адаптувати до українських економічних та інших умов.

Одним з яскравих прикладів бенчмаркінгу в Україні є процес сертифікації системи якості підприємства згідно з вимогами Міжнародної організації з сертифікації ISO (пивзавод „Оболонь”), а також запозичення досвіду західних систем оцінки якості.

Основними перешкодами на шляху активного розвитку бенчмаркінгу в Україні можна назвати такі [3]: відсутність зацікавленості керівництва, невісання ви-

користувати результати бенчмаркінгу, відсутність фінансування, некомпетентність кадрів, рівень розвитку економіки, слабе проведення маркетингових досліджень (біля 21% українських компаній не проводять їх взагалі).

Як свідчить статистика, в Україні слабкий розвиток не тільки бенчмаркінгу, а й маркетингових досліджень взагалі. У світі ж з'являється все більше мотивів використання цього методу [8, 26]: переосмислення поставлених і формування нових завдань, пошук найкращих способів досягнення мети, необхідність радикальних покращень для досягнення мети, відстання від конкурентів за рівнем якості продуктів, необхідність прогнозування нових стратегій конкурентів тощо.

Практика бенчмаркінгу приносить вагомий результат для покращення якості та збільшення конкурентоспроможності підприємства. Використання цього підходу, разом із щоденним процесом планування на підприємстві, дає менеджерам можливість ефективніше рухатися на шляху до досягнення цілі – бути найбільшим лідером у певній сфері.

УДК 007+338.24

КАРАНДЄВИЧ Л.

Науч. керівник БОРТНИК Т.У. – к.е.н.

ІНФОРМАЦІЯ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ

Управління будь-якою соціально-економічною системою пов'язане з інформаційними процесами. Ринкова економіка не може існувати без розвиненої інформаційної інфраструктури, без інформатизації бізнесу. Жорсткі й термінові правила ринку ставлять перед менеджерами високі вимоги, адже саме вони ухвалюють рішення і організують їх реалізацію, несуть відповідальність за успішну діяльність свого підприємства. Із вище зазначеного, важливу роль в системі менеджменту відіграють такі фактори, як інформація та комунікація.

Багато фахівців під інформацією розуміють не будь-які відомості про об'єкт, а лише сприйняті, зрозумілі та оцінені як корисні для вирішення тих чи інших завдань [1].

Досить часто поняття інформація пов'язується з поняттями дані, відомості, повідомлення. Усі ці поняття мають спільну властивість відображати реальні процеси, явища та зв'язки на мікро- і макрорівнях, інформувати про успіхи і проблеми, що несуть нові, більш глибокі знання керівнику про процеси, якими здійснюється управління. Розвиток інформації в управлінні призводить до одержання нових або додаткових відомостей про об'єкт управління, достатніх для аналізу, прийняття рішень, організації та контролю [2].

ЛІТЕРАТУРА

1. Балабанова Л.В., Слиньський В.В. Стратегическое маркетинговое управление на основе бенчмаркинга. – Донецк: Изд. Дон ГУЕТ, 2005. – 171с.
2. Арефьева Е.В., Арефьев О.В. Бенчмаркинг: Учебн. Пособие. – К.: Изд. Европейского университета, 2003. – 58с.
3. Житник О. Плюси і мінуси дослідницького ринку: результати „Marketview 2010.Ukraine”//Маркетинг в Україні – 2005. – №5. – С.12–21.
4. Кемп С.Роберт. Легальний промисловий шпionаж: бенчмаркинг бизнес-процессов, технологии поиска и внедрения лучших методов работы ваших конкурентов. – Днепропетровск: Баланс Клуб, 2004. – 416с.
5. Немцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент. – К.: ТОВ „УВПК„ ЕксОб”, 2001 – 560с.
6. Дубовик О. Формування конкурентних переваг на основі бенчмаркінгу//Регіональна економіка. – 2005. – №3. – С. 204–212.
7. Чигасов С.Г. Нові імперативи малого підприємництва. концепції, моделі, шляхи розвитку // Економіка і держава. – 2005. – №12. – С. 31–35
8. Тарлопова І.О. Використання маркетингових інновацій в діяльності підприємств // Проблеми науки. – 2004. – №6. – С.23–25.
9. <http://www.elitarium.ru/>
10. <http://www.finansy.ru/>

Як своєрідний специфічний продукт і предмет управлінської діяльності інформація має ряд особливостей. Інформація вічна з погляду її використання, вона втрачає свої споживчі властивості з появою нових відомостей, що поглиблюють знання, тобто відбувається своєрідне моральне зношування інформації, корисні її властивості виявляються лише в споживача і залежить не тільки від цінності закладених ідей, часу її використання, може видаватися та використовуватися одночасно в багатьох місцях; структурні підрозділи органів управління є як споживачами, так і джерелами інформації.

Інформація в управлінському процесі виступає одним з основних факторів існування цього процесу. Для того, щоб інформація виконувала свою роль в управлінні, вона повинна відповідати певним вимогам: точності, чітко визначеній періодичності надходження, своєчасності, оперативності, повноті, корисності, доступності.

Менеджер часто не в змозі сформулювати в точних термінах вимоги до інформації, тому таке завдання покладається на особу, яка надає інформацію. Менеджер сподівається, що інформація допоможе йому прийняти рішення без особливого залучення його в процес збору інформації. Однак, він бажає одержати

необхідну інформацію у відповідній формі й у потрібний час. Джерело інформації залежить від потреб. Це можуть бути дані зовнішнього і внутрішнього середовища, первинної або вторинної інформації.

Як має збиратися і оброблятися інформація, залежить від характеру інформації, від того, чому і кому вона потрібна.

Про доцільність певної інформації не можна судити тільки на тій підставі, що вона корисна для потреб планування й контролю. Витрати на її впорядкування не повинні перевищувати ймовірних вигод, пов'язаних із його використанням. Інформацію не можна розподіляти випадковим способом і надавати всім без винятку. Її надмірна наявність свідчить про нерациональне використання ресурсів. Інформацію необхідно збирати тоді, коли її можна використати найкращим чином.

Точність інформації потрібна не заради точності. Найчастіше час даремно витрачається на обчислення з непотрібним ступенем точності. Мета правильного надання інформації має полягати в тому, щоб, використовуючи знайому читачу мову, звернути його увагу на важливі факти.

Для того, щоб підприємство могло досягнути своїх цілей, йому необхідний своєчасний доступ до об'єктивної інформації, що допомагає ухвалювати стратегічні і тактичні рішення. При цьому аналіз ділової інформації створює основу для формування і збереження конкурентних переваг. Дані критерії є основними при оцінці наявних джерел інформації і перспектив застосування того або іншого виду аналізу.

Інформація із зовнішніх джерел поступає в організацію при аналізі зовнішнього середовища і цільового ринку. Вона дозволяє оцінити вплив, що здійснюється на фірму комерційними (конкуренти), політичними, соціальними, економічними і регулюючими (державна) силами.

Зовнішня інформація проникає в організацію через різні функціональні підрозділи і на різних рівнях управління. При цьому, одного разу потрапивши у внутрішнє середовище підприємства, інформація може або безперешкодно в ній циркулювати, або мати обмежений обіг, або взагалі стати секретною. Нарешті, вона може залишитися без уваги як „нерелевантна”.

Для успішного досягнення стратегічної мети і тактичних завдань фірма повинна відстежувати всі можливі джерела попадання інформації у внутрішнє середовище і забезпечувати її максимальне використання. Це може відбутися тільки в тому випадку, якщо всі зацікавлені сторони всередині організації дістануть своєчасний доступ до релевантних інформаційних джерел. У сприятливому випадку аналіз і використання інформації стають інтерактивним процесом, в якому беруть участь як представники керівництва, так і співробітники всіх рівнів управління.

Залучення зовнішньої інформації передбачає використання даних, що стосуються: економічного, правового, демографічного, технологічного і конкурентного середовища.

Зовнішня інформація про економічне середовище організації повинна розглядатися одночасно на макро- і мікроекономічних рівнях. На макроекономічному рівні особливої важливості набуває аналіз сукупного попиту, ВВП, поточного і прогнозованого рівнів інфляції, державної податкової політики і розподілу доходів. На мікрорівні додаються такі чинники, як середній рівень оплати праці, компоненти продуктової кошика споживача, купівельна спроможність населення. Основним напрямом використання інформації про економічну ситуацію є безперервний моніторинг тих економічних категорій, до коливань яких підприємство найбільш чутливе.

Інформація, що стосується демографічної ситуації, використовується для визначення світових і регіональних тенденцій у зміні чисельності населення, його статеві-вікового складу, а також соціокультурних закономірностей, характерних для конкретної держави або регіону.

Аналіз інформації, що стосується технологічних змін у зовнішньому середовищі організації, є релевантним, оскільки забезпечує додатковими новими конкурентними перевагами і дозволяє поліпшити ті, що є. У зв'язку з цим можливість практичного застосування одержаної інформації (ноу-хау) на конкретному підприємстві вважається набагато більш значущим чинником, ніж власне сама інформація.

Інформація про політичну ситуацію в країні (включаючи методи державного регулювання діяльності господарюючих суб'єктів) складається із загальних елементів, значущих для всіх галузей економіки, і з елементів, що мають відношення тільки до конкретних видів бізнесу.

Інформація, що стосується дій конкурентів, – це з'ясування стратегічних і тактичних цілей, якими вони керуються. Інформацію з даного питання можна одержувати на підставі аналізу поточної поведінки конкурентів на ринку і визначення окремих, найбільш явних елементів їх стратегії.

Таким чином, інформація є ключем до вироблення оптимальних і своєчасних рішень, що значно розширює можливості управлінських інструментів. Це дозволяє підприємству своєчасно реагувати на зміни як у зовнішньому, так і внутрішньому середовищі, і, відповідно, забезпечити досягнення своїх стратегічних і тактичних цілей.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Хміль Ф. І. Менеджмент – К: Вища школа, 1995
2. Шейда А. В. Менеджмент. – К: Знання, 2002

УДК 378.014

КЛИМЕНКО Ю. М. – к.т.н.

ПРО ЕФЕКТИВНІСТЬ МЕНЕДЖМЕНТУ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Ефективність вищого навчального закладу (ВНЗ) оцінюється рівнем попиту на випускників та їх працевлаштованою часткою. Зростання безробіття у віковому цензі 20–30 років за останній час свідчить про неефективність національної системи вищої освіти. Чинниками цієї ситуації є традиційне несприйняття системою освіти необхідності реструктуризації механізму функціонування вищої школи як сукупності процесів створення та управління структури закладу, організації та координації навчального процесу тощо. В свою чергу, потреба вдосконалення освітнього менеджменту, обумовлена глобальними змінами, що відбуваються в економіці, політиці, соціумі і створюють нове середовище бізнесу і навчання.

Проблему менеджменту вищої школи потрібно аналізувати в контексті адекватності сучасному середовищу, що призводить до висновку про доцільність використання методології проектного менеджменту [1]. Цей висновок можна зробити на ґрунті традиційного підходу. Показано [2], що викладачі та студентство власне є працівниками інтелектуальної праці і підвищення продуктивності їх праці вимагає перегляду основного принципу всієї організації праці. Тому результат дослідження [1] можна вважати достатнім з точки зору загальної теорії менеджменту, і логічним продовженням аналізу проблеми є задача доведення необхідності суттєвого підвищення ефективності управління ВНЗ через впровадження нових методологій, зокрема, проектного менеджменту. Вирішимо поставлену задачу з позицій теорії управління, ототожнюючи терміни „менеджмент” і „управління” в контексті впливу на інформаційні процеси. Таким чином, аналіз проблеми здійснюватиметься з кібернетичних позицій.

Відомі математичні моделі проектного менеджменту базуються на теорії графів (наприклад, [3]) і розглядають об'єкт проектного управління як організований певним способом комплекс робіт, спрямований на досягнення визначеної цели, виконання якого здійснюється в умовах обмеження часу і фінансових, матеріальних та трудових ресурсів. Однак на якість підготовки фахівців впливає не стільки цей комплекс робіт, скільки в першу чергу можливість та ефективність управління потоком знань – визначальною категорією, що майже не формалізується в термінах сіткових моделей. Це дозволяє поставити в цій роботі задачу доведення необхідності використання проектного менеджменту без детальної формалізації.

Традиційну систему управління ВНЗ можна відобразити у такому вигляді (рис. 1):

Суб'єкт управління – система менеджменту навчального закладу – отримує інформацію з зовнішнього середовища ІС, генерує сигнали управління СУ, аналізує інформацію зворотного зв'язку ІЗ, коригує зміст СУ та передає до середовища інформацію про прийняті рішення та результати дій СР. Найважливішим для визначення базових ознак системи на рис. 1 є

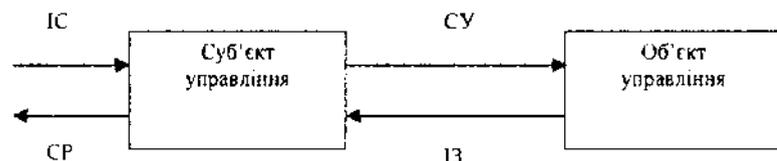


Рис. 1. Традиційна система управління ВНЗ.

системний підхід до об'єкту управління: ОУ є сукупністю взаємопов'язаних елементів – носіїв знань (викладацького складу, студентства) і інформаційних процесів (продукування, розподілу та використання знань).

На наступному циклі управління суб'єкт управління знову сприймає потоки ІС, коригує дії об'єкту управління і так далі. Таким чином реалізується базовий принцип теорії управління, який полягає у формуванні моделі об'єкта управління за результатами його аналізу. На певному рівні менеджменту система управління, керуючись інформацією про бажані характеристики процесу та цілей управління, синтезує алгоритм управління, який визначає послідовність дій об'єкта управління ОУ.

Сформулюємо останню тезу у термінах вищої школи: керуючись стандартами освіти (та в деякій мірі вимогами ринку праці), традиційна система менеджменту навчального закладу формує методику навчання та механізм управління навчальним процесом, і повідомляє суспільству про результати своєї роботи реальною якістю підготовлених фахівців. Теоретична бездоганність цього принципу суперечить практичним результатам. Насправді система освіти спочатку оцінює сама себе [4], тобто формує вимоги до фахівців і процесу навчання, а потім оцінює якість підготовки фахівців. Складність полягає в тому, що сучасні освітні стандарти, які визначають принципи управління навчальним закладом, контролюють рівень підготовки фахівців і одночасно суттєво обмежують процес накопичення знань, який має забезпечувати максимум адекватності результатів навчання реаліям середовища. Отже, стандартом вищої освіти має бути система вимог, яка забезпечує високу ступінь релевантності

знань випускника тим змінам, що відбуваються у середовищі. Визначимо формування зазначеної характеристики випускника як стратегічну ціль управління.

Проаналізуємо взаємозв'язки у ланцюжку „зміни → вимоги → знання”. Тезу „зміни – це шанс для менеджера побачити і не пропустити можливості, переваги яких не оцінили конкуренти” [5] можна інтерпретувати наступним чином: зміни – це сукупність сигналів системі управління про можливість (та необхідність) коригування моделі та алгоритму управління з метою підготовки фахівців із сумою знань, що забезпечує конкурентоспроможність результатів його майбутньої діяльності. Обов'язковою умовою досягнення сформульованої цілі є інтерактивний характер зв'язків між об'єктом управління (викладацьким та студентським складом) та середовищем. Таким визначенням не порушується цільність – одна з основних характеристик системи.

Тоді попередня схема управління має бути доповнена інформаційними зв'язками об'єкта управління із середовищем: потоком знань Z_{in} та інформацією про участь у процесі управління (в тому числі накопичення) знаннями ID (рис. 2).

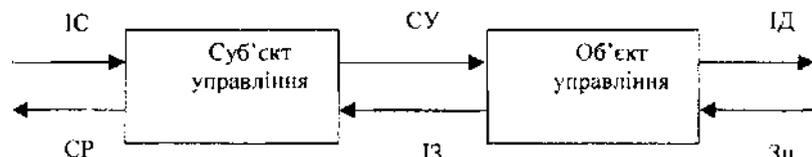


Рис. 2. Відкрита система управління ВНЗ.

Отриманий результат співпадає з класичною структурою кібернетичної системи, з чого можна зробити висновок, що інші варіанти управління неадекватні середовищу і не забезпечують досягнення стратегічної цілі. Крім того, нове семантичне наповнення проблеми дозволяє розглядати систему менеджменту ВНЗ як окремий клас систем управління знаннями, які, за загальним визнанням, є ключовим фактором розвитку цивілізації. Надшвидкі темпи накопичення нових знань у зовнішньому середовищі є серйозною перешкодою для реалізації цілі управління ВНЗ, адже вони спричиняють неприпустиму затримку управління. Чим більше обсяг знань про зміни, які отримує і застосовує на практиці студент, тим більше в перспективі адаптивність випускника до середовища, і відповідно, ймовірніша реалізація цілі управління.

Для визначення напрямку вирішення задачі гарантованого досягнення цілі управління застосовуємо базові принципи кібернетики. А priori маємо:

S – множина студентів; T – множина викладачів; K – потік знань (Z_{in}) з середовища; D – множина вимог до рівня підготовки; $I(K, D)$ – множина цілеспрямованих інформаційних послідовностей (знань); K_D^S – релевантна змінам сукупність знань студентів.

1. Згідно з законом У.Р. Ешбі про необхідне різноманіття впливає, що збільшення різноманіття у поведінці об'єкта управління є наслідком збільшення

різноманіття управлінських команд (тобто SU). Сутністю ж процесу управління є зменшення різноманіття станів об'єкту управління, тобто зменшення його невизначеності. З цього випливає висновок про необхідність оптимізації $I(K, D)$ обсягу потоку SU .

Для аналізу змісту SU доцільно використати ключовий елемент системи управління – потік знань. Будемо розглядати знання як перевірену практичним використанням інформацію про дії, що призводять до вирішення визначеної задачі. Якщо представити ціль формування знань, необхідних до швидкої адаптації, як сукупність S задач, то цільова функція t -ї задачі C_t є оператор переходу до набору знань або

$$C_t : I(k, d) \rightarrow K_D^S.$$

Пошук області, де можливий оптимальний обсяг, може здійснюватися у просторі, графічна структуризація якого зображена на рис. 3.

Графічна інтерпретація процесу накопичення знань дає можливість стверджувати, що $I_{t-1} \cong K_D^S(t)$.

Таким чином, відбувається ітеративний процес наближення до мети через досягнення t -х цілей через

прийняття рішення про можливість передачі нової сукупності $I(K, D)$. Підставою для рішення є релевантність знань студента t -го рівня змінам, які відображені у $K(t-1)$, що входить до $I_{t-1}(K, D)$. Отже, закон необхідного різноманіття відбиває досягнення значної кореляції між обсягом знань про зміни у середовищі і обсягом знань у студента в кінцевому пункті шляху „1-2-3”.

Нарешті, первинна формула закону необхідного різноманіття „різноманіття складної системи вимагає управління, яке саме має деяке різноманіття” [6]

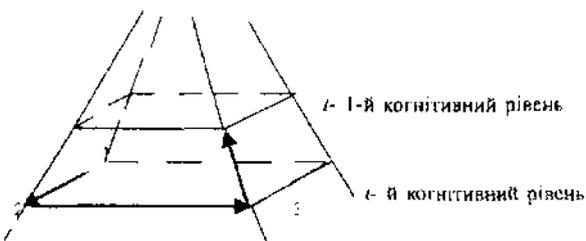


Рис. 3. Структуризація простору знань

призводить до висновку про необхідність впровадження різних методологій управління, в тому числі проектного менеджменту.

2. Принцип емерджентності показує можливість неспівпадіння локальних цілей будь-якого студента з цілями t -го когнітивного рівня і глобальною ціллю ВНЗ. Це обумовлено різноманітністю S і призводить до висновку про необхідність застосування принципів формування проектних команд при наборі студентів, адже система буде більш ефективною, якщо локальні цілі її

елементів близькі до загальної і тим створюються сприятливі умови досягнення глобального оптимуму системи.

3. Традиційна система управління ВНЗ (рис. 1) характеризується наступними недоліками:

– зворотній зв'язок між управлінням та середовищем (ІС) є позитивним, тобто поглиблює нестійку рівновагу між знаннями студентів та середовищем:

– зворотній зв'язок між суб'єктом та об'єктом управління носить формальний характер.

Введення складової **Зн** у відкритій системі (рис. 2) необхідно з точки зору закону зворотнього зв'язку (ЗЗ) щодо неможливості організації ефективного управління елементами системи без ЗЗ між ними. Крім того, у [7] показано, що введення ефективного і надійного ЗЗ є необхідною умовою адаптованості всієї системи та її складових. Тому в будь-якому випадку компенсація неефективності ЗЗ за схемою на рис. 1 не дає бажаного результату – досягнення адаптивних знань і отже, потрібне збільшення ефективності ЗЗ через впровадження таких методів управління, які враховують ЗЗ як елемент рівноважний у порівнянні із **Зн**.

Отже аналіз управління ВНЗ з позицій базових законів кібернетики призводить до наступних висновків:

1. Традиційна система менеджменту з недосконалою складовою зворотнього зв'язку потребує реструктуризації.

2. Відкрита система управління (рис. 2) потребує ретельного вибору конкретної методології менеджменту.

3. Однією з універсальних методик є проектний менеджмент, інваріантний до специфіки галузі, де він застосовується.

Проектний менеджмент має користь для даної проблеми особливою, яка полягає у використанні всіх ре-

сурсів на досягнення цілі. Згідно з Ю. Марковим [8], ціль є ідеальним образом того, що людина хоче досягнути. Сучасний менеджмент проекту (МП) спрямований на розкриття природи „упереджуючого відображення”, тобто в середовищі МП відбувається так званий фенотиповий етап розвитку [9]. При цьому ціль розглядається не просто як фінальний стан системи, а відображення цього стану у поточному стані системи; фактично реалізується ітеративний процес наближення до цілі, необхідний як для навчання в умовах змін, так і для всієї методології проектного менеджменту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Клименко Ю. М. Актуалізація управління вищою школою. – Регіональна бізнес-економіка та управління. 2007 (в друці).
2. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке. – М.: Williams, 2000.
3. В. С. Ефремов. Проектное управление. модели и методы принятия решений. – „Менеджмент в России и за рубежом”, №6, 1998.
4. Добровольский В. В. Назревший вопрос актуализации высшего профессионального образования. Тр. X Международной конф. „Библиотеки и ассоциации в меняющемся мире: новые технологии и новые формы сотрудничества”. – Т. 1 С. 376–377. – Москва: ГПНТБ России, 2003
5. Лоранж П. Новый взгляд на управленческое образование: задачи руководителей. – М.: „Олимп-Бизнес”, 2004.
6. Основы кибернетики.
7. Касти Дж. Большие системы. Связность, сложность, катастрофы. – М.: Мир, 1982.
8. Марков Ю. Г. Функциональный подход в современном научном познании. – Новосибирск: Наука, 1983.
9. Михайл В.Н. Что такое Work-shop управляющих проектами. I конф. „Актуальные вопросы Менеджмента проектов”. – М., 2004. – www.pmpinfo.ru.

УДК 338.24

КОРОЛЬЧУК А.

Научн. руководитель КОРОСТЕЛЕВ В. А. – к. э. н.

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЛИ ЯКОККИ (ФОРД, КРАЙСЛЕР)

В этой работе освещены основные характерные черты деятельности одного из величайших менеджеров XX века Ли Якокки, который сумел стать успешным и умелым человеком в мире бизнеса и менеджмента.

Эта тема актуальна в наши дни, так как Ли Якокка достойный пример для всех без исключения начинающих менеджеров. Ведь он смог добиться таких высот в мире менеджмента, что предприимчивые люди не могут не воспользоваться его огромным опытом и его знаниями.

Ли Якокка – сын итальянского эмигранта. С детства его приучали к труду и стараниям при выполне-

нии любой работы. Он с большим старанием учился в школе, участвовал в её общественной жизни. Со старанием он учился и в университете, окончив его одним из лучших. А так как его успехи были заметными, то он попал по распределению в компанию „Форд”. Проработав недолго практикующимся инженером, он понял, что это не для него и перешёл в маркетинговый отдел компании „Форд”. Здесь-то он и нашёл ту работу, которая была нужна ему. Он быстро продвигался по служебной лестнице, благодаря своим большим способностям и к 50-ти годам большого кропотливого труда и недюжинных способностей стал главой компании „Форд”. Но случилось так,

что Генри Форд-младший изгнал его из своей компании, потому что боялся потери власти. Ли Якокка не растерялся и, перейдя в компанию „Крайслер“, возродил её к жизни. Сейчас он всё ещё успешно работает в сфере бизнеса и полон энергии для достижения новых результатов.

Ли Якокка привнёс много нового в менеджмент. Менеджмент – это процесс, при котором субъект управления координирует все процессы, происходящие внутри организации, и добивается целей, поставленных перед собой с помощью использования различных ресурсов (человеческий ресурс, капитал, технология, информация). Поэтому в этой статье целесообразно показать связь, которая прослеживается в книге Ли Якокки между менеджментом, как наукой, и практической деятельностью известного менеджера.

Ли Якокка показал себя как умный и смелый руководитель во время работы в компаниях „Форд“ и „Крайслер“. В нём гармонично сочетаются такие качества руководителя как: способность не терять в трудные минуты самообладания и всегда уметь находить выход из них, он не боится осуществлять нововведения, отличается нестандартным подходом к решению проблем и умением использовать опыт, полученный в процессе своей деятельности.

Сильные стороны:

1) Ли Якокка говорил, что лучшее качество менеджера – это решительность, особенно во время принятия решений.

2) Он настоял также на осуществлении программы „избавления от убыточных участков“ уже в роли главы компании „Форд“. В такой большой компании, как „Форд“, существовали десятки операций, приносящих убыток, а Ли всегда говорил, что нужно применять операции, приносящие прибыль.

3) Он говорил, что все хозяйственные операции можно, в конечном счете, свести к обозначению тремя словами: люди, продукт, прибыль. На первом месте стоят люди. „Если у вас нет надежной команды, то из остальных факторов мало что удастся получить“, – утверждал он.

4) Он так же создал так называемые „посты качества“, которые были призваны вовлечь работников компании в наблюдение за качеством выпускаемой продукции. Так же он способствовал созданию „программы качества“, осуществляемую совместно профсоюзом автомобильных рабочих и администрацией фирмы.

5) Уменьшил жалование себе до одного доллара. Этим шагом он хотел подать пример своим подчинённым, чтобы они поняли, что нужно принести небольшую жертву для возрождения компании „Крайслер“. Ли Якокка называл это равенством жертв.

6) Менеджер должен знать себе цену и уметь преподнести себя и свои достоинства. Он не должен прятать от других свои достижения. По мнению Ли Якокки это плохо для менеджера, так как ему будет трудно взобраться по служебной лестнице.

7) Менеджер также обязан обладать твердым „я“. По словам Ли Якокки: „Человек, обладающий твердым „я“, знает свои сильные стороны. Он уверен в себе. Он имеет трезвое представление о том, чего он может добиться, и решительно движется к достижению своей цели“.

