

Показник ефективності затрат технічного розвитку R_c може розраховуватися не для всіх затрат, а для окремих напрямків науково-технічного прогресу, тобто у знаменнику буде C_μ , а в чисельнику сумування може бути не по всіх індексах, тобто показник R_c може бути розрахований з врахування окремих видів продукції. При цьому будуть корегуватися і затрати відповідно тільки за такими напрямками і видами продукції, для котрих розраховується показник ефективності.

Подібний показник може бути розрахований і для окремих видів ресурсів – фондових, сировинних, трудових, кількісні та якісні показники котрих змінюються під час впровадження у виробництво заходів науково-технічного прогресу.

Оскільки нормативні коефіцієнти фондомісткості, трудомісткості і матеріаломісткості продукції утворюють єдність при відповідному варіанті виробництва, то можливим є визначення показника загальної ресурсомісткості підприємства (S):

$$S = \frac{\sum_j \left[\sum_{\lambda \mu} (\tilde{f}_{\mu j}^\lambda + \tilde{Q}_{\mu j}^\lambda + \tilde{q}_{\mu j}^\lambda) \right] x_j}{\sum_j x_j}, \quad (2)$$

де: $\tilde{f}_{\mu j}^\lambda, \tilde{Q}_{\mu j}^\lambda, \tilde{q}_{\mu j}^\lambda$ – відповідно нормативи фондомісткості, матеріаломісткості, трудомісткості виготовлення одиниці j -го продукту в технологічному варіанті λ -го виробництва, рівень котрих зумовлений впровадженням заходів μ -го напрямку науково-технічного прогресу; X_j – заданий випуск j -го продукту.

Єдність норм при розрахунку показника S забезпечується зведенням їх до однієї одиниці виміру.

Використання показників, які наведені у формулах (1-2) дає змогу оцінювати про загальну потребу в ресурсах для виконання виробничої програми та окремих видів продукції і степені доцільності рівнів фондомісткості, матеріаломісткості, трудомісткості. Один і той самий випуск продукції може бути здійснений за різного поєднання ресурсів, які використовуються при його виробництві. Наприклад, можуть бути більш фондомісткі або трудомісткі варіанти виготовлення продукції, варіанти з більш швидким виготовленням продукції за одиницю часу, однак і більш дорогі, як правило, ще й мають відносно більшу часову дефіцитність ресурсів, або навпаки з менш дорогими ресурсами, але й з меншим об'ємом продукції за одиницю часу, тому необхідно враховувати як часову дефіцитність окремих видів ресурсів для підприємства, так і максимальну їх ефективність для забезпечення випуску продукції, тобто ефективність виробничо-ресурсного потенціалу підприємства.

Під ефективністю виробничо-ресурсного потенціалу розуміють своєрідний показник оцінки ефективності його функціонування – максимальний об'єм продукції з одиниці ресурсів (фондових, сировинних, трудових), які забезпечують при їх спільному використанні цей випуск у відповідний період часу, тобто показник обернений щодо показника у формулі (2). При розгляді

витрат окремих видів ресурсів можуть бути розраховані часткові показники ресурсної ефективності.

Показники витрат, які пов'язані з впровадженням заходів науково-технічного прогресу, відображають зміни як кількісних, так і якісних характеристик ресурсів і їх ефективність.

Зокрема, такі показники, наприклад, для фондових, сировинних ресурсів можуть бути записані у вигляді:

$$\frac{\sum_{\mu j} C_{\mu j} f_{\mu j} \Delta \Phi_{\mu j}}{B} = r_\phi; \quad (3)$$

$$\frac{\sum_{\mu j} C_{\mu j} Q_{\mu j} X_{\mu j}}{B} = r_a, \quad (4)$$

де: $C_{\mu j}$ $C_{\mu j}$ – відповідно затрати на впровадження заходів μ -го напрямку науково-технічного прогресу, які зумовлюють як потребу, так і ефективність використання основних виробничих фондів і сировинних ресурсів.