8) Ещё один аспект управления, по мнению Ли Якокки, заключается в том, что оно представляет собой не что иное, как настраивание других людей на труд. Для этого менеджер должен обладать ораторским искусством, он должен уметь правильно выразить свои мысли перед аудиторией. Ли считал, что человек не может быть менеджером, если он не умеет довести до людей свои мысли. По мнению Ли хорошему менеджеру нужно уметь слушать по крайней мере, так же, как и уметь говорить, ведь подлинное общение – процесс двусторонний.

Слабые стороны:

1) Консерватизм управления.

2) Большие амбиции (нескрываемые). Как известно, сам Ли долго шел к посту управляющего компанией, но не сумел остаться в роли подчиненного перед Фордом, „источая“ инициативность и потенциал, что и вызвало негативную реакцию начальства.

3) Мало уделял времени семье. В книге „Карьера менеджера“ автор не упоминал про отношения в семье, с детьми, а эта атмосфера очень важна для позитивной работы менеджера.

4) Недостаточно времени уделял теории менеджмента, не посещал тренинги. Может быть все дело в отношении самого Ли к теории менеджмента, его стремление „быть постоянно в бою“ – заинтересованность в практической стороне предмета.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ли Якокка „Карьера менеджера“. – М.: ИнФРА, 1997

УДК 159.9:338.22

КУЧЕРЕНКО С.М.

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РИЗИКУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Проблема функціонування суб'єкта підприємницької діяльності полягає в необхідності прийняття рішення для отримання оптимального прибутку з мінімальними ризиками.

Економічні, фінансові, валютні, кредитні, конкурентні та інші постійно діючі умови щоденно впливають на діяльність будь-якої підприємницької структури. Саме вони впливають і на розвиток економіки держави, тому актуальним є прийняття результативного рішення особливо в період трансформації економіки.

За дослідженнями Г.В. Ложкіна, В.В. Спасенікова в економічній психології під прийняттям рішення розуміють акт вибору з декількох альтернативних з метою досягнення якнайкращого результату [2, 121].

Теоретичними напрацюваннями роботи слугують праці представників головних економічних шкіл, а саме Ф. Котлера, Й. Шумпетера, М.Д. Виноградського, О.І. Кітова, Г.В. Ложкіна, В.В. Спасенікова з економічної психології.

Під дією змін у соціально-економічних відносинах, які переважають є соціумі? в певний період відбуваються трансформація усієї сукупності взаємовідносин та взаємовпливу суб'єктів підприємницької діяльності. Змінам передують рішення, що проходять три етапи: пошук інформації, пошук і виявлення альтернативи, вибір кращої альтернативи.

Кожен етап пов'язаний з існуванням зовнішніх умов, які є досить впливовими стосовно утворення та поширення певної форми впливу діяльності суб'єкта та формуються у межах загального розвитку соціально-економічної структури суспільства.

На відповідному рівні її розвитку існують особливості поведінки підприємницьких суб'єктів, діють специфічні соціально-економічні закони за свосередного юридичного трактування державою функціонування ринкових механізмів.

Людські оцінки ймовірності часто бувають помилковими, однак, приймаючи рішення, ця ситуація буває досить частою. У всіх сферах діяльності може виникати невизначеність. Невизначеність – зумовлена певною неузгодженістю елементів всієї живої діяльності між собою, які усунути неможливо [2, 124]. Зростання її посилюється з динамічністю та новизною діяльності, потребує різноманітної та достовірної інформації. Практично інформація до суб'єкта підприємницької діяльності надходить різноманітна, не завжди якісна, відповідна дійсності або певним інтересам і стереотипам поведінки.

Умови поширення невизначеності та ризику створюються відповідно до соціально-економічних умов

формування суб'єктів підприємницької діяльності за постійних чинників, які не впливають виникнення особливих рис і взаємовідносин цих суб'єктів, та чинників, які вагомо діють на розвиток цих суб'єктів.

Г.В. Ложкіна дає визначення ризику як поняттю, що характеризує діяльність в умовах невизначеності. На нашу думку ризик спрямований на отримання результату, є залежним від певних параметрів і не завжди бажаний. У прогностичному плані поняття ризику передбачає, дає розуміння певному явищу, ситуації, захищає від несприятливих параметрів впливу.

Готовність ризикувати в практичній сфері означає можливість здійснювати певні витрати на отримання товару, надання послуг, реалізацію заради досягнення якого-небудь прибутку.

Впливовими чинниками готовності ризикувати для суб'єктів підприємницької діяльності можуть слугувати три головні напрями взаємовпливу.

По-перше, це економічна свобода, необхідна усім підприємцям для проведення бізнесової діяльності відповідно до своїх інтересів та можливостей.

По-друге, це економічний та позаекономічний вплив державних інституцій на формування та функціонування підприємницьких структур. Ці впливи, охоплюючи систему державних заходів, спрямованих на забезпечення нормального процесу функціонування усіх підприємств, державних органів, організацій, окремих осіб є основними принципами їх поведінки.

По-третє, це економічна влада, що охоплює певні суб'єкти підприємницької діяльності щодо інших і здатна впливати на їх існування.

Кожен суб'єкт підприємницької діяльності у своїх діях змушений зважати на економічно ефективне співвідношення цих чинників.

Ризику є характерними суперечливістю та альтернативністю, які проявляються в різних аспектах. Кожен суб'єкт підприємницької діяльності у своїх діях змушений зважати на різні обмеження, невизначеність в ситуації неминучого вибору при отриманні вагомих результатів. Ризик сприяє подоланню психологічних протиріч, що перешкоджають упровадженню нових, перспективних видів діяльності; установлених норм, що стримують суспільний розвиток.

Ризик – пов'язаний з вибором тієї чи іншої альтернативи. Для здійснення економічного впливу на підприємницьку структуру в умовах сучасності користуються не лише економічними, а й політичними методами. Це – можливості покращення позицій суб'єкта підприємницької діяльності, які він сам створює, застосовуючи засоби державотворчої, законо-

давчої чи виконавчої влади шляхом сприятливого вибору вигідних йому законопроектів чи інших рішень.

При виконанні управлінських та організаційних функцій для зменшення ризику діяльності суб'єкта підприємства економічну владу інститутів держави реалізують при створенні умов сприятливих для цього суб'єкта підприємницької діяльності як конкурентів та контрагентів в існуючій економічній системі.

Ця ж альтернативність дає можливість пристосувати до будь-яких змін у зовнішніх умовах функціонування за здійснення певних процесів у соціально-економічних та соціально-політичній системах організації суспільного життя держави.

УДК 338.24

ОСТАПЕНКО Д.

Научн. руководитель КОРОСТЕЛЕВ В.А. – к.б.н

ИСТОРИЯ УСПЕХА "ВЕЛИКОГО" ИНВЕСТОРА

Уоррен Баффет – легендарный инвестор. Его стратегия инвестирования в акции сделала его одним из самых богатых людей в мире. А стратегия эта очень проста – покупай акции тех компаний, чей бизнес ты понимаешь и чей потенциал на данный момент выглядит привлекательным. Уоррен Баффет иногда годами изучает компании, прежде, чем купить их акции. Но если он покупает какие-то акции, то он, как правило, держит их десятилетиями! А вообще он рекомендует не продавать выбранные акции никогда.

Первый урок терпения

Уоррен Эдвард Баффетт родился в Омахе в 1930 году. Еще мальчиком он обнаруживал великолепную память на числа, удивляя своих друзей. Он легко запоминал численность населения множества американских городов. А в возрасте 11 лет начал проявлять интерес к сфере деятельности своего отца – биржевого маклера. В тот самый год Уоррен купил свои первые три акции Cities Service Preferred стоимостью по 38 долларов каждая. После покупки цена их немедленно упала к 27\$, но через пару дней установилась на 40\$ отметке. Молодой Баффетт решил не рисковать и продал акции, заработав на операции первые 5\$. Каково же было его огорчение, когда акции той же компании в течение недели взлетели до 200\$ за штуку! Это был первый урок терпения для Баффетта. Надо признать, подросток был неутомимым предпринимателем. То купит акции, то продаст какой-то залежалый товар, а в возрасте 14 лет он покупает за 1,200\$ 40 акров сельхозугодий штата Небраска, которые тут же сдает в аренду фермеру. И дело растет. Со временем Баффетт познакомился с книгой Бенджамина Грэма „Интеллек-

Таким чином, на перехідному етапі розвитку України, коли створюється нова економічна система, можливе, посилення впливу ризиків у підприємницькій діяльності, що пов'язано з можливістю альтернативного вибору кількісного та якісного оцінювання ймовірності досягнення передбачувального результату, невдачі, відхилення від поставлених завдань.

ЛИТЕРАТУРА

1. Котлер Ф. Основы Маркетинга. Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1990.
2. Ложкін Г.В., Спасенніков В.В. Економічна психологія: Навчальний посібник – К.: ВД „Професіонал”, 2007.
3. Шумпетер Й.И. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982.

туальный Инвестор”, ставшей на тот момент его библией. Эта книга советовала инвесторам игнорировать тенденции, которые охватывают Уолл Стрит, и вместо этого охотиться за акциями, которые продаются значительно ниже их фактической ценности. Для этого требуется огромное терпение и интенсивный анализ балансов многих компаний. Вот тут-то и пригодилась математическая память Баффетта. В 1957 году Уоррен возвращается в Омаху и создает свое первое инвестиционное товарищество. Интересно, что он смог убедить целую группу инвесторов Омахи, каждый из которой вручил ему по 25000\$. Баффетт же на тот момент смог поместить только 100\$ своего капитала. Его назначают генеральным менеджером компании, и дело стартует. Уоррен начинает скупать акции, выгодные с его точки зрения. Цель же он себе поставил минимальную: бить рост Dow Jones своими средними – 0 процентов в год. Когда товарищество в 1969 распустили, инвестиции Баффетта выросли на 29.5 процентов.

Принципы менеджмента

Необходимо обратить внимание на высказывание Баффетта о тех двух задачах, которые они с Чарли Мангером решают в Berkshire Hathaway:

Во-первых, наша задача – поддерживать одаренных, уже глубоко мотивированных людей таким образом, чтобы они продолжали делать то, что им по финансовым причинам не интересно. Во-вторых, мы должны размещать капитал.

Заметьте, что Баффетт ставит на первое место именно мотивацию менеджеров. Свою стратегическую роль в стремлении действовать с позиций владельца он как лидер видит в том, чтобы стимулировать других следо-

вать той же цели: он мотивирует каждого мало-мальски полезного в организации думать и действовать так, как действует он сам при размещении капитала.

Идеи Баффетта о роли менеджера ничего бы не значили, если бы ему не удавалось мотивировать руководителей „дочек” Berkshire действовать по его собственному примеру в качестве владельца.

Следуя этой цели, Баффетт отвергает стратегический план как инструмент лидерства. Но это не значит, что у него вообще нет инструментов. Его метод заключается в стремлении уничтожить пропасть между руководством компании и ее акционерами. „Я хочу, чтобы служащие спросили себя, хотят ли они чтобы о каждом их действии было на следующий день напечатано на первой полосе местной газеты, которую регулярно читают их жены, дети и друзья”.

В своей деятельности в Berkshire и в общении с акционерами Баффетт руководствуется особой философией. „Действуй как владелец” – такова директива, спущенная им и пронизывающая всю организацию. Это кредо определяет его слова и дела, является основой правил поведения, которые он рекомендует всем менеджерам.

В сжатой форме директиву Баффетта можно найти в так называемом „Руководстве для владельца”. Этот документ постоянно печатается в каждом годовом отчете (впервые он был опубликован в 1983 году). В нем Баффетт формулирует принципы, которыми руководствуется, распоряжаясь чужими деньгами:

1. „Хотя по форме мы и являемся корпорацией, наше отношение друг к другу – это отношение партнеров. Мы с Чарли Мангером считаем акционеров партнерами-владельцами, а самих себя – партнерами-руководителями... Мы рассматриваем компанию не как конечного владельца всех наших активов, а в качестве инструмента, посредством которого наши акционеры владеют активами”.

2. „Для нас экономическое значение Berkshire определяется не размерами компании, а доходом на каждую акцию... Размеры наших окладов или офисов никогда не будут связаны с бухгалтерским балансом Berkshire”.

3. „Желания менеджеров не будут выполняться за счет акционеров... Мы будем распоряжаться вашими деньгами так, как поступили бы со своими собственными, всесторонне оценивая стоимости, которые вы можете получить за счет совершения прямых операций на фондовом рынке”.

4. „Благие намерения каждый раз должны сверяться с их результатами. Мы проверяем разумность сохранения у себя прибыли по тому, приносит ли каждый удержанный доллар хотя бы один доллар рыночной стоимости”.

5. „Мы будем прямо докладывать вам обо всех плюсах и минусах, важных при определении стоимо-

сти компании, и обо всех фактах, о которых хотели бы знать сами, будь мы на вашем месте”.

Нацеленное на разъяснение акционерам Berkshire широких принципов операционной деятельности компании, „Руководство для владельца” на примерах раскрывает основные принципы, соблюдения которых Баффетт ожидает от менеджеров своих дочерних предприятий.

Внутренняя мотивация

„Руководство для владельца” – не очередная пиаровская агитка, полная чепухи и абстрактных идеалов департамента маркетинга, к которым руководитель призывает, но которым сам обычно не следует. „Руководство” – основа деятельности Баффетта; так он стремился вести себя в прошлом и наверняка именно так будет вести себя в будущем.

С точки зрения менеджмента, такое поведение являет собой пример корпоративного управления высокого уровня, к которому и близко не подходят другие публичные компании. Оно и определяет Уоррена Баффетта как человека, сберегающего капитал.

Это важно потому, что, как замечает Доналд Лангворт, „широко распространенное среди служащих мнение, что политика цельности компании не является искренней, совпадает с точкой зрения, согласно которой в основе веры лежит удобство”. При такой ситуации руководители не воспринимаются как лидеры. Если их подчиненные и следуют принятой философии, то делают это под давлением контрольных механизмов, а не по собственному убеждению. Однако, как утверждает Роберт Чиалдини:

Проблема контроля заключается в следующем: когда люди осознают, что ведут себя согласно официально принятым нормам, они склонны объяснять свое поведение принуждением, а не собственными принципами.

В результате они начинают считать, что не в их интересах поступать правильно... и, вполне вероятно, – ерестанут следовать правилам, как только останутся вне зоны действия механизмов контроля.

Когда внутренняя мотивация – стремление поступать определенным образом потому, что ты считаешь это правильным, – потеряна, усилия оказываются напрасными, а единство компании ослабевает. Баффетт стремится к противоположному: он хочет привить менеджерам внутреннюю ответственность за их действия.

Баффетт не желает указывать им, как поступать, он хочет, чтобы они прислушивались к тихому голосу в своей душе. Этот голос благодаря усилиям Баффетта нашептывает им логику действий с позиции владельца.

Если людям так подавать информацию, чтобы она принимала форму ответов на многочисленные „почему”, они лучше поймут суть, будут считать ее важной и с большей готовностью станут руководствоваться ею.

Баффетт с удовлетворением обнаружил, что развив в своих менеджерах чувство внутренней ответственности, он добился такого уровня дисциплины, который больше не требовал его личного присутствия. Таким образом он установил круг добродетели, в котором внутренняя мотивация менеджеров подпитывается самой свободой от отсутствия внешнего контроля, что и определяет его стиль управления.

Вместо того чтобы апеллировать к эгоизму менеджеров, Баффетт предпочитает взывать к их естественному стремлению отвечать усердием, честностью и старанием на доверие и честность по отношению к ним (именно на этих принципах основываются его рекомендации). Так он может достучаться до доброй воли каждого из своих сотрудников.

В связи с этим в Berkshire при найме на работу не заключают привычных контрактов (цель которых – определить и закрепить отношения между работником и его работодателем). Баффетт в них не верит, потому что считает их слабой второсортной формой контроля.

В результате в Berkshire вместо юридического контракта используется тот же социальный контракт, который Баффетт заключает со своими акционерами (о нем говорится в „Руководстве для владельца”). Он основывается не на праве акционеров как владельцев прибегать к арсеналу принудительных санкций, а на их уверенности, что он, Баффетт, будет преследовать их интересы потому, что они совпадают с его собственными интересами.

Тот же механизм мотивации, которым руководствуется сам Баффетт, работает и в отношении тех, кем он управляет: „Наша главная цель как владель-

цев, – говорит он, – в том, чтобы относиться к менеджерам так, как мы хотели бы, чтобы наши владельцы относились к нам”. Таким образом, ту свободу, которой его наделяют акционеры, он дает и менеджерам, стремясь к децентрализованному стилю лидерства, активно поощряющему отделение функции контроля от владения, что для многих является проблемой.

Благодаря этому у менеджеров возрастает чувство собственного достоинства и повышается целеустремленность. Это позволяет им показать, что они работают из удовольствия, потому что считают правильным действовать как владельцы, а вовсе не потому, что Баффетт наблюдает за ними. Таким образом, внедряется внутренняя мотивация, потому Баффетт и может положиться на их слово.

В Berkshire единственная форма контроля, которую он оставил после отмены привычных приемов руководства, основывается на доверии, справедливости и взаимности. Парадокс заключается в том, что благодаря этому в менеджерах рождается преданность и послушание Баффетту: они не стремятся хитрить и обманывать (как ожидал бы ученый экономист или руководитель корпорации), а постоянно хотят ему угодить. Это не должно удивлять, так как доверие, справедливость и взаимность являются основой тех социальных отношений, которые пронесли успешные организации людей весь путь от африканских саванн, где они раскрылись как первое и лучшее решение, способствующее сотрудничеству, взаимодействию и прогрессу.

ЛИТЕРАТУРА

1 Дж. О. Лохлин. „Как управлять капиталом и людьми. Принципы лидерства по Уоррену Баффетту”. – М.: „Мир”, 2004.

2. Ежедневник „Истэблизмент”.

УДК 379

СКАЛЬОВА А.

Науч. керівник *НОВІКОВА Н.О.* – к.пед.н.

ТУРИЗМ ЯК СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН

Суспільно-економічна ситуація у світі на початку ХХІ століття змушує нас розглядати соціально-культурний феномен туризму як один із вирішальних чинників розвитку суспільства. Адже значення туризму полягає не тільки в тому, що він є однією з найпотужніших галузей економіки, а й у тому, що він є сферою людської життєдіяльності світоглядного значення. Сьогодні в наукових колах взагалі йде мова про створення принципово нової суспільно-гуманітарної теорії – туризмології, яка характеризується розгалуженими міжнародними зв'язками.

Сучасне суспільство, як визнають усе більше й більше аналітиків, стрімко розвивається у напрямку, коли весь прогрес загалом визначається передусім духовними цінностями суспільства. Тобто людська цивілізація найближчого майбутнього перетворюється на своєрідний „інноваційний простір”, характер використання якого обумовлюватиме її культурний розвиток, а отже, й матеріальний успіх. Тому людина як свідомий член суспільства повинна ставити своєю метою насамперед активне вивчення навколишнього культурного простору. А це можливо через міжнародний обмін ідеями на всіх рівнях, серед яких сфера культури і мистецтва посідає особливу, надзвичайно важливу роль.

Обмін культурними і, зокрема, мистецькими досягненнями, який несе із собою міжнародний туризм, надзвичайно розширює сферу людського спілкування. Завдяки їм у комунікативний процес вводяться елементи свободи (незалежності від реальних обставин життя та від повсякденних потреб) й універсальності (переборення часової та просторової обмеженості). Такі самі завдання лежать в основі процесів кроскультурних комунікацій – тобто таких процесів, розвиток яких ґрунтується на використанні методу порівняльного аналізу з умовою виявлення та ідентифікації подібного (загального, інваріантного) та специфічного (відмінного) в культурі.

Культурне розмаїття, значні відмінності між культурами різних народів, історичних епох, цивілізацій – необхідна передумова та вихідна основа процесів кроскультурних комунікацій, що мають місце в туризмі. Процеси кроскультурних комунікацій обумовили, широкий вплив різноманітних теорій (особливо культурно-психологічного характеру) на кроскультурну валідність, тобто на їх адекватність різним культурним просторам (насамперед через порівняння європейських–неєвропейських народів).

Залежно від об'єкта і масштабу комунікаційних меж розрізняють декілька основних типів порівняль-

них характеристик: порівняння між країнами, які в певному смислі збігаються з міждержавними характеристиками, міжсоціальними власне міжкультурними, а також макросоціальними та глобальними. Глобальні зіставлення проводяться на максимально можливій кількості країн (культур). Прикладом глобальних зіставлень може слугувати формування Human Relations Area File – картотеки, в яких представлені в закодованому вигляді доповіді більш як по 500 „культурах”, описи яких перетворені на змінні: в культурно-політичній галузі до такого типу порівнянь відноситься Cross-Polity-Survey.

У сучасних тлумаченнях процесів кроскультурних комунікацій додали більшого значення та популярності набувають субкультурні порівняння, коли в межах тієї чи іншої культурної підсистеми, що склалися по ряду змінних, є більш відмінними, ніж культури, що зіставляються в межах різних суспільств.

Стосовно цільової спрямованості розрізняють 4 типи кроскультурних комунікацій: а) коли конкретний соціокультурний простір – предмет безпосереднього інтересу, а порівняння – лише допоміжний інструмент для виявлення специфіки вибраного об'єкта; б) коли культури, що порівнюються, – контекст комунікацій, які орієнтовані на виявлення, перевірку та обґрунтування всезагальності тієї чи іншої культурної характеристики; в) коли культурні характеристики, що порівнюються, – одиниці аналізу при вивченні цілісних соціальних систем; г) коли комунікації мають транснаціональний характер, тобто окремі культури розглядаються як елементи всеохоплюючої системи.

У процесах кроскультурних комунікацій акцент робиться на виявленні інваріантів, єдиних основ у різноликих за формами культурних просторів чи епох: виявленні принципових відмінностей, неподібностей, а також певною мірою і неможливості зіставлення між різними культурами; на збереженні осередків самотності серед наростаючої однорідності.

Розрізняються ендогенні та екзогенні моделі порівняння: в першому випадку причини та наслідки культурних змін і естетичних трансформацій присутні в межах однієї й тієї ж культури; в другому ж вони розглядаються в контексті взаємодії різних культур із врахуванням зовнішніх культурних впливів.

Різноманітність суспільних і міжкультурних туристичних зв'язків уможливорює процес спілкування з естетичними ідеями різних часів. Художнє спілкуван-

ня – завжди реальне спілкування, процес комунікації шляхом образного збагачення та психологічного контактування. Художнє спілкування дозволяє людині включатись у певну спільноту (культурну, соціально-історичну), виявляючи при цьому індивідуально-особистісну участь, схильність до визначеної культурної традиції. Таким чином, відбувається як єднання етносу і „передача культурних естафет” від покоління до покоління всередині його, так і активізація світової культурної динаміки, що є актуальним питанням для нашої сучасної культури.

Спілкування через мистецтво дає людям можливість виражати набагато більше змісту, смислу, оцінок, почуттів, ніж через інші форми спілкування. Не випадково мистецтво першим руйнує хибні застороги одного народу щодо іншого. Навіть в умовах ідеологічного протистояння, соціального антагонізму мистецтво забезпечує спілкування між народами. Воно сприяє створенню особливої сфери соціокультурної комунікації. З одного боку, спілкування відбувається через духовний витвір – художній образ, з другого – характер переживання є безпосередньо-практичним. Це переживання веде до закріплення в структурі особистості здатності до співпереживання, спонукає людину до співучасті в житті інших людей. Саме цим культурні комунікації відрізняються від інтимно-особистісного спілкування у повсякденності, яке не підноситься до загальнозначущого.

Мистецтво, художня творчість мають здатність об'єднувати суспільство, створювати емоційно-психологічну спільність (наприклад, особливості психології нації, соціальної групи, етнічної спільноти формуються та є похідними багато в чому завдяки культурно-комунікативним впливам). А це в свою чергу вдосконалює, гуманізує суспільні відносини, формує здатність до індивідуалізованого спілкування, до емоційного відгуку і розуміння іншої людини на основі сформованого досвіду емоційно-художнього спілкування, що ґрунтується на широкому засвоєнні культурних традицій.

Трансформація сучасного суспільства пов'язана з переоцінкою цінностей. Певною мірою це створює в суспільстві атмосферу ідеологічної кризи. Вона полягає не тільки у роздвібненні соціальних цінностей, а й у девальвації їхнього домінуючого комплексу (такого, в який вірить більшість населення). Така ситуація є природним наслідком прогресуючої диференціації цінностей (розпаду їх на численні різновиди, „боротьби всіх проти всіх”). Емоційне ставлення до такого суспільства чудово передано Далі в його знаменитій картині „Передчуття громадянської війни в Іспанії”. Така обстановка призводить до компрометації цінностей взагалі, перетворення боротьби за перетворення (трансформізм) у боротьбу за існування (конформізм).

Саме потреба у переборенні кризи стимулює розробку, синтез нової системи цінностей, що веде до

нового кола культурних доміант і тим самим – до формування нової духовності. Це і є закон трансформації і самоорганізації культури.

Якщо розглядати ситуацію абстрактно, з філософської та культурологічної точок зору, то взагалі сучасні відносини між суспільствами, окремими людьми ґрунтуються передусім на взаємовпливі культурних цінностей, їх взаємодії. Незалежно від того, яка сфера формально задіяна у процесі туристичного спілкування – політична, бізнесова, навчальна, побутова, – культурні цінності як основа характеру й виховання сучасної людини, виступають головним механізмом обміну ідей, знань, важливим чинником їх засвоєння і впровадження у повсякденну практику. А сам комунікативний процес, процес спілкування, виступає головним каталізатором їх смислової, ціннісної апробації. Саме процеси комунікації дозволяють ідеям не зависати у просторі, а втілюватися в думках інших людей, породжуючи нові знання, уявлення та образи. А ефективно оволодіння чужим культурним досвідом, чужим знанням найкраще відбувається через образне, комплексне, багатоаспектне сприйняття дійсності.

Слід особливо зауважити, що при цьому Інтернет та інші найсучасніші телекомунікаційні технології не здатні замінити живого, реального спілкування, безпосереднього сприйняття нових обставин життя, нових ідей, емоційного переживання оволодіння ними. І головним провідником такого процесу, його системоутворюючим фактором є, звичайно, туризм. Після туристичних поїздок, як правило, кардинально змінюється свідомість людини, активізується її здатність сприймати нове, пробуджуються творчі здібності. Недаремно у минулому подорожування вважалося навіть ефективним лікувальним засобом. У нашому ж сьогоденні туристична галузь, за умови використання її широких можливостей, здатна істотно гуманізувати всі сфери української дійсності, відкрити дорогу до побудови у нашій державі справді демократичного, соціально й культурно орієнтованого суспільства.

Враховуючи ж те, що, за прогнозами ВТО (Все-світня туристська організація), кількість туристів, які подорожують у міжнародних масштабах, у 2010 році сягне 1 млрд чоловік, зрозуміло, то туристичний чинник взаємодії культур останнім часом набув чи не найважливішого значення у процесі глобального обміну культурними досягненнями.

Не випадково й культурний аспект туристичного процесу посідає одне з чільних місць у його структурі взагалі. Якщо уявити структуру туристичного процесу як комплекс взаємообумовлених каналів передачі інформації, то неважко помітити, що „канал культури” тією чи іншою мірою присутній в усіх інших. Адже вся діяльність людини, по суті, є культурним феноменом, і діяльнісні основи культури започатковуються

передусім у людській сутності й способах її продуктивного вираження. Таким чином, соціальний статус, зокрема, мистецьких проявів, з його розмаїттям інституціональних і рольових характеристик, опосередковано ототожнюється зі способом діяльності, що лежить в основі процесу художнього освоєння світу, тобто своєрідного аспекту його пізнання.

Виходячи з цього, правомірно стверджувати, що туристична діяльність являє собою суспільно вироблений спосіб пізнання світу через переживання й відчуття, які виражають духовну присутність особистості у відтворених культурних формах світу. У ході людського спійкування (як на індивідуальному, так і на груповому рівнях) виявляються два його аспекти – повідомлювальний, суто інформаційний, та залучувальний, що передбачає прилучення до певної діяльності чи певної системи цінностей, певного способу життя тощо. У туристичній сфері обидва цих аспекти поєднуються надзвичайно гармонійно, створюючи опитувальні умови для активізації пізнавальної діяльності людини, розширення доступного їй „інноваційного простору”. Масовий туризм – порівняно нова для людської цивілізації галузь економіки. Проте у процесі глобальної взаємодії культур ефективність його специфічних комунікативних механізмів виявляється не менш, а то й більш яскраво, ніж у суто матеріальному виробництві, – настільки, що останнім часом дістала назву „культурного глобалізму”. Звичайно, у процесі взаємодії причиною домінування одних культур і витіснення інших є здебільшого чинники економічного порядку. Однак не слід недооцінювати й цілком органічного прагнення людини до пізнання „чужого”, запозичення тих його елементів, які виглядають привабливими, таким, що дають змогу повніше відчутти й порівняти себе саме як суспільну істоту. Адже духовний та інтелектуальний розвиток в аспекті розширення туристичної сфери передбачає перенесення суб'єкта пізнання на позиції „іншого”, що дає змогу встановити більш високий рівень етичних стосунків з ним. Власне, туристичну діяльність людини з цього погляду й варто характеризувати прагнення особи до самовизначення в універсамі внутрішнього буття в поєднанні з впливом певних культурних традицій.

Роль туризму у духовному розвитку людини, формуванні інтелектуально й духовно сприятливої, комунікативно відкритої суспільної особистості важко переоцінити. Не даремно давні римляни полюбили повторювати "Плавати по морю – ось що справді необхідно, а життя – річ не така вже й обов'язкова". У цьому виразі, що став крилатим, відобразився увесь зміст європейського ідеалу "людини, що пізнає", що „відкрита всім вітрам” і стурбована не тим, як залишитися незайманою душевно й інтелектуально, а й тим, як найцікавіше і з найбільшою користю для суспільства прожити відпущений їй природою час.

Яскравим історичним взірцем втілення цього, так би мовити, „середземноморського” ідеалу мандрівника – першопроходця є, поза сумнівом, допитливий венеціанець Марко Поло, що в 17 років був у Китаї „правою рукою” великого Хубілай-хана і його довірною особою у найделікатніших політичних питаннях. Та й сам Христофор Колумб, незважаючи на те, що змушений був діяти у вкрай нецивілізованому оточенні й підкорятися жорстоким вимогам свого часу, все ж таки залишався передусім видатним дослідником, відважним першопроходцем нікому доти не відомих вод і земель. Невгамовний потяг до пізнання, бажання „осягнути неосяжне”, зазірнути, незважаючи ні на які перешкоди, якомога далі за видимий горизонт – саме ці, такі людські й такі зрозумілі якості, що мають під собою воістину шляхетне духовне підґрунтя, зумовили виникнення туризму як специфічно цивілізаційного феномена. І те, що міжнародне мандрівництво нині стає дедалі доступнішим для найширших верств населення, у тому числі й в Україні, – свідчення поступового, хай і не досить послідовного, але все ж таки наближення людства до віками омріяного ідеалу.

У цьому плані міжнародний туризм слід вважати також одним із наймогутніших і найефективніших інструментів забезпечення нового світового порядку. Адже повноцінне формування глобального комунікативного простору можливе лише за умов неухильного і суворого дотримання міжнародних етичних норм. На жаль, нині це твердження поки що піддається сумніву суворою реальністю – втягнутий у війну фактично увесь близькосхідний регіон неминуче зазнає величезних економічних збитків саме через припинення туристських потоків. Причиною цього є, на наш погляд, нерозуміння того, що прибуток від активізації туризму за раціонального підходу може істотно перевищити прибуток від торгівлі нафтопродуктами і зброєю. Це є ще одним свідченням складності й тернистості того шляху, яким нині йде людство у пошуках нового загальноцивілізаційного ідеалу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Пазенок В.С. Філософія туризму // Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості: Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (10-11 жовтня, 2001 р.). – К., 2002.
2. Проблема „Запад-Восток” в культурології: Взаємодія художественних культур. – М., 1994
3. Культура и развитие человека: (очерк филос.-методол. пробл.) / В.И.Иванов, В.П.Козловский, Е. К.Быстрицкий и др. – Киев, 1989.
4. Цикл за: Антоненко В.Г. Місце міжнародного туризму у взаємодії і взаємозбагаченні культур // Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості: Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (10-11 жовтня, 2001 р.). – К., 2002.

УДК 378.148

ТАРАННИК А.О.

ПРО КОНТРОЛЬ ЯКОСТІ ЗНАТЬ ТА ВИЗНАЧЕННЯ РЕЙТИНГУ СТУДЕНТІВ КИЇВСЬКОГО ІНСТИТУТУ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

Загальні положення

Дане Положення створене з метою визначення мотивуючої та контролюючої функцій оцінювання якості знань студентів з урахуванням вимог Болонської декларації.

Контрольні заходи, які застосовуються в організації навчального процесу в КІБІТ, базуються на принципах:

- відповідності стандартам вищої освіти;
- використання стандартизованої та уніфікованої системи діагностики, направленої на застосування знань;
- визначеності критеріїв оцінювання;
- об'єктивності та прозорості технології контролю.

До контрольних заходів якості знань студентів належать поточний та підсумковий контроль.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студентів з певних розділів (тем) навчальної програми, а також до виконання конкретних завдань. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять визначаються відповідною кафедрою.

Підсумковий контроль проводиться з метою оцінювання результатів навчання студентів на певному освітньо-кваліфікаційному рівні або на окремих його етапах.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та державну атестацію студента.

Семестровий контроль проводиться у формі екзамену чи заліку. Ці форми контролю можуть проводитися усно або письмово, за екзаменаційними білетами, тестами та у формі співбесіди.

Залежно від специфіки навчальної дисципліни, методики викладання та інтенсивності поточного контролю підсумкова оцінка може виставлятися без додаткових контрольних заходів.

Підсумкова оцінка з дисципліни формується з двох складових: з результатів поточного контролю та результатів діагностики знань на семестровому екзамені (заліку). Обидві складові підсумкової оцінки мають самостійне значення, для цього програмний матеріал розмежовується за змістом і у часі.

Семестровий екзамен – це одна з основних форм підсумкового контролю рівня і якості засвоєння студентами теоретичних знань та практичних вмінь і навичок з окремої навчальної дисципліни за семестр.

Семестровий залік – це форма підсумкового контролю, що полягає в оцінюванні засвоєння студентами

навчального матеріалу на підставі результатів виконання ними завдань і певних видів робіт під час практичних та семінарських занять. Ці результати можуть зараховуватися як підсумок поточного контролю без додаткового опитування студентів.

Академічні успіхи студента визначаються за багатоступеневою системою контролю особистих досягнень за 100-бальною шкалою оцінювання, ресструються відповідним чином з обов'язковим переведенням оцінок до національної шкали та шкали ECTS (Європейська кредитно-трансферна система).

За шкалою ECTS	За національною шкалою	За шкалою КІБІТ
A	Відмінно	90-100
BC	Добре	75-89
DE	Задовільно	60-74
FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	35-59
F	Незадовільно з обов'язковим повторним курсом	1-34

Критерії оцінювання якості знань студентів при поточному контролі

- Вчасне та якісне виконання практичних робіт до 15 балів;
- Вчасне та якісне виконання самостійної роботи до 10 балів;
- Активність на семінарських(практичних) заняттях до 5 балів;
- Написання та захист рефератів до 25 балів;
- Відвідування всіх семінарських (практичних) та лекційних занять з дисципліни до 5 балів.

Порядок здійснення контрольних заходів

На першому занятті викладач ознайомлює студентів із видами робіт, які обов'язково потрібно виконати у процесі вивчення дисципліни, формами поточного і підсумкового контролю та критеріями оцінювання.

До екзамену (заліку) допускаються студенти, які виконали всі види робіт, що передбачені робочою навчальною програмою.

У випадку невиконання робіт, передбачених робочою навчальною програмою та якщо кількість набраних балів при поточному контролі менше 34, студент зобов'язаний пройти повторний курс вивчення дисципліни та скласти екзамен (залік). Повторне вивчення дисципліни за рахунок коштів юридичних і фізичних осіб.

Якщо студент не з'явився на екзамен, в екзаменаційній відомості викладачем робиться відмітка "не з'явився".

Рішення про складання пропущеного екзамену приймає декан факультету за наявності поважних причин.

Якщо студент не з'явився на екзамен без поважних причин, декан факультету виставляє йому оцінку **незадовільно (FX)** з можливістю повторного складання.

Повторне складання екзамену допускається не більше двох разів: перший раз викладачеві, другий – комісії, яка створюється деканом факультету.

Якщо при складанні екзамену комісії була отримана оцінка **незадовільно (F)** з обов'язковим **повторним курсом**, студент зобов'язаний пройти повторний курс вивчення дисципліни та скласти екзамен.

Терміни ліквідації академічної заборгованості студентів

Дисципліни "Вища математика для економістів" і "Політична економія" для напрямку "Економіка і підприємництво" та "Економічна теорія" і "Вища математика" для напрямку "Менеджмент" є фундаментальними для вивчення інших дисциплін і студенти зобов'язані ліквідувати академічну заборгованість до початку п'ятого семестру.

Академічну заборгованість з інших дисциплін студенти мають право ліквідувати до закінчення навчання за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавра.

Відрахування студентів з інституту

Студенти, які одержали під час сесії більше двох незадовільних оцінок, накопичили академічні заборгованості або порушили умови договору відраховуються з інституту.

Студенти, які не ліквідували академічну заборгованість до п'ятого семестру з дисциплін "Математика для економістів" і "Політична економія" для напрямку "Економіка і підприємництво" та "Економічна теорія" і "Вища математика" для напрямку "Менеджмент", відраховуються з інституту.

УДК 330.341.1:334.24(477)

ШАРАДКІНА Є.А., ШАБЛІНА Я.В.

ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Сучасні економічні відносини базуються на умовах жорсткої, і навіть „агресивної” конкуренції. При цьому основою конкурентоспроможності підприємства виступають інновації. Лише систематичне оновлення та модернізація існуючого асортименту товарів та послуг, удосконалення техніки та технології дозволить підприємству підтримувати високі показники прибутку та лідерські позиції на ринку протягом тривалого часу.

Студенти, які не ліквідували академічну заборгованість з інших дисциплін до закінчення навчання за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавра, відраховуються з інституту, отримують довідку встановленого зразка. Вони мають право записатися на повторне вивчення дисциплін та ліквідувати академічну заборгованість.

Визначення рейтингу студентів

Рейтинг студентів визначається на кожній спеціальності за результатами семестрового контролю.

Семестрова рейтингова оцінка та виконання умов договору є підставою для:

- надання студентові пільг в оплаті за навчання;
- першочергового працевлаштування на замовлення організацій, підприємств, фірм;
- направлення на стажування за кордон;
- публікації наукових праць за рахунок інституту;
- відрядження на студентські наукові конференції, які організовуються вищими навчальними закладами України.

Завдання, що виносяться на іспит, оцінюються в межах від 0 до 40 балів, а ті, що підлягають оцінюванню в процесі поточного контролю - від 0 до 60 балів.

Студент допускається до іспиту, якщо він за результатами поточного контролю набрав від 20 до 40 балів.

Позитивну оцінку за іспит студент одержує, якщо він під час іспиту набрав від 30 до 60 балів.

Отже, загальну позитивну оцінку студент одержує, якщо при узагальненому оцінюванні сумарна кількість набраних ним балів складає від 50 до 100.

Підсумкові – це вказані вище бали від 0 до 40 та від 0 до 60 балів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Наказ МО України від 02.06.93р. №161 „Положення про організацію навчального процесу у вищих навчальних закладах”.
2. Наказ МОН України від 23.01.04р. №48 „Тимчасове положення про організацію навчального процесу в кредитно-модульній системі підготовки фахівців”.

Таблиця 1

Наукові кадри та кількість організацій

	Кількість організацій, які виконують наукові дослідження й розробки	Чисельність науковців, осіб	Чисельність докторів наук в економіці України, осіб ¹⁾	Чисельність кандидатів наук в економіці України, осіб ¹⁾
1991	1344	295010	8133	...
1992	1350	248455	8797	...
1993	1406	222127	9224	...
1994	1463	207436	9441	...
1995	1453	179799	9759	57610
1996	1435	160103	9974	58132
1997	1450	142532	10322	59332
1998	1518	134413	10446	59703
1999	1506	126045	10233	59547
2000	1490	120773	10339	58741
2001	1479	113341	10603	60647
2002	1477	107447	11008	62673
2003	1487	104841	11259	64372
2004	1505	106603	11573	65839
2005	1510	105512	12014	68291

¹⁾ - з 1998р. - станом на 1 жовтня.

Таблиця 2

Обсяг виконаних наукових та науково-технічних робіт

	Всього, у фактичних цінах	У тому числі				Питома вага обсягу виконаних науково-технічних робіт у ВВП %
		фундаментальні дослідження	прикладні дослідження	розробки	науково-технічні послуги	
млн грн.						
1996	1111,7	140,6	321,6	606,9	42,6	1,38
1997	1263,4	188,5	309,2	693,7	72,0	1,36
1998	1269,0	205,5	297,5	682,8	83,2	1,22
1999	1578,2	220,5	330,4	918,6	108,7	1,20
2000	1978,4	266,6	436,7	1106,3	168,8	1,14
2001	2275,0	353,3	304,9	1317,2	299,6	1,13
2002	2496,8	424,9	343,6	1386,6	341,7	1,11
2003	3319,8	491,2	429,8	1900,2	498,6	1,24
2004	4112,4	629,7	573,7	2214,0	695,0	1,19
2005	4818,6	902,1	708,9	2406,9	800,7	1,13

Сума витрат, пов'язаних з проведенням наукових та науково-технічних робіт з кожним роком збільшується, найбільша питома вага цих витрат (близько 50%) припадає на стадію розробки. Хоча не менш важливою є стадія дослідження, адже західні маркетингологи стверджують, що більш ніж 75% комерційних невдач на світовому ринку зумовлені помилками у маркетинговій діяльності і лише менше чверті пов'язані з іншими причинами.

Окрім того, що збільшується сума витрат, що пов'язані з науково-дослідницькими роботами, позитивні зміни спостерігаються загалом в економіці України за останнє десятиліття (зростання валового внутрішнього продукту, обсягів промислової та сільськогосподарської продукції, доходів населення, коштів державного бюджету, заробітної плати населення, збільшення експорту) досягнуті екстенсивним, а не інтенсивним шляхом, що значно знижує загальний рівень конкурентоспроможності країни. Адже глобальний індекс конкурентоспроможності

враховує технологічну складову, що характеризує інноваційний розвиток країни. За радянських часів частка України у світовому інженерно-науковому потенціалі дорівнювала майже 7%. На сучасному етапі обсяги вітчизняної наукоємкої продукції становлять менше 0,1% від світового обсягу [9]. Значення цього показника, наприклад для США, за різними джерелами становить від 25 до 36%, для Росії - від 0,13 до 3%. Негативним явищем також є те, що частка виконаних науково-технічних робіт є дуже малою у загальному обсязі валового внутрішнього продукту (ВВП) і ця негати́вна тенденція спостерігається протягом останніх десяти років, що можна побачити на рисунку 1.

Інноваційна активність підприємств України також може розглядатися по питомій вазі підприємств, що безпосередньо займаються інноваціями та тих підприємств, що їх впроваджують (табл. 3).

Простежимо тенденцію зміни названих показників на рисунку 2 за період 2000-2005рр.

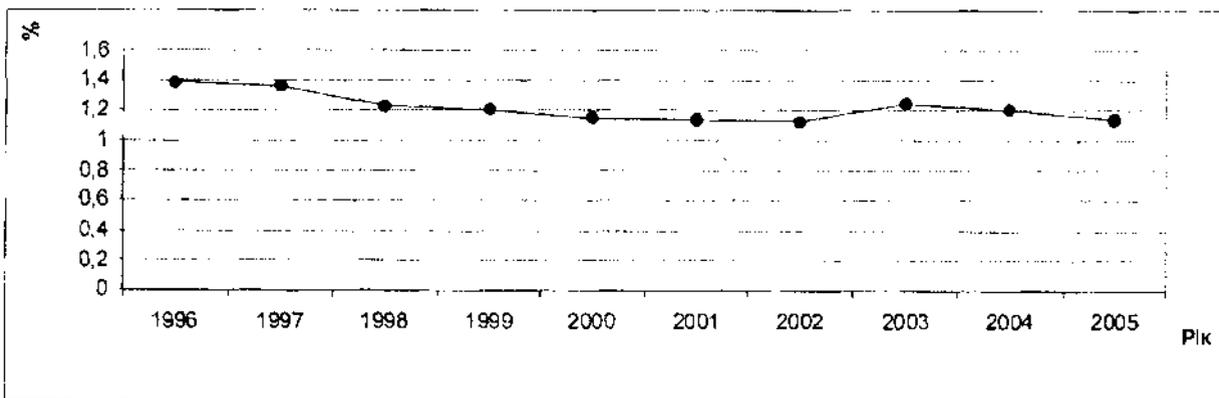


Рис. 1. Питома вага обсягу науково-технічних робіт у ВВП України

Таблиця 3

Інноваційна активність підприємств України

	Питома вага підприємств, що		Загальна сума витрат	У тому числі за напрямками				
	займалися інноваціями	упроваджували інновації		дослідження і розробки	придбання нових технологій	підготовка виробництва для впровадження інновацій	придбання машин та обладнання, пов'язані з упровадженням інновацій	інші витрати
	%		млн грн.					
2000	18,0	14,8	1760,1	266,2	72,8	163,9	1074,5	182,7
2001	16,5	14,3	1979,4	171,4	125,0	183,8	1249,4	249,8
2002	18,0	14,6	3018,3	270,1	149,7	325,2	1865,6	407,7
2003	15,1	11,5	3059,8	312,9	95,9	527,3	1873,7	250,0
2004	13,7	10,0	4534,6	445,3	143,5	808,5	2717,5	419,8
2005	11,9	8,2	5751,6	612,3	243,4	991,7	3149,6	754,6

Відомо, що за останні 5–7 років в Україні спостерігається суттєве збільшення кількості підприємств різних форм власності, що супроводжується абсолютним скороченням кількості тих, що займаються інноваціями та впроваджують їх. Таким чином, кількість підприємств, що займалися інноваціями зменшилась з 2000 по 2005 рік на 6,1%, а тих, що впроваджували на 6,6%. Однією з причин цього явища є те, що новоутвореними суб'єктами підприємницької діяльності є

здебільшого малі підприємства, які не мають ані коштів, ані можливостей для здійснення інноваційної діяльності.

Розглянемо за рахунок яких джерел фінансується інноваційна діяльність підприємств в Україні у таблиці 4.

Отже, фінансування інновацій безперечно з кожним роком збільшується. Протягом періоду 2000–2005 рр. від 70% до практично 90% коштів, за рахунок яких фінансуються інновації є власні кошти

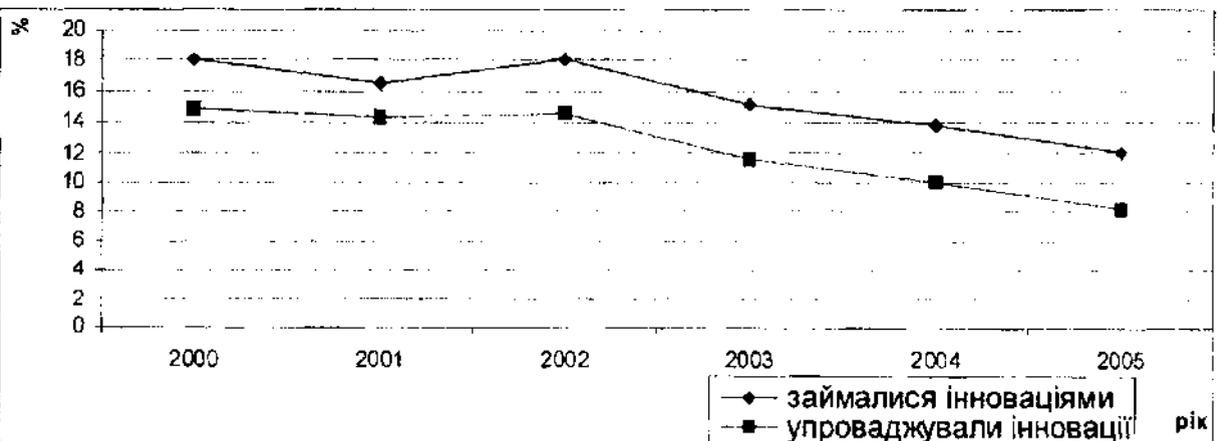


Рис. 2. Питома вага підприємств, що займалися інноваціями та впроваджували їх

Джерела фінансування інновацій на підприємствах України

	Загальна сума витрат	У тому числі за рахунок коштів			
		власних	державного бюджету	іноземних інвесторів	інші джерела
		млн грн			
2000	1757,1	1399,3	7,7	133,1	217,0
2001	1971,4	1654,0	55,8	58,5	203,1
2002	3013,8	2141,8	45,5	264,1	562,4
2003	3059,8	2148,4	93,0	130,0	688,4
2004	4534,6	3501,5	63,4	112,4	857,3
2005	5751,6	5045,4	28,1	157,9	520,2

підприємств (амортизаційні відрахування, мобілізація внутрішніх активів, виручка від реалізації окремих видів майна, нерозподілений прибуток та інші грошові накопичення). Слід зазначити, що з 2002 року підвищилась сума коштів, що направлена в інноваційну діяльність зі сторони зовнішніх інвесторів (гранти, міжнародні програми, пайові внески іноземних інвесторів, кошти іноземних наукових фондів) і значно зменшилось фінансування з державного бюджету (0,4–3%). Щодо інших джерел фінансування (кредити банків, фінансовий лізинг, кошти Фонду фундаментальних досліджень), то їх відсоток протягом аналізованого періоду складає від 9% до 19%. Тобто, головною проблемою підприємств України щодо інноваційної діяльності є серйозна нестача коштів.

Основні причини, що стримують інноваційну діяльність українських підприємств, за даними опитування проведеного Державним комітетом статистики України представлено в таблиці 5 [10].

Таблиця 5

Причини стримування інноваційної діяльності

Причини	Вагомість, %
Відсутність фінансування	87
Відсутність коштів у замовника	40
Високі кредитні ставки	34
Великі витрати	33
Недосконалість законодавчої бази	29
Труднощі з сировиною	23
Відсутність попиту на продукцію	19
Високій економічний ризик	17
Відсутність інформації про ринки збуту	12

Таким чином, більшість підприємств України усвідомлює необхідність інноваційної політики, але успішному її здійсненню заважають, перш за все, перешкоди фінансового характеру: великі витрати, відсутність фінансування, високі кредитні ставки, відсутність коштів у замовника, значний економічний ризик.

Українські підприємства є зацікавленою стороною у впровадженні інновацій, але зараз вони є неспроможними до проведення кардинальних інноваційних змін, в першу чергу, через зношення засобів виробництва та дефіцит фінансових ресурсів, по-друге – через відсутність чіткої державної стратегії щодо активізації інноваційної діяльності.

Отже, підвищенню активізації інноваційної діяльності підприємств України сприятиме удосконалення системи податкових пільг та кредитів підприємствам, що розробляють та впроваджують інновації; введення системи стимулювання інноваційної діяльності; залучення іноземних інвесторів; нові джерела фінансування робіт, пов'язаних з розробкою та впровадженням інновацій; створення ефективної системи моніторингу інноваційних процесів.

Таким чином, економічні умови ринкової економіки вимагають підвищеної уваги до активізації інноваційної діяльності, до ефективної організації досліджень та розробок, організації нововведень на всіх стадіях життєвого циклу продукції, зниження інноваційних ризиків та до забезпечення новими фінансовими джерелами підприємств, які ведуть активну інноваційну політику. А результатом цього буде прискорений процес оновлення виробництва, ефективніше використання залучених коштів спрямованих на інновації, формування стійкого попиту на наукові досягнення, тобто створення реальних умов, що сприятиме встановленню інноваційної моделі розвитку економіки України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України „Про наукову і науково-технічну діяльність” №1977-ХІІ, зі змінами від 17 листопада 2005р.
2. Закон України „Про інноваційну діяльність” від 04.07.2002.
3. Держкомстат України //http://www.ukrstat.gov.ua
4. Економічна енциклопедія. У трьох томах. Т. 3/Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. - К.: Видавничий центр „Академія”, 2002. – 952с.
5. Економіка й організація інноваційної діяльності Підручник (друге видання) О.І. Волкова, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.; Під ред. проф. О.І. Волкова, проф. М.П. Денисенка. – К.: 2005. – 424 с.
6. Дойль П. Менеджмент: стратегія и тактика / Пер. с. Англ. под ред. Ю.Н. Каптуревського СПб. Издательство „Питер”. 1999. – 560с.
7. Виноградов О.А. Методи аналізу конкурентоспроможності впровадження інновацій на засадах маркетингу // Актуальні проблеми економіки. – №1(55). – с. 65–73.
8. Артюшкова А.В. Про основні проблеми та заходи щодо активізації інноваційної діяльності підприємств // Регіональні перспективи. – №5 (24). – 2002.
9. Гавриш О.А., Коростинська Ю.О., Зенкін М.А. Управління інноваційним розвитком підприємства // Вісник КНУТД. №1. – 2006 – с. 137–139.
10. Лабурцева О. І. Дослідження розвитку інноваційного процесу в промисловості України // Вісник КНУТД. – №6. – 2005. – с. 162–167.
11. Ямненко Г.Є. Інноваційні структури – ключ до розвитку економіки // Вісник КНУТД. – №4. – 2005 – с. 120–125

УДК 378.013:65

ШУСТЕРМАН Е.

Науч. руководитель ШЕВЧЕНКО В.Л.