Для розрахунку показника r_q – затрат на підвищення ефективності використання трудових ресурсів, формула записується аналогічно виразам (3, 4).

Використання запропонованої системи показників дозволяє обґрунтовано здійснювати вибір напрямків науково-технічного прогресу з метою раціонального відтворення виробничо-ресурсного потенціалу. Їх розрахунок може бути здійснений, виходячи з прогнозів динаміки науково-технічного прогресу, перспектив розвитку промислового виробництва і рівня ефективності використання ресурсів.

Література

1. Трансформація моделей економіки України (ідеологія, протиріччя, перспективи) Інст-т економічного прогнозування НАНУ. За ред. В.М. Гейця. – К.: Лайс, 1999. – 217 с.
2. Хайнрике В., Майер Г. Воспроизводство, эффективность, рост. – М.: Экономика, 1980. – 219 с.

УДК 334.722.24 (477)

Ст. викл. Г.А. Лех – УкрДЛТУ

СІМЕЙНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ ТА ЗА РУБЕЖЕМ

Сімейні господарства – один із суб'єктів ринкової економіки. Вказано на можливість розвитку господарств, які швидко адаптуються до змін в умовах ринкового господарювання.

Г.А. Лех – USUFWT

Family business in Ukraine and abroad

Possibilities of family business development, which swiftly adapt themselves, to the changes under the conditions of market economy.

Характерною особливістю розвинутих країн є той факт, що, починаючи з 60-80-х років, досить швидкими темпами почали розвиватись окремі

категорії малого бізнесу. Дана тенденція заслуговує особливої уваги, оскільки розкриває важливі зрушення у розвитку проблем саме сімейного бізнесу.

Розвиток дрібного підприємництва забезпечується українським законодавством, за яким кожна людина має право займатися будь-якою економічною діяльністю у межах законів. Людина може брати участь у сфері зайнятості і створювати матеріальні цінності працюючи безпосередньо у домашньому господарстві. У цій особливій сфері сконцентровано велику кількість людей, які виробляють вагому частку продуктів і послуг в будь-якому суспільстві (як розвинутому, так і відсталому).

Вибір виду підприємницької діяльності залежить у багатьох випадках від індивідуального рішення сімейного господарства. А вибір організаційно-правової форми ведення бізнесу господарства здійснюють в межах існуючого національного законодавства.

Важко переоцінити важливість сімейного бізнесу для економіки багатьох держав, зокрема Латинської Америки і Карибського басейну, Італії, Німеччини. Так економіка Італії і багатьох інших розвинутих країн Європи тримається в основному на дрібному і середньому бізнесі. Більшість промислових товарів і продуктів харчування, які продаються на наших ринках вироблені невеликими фірмами з Апенін, перш за все з провінції Ломбардія (адміністративний центр – Мілан). Всього в Італії діє коло 3,5 млн. дрібних і середніх підприємств. Багато є ремісничих фірм, на яких працюють сім'ї та їхня справа передається з покоління до покоління. На такі фірми припадає більше ніж 18 % італійського експорту¹.

Однією з причин розвитку сімейного бізнесу у всьому світі є зростаюча кількість жінок, які прагнуть поєднувати кар'єру і виховання дітей. З цією метою в Україні багато жінок, які мали вищу освіту завдяки своїй енергії, хороши знанням, бажанню самореалізуватись створюють свої невеликі фірми, відкривають приватні освітні центри, невеликі підприємства, які надають консультативні, бухгалтерські, юридичні, маркетингові і рекламні послуги. А ті, що не мали ні спеціального досвіду, ні певної освіти почали займатись бізнесом – деякі виступали на ринку праці як виробники предметів народних промислів, ремісничих виробів. Для того, щоб підтримати цей бізнес в Україні виданий Закон "Про народні художні промисли", який регулює правові, організаційні та економічні відносини у галузі народних художніх промислів. Він спрямований на охорону, відродження, збереження та розвиток народних художніх промислів².