ПОДГОТОВКА РУКОВОДИТЕЛЯ-МЕНЕДЖЕРА В СВЕТЕ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ

Управление персоналом так же, как управление финансами, маркетингом, производством является составной частью управлений организацией в целом. В наиболее общем виде функции любой управляющей системы сводятся к следующему алгоритму: анализ – планирование – организация исполнения – контроль исполнения – мотивация. Вместе с тем каждая управляющая система, в том числе и менеджмент персонала, имеет свои конкретные объекты управления и конкретные задачи.

Любая организация создана людьми и существует для людей. Она состоит из людей и управляет ими. Именно люди принадлежат к той части организации, которая дает ей жизнь. Именно люди – источник творчества, инициативы, энергии для достижения целей, стоящих перед организацией.

Для успеха на рынке, каждая организация должна выполнить одну из первоочередных задач – сформировать „управленческую команду“, способную координировать производство, сбыт, структуру и направление инвестиций, способную справляться с многочисленными проблемами „отношений“ – с поставщиками и потребителями, со служащими, профсоюзами и т. д.

Сегодня Украине необходимы интеллектуальные, высококвалифицированные, авторитетные руководители, администраторы, обладающие незаурядными организаторскими способностями, интеллектуальный потенциал которых должен приносить свои плоды на благо достижения общих целей организации.

Европейская ассоциация директоров служб персонала предложила следующий идеальный портрет руководителя, выполняющий в том числе функцию управления персоналом: „Он должен быть пунктуальным и методичным, динамичным и настойчивым, общительным, способным убеждать, справедливым, строгим, доступным, широко образованным, способным к размышлению, дипломатом, психологом, добрым советчиком, должен обладать интуицией, быть гуманным. Он должен уметь слушать и внушать доверие”.

К большому сожалению, Украина не имеет еще своей национальной школы подготовки руководителей высокого уровня, которая бы готовила руководителей, умеющих работать с людьми, знающих их психологию, мотивы деятельности и гармонично вписывающихся в систему производства.

Спрос на высококвалифицированных руководителей сразу же породил массу всевозможных домор-

щенных школ бизнеса, центров подготовки менеджеров и т. д. Подобные „учебные заведения” не имея необходимой материальной, учебно-методической базы, квалифицированных педагогических кадров, начали готовить „специалистов”, тем самым дискредитируя идею подготовки руководителей.

При подготовке руководителей-менеджеров необходимо в первую очередь учитывать феномен всевозрастающих скоростей и радикализации протекания перестройки экономики. Нельзя не считаться и со значительными структурными сдвигами в рыночной экономике.

Анализ показывает, что в индустриально развитых странах уже определилась приоритетность кадров для сферы услуг. Если в Германии в 1970г. сюда направлялись лишь 43% рабочих кадров, в 1990г. около 55%, то в 2005г. этот показатель возрос до 65%. Аналогичная ситуация наблюдается и в Украине. По не полным данным в стране насчитывается около 300 тыс. малых предприятий в сфере обслуживания и наблюдается тенденция роста их числа. Создание в промышленности, сельском хозяйстве, сфере обслуживания предприятий нового типа, основанных на частной и коллективной собственности, выдвинуло проблему подготовки мобильных, универсальных высококвалифицированных руководителей. Однако для украинского малого бизнеса характерно отсутствие высококвалифицированных руководителей, отвечающих требованиям квалифицированной деятельности. Поэтому в Украине за последние годы каждое третье зарегистрированное малое предприятие прекратило свою деятельность, не приступив к работе. Даже в США, несмотря на то, что государство вкладывает большие средства в инфраструктуру менеджериума около двух третьих предприятий малого бизнеса терпят банкротство на протяжении первых пяти лет.

Сегодня Украина как никогда нуждается в специалистах управления, получивших подготовку в области экономики, права, социологии и психологии, экологии, менеджмента и т. д.

В основе подготовки менеджеров для украинской экономики в учебных заведениях как государственных, так и негосударственных форм собственности в основном берется опыт, накопленный в США, Японии и в странах Юго-Восточной Азии.

Независимо от форм собственности, размеров предприятия особое внимание должно уделяться поиску и выдвижению руководящих кадров. Выделим основные концепции формирования менеджера.

Первая концепция заключается в том, что выдвижение на руководящие должности осуществляется „изнутри”, т.е. сотрудник, имеющий достаточный авторитет в коллективе, высокую квалификацию, незаурядные организаторские способности, зачисляется кандидатом в резерв на выдвижение. Находясь в резерве, кандидат должен хотя бы частично выполнять функции руководителя. При этом обязательно систематически проводить подробное исследование его работы. Такой анализ можно провести, используя различные методы. Это может быть простое наблюдение, а также использование перечня контрольных вопросов. На основании предшествующего анализа можно более точно определять навыки, знания, квалификацию и качества, которые понадобятся при выполнении работы будущему руководителю. В качестве примера можно использовать набор психограмм, разработанных и проведенных В.А.Поляковым в книге „Технология карьеры”. В таблице желательность указанных свойств личности для руководителя разных подразделений. Оценка ведется по трехбалльной шкале (+ – требуется в ярко выраженной форме; + – требуется; 0 – не является необходимым).

С течением времени и после всестороннего анализа деятельности кандидата принимается окончательное решение о назначении его на руководящую должность. Данный отбор имеет ряд преимуществ: члены трудового коллектива знают своего коллегу, его профессиональные качества, организаторские способности. Руководитель назначенный „изнутри”, как

правило, быстро адаптируется в трудовом коллективе, процесс его назначения в основном проходит бесконфликтно. Но при всех положительных моментах такого отбора руководителя имеются свои недостатки. Не существует методики, которая позволяла бы предсказать изменения уровня квалификации руководителя на более или менее длительный период его работы. Никакой анализ и никто не может предсказать индивидуальный рост руководителя на перспективу. Кроме того, данная концепция предполагает выбор одного кандидата из группы его коллег, тем самым, закрыв путь другим в получении специального образования в области менеджмента, а именно эта категория работников выполняет большую часть всей рутинной работы в менеджменте. И если они не смогут приспособиться к завтрашним требованиям, вся группа управления будет работать неэффективно, независимо от того, как тщательно отобраны и подготовлены будут менеджеры, готовые стать руководителями. Подбор кандидатов на руководящие должности – многоэтапная кропотливая и непрерывная работа, требующая определенной методики. Строгие требования к подборке кандидатов позволяют не только отобрать лучших специалистов, но и напомнить тем, кто уже работает, какие высокие требования предъявляются к персоналу.

Вторая концепция предусматривает привлечение руководящих кадров „извне”. Данная методика позволяет повысить эффективность работы подразделений и всей организации в целом. Но на практике этот

Свойства личности	Руководитель предприятия	Предприниматель индивидуал	Руководящий работник госуправления	Главный бухгалтер	Специалист по сбыту и пролаже	Специалист по рекламе	Консультант по управлению	Научный работник
Терпимость	+	+	+	0	+	+	+	+
Искренность	+	+	0	0	+	+	0	0
Самоконтроль	++	++	+	++	+	+	+	+
Педантизм	+	+	++	++	+	0	+	++
Воля	++	++	+	+	++	+	+	+
Любознательность	+	+	+	+	+	+	++	++
Интуиция	++	++	+	+	++	++	++	++
Аналитический склад ума	+	+	+	++	+	+	++	++
Способность к выполнению рутинной работы	0	+	++	++	+	+	+	+
Экономическое чутье	++	++	+	+	++	++	+	0
Способность к лидерству	++	+	++	+	+	0	0	0
Коммуникабельность	++	++	+	+	++	++	+	+
Самообладание	++	++	++	++	++	++	++	+
Внимательность	++	++	+	++	+	+	++	++
Память	+	+	+	++	+	+	++	++
Богатство воображения	+	+	0	0	+	++	+	++

процес має ряд негативних явлень, які відбуваються на самій організації і на її рядових співробітниках. З приходом нового керівника починається процес „притирки” його до членів колективу. Керівник освоює свої обов’язки, налаштовує делові стосунки з колегами і підлеглими. В період адаптації керівника на новій посаді колектив співробітників вивчає його систему цінностей, стиль його роботи, його вимоги, які цілі і завдання підрозділу він вибирає і т. д. Все це негативно впливає на якість роботи і продуктивності праці всього підрозділу. Даний період характеризується виникненням різного роду конфліктів, які можуть бути особистими і міжособистими, деловими, відкритими і т. д. І з цим необхідно заздалегідь рахуватися. Тому перехідний період несе значительні втрати організації і може сприяти подриву авторитету керівника в очах його нових підлеглих.

Керівник всебічно може проявити себе в роботі, тільки активно взаємодіючи з колегами, маючи необхідну культуру спілкування. Знання в області управління персоналом в багатьох формують організаційний і управлінський горизонт керівника, можливість його ефективного співробітництва з іншими членами групи або команди, культуру його делового спілкування, т. є. забезпечує його соціальну компетентність. Соціальна компетентність дозволяє повніше реалізувати себе, мати плідні стосунки з співробітниками, успішно вирішувати питання делової кар’єри і отримувати задоволення від роботи. Для організації ж соціально компетентне керівництво – одне з найважливіших умов реалізації її цілей і делового процвітання.

В основі менеджерської діяльності особливе місце належить самоосвіті, самостійній роботі по накопленню знань. Досвід розвинених промислових країн показує, що ні одна компанія не несе відповідальності за підготовку і навчання своїх співробітників. Відповідальність за це лежить на самих менеджерах і пов’язана з їх здібностями і прикладами зусиль. Ні одна компанія не зможе стати достатньо компетентною, підміняючи особисті зусиль по самоосвіті діяльністю якоїсь своєї діяльності в цьому напрямку. Але в той же час, щоб самоосвіта

була максимально плідною, на менеджера повинна бути покладена відповідальність за всіх працюючих з ним людей. Кожна компанія повинна систематично поощряти своїх менеджерів до підвищення свого рівня.

Ми могли вже не раз переконатися, що багато серйозних труднощів реалізації програм виходу економіки з кризового стану – професійної некомпетентності різних категорій працівників (від простих робітників до керівників), відсутності у них професійних знань і досвіду ринкової діяльності.

Все це диктує необхідність глибоких змін в області підготовки менеджерів. Удосконалення змісту підготовки менеджерів слід пов’язувати з використанням ряду нових принципів розробки нових навчальних планів вищих навчальних закладів. Найважливіші з цих принципів такі: гуманізація змісту освіти, підвищення ролі соціальних, етичних і естетичних, моральних аспектів в навчанні менеджерів; здатність до швидкої адаптації в умовах ринкових стосунків.

Можливо стверджувати, що викладання більшості предметів при підготовці менеджерів повинно бути переглянуто так, щоб стати причасним до формування нового економічного мислення. Це, звичайно, тема серйозного самостійного дослідження. Нам хотілося б тільки висунути пропозицію про саму принципову можливість глибокої перебудови підготовки менеджерів. Новий зміст вимагає адекватних форм організації і розвитку структур навчальних закладів. Сьогодні необхідно розширити діапазон вирішуваних в вузі завдань, відійти від „монофункції” – підготовки фахівців кваліфікаційного рівня бакалавр, спеціаліст, магістр. Тут повинні бути розвинені комерційні відділи, курси по перепідготовці фахівців, курси по підвищенню кваліфікації в відповідності з цільовими замовленнями підприємств і організацій, різні платні послуги населенню, курсове навчання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ніколаєв К. Сирополіс. Управління малим бізнесом. М.: Дело, 2000.
2. Девід Майєрс. Соціальна психологія. – Санкт-Петербург: ПІТЕР, 2001.

УДК 338.24

ЯКОВЛЕВ В.

Науч. керівник КОРОСТЕЛЕВ В.А. – к.э.н.

УСПЕШНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА – ПУТЬ К УСПЕХУ В БИЗНЕСЕ (НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГЕНРИ ФОРДА)

Генри Форд народився в бідній родині, але розбагатів і прославився. Американці можуть забути ім’я свого президента, але називають свого автомобіля вони

будуть пам’ятати завжди. Життя Генри Форда було пов’язане з однією ідеєю. Він терпів поразки, сніс насмішки, боровся з інтригами. Але він досяг всього,

о чем мечтал. Генри Форд создал универсальный автомобиль и стал миллиардером. Он всю жизнь прожил со своей женой Кларой, которая верила в него и всегда поддерживала. Когда его спросили, хотел бы он прожить жизнь еще раз, Форд ответил: „Только если можно снова жениться на Кларе”. По его биографии можно снимать голливудский фильм.

Он родился 30 июля 1863 года в семье американского фермера недалеко от Дирборна в Мичигане. Семья была небогата, отец целыми днями трудился в поле. В 15 лет Генри чинил сломанные часы соседям и из всякого хлама собирал простейшие механизмы. Школу он не закончил. „Из книг нельзя научиться ничему практическому – машина для техника то же, что книги для писателя, и настоящий техник должен был бы, собственно, знать, как изготавливается все. Отсюда он почерпнет идеи, и раз у него голова на плечах, он постарается применить их”, – напишет впоследствии Генри Форд.

Отец Генри Форда хотел, чтобы сын работал с ним на ферме – продолжал дело. Но будущий основатель автомобильной империи оторвался от корней и поступил учеником в механическую мастерскую. По ночам он подрабатывал у ювелира – ремонтировал часы. Отдыха в работе он не знал, набирая порой по 300 часов для ремонта. Вскоре, правда, часы перестали интересовать Форда. Он решил, что часы не являются предметом первой необходимости, и что не все люди будут стремиться их купить. Его тянуло к самодвигающимся экипажам. В 16 лет он научился управлять локомотивом и устроился в компанию „Вестингауз” экспертом по сборке и починке локомотивов. Эти машины ездили со скоростью 12 миль в час и использовались в качестве тягловой силы. Вес локомотива был в несколько тонн, они были так дороги, что только богатый фермер мог их приобрести. Форд решил построить легкую паровую тележку, которая могла бы заменить коня при пахоте. Нужно было изобрести и построить паровую машину, достаточно легкую, чтобы тащить обыкновенную телегу или плуг. „Переложить трудную, суровую работу фермера с человеческих плеч на сталь и железо – всегда было главным предметом моего честолюбия”, – считал Форд.

Но это был не массовый продукт. Люди проявляли больший интерес к машине, на которой они могли бы ездить по дорогам, чем к орудию полевой работы. И Генри собрал тележку с паровым двигателем. Но не очень-то приятно было сидеть на котле, находящемся под высоким давлением. Два года Форд продолжал опыты с различными системами котлов и убедился, что легкий безлошадный экипаж с паровым двигателем не построить. И тогда он впервые услышал про газовые двигатели. Как любая новая идея, она воспринималась с любопытством, но без энтузиазма. Форд вспоминал, что тогда не было ни одного человека, который полагал бы, что двигатель внутреннего сго-

рания может иметь дальнейшее распространение: „Все умные люди неопровержимо доказывали, что подобный мотор не может конкурировать с паровой машиной. Они не имели ни малейшего представления о том, что когда-нибудь он завоюет себе поле действия”. С этого момента он пренебрежительно относился к советам „умных людей”.

В 1887 году Генри Форд сконструировал модель двигателя. Для этого ему пришлось (как в детстве) разобрать попавший к нему в мастерскую настоящий двигатель и разобраться, что там к чему. Чтобы продолжать свои эксперименты, Форд вернулся на ферму – но не пахать, а устроить в сарае мастерскую. Отец предложил Генри 40 акров леса, если тот бросит ковыряться в машинах. Генри схитрил: он согласился, устроил лесопилку, женился. Но все свободное время проводил в мастерской. Он прочитал кучу книг по механике, конструировал двигатели, пытался приспособить моторчик к велосипеду. Но одному на ферме дальше продвинуться было невозможно, а тут Форду предложили место инженера и механика в Детройтской электрической компании с зарплатой 45 долларов в месяц.

Новые коллеги посмеивались над ним и пытались втолковать, что будущее за электричеством. Тогда-то Форд в первый раз встретился с Томасом Эдисоном, рассказал ему о своей работе и поделился сомнениями. Эдисон заинтересовался: „Всякий легковесный двигатель, который способен развивать большее число лошадиных сил и не нуждается ни в каком особенном источнике силы, имеет будущее. Мы не знаем, чего можно достигнуть при помощи электричества, но я полагаю, что оно не всемогуще. Продолжайте работу над вашей машиной. Если вы достигнете цели, которую себе поставили, то я вам предсказываю большое будущее”. Теперь уже никто не мог его переубедить. Надо продолжать работать. Ведь кроме преданной жены в него поверил и сам Томас Эдисон.

В 1893 году Форд собрал свой первый автомобиль „квадрицикл”. Чтобы выехать из сарая, пришлось разломать стену. Когда Генри Форд катался по Детроиту на своем „квадрицикле”, лошади от него шарахались, а прохожие обступали необычную телегу, которая не только сама ехала, но еще и тарыхтела на всю округу. Как только Форд оставлял „квадрицикл” на минутку без присмотра, в него тут же забирались какой-нибудь любопытный нахальный господин, который пытался покататься. Приходилось во время каждой стоянки приковывать машину цепью к фонарному столбу. Хотя тогда еще не существовало никаких правил дорожного движения, Генри получил разрешение в полиции и стал первым официально утвержденным шофером Америки. В 1896 году он продал машину за 200 долларов. Это была его первая продажа. Деньги были тут же пущены на создание нового автомобиля, более легкого. Он считал, что тяжелые автомобили – для единиц. Паровоз, танк или трактор не могут

пользоваться массовым спросом. Впрочем, если бы сейчас Генри Форд увидел Ford Expedition, он, возможно, пересмотрел бы свои взгляды. Но Форд верил, что массовый продукт должен быть легким и доступным: „Лишний вес столь же бессмыслен в любом предмете, как значок на кучерской шляпе, – пожалуй, еще бессмысленнее. Значок может, в конце концов, служить для опознания, в то время как лишний вес означает только лишнюю трату сил”.

Хотя к этому времени его уже повысили до первого инженера с месячным окладом в 125 долларов, опыты с автомобилем встречали со стороны директора не больше сочувствия, чем прежде его влечение к механике со стороны отца. „У меня в ушах еще звучат его слова: „Электричество – да, ему принадлежит будущее. Но газ?! Нет!”, – припомнит потом Форд. Компания предложила Форду высокий пост при условии, что он бросит заниматься ерундой и посвятит себя наконец настоящему делу. Форд выбрал автомобиль. 15 августа 1899 года он отказался от службы, чтобы посвятить себя автомобильному делу.

Генри Форд

Положительные и отрицательные черты руководства, с точки зрения современного менеджмента:

- Генри Форд большую часть времени проводил в цехах, где работали его подопечные, а не в кабинете. Это позволяло всем работникам быть ближе к нему и напрямую обращаться по поводу возникающих проблем;

- Первым основал массовое производство (конвейер) автомобилей, что позволило ему стать лидером в данной индустрии. Форд понял, что необходимо доставлять работу к рабочим, а не наоборот;

- Форд считал, что будущее за просто рабочими, а не за квалифицированными работниками, т.к. считал, что каждый человек найдет свою нишу в общей иерархической пирамиде. „Наши лучшие работники сами создают себе место”, – писал Г.Форд;

- Он обеспечил равные условия работы, как для инвалидов, так и для полноценных людей. При этом инвалид мог выполнять более монотонную работу, а полноценный человек был не приспособленный к та-

кой работе и быстро уставал, т.к. ему нужна была частая смена деятельности;

- Он открыл школу, больницу, завел традицию коллективных пикников и обедов, что на современном языке менеджмента называется корпоративной культурой;

- Обеспечил стабильность каждого рабочего, не увольняя их. На современном языке нооменеджмента этот термин называется „Патернализм”. „Берегитесь ухудшать продукт, берегитесь понижать заработную плату и обдирать публику. Работайте лучше, чем прежде, только таким путем можно оказать помощь и услугу для всех стран”;

- Отказался от знаний. Считал, что только практика дает желаемые результаты, но знание теории при этом не обязательно;

- Форд был заятым противником бумажной волокиты и приветствовал только устный отчет о достигнутых результатах от каждого заведующего отделом. При этом Форд, как руководитель считал, что совсем не обязательно общение между отделами и не обязательно знать, что происходит внутри каждого из них;

- Неумение приспосабливаться к новым условиям, которые диктовал рынок. Лидером американского автомобилестроения стал General Motors, сообразивший переориентироваться на выпуск разных марок, предложить покупателю ассортимент автомобилей „для любой цели и любого кошелька”.

Вывод

Даже после смерти Генри Форда его имя „процветает” и по сей день. Он стал примером для подражания многих современных менеджеров, как в плане руководства, так и как генератор новых идей! На сегодняшний день кампания Форд является одной из ведущих на мировом автомобильном рынке. Можно сказать только одно: „Когда-то Форд работал над имиджем кампании, а сегодня сформировавшийся имидж обеспечивает благосостояние династии Форда”.

ЛИТЕРАТУРА

1. Г. Форд „Моя жизнь, мои достижения”;
2. „Принципы Г. Форда (начало XX века)”.

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИРОДНИЧИХ НАУК - ФУНДАМЕНТАЛЬНИЙ ЧИННИК У РОЗБУДОВІ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

УДК 519.(24+857.3)

АНДРЕЄВ М.В. - д.ф. - м.н.

БАЙЄСОВЕ ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЗАПАСУ ДЛЯ РІЗНИХ КРИТЕРІЇВ ЗАДОВОЛЕННЯ УПЕРЕДЖЕНОГО ВИПАДКОВОГО ПОПИТУ

Розглядається запас товарів у реєстраційному списку, для часу доставки яких (або організації виробництва) можливі затримки з ненульовим часом виконання замовлення. Один із загальноживаних методів визначення точки замовлення такого товару полягає у знаходженні ймовірності дефіциту запасу товару або бажаного рівня обслуговування (негайного задоволення певної долі попиту) з подальшим вибором рівня замовлення, що забезпечує такий рівень обслуговування. Однак при такому підході припускається, що ймовірнісний розподіл попиту протягом часу виконання замовлення має бути точно відомим. У багатьох задачах керування запасами, це припущення не справджується, особливо у випадку товарів, що замовляються за обмеженої доступної історії продаж. Для цієї ситуації розглядається байєсів підхід стосовно вибору у реєстраційному списку точки замовлення [1]. Запропоновано нову слабкокеровану стохастичну модель марковського відновлення динаміки випадкового попиту, оптимальна стратегія якої визначає динаміку рівня запасу товару, що задовольняє випадковий попит.

ВСТУП

Задачі керування запасами, що виникають у різних областях економіки, різноманітні за своїм характером. Загальне у них полягає у тому, що необхідно створювати запаси деякого товару для задоволення випадкового попиту.

Найчастіше вивчалась така модель: через рівні проміжки часу поступають вимоги на товар, що представляють собою незалежні однаково розподілені незвід'ємні випадкові величини. Перед надходженням вимог можуть робитись замовлення на поповнення запасів. Самі прості результати отримано у випадку, коли замовлення доставляються негайно, хоча детально досліджено випадок, коли можливі затримки у доставці замовлень.

Розв'язати задачу оптимального керування запасами – означає вибрати такий спосіб поповнення запасів, який мінімізує середні витрати на скінченному або нескінченному горизонті. Зазвичай враховуються три види витрат: плата за поповнення запасів, плата за їх зберігання та штраф за дефіцит товару при недостатньому задоволенні випадкового попиту. Розв'язується ця задача методом стохастичного динамічного програмування. За лінійних припущень щодо функцій витрат, оптимальною стратегією тут є стратегія постійного рівня, що означає: існує така зростаюча послідовність x_n , що коли початковий рівень запасів $x < x_n$, то робиться замовлення обсягом $x_n - x$, якщо ж $x \geq x_n$, то не замовляється нічого. Якщо у вартість замовлення включаються витрати, що не залежать від розміру замовлення, а функції витрат є опуклими функціями, то оптимальною стратегією тут є (s, S) - стратегія, що означає: існує така послідовність пар (s_n, S_n) , що коли рівень запасу $x < s_n$, то замовляється $S_n - x$, а якщо $x \geq s_n$, то не замовляється нічого.

Оптимальність стратегії постійного рівня та (s, S) - стратегії було доведено за аналогічних припущень і для того випадку, коли замовлення на поповнення запасів з ймовірністю \bar{p} доставляються негайно, а з ймовірністю $\bar{q} = 1 - \bar{p}$ доставляються із затримкою на один період [5]. Крім задачі знаходження оптимальної стратегії керування запасами, інтенсивно вивчалися і задачі іншого типу – знаходження стаціонарного розподілу рівня запасів при використанні якої-небудь певної стратегії поповнення запасів [2]. Тут відсутнє припущення незалежності стосовно вимог, що надходять. Вони утворюють узагальнений

процес Маркова, а саме задано скінчений або злічений ланцюг Маркова із матрицею перехідних ймовірностей $\|p_{ij}\|$, $i, j = 0, 1, \dots$. З кожним станом i цього ланцюга пов'язана щільність розподілу $\varphi_i(x)$. Якщо ланцюг знаходиться у стані i , то в даний період надходить вимога з щільністю розподілу $\varphi_i(x)$. У наступний період з ймовірністю p_{ij} вимога надходить зі щільністю розподілу φ_j . Досліджується стаціонарний розподіл ймовірностей у випадку застосування стратегії двох рівнів або (s, S) – стратегії, що означає: якщо $s < x_n < S$, де x_n – рівень запасів в кінці n -го періоду, то не замовляється нічого, якщо ж $x_n < s$, то робиться замовлення, яке доставляється через j періодів з ймовірністю d_j , що забезпечує на початок $(n + j + 1)$ -го періоду процес поповнення запасу до рівня S .

Для знаходження стаціонарного розподілу рівня запасів застосовуються узагальнені рівняння відновлення. Для випадку одного або двох станів і показникових щільностей розподілу $\varphi_j(x)$, коли затримка у доставці замовлень має геометричний розподіл ймовірностей, для щільності стаціонарного розподілу ймовірностей рівня запасів отримано досить прості вирази [2].

У послідовних моделях керування запасами апріорне рішення стосовно терміну замовлення запасу (скажімо, щотижневого або щомісячного) не приймається, а точка замовлення визначається деяким рівнем запасу. Цей рівень залежить від середньої тривалості поповнення запасу. У результаті точка замовлення стає при цьому змінною величиною, що залежить від характеристик періоду, що розглядається. Таким чином, у даному випадку ідея послідовного прийняття рішень використовується у строго обмежених границях. Якщо ж рівень запасу, при якому відбувається замовлення, може протягом періоду часу, що розглядається, змінюватись як функція об'єму виробництва або об'єму закупок, то схема послідовного прийняття рішень розширюється. З цього приводу наводиться такий приклад [6].

На складах одного підприємства, куди доставлялась його продукція, було проведено низку аналітичних досліджень запасів, що не дали суттєвих результатів у сенсі зниження витрат. Промислові споживачі продукції цього підприємства закупляли її безпосередньо на складах або з прилавку. Оскільки за звичайних атмосферних умов продукція псувалась, її, як правило, купували у дуже невеликих кількостях. Постачальник прикладав безуспішні зусилля побудити споживачів робити довірливі закупки у великих кількостях, пропонуючи значні знижки. Однак втрати при зберіганні були настільки великі, що споживачі відмовлялись від пільг. Операційна група помітила, що рівень запасів можна понизити, якщо завчасно отримати відомості від споживачів про кількість, номенклатуру і терміни поставок продукції, що вимагається. У теорії керування запасами має бути враховано 'термін упередження' (*lead time*) такого роду. Було розраховано можливий ефект від збільшення терміну упередження з боку споживачів. У подальшому було розроблено шкалу знижок, у якій відпускна ціна продукції підприємства мала ступінчасту залежність від величини терміну упередження з боку споживача. Було введено цю шкалу знижок. Споживачі скористались наданими за цією шкалою пільгами, оскільки вони не проявляли негативного впливу на рівень їх запасів і не пред'являли додаткових вимог до їх складського господарства. У той самий час споживачам було майже завжди заздалегідь відомо про їх власні потреби. У результаті склади підприємства змогли перейти на стратегію обслуговування споживачів, що отримала назву 'запас за замовленням', що привело до значного скорочення об'єму запасів.

Для неходового товару, що не користується великим попитом, рівень запасу невеликий, в основному, потрібно мати такий рівень запасу, що задовольняє випадковий попит. Через невизначеність у загальному попиті і часі виконання нових замовлень, техніка безпеки запасу вимагає захисту від дефіциту товару, виробництво якого може вимагати великих витрат. Існує два напрямки досліджень того, яким чином боротися з дефіцитом, коли вводяться системи керування рівнем запасів. Перша точка зору полягає у визначенні явних витрат, що відповідають дефіцитним ситуаціям, ясно і чітко описана *Hadley & Whitin* [3], саме про це йшла мова з самого початку нашого вступу. Ці автори також коротко описали альтернативну точку зору, запозичену у *Brown* [4], яка полягає у визначенні певної ймовірності дефіциту запасу або певного рівня обслуговування (певної долі попиту, яка має бути негайно задоволеною). Цей другий підхід є особливо вигідним, коли для менеджменту або систем управління запасами є екстремально важким визначення вартості дефіциту. Аналіз результатів менеджменту, зазвичай, приводить до кривої, яка показує вимоги до рівня запасу як функції дефіциту запасу або рівня обслуговування.

У цій статті розглядається другий підхід визначення ймовірності дефіциту запасу або рівня обслуговування. Припускається, що кількість замовлень визначається економічним балансом вартості замовлень, реалізація яких задовольнить випадковий попит, і вартості утворення відповідного запасу. Все це приводить до задачі визначення найближчої можливої точки замовлення (у неперервній системі огляду списку замовлень), що забезпечить бажану ймовірність дефіциту запасу товару або рівня обслуговування, що негайно задовольнить певну долю попиту на товар. Точка замовлення тут визначається як рівень запасу товару, на якому приймається повторне замовлення на цей товар.

У більш ранніх підходах до цієї проблеми припускалось, що ймовірнісний розподіл упередженого попиту є точно відомим. У багатьох ситуаціях керування запасами таке припущення є спірним питанням, особливо у випадку неходового товару, з обмеженою доступною історією продаж. Для такої ситуації наразі привертається увага до використання байесового підходу для вибору поточної оцінки точки замовлення у реєстраційному списку замовлень.

ФОРМАЛІЗМ БАЙЕСОВОГО ПІДХОДУ

Досліджується байесів підхід доведення реальної величини запасу товару до бажаного рівня, що відповідає задоволенню випадкового попиту на цей товар [1].

Функція вірогідності

Нехай упереджений попит представляється випадковою величиною X . Існують ймовірності p_0, p_1, \dots, p_N , з якими випадкова величина X приймає значення $0, 1, \dots, N$ (припускається, що найбільший можливий термін упередження попиту дорівнює N). Припускається, що попит спостерігається протягом n термінів упередження (називається це подією E).

Нехай n_i = число появ події $X = i$.

Звісно, що $\sum_{i=0}^N n_i = n$. Тоді функція вірогідності події E задається формулою

$$P(E | p_0, p_1, \dots, p_N) = k p_0^{n_0} p_1^{n_1} \dots p_N^{n_N}, \quad (1)$$

що виражається поліноміальним розподілом, де постійна величина $k = n! / \prod_{i=1}^N n_i^{n_i}$. Назва цього розподілу пояснюється тим, що вираз $\prod p_i^{n_i}$ є загальним членом розкладу n -го степеня полінома $(p_0 + p_1 + \dots + p_N)^n$.

Апріорний розподіл

Використання байесового підходу у випадку поліноміальної функції вірогідності виникає при дослідженні статистики марковських процесів (див. посилання в [1]). У даному випадку в якості апріорного розподілу для усіх p_i розглядається розподіл із сім'ї багатовимірних β -розподілу, тобто

$$\begin{aligned} f_{p_0 p_1 \dots p_N}(x_0, x_1, \dots, x_N) &= f_{\beta}(x_0, x_1, \dots, x_N | m_0, m_1, \dots, m_N) \\ &= \frac{1}{\beta(m_0, m_1, \dots, m_N)} x_0^{m_0-1} x_1^{m_1-1} \dots x_N^{m_N-1}, \end{aligned} \quad (2)$$

де $0 \leq x_i$, $\sum_{i=0}^N x_i = 1$. $f_{p_0 p_1 \dots p_N}(x_0, x_1, \dots, x_N) dx_0 dx_1 \dots dx_N$ є сумісним розподілом того, що p_i належить інтервалу $(x_0, x_0 + dx_0)$, $p_1 \in (x_1, x_1 + dx_1)$, $p_N \in (x_N, x_N + dx_N)$.

$\beta(m_0, m_1, \dots, m_N)$ - узагальнена Бета-функція, що визначається таким чином

$$\beta(m_0, m_1, \dots, m_N) = \Gamma(m_0) \Gamma(m_1) \dots \Gamma(m_N) / \Gamma(m_0 + m_1 + \dots + m_N), \quad (3)$$

$$\Gamma(k) = \int_0^{\infty} x^{k-1} e^{-x} dx.$$

Для додатного цілого k , $\Gamma(k) = (k-1)! = 1 \cdot 2 \cdot \dots \cdot (k-1)$.

Деякі властивості багатовимірних β -розподілу

Маргінальний розподіл p_j .

Якщо проінтегрувати вираз (2) за усіма x_i , за винятком одного x_j , тоді отримують

$$\begin{aligned} f_{p_j}(x_j) &= \int \beta(m_j, \sum_{i \neq j} m_i) x_j^{m_j-1} (1-x_j)^{\sum_{i \neq j} m_i-1} = \\ &= f_{\beta}(x_j | m_j, \sum_{i \neq j} m_i) \quad 0 \leq x_j \leq 1. \end{aligned} \quad (4)$$

Ця формула задає простий Бета-розподіл.

Очікуване середнє значення та варіація p_j ,

Очікуване значення p_j визначається за формулою

$$\bar{p}_j = \int_0^1 x_j f_{p_j}(x_j) dx_j,$$

і дисперсія - за формулою

$$\bar{p}_j = \int_0^1 (x_j - \bar{p}_j)^2 f_{p_j}(x_j) dx_j.$$

З урахуванням виразу для маргінального розподілу $f_{p_j}(x_j)$ (4), знаходять

$$\bar{p}_j = m_j / \sum_{i=0}^{i=N} m_i = m_j / M \quad (5)$$

та

$$\bar{p}_j = m_j \sum_{i=0}^{i=N} m_i / \left(\sum_{i=0}^{i=N} m_i \right)^2 \left(1 + \sum_{i=0}^{i=N} m_i \right) = (m_j / M) [1 - (m_j / M)] / (M + 1). \quad (6)$$

де $M = \sum_{i=0}^{i=N} m_i$.

Ймовірність попиту обсягу j визначається таким чином

$$\begin{aligned} P\{X = j\} &= \int_0^1 P\{X = j | p_j = x_j\} P\{p_j = x_j\} dx_j = \\ &= \int_0^1 x_j f_{p_j} \left(x_j | m_j, \sum_{i \neq j} m_i \right) dx_j = \frac{m_j}{\sum_{i=0}^N m_i}. \end{aligned} \quad (7)$$

Ймовірність конкретного обсягу упередженого в часі попиту

Точний обсяг упередженого попиту визначається тим, чи є недостаток запасу, а чи його немає, і, якщо так, то скільки одиниць запасу скоротилось. Тому важливо уміти легко обчислювати ймовірність конкретного обсягу упередженого попиту (X), коли апріорний розподіл (2) існує для усіх p_i . Ця ймовірність обчислюється згідно з формулою (7)

$$p_k = P\{X = k\} = m_k / \sum_{i=0}^N m_i, \quad (8)$$

Апостеріорний розподіл

Припускається, що задано апріорний розподіл у вигляді (2) для усіх p_i і спостерігається попит в n термінах його упередження. Як і раніше, ця подія позначається через E і нехай n_i позначає появу попиту обсягом i .

Використовуючи формулу Байєса, апостеріорний розподіл ймовірностей упередженого попиту набуває вигляду

$$\begin{aligned} f_{P_0 P_1 \dots P_N | E}(x_0, x_1, \dots, x_N) &= \\ &= P(E | x_0, x_1, \dots, x_N) f_{P_0 P_1 \dots P_N}(x_0, x_1, \dots, x_N) / P(E) = \\ &= k x_0^{m_0-1} x_1^{m_1-1} \dots x_N^{m_N-1} x_0^{n_0} x_1^{n_1} \dots x_N^{n_N} = \\ &= k x_0^{m_0+n_0-1} x_1^{m_1+n_1-1} \dots x_N^{m_N+n_N-1} = \\ &= f_{\beta}(x_0, x_1, \dots, x_N | m_0 + n_0, m_1 + n_1, \dots, m_N + n_N) \end{aligned} \quad (9)$$

Це, як видно, є новий представник тієї самої багатовимірної сім'ї β -розподілу (що є наслідком слушного вибору сім'ї апріорних розподілів). Більш того, нові параметри легко обчислюються за старими параметрами і статистичними даними, що спостерігаються, згідно з наступним адитивним правилом

$$m_i' = m_i + n_i, \quad (10)$$

де m_i' - параметр апріорного розподілу, пов'язаний з упередженням попитом в обсязі i ; m_i - параметр апостеріорного розподілу тієї самої величини, а n_i визначається вище, як число появ упередженого попиту обсягу i .

Вибір апіорних параметрів

Із виразу (2) видно, що для того аби задати апіорний розподіл необхідно вибрати $N + 1$ апіорних параметрів, а саме m_0, m_1, \dots, m_N . Важливо зауважити, що цим параметрам не потрібно надавати шлі значення. Видається доцільним у реальній ситуації бажати вибрати параметри так, аби задовольнити найкращим апіорним оцінкам (тобто, очікуваним значенням) усіх p_i . Якщо $p_i, i = 0, \dots, N$ розподілені згідно з (2), то очікувані значення p_j за формулою (5) мають вигляд

$$\bar{p}_j = m_j / \sum_{i=0}^N m_i. \quad (11)$$

Сума усіх ймовірностей розподілу має дорівнювати одиниці, тому реально можна визначити тільки N значень із $\bar{p}_0, \bar{p}_1, \dots, \bar{p}_N$. Тут використовується N ступенів вільності; при цьому необхідно забезпечити ще одну умову для визначення $(N + 1)$ -го апіорного параметра. Ця одна додаткова умова відображає невизначеність стосовно значень усіх ймовірностей p_i . Наразі пропонується три можливості для цієї додаткової умови, перша з яких ймовірно більш апелює до покупця або контролера запасу, який мав би надати апіорну інформацію.

Можливість 1 – Еквівалентне число термінів упередження попиту

Із-за властивості адитивності, описаної формулою (10), можна вважати апіорний параметр m_i як еквівалентне число появ упередженого попиту розміру i . Тому, суму апіорних параметрів

$$M = \sum_{i=0}^N m_i \quad (12)$$

можна інтерпретувати як величину термінів упередження попиту, еквівалентних апіорній інформації. Покупець або контролер могли б напевно дати приблизну відповідь на питання: "Починаючи з абсолютного незнання ймовірносного розподілу упередженого попиту, скільки термінів упередження попиту необхідно спостерігати, аби прийти до стану невизначеності стосовно усіх величин $p_i, i = 1, \dots, N$?" Розумною відповіддю, напевно, було б саме значення M . На практиці, вибирають одне із трьох можливих значень M :

1. Мале значення вказує на екстремальну невизначеність стосовно значень невідомих ймовірностей.
2. Велике значення вказує на цілком певні значення ймовірностей p_i .
3. Середнє значення.

Маючи конкретне значення M , можна використати вираз (6) і значення для $\bar{p}_0, \bar{p}_1, \dots, \bar{p}_N$, аби отримати

$$m_j = \bar{p}_j M. \quad (j = 0, 1, \dots, N)$$

Можливість 2 – Визначення апіорної варіації p_j

Можна використати ступінь вільності, що залишається, при визначенні апіорної варіації p_j . Це відображає в такий спосіб невизначеність, оскільки варіація є мірою невизначеності. Варіація p_j задається формулою (6), тобто

$$\check{p}_j = (m_j / M) \left[1 - (m_j / M) \right] / (M + 1) \quad (13)$$

Із системи рівнянь (11) і (13) можна знайти M та усі m_i .

Можливість 3 – Зміна у \bar{p}_j на базі додаткової інформації

Як згадувалось раніше, $(N + 1)$ -й параметр відображає невизначеність стосовно значень p_i . Це дозволяє отримати значення M , якщо запитати покупця або контролера: "Якщо ви спостерігали r термінів упередження попиту, та у s із них попит був розміру j , то яка тоді була б найкраща оцінка (очікуване значення) p_j ?"

Ця нова оцінка називається модифікованою. Тоді в силу адитивної природи параметрів має місце формула

$$\bar{p}_j (\text{модифіковано}) = (m_j + s) / (M + r) \quad (14)$$

Використання цього співвідношення разом із співвідношенням (11) дозволяє знайти значення M та усі значення $m_i, i = 0, \dots, N$.

ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЗАПАСІВ ЗА УПЕРЕДЖЕНОГО ПОПИТУ ДЛЯ ТРЬОХ РІЗНИХ КРИТЕРІЇВ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Обговоримо три різних критерії обслуговування, що дозволяють реалізувати запаси на вигідних умовах. Який із них використати у конкретній ситуації, залежить від побажань менеджменту та уподобань покупців.

Визначення максимальної ймовірності дефіциту запасу товару за упередженого попиту на товар

Наразі точка замовлення вибирається таким чином, аби ймовірність дефіциту запасу товару на величину упередженого попиту була не більшою за деяке задалегідь визначене число. Критерій цього типу має важливе значення тоді, коли важливо знати, чи появиться дефіцит запасу чи ні, тобто менеджмент конкретно не спрямовано на величину дефіциту.

Припускається, що усі p_i , ($i = 0, 1, \dots, N$) розподілені за багатовимірним β -розподілом (2) і нехай α дорівнює *найбільшій допустимій ймовірності дефіциту товару*. Skorистаємось виразом (3), що вказує на ймовірність упередженого попиту розміру k

Якщо рівень запасу товару дорівнює j , то дефіцит запасу появиться тоді, коли упереджений попит на товар буде більшим за j . Тому, згідно з (3),

$$P\{\text{дефіцит запасу} / \text{рівень запасу} = j\} = \sum_{k=j+1}^{k=N} P\{X = k\} = \\ = \sum_{k=j+1}^{k=N} \left(m_k / \sum_{i=0}^{i=N} m_i \right)$$

Постає задача знаходження найменшого цілого j , за якого ця ймовірність стає меншою за α . Тому, байсєсів (оптимальний) рівень запасів j_α є найменшим цілим j , що задовольняє нестрогу нерівність

$$\sum_{k=j+1}^{k=N} \left(m_k / \sum_{i=0}^{i=N} m_i \right) \leq \alpha. \quad (15)$$

Числовий приклад. Припускається, що упереджений попит на товар приймає можливі значення 0, 1, 2, 3, 4, або 5 з відповідними ймовірностями p_i апріорного багатовимірного β -розподілу з параметрами (9, 6, 3, 3, 3, 6). При цьому сказано, що ймовірність дефіциту запасу має бути не більшою за 0.08. Використовуючи вираз (15), знаходять рівень запасу товару $j_\alpha = 3$, тобто закладають запас на рівні 3, при цьому дійсна ймовірність дефіциту буде 0.075. Через дискретну природу попиту на товар, зазвичай, неможливо отримати ймовірності дефіциту запасу, що точно дорівнює визначеному максимуму. Якщо закласти запас товару на рівні 2, то ймовірність дефіциту становитиме 0.10.

Визначення мінімальної долі попиту на товар, яка має бути задоволеною – ситуація втрачених продаж

Розглядається ситуація, коли для товару відсутній запас і будь-який попит на нього втрачено. Це припущення має силу, коли попереднє заборговане (яке прострочене) замовлення не є можливим, а ситуація часто проявляється у роздрібних продажах.

Припускається, що p_i , $i = 0, \dots, N$ представляються багатовимірним β -розподілом (2) і бажано задовольнити принаймні долю β загального попиту. Нехай x_j – очікувані втрачені продажі протягом терміну упередженого замовлення на повнення запасу, коли рівень запасу є j .

$$\bar{x}_j = \sum_{k=j+1}^{k=N} (k - j) P\{X = k\}$$

З урахуванням виразу (2), цей вираз запишеться у вигляді

$$\bar{x}_j = \sum_{k=j+1}^{k=N} (k - j) m_k / \sum_{i=0}^{i=N} m_i. \quad (16)$$

Можна переконатись, що доля попиту, яку необхідно задовольнити, задається таким чином

$$\frac{\text{попит, що задоволено за цикл}}{\text{очікуваний загальний попит протягом циклу}} = \frac{Q}{Q + \bar{x}_j},$$

де цикл визначається відрізком часу між послідовними поповненнями запасу, Q – кількість замовленого товару (визначена незалежно від рівня запасу товару з урахуванням економічного балансу вартості замовлень і вартості збереження запасу товару протягом циклу).

Тому,

$$Q / (Q + \bar{x}_j) \geq \beta.$$

З цієї нерівності можна отримати таку нерівність

$$\bar{x}_j \leq (1 - \beta)Q / \beta.$$

З урахуванням виразу (16), рівень запасу товару j_β є найменшим цілим значенням j , що задовольняє нерівність

$$\sum_{k=j_\beta+1}^{k=N} (k - j_\beta) m_k / \sum_{i=0}^{i=N} m_i \leq (1 - \beta)Q / \beta. \quad (17)$$

Більш того, коли використовується рівень запасу товару j_β , тоді очікувана доля задоволеного попиту задається таким виразом

$$F_\beta = Q / \left[Q + \sum_{k=j_\beta+1}^{k=N} (k - j_\beta) m_k / \sum_{i=0}^{i=N} m_i \right] \quad (18)$$

Числовий приклад. Розглядається товар, упереджений термін попиту для якого може мати розмір 0,1,2,3,4, або 5. Припускається, що має місце апріорний багатовимірний β -розподіл з параметрами (9,6,3,3,3,6) для усіх $p_i, i = 0, 1, \dots, N$. Припускається також, що замовлену наявну кількість товару вибрано на рівні $Q = 60$, і що має бути задоволеною принаймні 0.98 доля попиту.

Використовуючи вираз (17), отримано $j_\beta = 2$, тобто покладається запас на рівні 2, і очікувана доля попиту, що має бути задоволеною, задається виразом (18), і дорівнює

$$F_\beta = 60 / 60.9 = 0.9852.$$

Визначення мінімальної долі попиту на товар, яка має бути задоволеною без заборгованого замовлення

Розглядається ситуація, коли попит на товар за відсутності його запасу, може бути заборгованим замовленням. Ця ситуація відповідає випадку ринку захвату, ситуації, більш подібній тій, коли може бути враховано в оптовій торгівлі велика кількість товару, аніж фазі продаж у торгівлі в роздріб.

Припускається, що $p_i, i = 0, \dots, N$ розподілені за багатовимірним β -розподілом (2) і що бажано задовольнити принаймні долю γ загального попиту, яка має бути задоволеною без заборгованого замовлення. Ця задача ідентична задачі, що розглядалась у випадку втрачених продаж, за винятком того, що довготермінова доля попиту на товар визначається без заборговування замовлень і наразі набуває вигляду

$$(Q - \bar{x}_j) / Q.$$

Тому в силу сказаного раніше, вимагається виконання такої умови

$$(Q - \bar{x}_j) / Q \geq \gamma.$$

За аналогією з попереднім, знаходиться рівень j_γ запасу товару як найменше ціле значення j , що задовольняє нерівність

$$\sum_{k=j_\gamma+1}^{k=N} (k - j_\gamma) m_k / \sum_{i=0}^{i=N} m_i \leq (1 - \gamma)Q. \quad (19)$$

Більш того, коли використовується рівень j_γ , то очікувана доля попиту, яка має бути задоволеною без заборгованого замовлення запасу товару, визначається таким виразом

$$F_\gamma = \left[Q - \sum_{k=j_\gamma+1}^{k=N} (k - j_\gamma) m_k / \sum_{i=0}^{i=N} m_i \right] / Q. \quad (20)$$

Числовий приклад. Знову розглядається товар, упереджений попит на який описується апріорним багатовимірним β -розподілом з параметрами (9,6,3,3,3,6) для $p_i, i = 0, 1, \dots, N$. Припускається також, що замовлена наявна кількість запасу товару вибрана на рівні $Q = 60$, і що має бути задоволеною принаймні 0.98 доля попиту.

Використовуючи вираз (19), отримано $j_\gamma = 2$, тобто покладається запас на рівні 2, і очікувана доля попиту на товар, що має бути задоволеною без заборгованого замовлення товару, визначається виразом (20), і дорівнює

$$F_\gamma = 59.1 / 60 = 0.9850.$$

ПІДСУМОК

Підсумовуючи байесів підхід стосовно вибору рівня запасу товару, наведемо послідовність кроків, яку цей підхід включає:

1. Приймається рішення стосовно найбільш можливого значення N упередженого попиту на товар.
 2. Приписуються значення N апіорних найкращих оцінок (очікуваних значень) $\bar{P}_0, \bar{P}_1, \bar{P}_2, \dots, \bar{P}_N$ - ймовірностей різного обсягу попиту на товар
 3. Визначається та чи інша апіорна умова в одній із трьох форм: а) еквівалентне число термінів упередженого попиту на товар - вираз (12); в) апіорна варіація p_j - вираз (13); с) зміна у \bar{p}_j на баз. додаткової інформації - вираз (14). Тоді використовується відповідно один із виразів (12), (13) або (14) разом із виразом (11), для отримання $N + 1$ апіорних параметрів m_0, m_1, \dots, m_N .
 4. Визначається один із трьох критеріїв обслуговування разом із величинами відповідних параметрів. Тоді визначають рівень замовлення запасу товару, використовуючи поточні значення параметрів багатовимірного β - розподілу. а) максимум ймовірності дефіциту запасу товару - визначається числом α і використовується вираз (15); в) ситуація втрачених продаж товару - визначається кількістю замовленого товару Q і мінімальною долею β попиту, що має бути задоволеною, після чого використовується вираз (17); с) ситуація заборгованого замовлення товару - визначається кількістю замовлення Q і мінімальною долею γ попиту, що має бути задоволеною без заборгованого замовлення, з подальшим використанням виразу (19).
 5. Спостерігається один або більше термінів упередження і пов'язаний з ними попит на товар. Змінюються параметри багатовимірного β -розподілу, на основі адитивного правила, що задається виразом (10). Тоді повертаються на крок 4.
- Звісно, що кроки 1-3 могли б завершитись за допомогою досвідченого покупця або контролера запасу товару. Тоді, після того як визначено критерій обслуговування і параметри апіостеріорного розподілу упередженого попиту, 4-й та 5-й кроки могли б здійснюватись клерком. Таким чином, проілюстровано байесів підхід до установаження рівня запасу товару, який широко застосовується на практиці і є точним з математичної точки зору.

**СТОХАСТИЧНА СЛАБКОКЕРОВАНА P_s^f - МОДЕЛЬ
ПОПОВНЕННЯ РІВНЯ ЗАПАСУ ТОВАРУ ДЛЯ ЗАДОВОЛЕННЯ
ВИПАДКОВОГО ПОПИТУ**

Мова йде про усталений стохастичний динамічний процес поповнення рівня запасу та оптимальні слабко керовані збурення цього процесу, що відповідають динаміці попиту на товар в умовах стохастичної невизначеності його збурень. Критерієм оптимальності є критерій максимальної очікуваної вигоди, пов'язаної із слабко керованою моделлю поповнення рівня запасу, при цьому випадкові флуктуації попиту обумовлюють слабко керовані збурення процесу поповнення рівня запасу, і стратегія поповнення запасу сприяє процесу задоволення випадкового попиту. Іншими словами, за керованого рівня запасу, що відповідає незначним випадковим флуктуаціям попиту на товар, і заданого критерію обслуговування, можна очікувати незначні збурення процесу поповнення запасу і назвати їх слабко керованими.

**Визначення слабкокерованої P_s^f - моделі, що описує динаміку поповнення
рівня запасу товару, що задовольняє випадковий попит**

Розглядається адаптивний марковський процес рішень для слабкокерованих стохастичних (марковських та напівмарковських) P_s^f - моделей, які можуть бути використані в якості моделі динаміки поповнення рівня запасу. Формально $P_s^f = P_0 - \varepsilon P_1^f$, де матриця перехідних суб'єктивних ймовірностей P_0 описує усталений процес поповнення запасу, матриця збурень P_1^f описує стохастичну динаміку збурень усталеного процесу поповнення запасу, яка залежить від стратегії f , значення якої відповідають рівням запасу або процесу марковських рішень в умовах стохастичної невизначеності стану природи випадкового попиту; ε - малий параметр.

У [7,8] досліджено байесів підхід до розв'язання проблеми марковських процесів рішень в умовах стохастичної невизначеності, коли невідомі перехідні суб'єктивні ймовірності динаміки випадкового попиту слабкозбурені, і тільки ці збурення залежать від стратегії рішень. Для слабкокерованої P_s^f - моделі випадкового попиту побудовано оптимальний марковський процес рішень, який є стаціонарним,

розглядається у дискретному часі, зі скінченим, зліченим або вимірним фазовим простором, та базується на принципі декомпозиції проблем ідентифікації елементів матриці P_0 та оптимізації стратегії f , або що те саме, ідентифікації елементів матриці "оптимальних" збурень P_ε^f , що відповідає оптимальній стратегії f^* - якісному менеджменту прийняття стохастичних рішень стосовно рівня запасу товару, що задовольняє випадковий попит.