У межах сімейного бізнесу існує так званий "надомний" бізнес. "Надомний" бізнес не необхідно сприймати буквально. Безумовно, є види діяльності, які можна виконувати тільки вдома, але є й такі, де робота тільки частково виконується вдома, але вона є основною. Тут доцільно згадати досвід організації роботи у високотехнологічних фірмах Сіліконової долини, а також досвід великого мультиплікатора Уолта Діснея, який починав знімати хвилинні ролики у своєму гаражі, а перший автомобіль Форда збирався та-

кож у домашніх умовах Фордом та його знайомими; а власник комп'ютерної системи "Майкрософт" Білл Гейтс взагалі започаткував свій шлях до створення могутньої компанії за монітором власного і далеко не найкращого комп'ютера. Таким чином, "надомний" бізнес є базовою ланкою для розвитку будь-якого виду сімейної діяльності.

Ми досить часто сприймаємо сімейний бізнес у вузькому розумінні, згадуючи, що вдома можна займатись прибиранням, в'язанням, шиттям, а у кращому випадку пошиттям взуття. Проте науково-технічний прогрес дав змогу розширити організацію домашньої роботи. Якщо проаналізувати можливості "надомного" бізнесу, то можна знайти понад 200 різноманітних видів діяльності, більшість з яких є загальновідомими, це і традиційний "надомний" бізнес, і побутове обслуговування, різноманітні види ремесел, художні послуги, ділові послуги, а також новітній винахід людства – комп'ютер. Власне, він дає змогу розвивати сферу домашнього бізнесу, збільшувати сімейну зайнятість. За його допомогою вдома можуть працювати бухгалтери, дизайнери, інженери, конструктори, наукові працівники. Саме комп'ютер дав змогу заробляти додаткові доходи, а також залучати людей до самостійного бізнесу.

За характером прояву "надомний" бізнес по суті є неформальним бізнесом, оскільки доходи від нього не підлягають державному оподаткуванню. Рівень зайнятості населення у неформальному бізнесі України можна проаналізувати за допомогою результатів опитування, проведеного у вересні-жовтні 1999 року Фондом "Інтелектуальна перспектива" у межах програми Freedom House "Партнерство за реформи в Україні". Названі опитування показали, що у неформальному секторі економіки працюють 45 % респондентів, до того ж, у кожній сім'ї неформальною діяльністю займається якщо не сам респондент, то принаймні другий або третій працюючий член сім'ї. Необхідно зазначити, що 46 % опитаних, основне місце роботи яких у державному секторі, водночас зайняті й у неформальному секторі економіки. Серед зайнятих у неформальному секторі економіки чоловіки становлять 48 %, жінки – 52 %. Що ж до типу сімейних господарств, зайнятих у неформальному секторі, то в більшості з них сім'ї склалися з трьох осіб (36 %), у 24 % респондентів – з чотирьох і у 21 % – з двох осіб¹ [3, ст. 153]. Із запропонованих видів діяльності у цьому ж соціологічному опитуванні найпоширенішими виявилися такі: "продаж та перепродаж домашньої сільгосппродукції", "випадкові заробітки у приватних осіб", "продаж та перепродаж різних товарів", "будівельні та ремонтні роботи", "автотранспортні перевезення". До цих видів діяльності залучені самі учасники опитування, а також інші члени їхніх сімей (табл. 1.)

У ході дослідження з'ясувалось, що ступінь поширення різних видів неформальної діяльності залежить також від міста, в якому мешкає респондент. Так, у більших містах переважає такий вид діяльності, як "автотранспортні перевезення"; у містах, де бувають частіше туристи, – "різні домашні ремесла". Серед мешканців села найпоширенішими видами діяльності виявилися "продаж та перепродаж домашньої сільгосппродукції" – 59 % респон-

¹ Петров Г. Малый бизнес обогатил Италию// Малое предприятие. - 1999, № 8. - С. 20-21.

² Закон України "Про народні художні промисли"// Голос України, 17 липня 20001 року. - № 124 (2624). - С.6.