Для введення слабкокерованої P_ε^f - моделі випадкового попиту розглянемо слабкокерований стаціонарний процес марковського відновлення (СКПМВ) $\{x_n^{\varepsilon, f}, \theta_n, n \geq 0\}$ зі скінченим або зліченим фазовим простором станів (ФПС) $E = E_0 \cup \{0\}$, $E_0 = \{1, 2, \dots, N, \dots\}$, де $\{0\}$ - стан поглинання та компактною множиною рішень A , що задається сім'єю перехідних ймовірностей

$$Q_{kr}^{\varepsilon, f} = P_{kr}^{\varepsilon, f} \cdot G_k(t), k, r \in E, 0 \leq \varepsilon \leq 1;$$

стаціонарна стратегія керування f задається деяким відображенням ФПС E_0 у множину рішень A , $f: E_0 \rightarrow A$; $G_k(t) = P\{\theta_k \leq t\} = P\{\theta_{n+1} \leq t, x_n^{\varepsilon} = k\}$ - функція розподілу часу перебування у стані k . Ймовірності переходу слабкокерованого вкладеного ланцюга Маркова (СКВЛМ) залежать від стратегії f і задані у вигляді

$$p_{kr}^{\varepsilon, f} = P^f\{x_{n+1}^{\varepsilon} = r \mid x_n^{\varepsilon} = k\} = p_{kr}^0 - \varepsilon p_{kr}^{1, f},$$

$$p_{00}^{\varepsilon, f} = 1, \exists k: p_{k0}^{1, f} > 0$$

або у матричному вигляді: $P_\varepsilon^f = P_0 - \varepsilon P_1^f$, яку і називаємо P_ε^f -моделлю. Незбурений ВЛМ $\{x_n^0, n \geq 0\}$ з матрицею перехідних ймовірностей $P_0 = \{p_{kr}^0, k, r \in E_0\}$ є ергодичним зі стаціонарним розподілом $\bar{p} = \{p_k, k \in E_0\}$.

Введемо поняття вигоди, пов'язаної з перебуванням P_ε^f -моделі у стані k . Якщо у стані $k \in E_0$ прийнято рішення $a \in A$ і час перебування у стані k дорівнює t , то очікувана вигода від перебування P_ε^f -моделі у стані k протягом часу t , дорівнює $r_k(t, a)$. Функція $r_k(t, a)$ припускається вимірною по t і обмеженою по k, a . Позначимо $\varphi_k(a) = Er_k(\theta_k, a) = \int_0^\infty r_k(t, a) G_k(dt)$.

Задача побудови оптимальної стратегії за умов, що задана P_ε^f - модель із зліченим ФПС E , компактим простором рішень A та критерієм оптимальності очікуваної вигоди

$$u_\varepsilon^f(k) = M_\varepsilon^f\{L \mid x_0 = k\}, L = \varepsilon \sum_{n=0}^{\infty} \varphi_{x_n^{\varepsilon}}^{\varepsilon}(a_n) + \psi_0(a_{t_i}).$$

зводиться до виводу рівняння оптимальності та знаходження його розв'язку, на основі якого будується оптимальна стратегія.

Вектор оптимальної очікуваної вигоди від P_ε^f - моделі протягом часу її функціонування $u_\varepsilon^* = \{u_k^*(f_\varepsilon^*(k)), k \in E\}$, задовольняє нелінійне рівняння оптимальності типу Беллмана [7-9]

$$u_\varepsilon^* = \max_{f \in F_0} \{\varepsilon \omega^f + P_\varepsilon^f u_\varepsilon^*\},$$

у якому задані матриця $P_\varepsilon^f = \{p_{kr}^0 - \varepsilon p_{kr}^{1, f(k)}, k, r \in E\}$, (p_{kr}^0 і $p_{kr}^{1, f(k)}$ - kr -ті елементи матриць P_0 і P_1^f відповідно) та вектор $\omega^f = \{\varphi_k(f(k)) + p_{k0}^{1, f(k)} \psi_0(f(k)), k \in E_0\}$. (компоненти вектора вигоди $\varphi_k(f(k)), \psi_0(f(k))$ характеризують, за стаціонарним рішенням $f(k)$, поточну вигоду у стані k та приз за зупинку у стані k , відповідно); $E_0 := E \cup \{0\}$; E' - простір станів з усталеним режимом функціонування моделі, що характеризується стаціонарним розподілом ймовірностей $\rho = (\rho_1, \dots, \rho_k, \dots)$, $\{0\}$ - стан поглинання або її зупинки; f - стратегія із заданого класу стаціонарних стратегій F_0 зі значеннями у

просторі рішень A ; $u_\varepsilon^* = u_\varepsilon^{f^*}$, де f_ε^* – оптимальна стратегія, що реалізує *супремум* у правій частині рівняння оптимальності, $0 < \varepsilon < 1$.

Використовуючи результати теорії збурення згідно-оборотних операторів на спектрі та методи послідовної оптимізації, знайдемо розв'язок рівняння оптимальності та алгоритм побудови оптимальної стратегії

Шукаємо представлення розв'язку рівняння оптимальності у вигляді степеневого ряду за малим параметром ε , тобто $u_\varepsilon^* = \sum_{m=0}^{\infty} \varepsilon^m u_m^*$, коефіцієнти якого задовольняють системі рівнянь

$$\begin{aligned}(I - P_0)u_0^* &= 0, \\ (I - P_0)u_1^* &= \sup_{f \in F_1} \{\omega^f - P_1^f u_0^*\}, \\ (I - P_0)u_m^* &= -\inf_{f \in F_{m-1}} P_1^f u_{m-1}^*, m \geq 2,\end{aligned}$$

де

$$F_{m-1} = \{f \in F_{m-2} : (I - P_0)u_{m-1}^* = -P_1^f u_{m-2}^*\}, m > 2.$$

Застосовуючи до цієї системи алгоритм Вішіка-Люстерніка, модернізований для P_ε^f – моделі В.С.Королюком, отримуємо [7]

$$\begin{aligned}u_0^* &= \hat{\omega} / \hat{q}^* \mathbf{1}, \\ u_m^* &= R_0 \varphi_m^* + \hat{\psi}_{m+1}^* / \hat{q}^* \mathbf{1}, m \geq 1,\end{aligned}$$

де

$$\begin{aligned}\hat{\omega}^f / \hat{q}^* &= \sup_{f \in F_0} \{\hat{\omega}^f / \hat{q}^f\}, \hat{\omega}^f = \sum_{k \in E_0} \rho_k \omega_k(f(k)), \\ \hat{q}^f &= \sum_{k \in E_0} \rho_k P_{k0}^{1,f(k)};\end{aligned}$$

$R_0 = [I - P_0 + \Pi]^{-1} - \Pi$ – узагальнений обернений оператор до оператора $(I - P_0)$, проєктор $\Pi = [\mathbf{1} \otimes \rho]$, де $\mathbf{1} = (1, \dots, 1, \dots)$, $\rho = (\rho_1, \dots, \rho_k, \dots)$ – правий та лівий власні вектори оператора $(I - P_0)$, \otimes – знак тензорного множення,

$$\begin{aligned}\varphi_1^* &= \sup_{f \in F_1} \{\omega^f \hat{q}^* - \hat{\omega}^* q^f\} / \hat{q}^*, q^f \in P_1^f \mathbf{1}, \\ \varphi_m^* &= \sup_{f \in F_{m-1}} \{\psi_m^f \hat{q}^* - q^f \hat{\psi}_m^*\} / \hat{q}^*, \psi_m^f = P_1^f R_0 \varphi_{m-1}^*, \\ \hat{\psi}_m^* &= \sup_{f \in F_{m-1}} \{\hat{\psi}_m^f / \hat{q}^f\}, m \geq 2.\end{aligned}$$

Стационарна стратегія f_ε^* , що реалізує максимум правої частини цієї системи нерівностей, є оптимальною. Знаходження оптимальної стаціонарної стратегії f_ε^* здійснюється алгоритмом, на k -му кроці якого вибирається наближення $f_\varepsilon^{(k)}$ стратегії f^* із умов

$$\begin{aligned}\hat{\omega}^{f_\varepsilon^{(k)}} / \hat{q}^{f_\varepsilon^{(k)}} \mathbf{1} &\geq \hat{\omega}^{f_\varepsilon^{(k-1)}} / \hat{q}^{f_\varepsilon^{(k-1)}} \mathbf{1}, \\ R_0 \varphi_m^{f_\varepsilon^{(k)}} + \hat{\psi}_m^{f_\varepsilon^{(k)}} / \hat{q}^{f_\varepsilon^{(k)}} \mathbf{1} &\geq R_0 \varphi_m^{f_\varepsilon^{(k-1)}} + \hat{\psi}_m^{f_\varepsilon^{(k-1)}} / \hat{q}^{f_\varepsilon^{(k-1)}} \mathbf{1}, m \geq 1.\end{aligned}$$

Зупинка алгоритму відбувається тоді, коли ці узагальнені нерівності стають рівностями.

Алгоритм покращення стратегій, заданий узагальненими нерівностями, значно спрощується при досить малих $\varepsilon > 0$. При $\varepsilon \rightarrow 0$ $\lim u_\varepsilon^* = u_0^*$. При цьому u_0^* визначається першим рівнянням системи.

Стратегія, \tilde{f}_0 , що реалізує максимум у цьому рівнянні, називається асимптотично оптимальною. Для знаходження асимптотично оптимальної стратегії \tilde{f}_0 , розглядається алгоритм, на k -му кроці якого вибирається k -те її наближення $\tilde{f}_0^{(k)}$ з умови

$$\hat{\omega}^{\tilde{f}_0^{(k)}} / \hat{q}^{\tilde{f}_0^{(k)}} \geq \hat{\omega}^{\tilde{f}_0^{(k-1)}} / \hat{q}^{\tilde{f}_0^{(k-1)}}.$$

Зупинка алгоритму відбувається за умови, що ця узагальнена нерівність стає рівністю.

У нашій постановці оптимальна стратегія f^* є стратегією оптимального поповнення рівня запасу, що задовольняє випадковий попит в умовах стохастичної невизначеності динаміки випадкового попиту. Матриця збурень P_1^f описує оптимальне збурення динаміки поповнення рівня запасу, що задовольняє випадковий попит, яка згідно з статистичним аналізом слабкокерованої P_0^f – моделі [19], найбільш відповідає усталеному процесу поповнення рівня запасу, що описується матрицею перехідних суб'єктивних ймовірностей \hat{P}_0 (оцінкою матриці перехідних суб'єктивних ймовірностей P_0). А стосовно критерію оптимізації очікуваної вигоди від процесу поповнення рівня запасу f , що задовольняє випадковий попит, то стратегія f^* , значення якої визначають оптимальні рівні поповнення запасу, і забезпечує максимальну очікувану вигоду. Інакше кажучи, стратегія f^* максимізує критерій очікуваної вигоди, а модель P_0^f описує динаміку поповнення рівня запасу, що задовольняє випадковий попит в умовах стохастичної невизначеності динаміки його випадкових збурень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Silver E.A. Bayesian Determination of Reorder Point of a Slow Moving Item // *Operation Research*. – 1965. – V. 13. – N 6. – P. 989–997.
2. Karlin S & Fabens A. A stationary inventory model with markovian demand. – *Mathematical methods in the social science*, Stanford, 1960. – P. 159–175.
3. Hadley G & Whitin T.M. *Analysis of Inventory Systems*. – Prentice-Hall, Englewood Cliffs. – New Jersey. – 1963 (Дж. Хедлі, Т. Уайтін Аналіз систем управління. Пер. с англ. Под ред. Райкіна Л.Л. – Москва: Наука, 1969).
4. Brown R.G. Smoothing, Forecasting and Prediction of Discrete Time Series, Chap. 25, – Prentice-Hall, Englewood Cliffs. – New Jersey. – 1963.
5. Бутицкая Е.В. О задачах оптимального управления запасами // *Теория вероят. и ее примен.* – 1965. – X. – N2. С. 404–406.
6. Акоф Р., Сасиени М. Основы исследования операций. – Москва: Мир. – 1971. – 534 с.
7. Королюк В.С., Андреев Н.В. Управляемые процессы марковского восстановления с малой вероятностью обрыва // *Кибернетика*. – 1986. – 6. – С. 112 – 120.
8. Андреев М.В. Адаптивне керування слабо керованими марковськими та напівмарковськими моделями у дискретному часі // *Системні дослідження та інформаційні технології*. – 2003 – N2. – С. 92–107.
9. Андреев М.В. Лекції з дослідження операцій. Планування, оптимізація та прогнозування стохастичних моделей економіки. – Київ: КІВІТ. – 2006. – 296 с.

УДК 378.013:57

ЖИЛЬЦОВ О.Б., к.пед.н.

МАТЕМАТИЧНА ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ В УМОВАХ БОЛОНСЬКОГО ПРОЦЕСУ

Протягом останніх декількох років відбуваються докорінні зміни у вищій школі України. Пов'язано це перш за все з бажанням України стати повноправним учасником Болонського процесу, задекларованими в ряді урядових документів позиціями щодо входження України до Європейського простору вищого і освітнього зокрема. Ряд документів Міністерства освіти і науки України за 2005–2007 роки досить жорстко забов'язав вищі навчальні заклади перейти до організації навчального процесу за правилами, що продиктовані саме входженням української освіти до Болонського освітнього простору. До таких можна віднести введення нового переліку напрямів та спеціальностей, введення нових стандартів підготовки бакалаврів з напрямку 0501 „Економіка і підприємництво”, обов'язкову організацію навчання

у ВНЗ за кредитно – модульною системою, перехід на індивідуальні (по-суті) плани навчання студентів, зміни в ряді документів, які супроводжують організацію навчального процесу (наприклад, студентські залікові книжки, екзаменаційно – залікові відомості) та ін.

Увага урядовців, науковців, педагогів, а також небайдужих громадян спрямована на вирішення цілої низки проблем, які виникають в Україні при проведенні реформ, пов'язаних з преходом на Болонські колії. Це і питання ступеневої освіти, і співставлення кваліфікацій, які присвоюються в Україні при закінченні навчання, і терміни навчання для здобуття певної кваліфікації і багато інших. Для вирішення проблем МОН України, так і за ініціативою вищих навчальних закладів проводяться наукові, науково-практичні

конференції, семінари, круглі столи тощо, на яких педагогічна громадськість намагається виявити ефективні шляхи подолання труднощів, що виникають при переході до Болонської системи, з'ясовується доцільність (недоцільність) проведення деяких заходів, обговорюються ключові питання щодо позиції України на шляху здійснення реформ. З одного боку, Україна повинна адаптуватись до Європейських стандартів, прийняти їх і гарантувати якість української освіти на Європейському ринку. З іншого боку, потрібно зберегти всі позитивні надбання, що є у вищій школи України, зберегти національні риси, які притаманні українській освіті, не розгубити той позитивний потенціал, який був роками напрацьований науковцями та педагогами України і колишнього Радянського Союзу.

Аналізуючи спеціальну літературу, публікації в пресі, постанови МОН України та інші державні документи можна зробити висновок, що більшість вирішуваних питань, які пов'язані з Болонським процесом, належать до макрорівня, а питання, що пов'язані з конкретними навчальними дисциплінами (питання мікрорівня) на жаль здебільше залишаються осторонь педагогічної думки та прийнятих до втілення рішень. Так, наприклад, не було широкого обговорення або залишився не висвітленим процес обговорення питання щодо включення (виключення) до (з) стандартів ряду навчальних дисциплін. Якщо розглядати математичну освіту майбутніх бакалаврів напрямку 0501 „Економіка і підприємництво”, то такими дисциплінами є вища математика, теорія ймовірностей та математична статистика, математичне програмування, економіка, дослідження операцій тощо. Останні стандарти замість зазначених дисциплін декларують у нормативній частині такі дисципліни як „Математика для економістів” та „Економіко-математичні методи”. У стандарті зазначається, що дисципліна „Математика для економістів” складається з двох модулів – „Вища математика” і „Теорія ймовірностей та математична статистика”. Якщо проаналізувати стислий зміст останніх дисциплін, що також поданий в новій редакції стандартів, то можна зробити висновок, що по суті відбулось механічне поєднання змістів двох окремих дисциплін в одну з тією лише різницею, що змінена назва форми контролю (залік чи іспит з вищої математики замінено на ПМК). Ті, хто ратують за таку реформу, скоріш за все, не взяли до уваги, що досвідчені педагоги і раніш здійснювали ретельний поточний контроль знань студентів, і будуть якісно його проводити в умовах Болонського процесу. Зміни мають відбутись перш за все у змісті навчальних дисциплін.

Проаналізувавши зміст дисципліни „Економіко-математичні методи” також можна простежити досить механічне поєднання тем різних навчальних дисциплін попереднього переліку математичних дисциплін, а саме математичного програмування, дослідження операцій та економіки, хоча з останньої до рекомендованого стандартами змісту увійшли лише початкові теми,

а основна частина колишнього курсу „Економіка” вивчення новим стандартом не рекомендована. Також варто зауважити, що не мало бути і такого поєднання тем різних навчальних дисциплін в одній дисципліні „Економіко – математичні методи”, оскільки, на думку автора, у навчальних дисциплін „Математичне програмування”, „Дослідження операцій” та „Економіка” об'єкт вивчення не співпадає з об'єктом вивчення дисципліни „Економіко – математичні методи”.

Сьогоднішні публікації майже не торкаються конкретики навчальних дисциплін. Але, якщо декларується майбутня мобільність студентів, то, скоріш за все, саме Міністерство освіти і науки України повинно ініціювати проведення роботи по уніфікації змісту нормативних дисциплін. Так, доцільно провести роботу аналогічну проведеній в середній освіті щодо визначення обов'язкових результатів навчання, визначити обов'язкові знання, вміння і навички, якими повинні оволодіти студенти після вивчення тієї чи іншої навчальної теми з нормативної навчальної дисципліни. Зважаючи на те, що сучасне українське суспільство перебуває на шляху до інформаційного суспільства, то варто провести суттєву ревізію змісту всіх математичних дисциплін з метою вилучення тих позицій, які потребують рутинних арифметичних операцій, механічних дій тощо, а акценти перенести на формування знань, вмінь і навичок у студента розв'язувати задачі з використанням сучасних інформаційних технологій. Думаємо, що на використанні конкретних програмних засобів для розв'язання тієї чи іншої математичної задачі наполягати не потрібно, але визначити перелік математичних задач, які студенти повинні вміти розв'язувати з використанням сучасних програмних пакетів потрібно обов'язково.

За виконання таких умов виникає можливість перенесення уваги з механічних обчислень, запам'ятовування складних штучних і специфічних методів розв'язання задач на вміння студентів, аналізуючи умову задачі, визначити чи можна її взагалі розв'язати за допомогою комп'ютера, чи ні. Студент має знати розв'язання яких задач із залученням комп'ютера є ефективним, а яких ні. При вивченні саме математичних дисциплін потрібно навчити студента аналізувати одержаний за допомогою комп'ютера розв'язок задачі, проводити його економічне тлумачення тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Стратегічні напрями розвитку вищої освіти в Україні. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м.Судак, Автономна Республіка Крим, 16–18 жовт. 2003 р.– К.: МАУП, 2004. – 224 с.іл.
2. Болонський процес: шляхи до мобільності студентів, академічного та адміністративного персоналу в рамках загальноєвропейського простору вищої освіти: Матер. IV Міжнар. наук. конф., м.Судак, Автономна Республіка Крим, 18-21 травня 2005 р.- К.: МАУП, 2005. – 284 с.іл.
3. Болонський процес: перспективи і розвиток у контексті інтеграції України в європейський простір вищої освіти. Моногр. / За ред. В.М.Бебика. – К.: МАУП, 2004. – 200 с.іл.

УДК 378.016:51

МИХАЛІН Г. О. - д. пед. н.
КОРНІЙЧУК О. - аспірантка

КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД ТА ТРЕНІНГ У ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ ВИЩОЇ МАТЕМАТИКИ

Інтеграція вітчизняної освіти до світового освітнього простору передбачає визначення системи компетентностей, яка має сприяти формуванню у молоді певних навичок для життя і діяльності, а також створення інноваційних проєктів і технологій щодо запровадження ідеї компетентнісного підходу у навчальний процес.

1. Поняття компетентності. *Компетентність* – це міра відповідності знань, умінь і досвіду осіб певного соціально-професійного статусу реальному рівню складності тих задач і проблем, які вони виконують та розв'язують. На відміну від терміну „кваліфікація”, поняття компетентності крім професійних знань і умінь, що характеризують кваліфікацію, включає такі якості, як ініціатива, здатність до співробітництва, здібність працювати в групі, комунікативні здібності, вміння навчатися, логічно мислити, добирати, оцінювати й використовувати необхідні відомості [5, 237].

Поняття компетентності викликало широку дискусію серед країн-учасниць *Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР)*. У рамках Федерального статистичного департаменту Швейцарії

та Національного центру освітньої статистики США і Канади було започатковано програму „Визначення та відбір компетентностей: теоретичні та концептуальні засади” (1997р.) – „*DeSeCo*”, у розробці якої прийняли участь експерти з різних галузей – освіти, бізнесу, праці, здоров'я, представники міжнародних, національних освітніх інституцій. Програма „*DeSeCo*” систематизує і узагальнює досвід представників ОЕСР (понад 18 країн), завдяки чому можна окреслити перелік ключових (життєвих) компетентностей, що притаманні кожній з цих країн [10, 13–41].

2. Класифікація компетентностей. Найважливішим теоретичним узагальненням дискусії стало визначення трьох категорій *ключових компетентностей* як концептуальної бази. А саме: автономна діяльність, інтерактивне використання засобів, вміння функціонувати в соціально гетерогенних групах, складові яких є результатом розвитку *критичного мислення та інтегрованого підходу* у навчанні. Запропонована класифікація була прийнята багатьма країнами як стратегічна умова щодо впровадження освіти впродовж життя [10, 23]:

Ключові компетентності для успішного життя та успішного функціонування суспільства

1. Автономна дія

- Здатність піклуватись і захищати права, інтереси і потреби інших
- Здатність складати та здійснювати плани і особисті проєкти
 - Здатність діяти у широкому контексті

2. Інтерактивне використання засобів

- Здатність інтерактивно застосувати мову, символіку, тексти
- Здатність використовувати знання та інформаційну грамотність
 - Здатність застосовувати нові, інтерактивні технології

3. Вміння функціонувати в соціально гетерогенних групах

- Здатність успішно взаємодіяти з іншими
 - Здатність співпрацювати
 - Здатність вирішувати конфлікти

Джерело: *Definition and Selection of Competencies: Theoretical and conceptual Foundations (DeSeCo)*. 2002.

Відзначимо, що формування критичного мислення є одним з актуальніших завдань сучасної освіти. *Критичне мислення* – це здатність аналізувати інформацію з позицій логіки та знаходити суперечності; вміння виносити обґрунтовані судження, рішення та застосовувати отримані результати як до стандартних, так і до нестандартних ситуацій, питань і проблем [5, 338].

Розробкою загальноєвропейського рівня є результати робочих засідань представників країн Євросоюзу (Лісабон, 2001р.) з визначення базових компетентностей у навчанні, які є ключовими компетентностями для навчання впродовж життя [10, с. 20]:

- фундаментальні навички рахування та письма;
- базові компетентності в галузях математики та природничих наук;

КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ /
ІНТЕГРОВАНІЙ ПІДХІД

- іноземні мови;
- навички використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), а також вміння навчатись, соціальні навички, підприємницькі навички, загальна культура. При цьому іноземні мови та ІКТ – це дві ключові компетентності, які потребують посиленої уваги.

Незважаючи на стрімкий розвиток інфраструктури безперервної освіти, велике занепокоєння світової громадськості викликає феномен безграмотності значної частини населення та „професійний кретинізм” серед фахівців [4, 12]. Для того, щоб професійна свідомість не зациклювалась на досягнутому, була спроможною не наддоганяти, а випереджати технічний прогрес, безперервна освіта має бути спрямованою не стільки на трансляцію професійних знань та умінь, які старіють швидше, ніж ними встигають опанувати ті, хто навчає або навчається, скільки на підвищення загальнокультурного рівня населення, засвоєння ним основ фундаментальних наук, у тому числі й математики, на розвиток творчого потенціалу, бажання і вміння постійно вчитися.

Протягом останніх років в Україні триває обговорення і усвідомлення компетентнісного підходу в навчальному процесі, освітяни намагаються оперувати поняттям компетентності, пристосовувати його у формульованні освітніх стандартів та окресленні цілей і змісту навчання. В рамках проекту ПРООН „Освітня політика та освіта „рівний – рівному” (2004 р.) була створена робоча група з питань української перспективи запровадження компетентнісного підходу [3], згідно з рекомендаціями якої структуру компетентностей у вищій освіті складають:

- ключові компетентності (міжпредметні та надпредметні);

- загально-галузеві компетентності, які набуває студент упродовж засвоєння змісту тієї чи іншої освітньої галузі;

- предметні компетентності, які стосуються вивчення конкретної дисципліни.

До переліку ключових компетентностей в Україні відносяться навчальні компетентності (це інтелектуальний розвиток особистості та здатність вчитися протягом всього життя), а також громадянська, соціальна, культурна, підприємницька компетентності.

3. Математичні компетентності. Спираючись на міжнародні проекти дослідження навчальних досягнень та математичної грамотності учнів на основі компетентнісного підходу, С.А.Раков розробив комп'ютерно орієнтовану методичну систему щодо формування математичних компетентностей учителя математики, зокрема запропонував систему математичних компетентностей та концепцію комп'ютерних компетентнісних тестів (*K-тестів*) [8], що є корисним для підготовки фахівців різних спеціальностей.

Математична грамотність – здатність особистості визнавати і розуміти роль математики у сучас-

ному житті, робити ґрунтовні математичні судження, здатність до математичної діяльності, що відповідає запитам сьогодення та майбуття творчого, конструктивного, зацікавленого і свідомого громадянина.

Класи компетентностей математичної грамотності:

- *Репродукція, визначення, обчислення:* спроможність відтворювати математичні конструкції, давати означення математичних об'єктів, виконувати обчислення.

- *Структуризація та інтеграція для розв'язування задач:* володіння різними підходами та розділами математики, вміння структурувати задачу на складові підзадачі, розв'язувати їх, а результати інтегрувати для вихідної задачі.

- *Математичне мислення, узагальнення та інсайт:* здібність „математизувати” ситуацію, аналізувати рішення, інтерпретувати результати, конструювати свої власні моделі та стратегії, тобто проводити постановку задачі, презентувати математичну аргументацію, робити узагальнення.

Система математичних компетентностей:

- *Процедурна* – уміння розв'язувати типові математичні задачі;

- *Логічна* – володіння дедуктивним методом доведення тверджень;

- *Технологічна* – володіння сучасними математичними пакетами;

- *Дослідницька* – володіння математичними методами, а також методами дослідження соціально та індивідуально значущих задач;

- *Методологічна* – уміння оцінювати доцільність математичних методів для розв'язування суспільно значущих задач.

4. Поняття тренінгу. Одним із шляхів оновлення змісту освіти, його узгодження з сучасними потребами суспільства є орієнтація навчальних програм на компетентнісний підхід та створення ефективних механізмів його запровадження. У цьому сенсі цікавими повинні стати напрацювання за такою рекомендацією: „Створення серії тренінгів із застосуванням інтерактивних методів та форм роботи могло б сприяти позитивним результатам впровадження ідеї компетентнісного підходу в освіту” [10, 29].

Зрозуміло, що для інтенсифікації навчання, для всебічного розвитку особистості, для набуття нею компетентностей (базових, ключових, галузевих, предметних тощо) необхідно впроваджувати інтерактивні методи. До інтерактивних методів навчання належить *тренінг (training)* – в перекладі з англійської *підготовка*.

Термін „тренінг” має ряд значень – виховання, навчання, підготовка, тренування. С.І.Макшанов [6, 45] наголошує на різноманітності точок зору щодо поняття тренінгу, оскільки його вплив спрямовується не тільки на формування знань та навичок, а й мотиваційних структур, установок, особистісних характерис-

тик майбутнього професіонала. *Тренінг* – це комплекс методів для розвитку здібностей до навчання та оволодіння певним видом діяльності. *Тренінг* може розглядатись як багатофункціональний метод психологічного впливу на людину з метою навчання, розвитку особистісних та професійно необхідних якостей.

Питання методології створення тренінгових програм цільового призначення, визначення доцільності їх застосування та умов успішної реалізації, а також питання оптимізації навчального процесу за рахунок підбору ефективних тренінгових вправ для забезпечення достатнього рівня професіоналізму у певній сфері діяльності залишаються відкритими. Для вирішення цієї проблеми потрібно проводити поступову, тривалу, аналітичну роботу.

Завданням освіти стає не просто передача суми накопичених знань, а формування умінь самонавчатися і адаптуватися до динамічних умов життєдіяльності. Зростає попит на фахівців, які поєднують у собі високу професійну компетентність із творчими, управлінськими й підприємницькими здібностями, які мають навички соціального спілкування та бажання до колективної роботи.

Будь-який екстенсивний розвиток процесу навчання – напрямок тушовий. Досягнення успіху – в інтенсифікації професійної підготовки. Інтенсифікація розумової роботи вимагає застосування ефективних засобів і методів на базі сучасних інформаційно-комунікаційних та новітніх педагогічних технологій навчання.

Як підкреслює О.М. Зімичев [6, 19], методисти виділяють два найбільш загальні напрями інтенсифікації процесу навчання. Перший вони пов'язують із досягненням точної відповідності між цілями навчання, його змістом, методами, організацією й оснащенням; другий – із використанням резервів мозку людини за рахунок організації спеціальних впливів. Перший здійснюється у рамках традиційної методики, другий передбачає інтенсифікацію, що спирається на психофізіологію, зокрема *тренінг*.

Традиційне навчання припускає, що слухачі спочатку отримують модуль навчального матеріалу, а через деякий час дістають можливість його використання, і після цього відбувається оцінка суб'єктом реального призначення отриманого знання. Крім того, отримані відомості підпадають під вплив механізму забування, інтерференції з різними подіями. У тренінгу створюється можливість негайного співвіднесення отриманого модуля інформації до діяльності та нового стилю поведінки. При цьому майбутній спеціаліст виявляє певний дефіцит умінь і навичок, прогалини у теоретичній підготовці, неадекватність існуючих установок.

Засоби і технології тренінгу постійно розвиваються та удосконалюються. Серед них можна виділити наступні (детально описані в посібнику з серії „Ефективний тренінг” [7]):

- *технології подання інформації*: дискусії, лекції, тези-пам'ятки, систематизовані огляди, програмовані інструкції, менторство, демонстрації, відеотренінг, тренінг, оснований на комп'ютерних засобах (*СВТ – computer-based training*);

- *імітаційні методи*: рольові та ділові ігри, проекти, кейс-метод, моделювання практичних ситуацій, „лабіринти”, мозковий штурм, „гудячі” групи, синдикати.

Основним елементом тренінгових технологій виступає *зворотній зв'язок* – процес порівняння рівня виконання навчальних завдань учнями із встановленим стандартом. Зворотній зв'язок дозволяє закріпити те, що було зроблено правильно, і допомагає скласти план дій з виправлення помилок. Отже, зворотній зв'язок стимулює процес учіння і коректує процес навчання.

Досліджуючи ефективність зворотного зв'язку в тренінгу, Т.Рассел виділяє загальні складові як навчального процесу, так і компетентності [9]:

- *теоретична інформація* – знання, що включають факти, правила, відомості, рекомендації;

- *навички* – практичне уміння здійснювати певну діяльність, яке учень може удосконалювати в процесі практики;

- *судження* (додає компонент у традиційній систематичі) – здібність розв'язувати проблеми, де, можливо, не існує ані правильних, ані неправильних варіантів рішення в момент його прийняття;

- *установки* – сукупність переконань, цінностей та схильностей, що визначають поведінку людини.

Вивчення теоретичних відомостей, засвоєння навичок і набуття установок має допомогти у виробленні певних точок зору, у розвитку суджень. Судження виникають у той момент, коли учень думає і відтак розв'язує проблему. Уміння міркувати – окрема у навчальному процесі діяльність, яка є основою для тих, кому необхідно приймати рішення.

Т.Рассел зауважує, що використання тренінгових програм корисне не тільки у діловому світі, а й у вищій школі, оскільки в наш час індустрія та освіта все більше зближуються [9, 9].

5. Класифікація тренінгів. Відповідно рівню психологічного впливу пропонується наступна класифікація *професійно орієнтованого тренінгу*: функціональний, перцептивний, інтелектуальний, тренінг спеціальних умінь [6, 47].

Функціональний тренінг призначений для оптимізації функцій психічних процесів згідно з вимогами професійної діяльності (тренування уваги, пам'яті, сприйняття, уяви). *Перцептивний тренінг* спрямований на підвищення адекватного сприйняття образів професійних об'єктів, операцій та алгоритмів. Завдання функціонального та перцептивного тренінгів вирішуються у рамках інших видів тренінгу. *Тренінг спеціальних умінь* орієнтований на формування у майбутніх фахівців спеціальних умінь і навичок: це тренінги самоврядування, формування команди, лідерський, упевненості в собі,

вирішення конфліктів, встановлення контакту в спілкуванні, спільного аналізу проблем і прийняття рішень.

Інтелектуальний тренінг сприяє формуванню розумових операцій відповідно до образів професійних об'єктів. Принципи, методи і програми розвитку інтелектуальних здібностей відіграють пріоритетну роль у професійній підготовці спеціалістів з управління, бізнесу, менеджменту. До цієї групи тренінгів відносяться *тренінг прийняття рішень* в умовах визначеності, невизначеності та ризику, *тренінг стратегічного мислення*, *тренінг креативності*.

6. Деякі програми інтелектуального тренінгу. Сучасне виробництво і економіка має орієнтуватися на спеціалістів, що здатні діяльнісно організувати своє мислення та фантазію. У ряді випадків ціна рішень, які приймаються тим або іншим фахівцем, вимірюється астрономічними цифрами, а наслідки їх реалізації носять необоротний характер. Спеціальна підготовка кадрів має бути спрямована насамперед на формування професійного інтелекту та забезпечення практичного оволодіння засобами інтелектуальної роботи.

Професійний інтелект – це складна функціональна система, що забезпечує орієнтовно-пошукову активність та прийняття рішень у проблемних ситуаціях [6, 56]. Продукцією професійного інтелекту є професійні стратегії. Розробку програм щодо етапів проведення тренінгу прийняття рішень та тренінгу стратегічного мислення, визначення їх перспектив пропонують О. Дранков, Н. Лебедева, Є. Миронов [2].

До перших теоретично обґрунтованих програм інтелектуального тренінгу відносяться вправи для розвитку *дивергентного мислення*, запропоновані у 1936–1943 рр. М.Вертгеймером [1], та метод *мозкового штурму*, принципи якого у 1948 р. викладені А.Ф. Осборном у книжці „Ваша сила творчості” [6, 55].

Педагог-новатор, математик і психолог М.Вертгеймер, навчаючи школярів геометрії та арифметиці, досліджував механізми творчого, продуктивного процесу мислення в проблемних ситуаціях, а також розробив концепцію розвитку дивергентного мислення через цілісне бачення задачі та активний пошук різних способів її розв'язання. Він показує принципову структурну спільність механізмів творчості у представників примітивних народів, у учнів та у видатних вчених.

У дослідженні М.Вертгеймера ми безперервно нашоувуємось на протести проти усіляких закостілих, затверділих форм. Він категорично проти формальної інтерпретації процесу мислення як асоціації відчуття, сприйняття тощо; формально-логічного опису і аналізу розв'язування задачі як послідовності логічних кроків; формального дотримання дидактичних правил (послідовність викладу, наочність тощо); формального, механічного завчання знань; формальної діагностики розумового розвитку; формального оцінювання досягнень учнів у навчанні. Він оперує поняттями „структура”, „організація”, „ціле”. При цьому наголошує, що навчання не повинно орієнтуватися лише на розв'язання порівняно вузьких, спеціальних задач. Неодмінно у навчальному процесі мають враховуватись проблеми *етики, моралі, особистості*. Завдання мають бути змістовними та приваблювати своїм розв'язком, а не формами винагороди. Учні повинні отримувати радість від відкриття для себе світу.

Мозкова атака – швидкий спосіб генерування ідей, які можуть стати основою для успішного пошуку рішень у різних проблемних ситуаціях. До принципів мозкового штурму (*brainstorming*) відносяться чітке формулювання проблеми, спонтанність висування пропозицій, заборона оцінювання і критики запропонованих ідей, рівноправність учасників, заохочення продуктивності та комбінування. Питання-задача формулюється просто, зрозуміло, у зручній для обговорення формі. Вільно і без доведень висловлюються будь-які думки і пропозиції, можливо помилкові, жартильві і фантастичні, які в подальшому можуть виявитися найбільш ефективними.

У методі мозкового штурму є привабливою та корисною для викладача думка про те, що кожна людина спроможна проявляти себе як творча особистість, але невпевненість у собі, у своїй силі, боязнь помилитися перешкоджає цьому і не дає можливості людині взятися за рішення багатьох задач, які об'єктивно доступні для неї. Подібна думка є одним з головних принципів системи навчально-виховної роботи В.Ф. Шаталова: „...зняти почуття страху з душі дитини, зробити її розкованою, вільною, вселити впевненість у своїй силі, побачити у ній повноцінну, здібну до творчості, серйозну людину” [5, 302].

ДИВЕРГЕНТНЕ МИСЛЕННЯ – процес висування варіативних, у рівній мірі правильних ідей відносно однієї ситуації, при розв'язуванні однієї задачі

МОЗКОВИЙ ШТУРМ – спосіб інтенсифікації інтелектуальної групової діяльності шляхом пошуку рішення задачі в емоційно сприятливих умовах, що максимально розкриває творчі можливості кожного учасника

РОЗВИТОК КРЕАТИВНИХ ЗДІБНОСТЕЙ

Професійна діяльність у галузі економіки виключає ефективність стереотипних стратегій, що не враховують унікальність кожної людини, групи та ситуації. Актуальним стає завдання розвитку творчого потенціалу особистості, а саме проявів креативності та гнучкості у її мисленні, почуттях, спілкуванні, діяльності, поведінці. *Креативність* – потужний фактор розвитку особистості. *Креативність* – це творча, новаторська діяльність. *Креативність* – це здібність до конструктивних, нестандартних, багатоаспектних рішень, усвідомлення і збагачення свого досвіду.

Серед умов, що стимулюють розвиток креативності мислення, виділяють наступні: ситуації незавершеності або відкритості на відміну від жорстко заданих і строго контрольованих; заохочення у вирішенні множини питань; стимулювання відповідальності і незалежності; акцент на самостійні розробки, спостереження, узагальнення. Перешкоджають розвитку креативності: уникання ризику; прагнення до успіху будь-якою ціною; жорсткі стереотипи у мисленні та поведінці; несхвальне оцінювання уяви, фантазії, дослідження [5, с.267].

У *тренінгу креативності* головна увага має приділятися формуванню здібностей студента (фахівця) генерувати різноманітні ідеї, що відрізняються нестандартністю і оригінальністю, та адекватно до вимог конкретної ситуації використовувати їх у своїх діях та поведінці. Засоби і методи цього тренінгу мають бути спрямовані на розвиток спонтанності, створення умов для оптимізації інтуїтивних компонентів мислення, подолання внутрішніх і зовнішніх бар'єрів, які блокують креативне мислення та поведінку [6, 57].

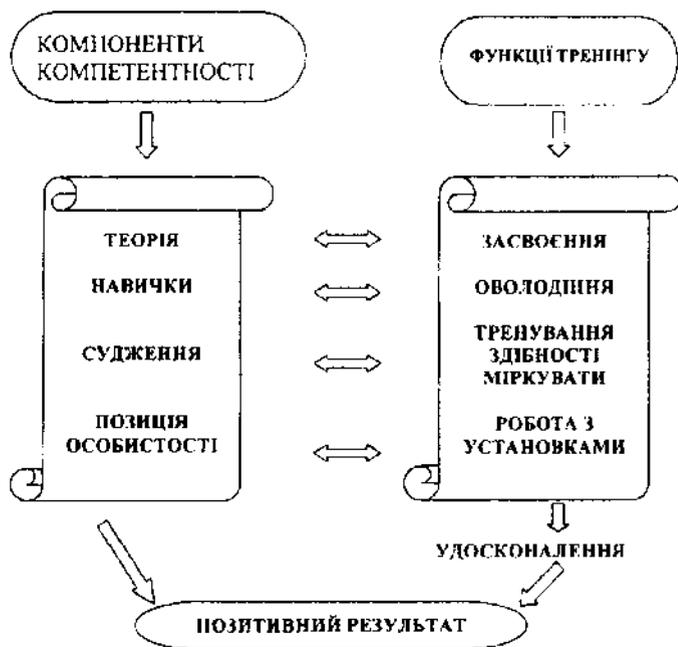
Перспективи тренінгу пов'язані з розробкою цілісних програм професійно орієнтованого тренінгу як альтернативи фрагментарному тренінговому впливу. Такі програми мають складатись з елементів функціонального, перцептивного, інтелектуального тренінгів та тренінгу спеціальних умінь, які адаптовані до вимог конкретної спеціальності.

7. Висновки. Аналізуючи та узагальнюючи вище сказане щодо компетентнісного підходу та тренінгу в навчальному процесі, визначимо наступні положення.

1) *Компетентність* – це результат освіти, який не обмежується лише якістю знань. Одним із критеріїв оцінки стає освіченість, що виявлена в особистісних характеристиках спеціаліста. Поняття компетентності містить не тільки інформаційно-пізнавальну та операційно-технологічну складові, а й мотиваційну, моральну, культурну і поведінкову. Спеціально ініційована активна навчальна діяльність, або *тренінг*, на заняттях з математики має орієнтувати на самоорганізацію

учіння, на *ключові компетентності*, як на особисті цілі студента, особистий зміст його освіти і професійної діяльності.

2) *Набути компетентності*, зокрема математичної, означає опанувати сукупність її складових, що має



привести до позитивного результату. Це відбувається в процесі навчання, розвитку, удосконалення, підготовки або *тренінгових методик*.

3) Провідну роль у створенні програм навчального професійно орієнтованого тренінгу повинні відігравати:

- *особистісний підхід*, що конкретизує нормативні принципи та ступінь виразності психологічних якостей людини як професіонала у певній галузі;

- *психологічні аспекти*, що розкривають механізми професійних труднощів та шляхи їх подолання, дозволяють визначити напрями і засоби формування професійно значущих для особистості якостей і характеристик;

- *методичні розробки*, що конструюють оптимальні системи засвоєння майбутнім спеціалістом знань, умінь, навичок та моделей поведінки, набуття ним компетентностей та їх перенесення у професійну реальність.

4) *Компетентність* – це вміння студента (фахівця), яке може бути вимірне. Якщо кожному з обов'язкових умінь і навичок для виконання завдання (роботи) встановити оцінювальні критерії, то студент (фахівець) може бути визнаний компетентним або отримати рекомендації щодо досягнення належного рівня компетентності. *Тренінг* – обов'язковий захід для тих, чий рівень виконання не відповідає установленому стандарту.

Такий підхід можна подати у вигляді рівняння:

БАЖАНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ – ДІЙСНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ = АСПЕКТИ, ЯКІ НЕОБХІДНО РОЗВИВАТИ І УДОСКОНАЛЮВАТИ У ПРОЦЕСІ ТРЕНІНГУ

5) *Процес навчання математики як науки, що розвиває інтелектуальні здібності, привчає та примушує думати і міркувати, теоретичні відомості якої забарвлені історичною, соціальною, етичною інформацією, задачі і вправи якої мають прикладний зміст і практичне застосування та можуть бути розв'язані комп'ютерними засобами, є тренінговою технологією у набутті життєво важливих та професійних компетентностей.*

Сьогодні математика дає можливість оптимізувати широке коло економічних процесів. Тому однією з форм професійно спрямованого тренінгу доцільно вважати комп'ютерно орієнтовану методичну систему навчання вищої математики студентів економічних спеціальностей, що має забезпечувати розвиток їхнього економічного мислення, компетентнісний підхід та інтенсифікацію навчального процесу, враховуючи досить стислі терміни на усвідомлення необхідних математичних методів спеціалістами у галузі економіки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вертеймер М. Продуктивное мышление: Пер. с англ. / Общ. ред. С.Ф.Горбова и В.П.Зинченко. – М.: Прогресс, 1987. – 336 с.

2. Дранков А.В., Лебелева Н.М., Мионов Е.А. Интеллектуальный тренинг: Методические указания. – Л., 1990 – 48 с.

3. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: Бібліотека з освітньої політики / Під заг. ред. О.В. Овчарук. К.: «КІС», 2004. – 112 с.

4. Мороз Л.І. Основи професійно-психологічного тренінгу. (У запитаннях та відповідях): Навч. посібник. – К.: Вид. ПАЛИВОДА А.В., 2004. – 130 с.

5. Педагогика: Большая современная энциклопедия / Сост. Е.С.Рапацевич. – Минск: „Современное слово“, 2005. – 720 с.

6. Психология профессиональной подготовки / Никифоров Г.С., Зимичев А.М., Макшанов С.И. и др. / Под ред. Г.С.Никифорова. – СПб.: Изд-во С.-Петербургского ун-та, 1993. – 172 с.

7. Рай Л. Развитие навыков тренинга. – СПб.: Питер, 2002. – 208 с.

8. Рахов С.А. Формування математичних компетентностей учителя математики на основі дослідницького підходу в навчанні з використанням інформаційних технологій: Автореф. дис. доктора пед.наук 13.00.02. Харків: ХНПУ, 2005 – 44 с.

9. Рассел Т. Навыки эффективной обратной связи. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2002. – 176 с.

10. Стратегія реформування освіти в Україні: Рекомендації з освітньої політики / За ред. В.Андрушенка – К.: «КІС», 2003. – 296 с.

УДК 004

ВОЛОШИНА І.

Наук. керівник КОНЦЕБА С.М. – ст.викл

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Інформація – явище незрівнянно більш давнє, ніж сама людина. Уже природа у процесі своєї еволюції передавала закодовану інформацію в рослинах і живих організмах. З перших своїх кроків люди шукають і знаходять нові засоби передачі, збереження та обробки інформації. Однак ніколи раніше людство не накопичувало інформацію й знання настільки стрімкими темпами. Тому закономірним є те, що жодна галузь людської діяльності не зазнала такого розвитку як інформаційні технології. Саме вони були покликані збільшити ефективність та зручність використання різноманітних видів інформації. За останні десятиріччя інформаційні технології зазнали такого глобального поширення, що зараз уже важко уявити життя сучасної людини без них. На сучасному етапі можна без особливих труднощів навести приклади використання інформаційних технологій у всі галузях: від освіти і до менеджменту. Сьогодні успіх буде мати та фірма, той заклад, який володіє найсучаснішими комп'ютерними технологіями.

Значного прогресу можна досягти і в галузі освіти з впровадженням відповідних інформаційних комп'ютерних технологій, які зможуть зробити процес здобуття освіти більш гнучким, індивідуалізованим і одночасно нададуть змогу студентам використовувати

глобальні ресурси для навчання, спілкуватись та обмінюватись досвідом із студентами інших міст, країн тощо. Насправді, перспективи розвитку інформаційних комп'ютерних технологій безмежні.

Технологія – це комплекс наукових та інженерних знань, реалізованих у прийомах праці, наборах матеріальних, технічних, енергетичних, трудових факторів виробництва, засобах їх об'єднання для створення продукту або послуги, що відповідають певним вимогам. Технологія нерозривно пов'язана з машинізацією виробничого або невиробничого, насамперед управлінського процесу.[2]

Інформаційна технологія – це комплекс взаємозалежних, наукових, технологічних, інженерних дисциплін, що вивчають методи ефективної організації праці людей, зайнятих опрацюванням і збереженням інформації; обчислювальну техніку і методи організації і взаємодії з людьми і виробничим устаткуванням, практичні додатки, а також пов'язані з усім цим соціальні, економічні і культурні проблеми.

Значення інформаційної технології величезне – вона формує передній край науково-технічного прогресу, створює інформаційний фундамент розвитку науки і всіх інших технологій. Головним завданням розвитку інформаційної технології, є соціально-еко-

номічні потреби суспільства. Особлива роль приділяється всьому комплексу інформаційної технології і техніки в структурній перебудові економіки. Перевагою інформаційної технології є те, що вона сама створює засоби для своєї еволюції. Формування системи, що саморозвивається – найважливіший підсумок, якого досягнуто у сфері інформаційної технології.

Таким чином, що вона й у майбутньому залишиться найперспективним видом технології, що допомагає людині впевнено крокувати шляхом прогресу.

Інформація у свою чергу повинна бути корисною, актуальною, достовірною, повною, чіткою, доступною для всіх людей. Звичайно інформаційні технології вимагають складної підготовки, великих початкових витрат і науково місткої техніки.

Матеріальною основою інформаційних технологій є обчислювальна техніка, із її допомогою здійснюється збір, збереження, передача й обробка інформації. Сукупність пристроїв, призначених для автоматичної або автоматизованої обробки даних, називають обчислювальною технікою. Центральним ядром такої сукупності є ЕОМ.

ЕОМ – це електронний прилад, призначений для автоматизації створення, введення, збереження, обробки й видачі даних у формі, необхідної для подальшої роботи. У залежності від задач, що розв'язуються, обсягів і потоків інформації, яка обробляється, можуть використовуватися різні типи ЕОМ – від наймогутніших супер ЕОМ (десятки мільярдів операцій у секунду й ціна десятки мільйонів доларів) до мікро ЕОМ, вмонтованих у годинники, записні книжки, платіжні картки.

Класифікація ЕОМ звичайно здійснюється по таких основних параметрах як:

– кількість операцій, що виконуються у секунду;

– габарити комп'ютерів .

Границі класифікаційних угруповань досить умовні, тому що стрімкий науково-технічний прогрес в області електроніки й розвиток високих технологій постійно поліпшують зазначені параметри і мінімізують розміри комп'ютерів. [1]

Інформаційна технологія, як і будь-яка інша, повинна відповідати таким вимогам:

1. забезпечувати високий рівень всього процесу опрацювання інформації на етапи, операції, дії;

2. включати весь набір елементів, необхідних для досягнення поставленої мети;

3. мати цілеспрямований характер керування інформаційними процесами.

Інформаційні технології з кожним часом удосконалюються, тому не потрібно зупинятися на досягнутому, адже за допомогою комп'ютерів, супутникових систем, мереж передачі даних окремі регіони світу поступово перетворюються на гігантську інформаційну систему, також використання інформаційних технологій значно поширюється в науці, виробництві, охороні здоров'я, у системі науково-технічної інформації.

Всі зрушення, які є на даному етапі повинні розвиватися і далі, виводити країну на значно високий рівень, що буде покращувати економіку, а отже і життя самих людей.

ЛІТЕРАТУРА

1. Войтюшенко Н.М., Остапчук А.І. Інформатика і комп'ютерні технології: Навчальний посібник", – Київ: Центр навчальної літератури, 2006 р.
2. Кондрашова С.С. Інформаційні технології в управлінні: Учебний посібник – К., МАУП, 1998.
3. Верлань А.Ф., Апатова Н.В. Інформатика: Підручник – Київ: Форум, 2000.

УДК 662:620

КОНЦЕБА С.М. ст. викладач

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИЦТВА БІОПАЛИВА З РІПАКОВОЇ ОЛІЇ ДЛЯ ЕНЕРГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ВИРОБНИКІВ

Нестача викопних енергетичних ресурсів у розвинутих країнах світу веде до розширення ефективного використання альтернативних джерел енергії. Поряд з використанням енергії сонця і вітру все більшого поширення набуває біонафта, різні тверді органічні матеріали та біогаз, які є продукцією сільськогосподарського виробництва. 22 грудня 2006 року прийнята постановка Кабінету Міністрів України „Про затвердження Програми розвитку виробництва дизельного біопалива”. В цій програмі зокрема зазначе-

но, що для гарантованого проведення сільськогосподарських робіт за технологічними нормами щороку необхідно близько 1870 тис. тонн дизельного палива і 620 тис. тонн бензину. Для виробництва такої кількості пального використовується близько 4,5 млн. тонн нафти, що переважно імпортується. У зв'язку з тим, що постійне зростання її вартості призводить до підвищення вартості нафтопродуктів, а отже, і сільськогосподарської продукції, традиційний варіант задоволення потреби сільськогосподарського виробництва за

рахунок тільки нафтопродуктів малоперспективний. Доцільніше перейти до забезпечення сільськогосподарських товаровиробників біопаливом, що виробляється з ріпаку. На користь зазначеного варіанта свідчить досвід таких країн, як Німеччина, Франція, Австрія, Чехія, США, де для вирощування ріпаку використовується 10–14 відсотків ріллі.

Швидкий ріст виробництва ріпаку в світі викликаний насамперед збільшенням попиту на ріпакову олію. Обсяг світового виробництва ріпакової олії перевищив обсяг виробництва соняшникової уже 1985 року. З того часу ріпакова олія посідає третє місце за обсягами виробництва рослинних олій після пальмової та соєвої. Площі культивування ріпаку в світі збільшуються й донині, проте частка цієї культури в загальному обсязі виробництва олійних дорівнює близько 12%. Понад дві третини посівів ріпаку зосереджено в Індії, Китаї, Канаді. Стрімко відроджується ріпаківництво на Європейському континенті: посіви вже сягають 4 млн. гектарів, а середня урожайність – 24–26 центнерів з гектара. Ріпак у пошані у Франції, Великобританії, Чехії, Данії, Фінляндії, Польщі, Америці й Австралії.

Швидко зростає виробництво ріпаку і в Україні. За даними Мінагрополітики України обсяги виробництва ріпаку в країні щорічно практично подвоюються. Під ярим ріпаком в 2006 році було засіяно 128,3 тис. га, під озимим – 418,4 тис. га. Валовий збір ріпаку в Україні досяг 564 тис. т.