¹ Мімандусова Г. Зайнятість населення України в неформальному секторі економіки.// Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2000, №2. - С.152-163.

дентів "випадкові заробітки у приватних осіб" – 6 %, "продаж та перепродаж різних товарів" – 10 %, "будівельні та ремонтні роботи" – 8 % [3, ст. 153].

Табл. 1. Процент від кількості респондентів, зайнятих у неформальному секторі, яким було поставлене питання: "Чи доводилось Вам займатися такими видами діяльності?"

№ п/п	Вид діяльності	Позитивна відповідь
1.	Продаж та перепродаж домашньої сільгосппродукції	32
2.	Випадкові заробітки у приватних осіб	17
3.	Продаж та перепродаж різних товарів	14
4.	Будівельні та ремонтні роботи ("шабашка")	11
5.	Перевезення власним автомобілем	10
6.	Переклади, друкування текстів	6
7.	Різні домашні ремесла	6
8.	Репетиторство	6
9.	Ремонт побутової техніки	5
10.	Задача житла в оренду	5
11.	Приготування страв на продаж	4
12.	Ремонт автомобілів	4
13.	Догляд за дітьми	3
14.	Охорона об'єктів	3
15.	Рукоділля на продаж	3
16.	Обмін валют	2
17.	Обслуговування у кафе та ресторанах	2
18.	"Економічний туризм"	2
19.	Догляд за хворими	1
20.	Перукарські послуги	1
21.	Прибирання квартир	1
22.	Приватне таксі	1

Отже, по-перше, опитування показало, що в неформальному секторі економіки зайнята велика кількість активного населення. Це свідчить про те, що більшість людей, які залишились без роботи, змушені заробляти самостійно. По-друге, розмір сімейного господарства впливає на ступінь зайнятості у неформальному секторі. Це пояснює те, що дорослі члени сім'ї змушені забезпечувати добробут свого господарства будь-якими методами (навіть порушуючи чинне законодавство). По-третє, тип сімейного господарства (сільські і міські сімейні господарства) впливає на вид діяльності і на рівень доходу, який воно отримує.

Проявами сімейного бізнесу є і такий вид діяльності, як "кіоскова торгівля", яка через свою гнучкість, мобільність, незначні початкові вкладення була чи не найбільш ранньою формою недержавної економіки. Мабуть тому деякі економісти вважали, що цей бізнес довго не буде існувати на ринку України. Проте, на щастя багатьох сімей, які мають основні доходи від цього бізнесу, так не сталося. Ростуть і розширюються ринки (як продуктові, так і промислові), відкриваються магазини, супермаркети, величезні "кеш-енд-кеї", а "кіосковий бізнес" і далі існує, а подекуди навіть перемагає, оскільки

10 % усіх покупок (третє місце серед усіх форм торгівлі) і нині здійснюється саме у кіосках¹ [4].

У цьому різновиді сімейного бізнесу відбуваються постійні зміни. Сім'я змушена чітко реагувати на попит споживача і тому у кіосках постійно змінюється асортимент товарів. Здебільшого це харчові товари. Бізнес можна вважати більш перспективним в місцях скупчення населення (це можуть бути станції метро, тролейбусні та трамвайні зупинки, місця біля учбових закладів), тобто діє ефект мережі. Власники кіосків пропонують споживачам товари за зниженими цінами або цілодобове обслуговування. Вони, як правило, "підганяють" асортимент конкретного кіоску під попит за допомогою так званого "еквайзера продажу". Останній є не що інше, як статистичний аналіз покупок та залишків товарів, який дозволяє за короткий час досягти практично ідеального для конкретного кіоску асортименту і запасів товару.

За спостереженнями більшості кіоскерів, максимальна сума, яку одночасно може залишити покупець у кіоску, дуже зрідка перевищує 20 гривень. Правильне визначення вказаної цінової межі є вкрай важливим. Скажімо, у США фірма, що виробляє ласощі для дітей віком до 12 років, експериментально визначила максимальну ціну типового набору "істинних чоловіків" у 6\$, перевищення призвело до різкого зменшення продажу [4, ст. 102].

У нас можна згадати такі товари, як "кіндер-сюрприз", який через завищення цін став "непопулярним" серед дітей, а маленькі пакетики (0,2 л.) соку "Джусік" (1,3-1,5 грн.) швидко розкуповуються дітьми та молоддю.

Сімейні господарства, які займалися "кіосковим" та "човниковим" бізнесом, були справжніми першопрохідцями вітчизняного недержавного бізнесу. На початку 90-х років, коли було дуже мало приватизованих магазинів, ці сімейні господарства зуміли заробити стартовий капітал на польських вояках та інвестувати їх у кіоски.

Переваги таких інвестицій були очевидними, адже вклади, які робили сімейні господарства у цей бізнес, були невеликими, а обіг капіталу швидкий. Купуючи декілька кіосків у середньому по 500\$-800\$ за штуку та отримавши дозвіл на їх встановлення, вони отримували досить значні доходи. Різниця "кіоскових" цін та цін дрібногуртових ринків, на яких у ті часи майже не торгували, була у середньому 30 %, але налагодивши прямі поставки, її можна було довести і до 50 %.

На отримання високих доходів від кіоскового та "човникового" бізнесу вплинула інфляція. Власне, купуючи дрібнички (горілку, сигарети, пиво, жуйки, шоколад) у кіосках, споживачі тим самим підтримували цей нетрадиційний бізнес.

Проте в червні 1996 року була прийнята постанова Кабміну України, згідно з якою для торгівлі спиртним треба було мати приміщення площею не менше 20 м² (а саме спиртне давало до 70 % виторгу). Це знизило доходи, але, як не дивно, цей різновид сімейного бізнесу все ж таки існує, демонстру-

¹ Ковалюк О.М., Лех Г.А., Реверчук С.К. Сімейні господарства України: принципи, механізми, перспективи. Навчальний посібник/ За ред. докт. екон. наук. проф. С.К. Реверчука. - К.: Атіка, 2002. - С.102.

ючи дивовижну здатність до виживання. І якщо деякі торговельні точки зникають, то причиною цього, у першу чергу, є заборони місцевої влади.

Сьогодні за кількістю покупок (10 %) кіоски поступаються тільки базарам (45 %) та малим крамницям (18 %), випереджаючи спеціалізовані магазини (6 %) та універсами (1 %) [1, ст. 102].

Незважаючи на певні складності, "кіосковий" та "човниковий" бізнес, який належить сімейним господарствам, відіграє досить важливе значення для української економіки. У сьогоднішніх умовах він може дати роботу великій кількості безробітних. Крім цього багато сімей, які починали свій бізнес саме з "кіоскового" або "човникового", вже зараз створили інтернет-магазини. Ці магазини надають послуги населенню. У Києві є такі віртуальні магазини, як "Бамбук" та "Азбука". У більшості віртуальних магазинів складу немає, а якщо є, то на ньому є дуже обмежений асортимент товарів, тоді як терміни доставки замовлень по Києву становлять 1-2 дні.

Оцінюючи сучасний стан сімейних господарств, необхідно зазначити, що розвиток нових форм господарювання відбувається у несприятливих умовах. При високому рівні безробіття, інфляції, економічній кризі, нестабільній податковій системі, низькому рівні соціального захисту населення тощо на сьогодні відсутня оцінка перспективного стану зайнятості, немає стратегії вирішення цього питання. Тому доцільно запропонувати такі фіскальні методи:

- поступово зменшити податковий тягар для сімейних господарств, що займаються бізнесом; переглянути принципи надання податкових пільг. Зниження податкового навантаження буде стимулювати сімейні господарства до виходу з тіньового сектору економіки, що, у свою чергу, призведе до збільшення надходжень до бюджету;
- посилити громадську освіту, за прикладом розвинутих країн необхідно з дитинства прививати думку: той, хто не платить податки, виймає гроші з кишені інших платників податків, тобто займається злочином;
- всебічної підтримки потребує розвиток сімейного бізнесу в тих сферах, де не потрібні значні матеріальні ресурси. У цьому ракурсі особливе значення мають сімейні господарства, які працюють у сфері ремонту та інших послуг, на основі матеріалів замовника. Важливо швидко розвивати консультаційні послуги. Без великих витрат швидкий розвиток мережі таких послуг допоможе швидше покращити матеріальний стан багатьом сімейним господарствам.