Причини підвищеної уваги до ріпаку криються у його потенційних можливостях, які відкрилися в результаті селекційної роботи, а також непересічній значимості культури як продовольчої, кормової, технічної та екологічної. Ріпак – це харчова олія і високобілкові корми. З 1 тонни насіння ріпаку можна одержати 380–400 кг олії і 500–550 кг макухи (шроту). При середній урожайності насіння ріпаку 2–2,5 т/га можна одержати 0,8–1 т олії і 1,3–1,4 т макухи (шроту). Із збільшенням виробництва харчової рослинної олії переробна промисловість отримує цінну сировину для виготовлення інших продуктів харчування – маргарину, майонезу, тощо; товарів народного споживання – фарб, лаків, миючих засобів; товарів технічного призначення – біопалива, біозмащувальні речовини і т.д.

Переробка (естерифікація) рослинних олій була вперше проведена в 1853 році вченими Е. Даффі та Д. Патріком ще задовго до того, як був винайдений дизельний двигун. В результаті естерифікації ними були отримані метилові ефіри рослинних олій, або як їх тепер ще називають дизельне біопаливо чи біодизель.

Пальне одержують після видалення з олій гліцерину, який закоксує форсунки паливної системи двигуна. Його ще називають ріпак-метиленфіром (РМЕ).

Одержану після пресування олію очищають від побічних продуктів, фосфатидів, надмірної вологи, проводячи часткове рафінування (гідратацію, лужне рафінування і відбілювання). На етапі естерифікації,

який проходить при безперервному перемішуванні з обігріванням, за допомогою надмірного введення метанолу одержують потрібний продукт – РМЕ і як побічний – гліцерин, який, до речі, має досить пристойну ціну, чим дозволяє знизити загальні затрати на виробництво основного продукту.

Раніше РМЕ використовували як паливе для двигунів. За розробками останніх років рекомендується здійснити ще кілька технологічних операцій. У ході додаткових заходів (очищення, дистиляції і кондиціонування) РМЕ звільняють від надлишків метанолу, залишків каталізаторів, додають речовини, які підвищують якісні показники пального, його можливості працювати взимку тощо. Одержане в кінцевому підсумку паливе не тільки екологічно чисте, але конкурентоспроможне і надійне в роботі.

Використання ріпакової олії у виробництві пального для дизелів можливе трьома основними методами, які мають свої позитивні й негативні сторони.

Перший метод – перестерифікація олій, тобто одержання метилефіру, високоякісного дизельного пального. Це технологія, що потребує відповідного хімічного обладнання. На будівництво підприємств і розробку обладнання (або його купівлю за кордоном) потрібен час і значні кошти.

Прикладом виробництва може служити виробництво екодизельного палива за направленою реакцією перетворення рослинної олії з метиловим спиртом у метилестер. Метилестер після рафінування може бути використаний для дизельних моторів і теплових фабрик. Ця технологія розроблена інженерною групою „Балестра” (Італія). Промислове застосування процесу можливе з максимальною ефективністю незалежно від об’ємів і розмірів фабрики. Процес відбувається при температурі та під тиском, котрі не представляють ніякого ризику при нормальній роботі оператора. Контроль за процесом відбувається автоматично в усіх фазах. Процес не призводить до істотної емісії будь-яких інших, крім природних (пари H_2O), продуктів термічних процесів. Виробництво безвідходне, не дає рідких і твердих відходів. Продукт переробки „Екодизельне паливо” відповідає найбільш суворим європейським стандартам, а гліцерин – промислової та фармацевтичної якості.

Другий метод – використання ріпакової олії як пального для дизелів без переробки (не враховуючи необхідне очищення – наприклад, фільтрування). У цьому випадку необхідно розробити нові дизелі, освоїти їх виробництво або реконструювати дизелі, що були в експлуатації. Тобто, знову потрібен час і великі кошти.

Третій метод – використання сумішей нафтового дизельного пального з ріпаковою олією у відповідних допустимих співвідношеннях або сумішей ріпакової олії з іншим вуглеводневим паливом.

Використання ріпакової олії в звичайних дизельних двигунах, як правило, неможливе, оскільки воно по своїх властивостях сильно відрізняється від дизель-

ного палива. Технічно це завдання можна вирішити двома шляхами: пристосувати паливо до двигуна або створити двигун, що працює на рослинному біопаливі. Обидва варіанти мають свої як переваги, так і недоліки. У країнах Західної Європи віддають перевагу метилуванню ріпакової олії. Так у Німеччині вже більше як на 1000 станціях заправляють автомобілі біодизельним паливом. При роботі двигунів на біодизелі значно зменшуються шкідливі викиди інших продуктів згоряння, в тому числі сірки – на 98%, а сажі – від 50 до 61%, гідрокарбонатів та вуглекислих моно оксидів – на 30–34%. При використанні 100 т біодизеля викиду в атмосферу вуглекислого газу зменшуються на 78,5 т (Алон, 1995) порівняно з використанням нафтового пального.

Незалежна цінність біодизеля в його екологічній чистоті й можливості одержувати з відновлюваної сировини. У природних умовах біодизель та мастила з ріпаку знешкоджуються мікроорганізмами впродовж 7–8 днів на 95%, а звичайні нафтопродукти – на 16%. Біодизель, порівняно зі звичайним дизелем він має ту перевагу, що завдяки високій частці ріпакової олії при його згорянні виділяється тільки така кількість CO_2 , яку рослини взяли з атмосфери, що не впливає на клімат.

Головне завдання виробництва біодизелю – забезпечення сільського господарства власними енергоресурсами, в якому всі трактори та самохідні комбайни працюють на дизельному паливі. Збільшення посівів ріпаку до 10% загальної площі ріллі в Україні і переробка 75% вирощеного врожаю на дизельне біо-

паливо розв'яже проблему стабільного постачання енергоресурсів аграрному секторі на основі власного відновлювального джерела. При цьому, за підрахунками фахівців, додаткові надходження до державного бюджету від сплати податку на додану вартість за реалізацію 623 тис. тонн дизельного біопалива, а також інших податків до державного та місцевого бюджетів становитимуть близько 0,53 млрд гривень.

Якщо врахувати, що в Україні близько 75 % орних земель придатні до вирощування ріпаку, що є сировиною для виробництва біодизелю, то можна вважати, що держава має великий потенціал для зменшення енергетичної залежності від постачальників нафти. За умови відведення під ріпак 10 % орних земель і досягненні врожайності 2,5 т/га, можна щороку виробляти до 8,5 млн т насіння ріпаку. Після переробки цієї сировини одержуватимуть близько 3 млн т біопалива, яке на 75 % забезпечило б річну потребу у паливі агропромислового комплексу України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Моїсєєва М. Світовий ринок олійних // Пропозиція. – 2006. – №10.
2. Осауленко О.Г. Стан сільського господарства у 2006 році. Експрес – доповідь. www.ukrstat.gov.ua
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 22 грудня 2006 р. №1774 „Про затвердження Програми розвитку виробництва дизельного біопалива”
4. Наукове забезпечення сталого розвитку сільського господарства // http://www.nauu.kiev.ua/book/Roz_19/G1_19_3/G1_19_3.html
5. Чопенко В. Ріпаківий „рудий” // Дзеркало тижня. – 2004. – №36.

УДК 007:34

ЛАПКО А., ЛУЦИШЕНА К.,

Наук. керівник КЛИМЕНКО Ю.М. – к.т.н.

ГУМАНІТАРНІ ТА ТЕХНІЧНІ ЧИННИКИ ПІДВИЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

Поняття інформаційної безпеки в сучасному світі надзвичайно широке. Воно включає в себе як контроль за непоширенням інформації, яка вживається таємно, так і міркування вчасного, повного та якісного інформування громадян про події в країні і в світі, вільного доступу до різних джерел інформації – і разом із тим сприянням цілісності суспільства, підтримання його морального добробуту, захисту від несприятливих інформаційних впливів. Будемо розглядати наступні рівні захисту інформації – суспільний, корпоративний та рівень користувача.

1. *Суспільний рівень інформаційної безпеки.* Для реалізації цього комплексного завдання державі необхідно віднайти динамічний баланс між свободою слова, забезпеченням права на інформацію, ефективним використанням інформації як засобу контролю

громадянського суспільства за діями влади, обмеженням поширенням таємної інформації та підтриманням моральної і духовної стабільності у суспільстві.

Знаходження цього балансу дозволить як захистити інтереси суспільства і держави, так і сприяти реалізації права громадян на отримання всебічної і якісної інформації. Це завдання передбачає здійснення гнучкої і активної державної політики у питаннях циркуляції інформації, доступу до неї, діяльності засобів масової інформації, розвитку видавничої справи, освіти і масової культури.

Найкраще забезпечити інформаційну безпеку українська держава зможе, якщо створить умови для всебічного розвитку інститутів громадянського суспільства, закладів освіти і культури, засобів масової інформації.

Визначення сучасної епохи історії людства як „інформаційної ери” вже стало банальністю, це словосполучення увійшло до повсякденної мови і вживається фактично як синонім поняття „теперішній час”. Однак вступ суспільства в „інформаційну еру” передбачає набуття ним цілком певних ознак, пов’язаних із значним поширенням інформації, множинністю каналів її донесення до користувача, впливом її змісту і форми на усі сфери життя суспільства, світосприйняття людей і ухвалення рішень влади. Держава, прагнучи зберегти цілісність суспільства і захистити його від різномірних загроз, повинна зважати на ці реалії.

Обмежувальні заходи можуть досягти одного – збідніння національної складової інформаційного поля. Але це тільки шкодитиме інформаційній безпеці держави, оскільки на місці витісненого національного продукту з’явиться закордонний – в тому числі і спрямований проти інтересів держави чи суспільства. Спроби ж обмежити поширення закордонного інформаційного продукту викличуть проблеми у стосунках із сусідами і зіграють на руку виробникам цього продукту: увагу до нього влада створить через додаткову рекламу і тільки підвищить попит на цей продукт.

Як зазначав відомий фахівець у галузі інформаційної безпеки А. Грамші, державні установи є лише периметром оборони суспільства від інформаційної інтервенції ззовні. Ефективна “позиційна” оборона можлива лише у разі, якщо у суспільстві існує розвинена власна інформаційна галузь: існують власні інформаційні, аналітичні, культурні, інші творчі продукти, які успішно конкурують із зовнішніми.

Будь-які точки зору повинні мати можливість виходу на “ринку ідей”, де їх якість перевіряється найприхильнішим суддею – споживачем. Держава може включитися в цей процес, підтримуючи видавничу і трансляційну справи фінансово (відмовившись, наприклад, від оподаткування створеної в цих сферах доданої вартості), а також, відповідно до загальнонаціональних освітніх та культурних програм їх (наявність, до речі, також є обов’язковою передумовою ефективної дії держави на інформаційному ринку і „ринку ідей”), оголошення конкурсів на створення інформаційного, аналітичного та творчого продукту, у тому числі освітнього і просвітнього. На основі відповідних національних програм, держава може надавати режим сприяння на ринку тому продукту, який відповідає цілям цих програм: надавати йому час на державних ЗМІ (місце на шпальті чи Інтернет – сторінці), поширювати відомості про нього, брати участь у рекламних компаніях щодо його підтримки.

Держава також може забезпечувати свою присутність у інформаційному просторі, постійно і докладно інформуючи громадськість і ЗМІ про свою діяльність, а не приховуючи відповідну інформацію. Правову основу інформаційної безпеки України становлять Конституція України, цей Закон, закони

України “Про основи національної безпеки України”, “Про державну таємницю”, “Про Національну систему конфіденційного зв’язку”, “Про Раду Національної безпеки і оборони України”, “Про інформацію”, “Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні”, “Про телебачення і радіомовлення”, “Про захист інформації в автоматизованих системах”, “Про національний архівний фонд та архівні установи”, “Про інформаційні агентства”, “Про зв’язок”, “Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації”, “Про захист суспільної моралі”, інші закони, міжнародні договори, згода на обов’язковість яких надана Верховною Радою України, а також видані на виконання законів інші нормативно-правові акти.

2. Корпоративний рівень. Корпоративні засоби захисту інформації є, з одного боку, сукупністю всіх індивідуальних засобів захисту, а з другого – мають нести додаткове функціональне навантаження забезпечення інформаційної системи всього підприємства, організації. Фактично засоби захисту на цьому рівні виконують роль корпоративних бар’єрів небезпечним інформаційним послідовностям (вірусам) та організаційним заходам щодо підвищення захищеності корпоративної інформації.

Для захисту інформації на цьому рівні, особливо за умови використання сучасних телекомунікаційних технологій, розробляється маса програм. Наприклад, у 2006 році на ринку з’явився шлюз інформаційної безпеки D-Link DFL-M510 [4]. Він підключається між мережевим екраном та локальною мережею. Пристрій дозволяє заблокувати роботу програм чи її окремих функцій, коли він виявить в них шкідливий код, обмежити роботу із поштовими службами, програмами-завантажувачами, обмежити пропускну здатність каналу, блокування несанкціонованого трафіка, керування передачею P2/P-сервісів, захищає від більшості атак DOS/DDOS. Якщо атака йде із середини мережі, то використовується технологія Zone Defense і пристрій може блокувати порт комутатора, до якого підключається хакер.

Компанія Digital Security представила Digital Security Screensaver [5]. Цей програмний продукт – це періодична оновлювальна серія скрінсейверів, що допомагає користувачам закріпити деякі правила з області інформаційної безпеки. Пропонується 3 версії програми: стандартна – сюжет та дизайн універсальні, логотип компанії замінюється вашої компанії; корпоративний дизайн – сюжет універсальний, дизайн на замовлення; корпоративна – сюжет та дизайн за замовленням.

3. Інформаційна безпека на рівні користувача. На підставі відомостей про навколишній світ, події, що відбуваються в ньому, дії інших осіб людина приймає рішення щодо власної поведінки, робить припущення щодо можливого розвитку ситуації адаптації до неї

чи впливу на неї. Це вірно для будь-яких часів, і з цього погляду будь-яке суспільство можна назвати „інформаційним”: рішення приймаються на підставі вивчення і аналізу даних про навколишній світ і власний стан людини.

Збільшення кількості джерел інформації, оперативності її надходження і можливостей її первинної обробки висувають вимоги до вищої оперативності в ухваленні рішень: ситуація може різко змінюватися, про це швидко стає відомо, і часний вплив вимагає швидкого реагування.

Таке значення інформаційних потоків – вплив на світосприйняття людини, її само ідентифікацію – робить контроль над ними потужною і небезпечною зброєю. Крайній випадок такого контролю – монополізація інформаційних каналів дає монополістові необмежену владу над суспільством: подібно до Міністерства правди у романі Дж. Орвелла „1984”, він може вільно трактувати історію, сучасність, базові цінності і світогляд людини і суспільства; така влада набагато ефективніша і триваліша за традиційну, базовану на примусі чи переконанні.

Розмаїття способів донесення інформації до користувача в сучасному світі змушує підходити до питань інформаційної безпеки комплексно. Держава, заклади освіти і сім'я в інформаційну еру втратили монополію на соціалізацію громадян, на вплив на їх світогляд тощо. Як наслідок, у сучасних (інформаційних) суспільствах можна говорити про існування своєрідного „ринку ідей”, на якому продавцями виступають виробники інформації та її постачальники, а покупцями – аудиторія. Така аналогія доволі зручна для визначення ролі держави в інформаційному просторі та тих важелів, за допомогою яких вона може впливати на цей простір.

Головними проблемами на шляху розвитку інформаційної сфери в Україні є:

- надто велика вартість існування і функціонування друкованих і електронних ЗМІ, друкарських послуг, низький рівень оплати праці в галузі освіти;
- відсутність зацікавленості у випуску якісної національної інформаційної, аналітичної та творчої продукції, у тому числі навчальних матеріалів, дитячої літератури і програм, науково-популярних видань і програм, розважальних програм і т.ін.;
- незахищеність видань, студій, творчих колективів від переслідувань державних контролюючих і фіскальних органів;
- відсутність гарантій захисту прав журналістів та осіб, прирівняних до них.

Однак завданням держави й у інформаційну еру залишається захист життєвих інтересів її громадян, яке вона представляє. Зважаючи на специфічність сфери регулювання – інформаційні відносини, – такий захист є нелегким завданням. Демократична держава повинна віднайти баланс між правом громадян „шукати”, отримувати і використовувати будь-яку інформацію

та ідеї з будь-яких засобів інформації, незважаючи на кордони і необхідністю дотримуватися вимог „національної безпеки”, територіальної цілісності або громадянського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам, охорони здоров'я населення, захисту репутації або прав інших людей, запобігання розголошення інформації державної конфіденційності, підтримання авторитету і неупередженості правосуддя.

Очевидним є тісний взаємозв'язок всіх рівнів забезпечення інформаційної безпеки. Найбільш яскраво методи технічного та організаційно-правового захисту інформації проявляються у комп'ютерних мережах, що виконують телекомунікаційні функції організацій і окремих споживачів. Наприклад, останнім часом значно підвищився ризик встановлення несанкціонованих міжнародних з'єднань під час роботи в Інтернеті. Однією з причин цього є відсутність досвіду або неуважність пересічних користувачів. Подібні випадки трапляються, коли абонент несвідомо санкціонує модему набір Міжнародного Номеру – модем розриває зв'язок зі своїм провайдером і набирає міжнародний номер з високою вартістю (до 15 грн за хвилину). Типовими ситуаціями з підвищеною небезпекою є наступні:

- на платному сайті пропонується скористатися безкоштовними послугами, прослухати або переглянути певні файли;
- на безкоштовних розважальних сайтах пропонується переглянути відео файли або отримання паролі доступу до платних ресурсів;
- на розважальних сайтах безкоштовно пропонується еротичні фонові картинки на екран дисплею, еротичні фото;
- на сайтах, які пропонують безкоштовне програмне забезпечення абр ключ до нього;
- користувач намагається отримати файли з деяких музичних або відеосайтів.

Водночас отримати небажані переключення можна і зі звичайних загальнодоступних сайтів (реферати, новини, гумор та інше). Іноді абонент отримує попередження про з'єднання з закордоном. Але здебільшого без будь-якого попередження на ПК користувача з'являється програма, яка розриває зв'язок з провайдером абонента та встановлює його з зарубіжним провайдером. Варто зазначити, що це не обов'язково може бути вірус, троянська програма тощо.

На жаль, на сьогодні неможливо повністю захиститися від несанкціонованих переключень за допомогою програмного забезпечення, оскільки засоби захисту створюються після появи засобів нападу. Крім того, в багатьох випадках переключення модему на міжнародний напрямок несвідомо санкціонується користувачем ПК власноручно. Наприклад, Укртелеком пропонує поради, які зможуть зменшити ваш ризик, зокрема:

- зосереджувати увагу на англомовні повідомлення для відвідувачів сайтів;

• заборонити автоматичну загрузку елементів Active – X в опціях вашого браузера (Internet Explorer, FireFox, Mozilla, Netscape, Opera);

• прислухатися до роботи модему під час сеансу (незрозумілих переключень не повинно бути, зміни у тривалості набору номера провайдера, зміни у рівні звуку роботи модема є сигналами про можливі негаразди);

• ніколи не активізувати програму (через ярлики, тощо), які з'явилися на вашому комп'ютері без вашого відома;

• не намагатися ігнорувати сигнали антивірусних програм про можливе зараження.

Аналіз сучасних методів захисту дозволяє зробити висновок, що для їх подальшого ефективного впровадження необхідно здійснити класифікацію за ознакою масштабу застосування, а саме:

1. Індивідуальні методи забезпечення безпеки (на рівні одного користувача).

2. Корпоративні, що мають застосовуватися у локальних мережах та встановлювати загальні принципи захисту інформації.

3. Загальнодержавні, які мають в першу чергу правовий характер.

Дотримання такої класифікації дозволить уникнути зменшення ефективності через цільове використання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Литвиненко О. В. Спеціальні інформаційні операції. – К., 1999.
2. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації – К., 1996.
3. Система інформаційного забезпечення ОВС України: Навч.-практ. посібник / Під ред. Л.В. Бородача. – К.: РВВ МВС України, 2000.
4. D-Link DFL-M510. URL: <http://www.ritm-it.ru/protection/d-link/dlink-firewalls/m90464/7730.htm>
DigitalSecurity. URL: http://www.dsec.ru/downloads/ds_screensaver_demo.zip.htm.

УДК 517.2

СТРЕЛЬНИКОВ М.А.

АСИМПТОТИКА ЗАГАЛЬНОГО РОЗВ'ЯЗКУ ЛІНІЙНОЇ СИНГУЛЯРНО ЗБУРЕНОЇ СИСТЕМИ ДИФЕРЕНЦІАЛЬНИХ РІВНЯНЬ З ДВОМА МАЛИМИ ПАРАМЕТРАМИ ЗА ДОДАТКОВИХ УМОВ ПОВЕДІНКИ КОЕФІЦІЄНТІВ РІВНЯННЯ РОЗГАЛУЖЕННЯ

Розглядається лінійна однорідна система диференціальних рівнянь, яка містить два малі параметри. При цьому залежність за одним параметром регулярна, а за другим – сингулярна. Використовуючи методи теорії збурень лінійних операторів та просторовий аналог діаграм Ньютона, & досліджується асимптотика загального розв'язку даної системи за додаткових умов поведінки коефіцієнтів рівняння розгалуження.

Предметом дослідження є сингулярно збурена вироджена лінійна система диференціальних рівнянь, яка залежить від двох малих параметрів: від одного з них регулярно, від Іншого – сингулярно:

$$\dot{y} \in B(\epsilon) \dot{y} = A(\epsilon) x \quad (1)$$

де $x \in \mathbb{R}^n$ – вимірні вектори, $A(\epsilon) = \{A_{ij}(\epsilon)\}$ – квадратні матриці m -го порядку, причому $\epsilon \in [0, \Gamma]$ на заданому відрізку $[0, \Gamma]$.

Для дослідження систем вигляду (1) використовується гіпотеза про те, що на ній, як і на системи з одним параметром, поширюється теорема А.М.Самойленка і В.П.Яковця про звідність виродженої системи до центральної канонічної форми, з якої випливає, що загальний розв'язок відповідної однорідної системи є лінійною комбінацією $p - A$ лінійно незалежних розв'язків, де A – сума довжин жорданових ланцюжків матриці $B(\epsilon)$ відносно оператора $A(\epsilon)$, $c \in B(\epsilon)$. Передбачається, що відповідні асимптотичні розвинення цих розв'язків можна побудувати у вигляді

подвійних рядів за степенями одного з параметрів та їх відношення – по аналогії з дослідженими раніше невиродженими системами даного типу. Основна гіпотеза полягає в тому, що показники степенів у цих розвиненнях можна знайти за допомогою просторового аналогу діаграм Ньютона, якщо вдасться вивести відповідні рівняння розгалуження та виразити коефіцієнти цих рівнянь через збурювальні матриці даної системи. У процесі дослідження ці гіпотези підтвердились і були реалізовані.

Застосування просторового аналогу діаграм Ньютона приводить до висновку, що розв'язки можна визначити у вигляді подвійних формальних рядів за дробовими степенями параметра ϵ , та цілими або дробовими

$$\epsilon^{\alpha} \quad \text{де } \alpha \in \mathbb{Z}$$

степенями параметра ϵ , де t – деяке число, яке визначається коефіцієнтами p !

Рівняння розгалуження. При цьому коефіцієнти рівняння розгалуження за умови їх стабільності при всіх $\epsilon \in [0, \Gamma]$ дають повну інформацію про структуру асимптотичного розв'язку сингулярно збуреної системи.

У результаті дослідження розглянуто різні конкретні ситуації, пов'язані з поведінкою коефіцієнтів рівняння розгалуження.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ПОВІДОМЛЕННЯ

Шановні колеги!

Київський інститут бізнесу та технологій
запрошує взяти участь у роботі науково-практичної конференції
„СТУДЕНТ – ДОСЛІДНИК – ФАХІВЕЦЬ”
22 травня 2008р.

Орієнтовна тематика

- Економіка України перехідного періоду;
- Активний менеджмент і маркетинг – шлях до оптимізації управління підприємством;
- Екологічний менеджмент і сучасне виробництво;
- Системи технологій;
- Інформаційні технології;
- Математика-статистика-економіка-менеджмент як складові успіху підприємства;
- Психологічні аспекти професійної діяльності;
- Іноземні мови і формування сучасного фахівця;
- Філософський світогляд на межі тисячоліть.

Робочі мови конференції – українська, російська, англійська.

Умови участі у роботі конференції

- До 01 березня 2008 року надіслати заявку.
- До 01 квітня 2008 року надіслати тези доповідей за адресою:

04078, м. Київ,
Білицька, 41/43,
Київський інститут бізнесу та технологій

Телефон для довідок:

8-044-433-02-63 (Язвиніна Раїса Олександрівна)

8-044-433-06-80 (Чашок Світлана Адамівна)

e-mail: kibit@kibit.edu.ua

Оформлення матеріалів для конференції

- тези доповідей подаються у двох примірниках і на дискеті 3,5;
- текстовий редактор Word (версія 6,0 і вище), Times New Roman 14 pt;
- обсяг тексту-до 5 сторінок формату А4, через 1,5 інтервал(10000);
- поля: верхнє і нижнє – 20 мм, ліве – 25 мм, праве – 15 мм.

Перша сторінка:

- 1) УДК – зверху, зліва;
- 2) Прізвище, ініціали – праворуч, угорі сторінки;
- 3) Нижче – вчений ступінь, звання, назва міста, установи;
- 4) Через два інтервали – тема доповіді;
- 5) Через два інтервали – текст.

Тези підписуються автором на звороті останньої сторінки.

Відповідальність за зміст, грамотність та достовірність інформації матеріалів несуть автори статей, а для студентів – наукові керівники.

Заявки і тези доповідей подаються Язвиній Раїсі Олександрівні

Ти хочеш мати фінансову незалежність?

Прагнеш більшого?

Мрієш про вдачу кар'єру?

А може, про власний бізнес?

Час рухатись! Зроби перший крок назустріч майбутньому!

Вступай до Київського Інституту Бізнесу та Технологій!

Економічний факультет

0305 Економіка і підприємництво

Фінанси і кредит
Страхова справа
Облік і аудит

Студенти економічного факультету мають змогу отримати міжнародний сертифікат CAP/CIFA (Certified International Professional Accountant – Сертифікований міжнародний професійний бухгалтер)

Факультет менеджменту

0306 Менеджмент і адміністрування

Менеджмент туристичної індустрії
Менеджмент медичного обслуговування
Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
Менеджмент підприємницької діяльності
Менеджмент промислових підприємств

Факультет психології

0301 Соціально-політичні науки

Психологія праці та управління
Педагогічна психологія
Клінічна психологія

! *Звертаємо увагу випускників педагогічних і медичних коледжів на зазначені спеціалізації!*



**КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ
БІЗНЕСУ та ТЕХНОЛОГІЙ**
■ рівень акредитації

Приймальна комісія:

Київ, вул. Білицька, 41/43, 4 поверх

Тел.: (044) 430-15-77, 430-32-64

*Інститут приймає документи на поновлення
в навчанні та переведення з інших ВНЗ.*

e-mail: kibit@kibit.edu.ua

www.kibit.edu.ua