Література

1. Петров Г. Малий бізнес обогатил Італію// Малое предприятие. – 1999, № 8. – С. 20-21.
2. Закон України "Про народні художні промисли"// Голос України, 17 липня 20001 року, № 124 (2624). – С. 6.
3. Мімандусова Г. Зайнятість населення України в неформальному секторі економіки//Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2000, №2. – С. 152-163.
4. Ковалюк О.М., Лех Г.А., Реверчук С.К. Сімейні господарства України: принципи, механізми, перспективи. Навчальний посібник/ За ред. докт. ек. наук. проф. С.К. Реверчука. – К.: Атіка, 2002. – С. 102.

УДК 330

І.В. Стасюк, канд. екон. наук – УкрДЛТУ

ОСОБЛИВОСТІ ЗАОЩАДЖЕНЬ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Заощадження домогосподарств – є одним з потенційних інвестиційних джерел економіки. У статті розглядається стан заощаджень населення України та чинники, які їх визначають.

І.В. Stasiuk – USUFWT

Savings of households in Ukraine

Savings of households are one of the potential investment sources of economy. This article considers the state of the Ukrainian people's savings and their factors.

Заощадження населення відіграють надзвичайно важливу роль в економіці кожної країни. Саме домогосподарства у більшості розвинутих країн є основним джерелом інвестиційних ресурсів та мають великий вплив на темпи економічного зростання. Обсяг заощаджень населення, насамперед, залежить від рівня його доходів. Однак в Україні середньомісячний дохід на душу населення за січень-грудень 2001 року становив 184,6 грн.,[1,5] в той час як прожитковий мінімум на 1 особу на місяць на цей рік був встановлений в розмірі 311,3 грн. Крім того, зберігається значна натуралізація доходів, особливо у сільській місцевості, все ще мають місце заборгованості з виплат зарплат. Опитування населення показує, що пересічний українець заощаджує за умови, що його місячний дохід на одного члена сім'ї буде еквівалентний 100 дол. США [2, ст. 33]. На перший погляд, за умов, що склалися, ні про які заощадження в Україні не може йти мови. Однак, необхідно враховувати, що доходи розподіляються нерівномірно та особливістю економіки України є значний приріст заощаджень при відносно низьких офіційних доходах. Це пояснюється значною часткою тіньової економіки, яка охоплює за оцінками фахівців 60 %, одержанням неофіційних доходів 40 % населення, які становлять 10-15 млрд. дол [3, 5]. Переважна частина неофіційних заощаджень вкладається у коштовності, нерухомість, іноземну валюту та вивозиться за кордон. За роки незалежності обсяг капіталів, вивезених за кордон, оцінюється спеціалістами у 20-40 млрд. дол.[4].

Заощадження населення України безупинно зростають (табл. 1). Їх ріст зумовлений зростанням доходів домогосподарств.

За формою нагромадження вартості заощадження поділяють на грошові, натурально-речові та фінансові активи. Грошові заощадження домогосподарств включають готівкові кошти, які знаходяться на руках у населення, депозитне і недепозитне розміщення коштів у фінансово-кредитних установах. Натурально-речові заощадження здійснюються у формі коштовностей, антикваріату, нерухомості. Придбання цінних паперів становить заощадження у фінансових активах. Крім того, економісти розрізняють активні заощадження, які є реальним джерелом інвестицій (вклади населення у комерційних банках, придбання цінних паперів) та пасивні, неінвестиційні, заощадження, які виступають у формі коштовностей, нерухомості, коштів на руках у насе-