

Найближчі п'ять років очікуються зміни структури рекламних портфелів компаній. Відбуватиметься перерозподіл маркетингових і рекламних інвестицій у більш прогресивні канали комунікацій з вибраною цільовою аудиторією.

Протягом найближчих п'яти-десяти років розвиток мобільних та Інтернет-технологій дозволить налагодити тісніший контакт із споживачами. Завдяки цій тенденції реклама стане більш персональною, тобто в кінцевому випадку кожний потенційний споживач буде отримувати індивідуальний рекламний продукт.

Перспектива десяти років буде ознаменована появою нових рекламних технологій і методів впливу на свідомість споживачів, що зменшить кількість необхідних рекламних контактів для прийняття мотивованого рішення про купівлю товару чи послуги.

Через двадцять років прогнозується структурна зміна рекламного ринку. Очікується виникнення супермаркетів, які будуть продавати готові рішення для розвитку бізнесу. Індивідуальне просування торгових марок стане прерогативою обраних. Для споживачів головною зміною буде простота у поданні бренду.

Література

1. Всеукраїнська научно-практична конференція «Реклама в Україні: інтеграція теорії і практики» // Маркетинг и реклама. – 2009. – № 1 (149).
2. Пирогова Т. «Будущее украинской рекламы: тенденции формируются сегодня» // Маркетинг и реклама. – 2010. – № 4 (164).
3. «EFFIE Awards Ukraine 2009» // Маркетинговые исследования в Украине. – 2009. – № 6 (37).
4. Оприлюднення експрес-випусків Держкомстату у 2011 році. Дата останнього поновлення: 20.04.2011. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Лазебник М. Объем рекламно-коммуникационного рынка Украины в 2010 году и прогноз развития рынка в 2011 году. Экспертная оценка Всеукраинской рекламной коалиции. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sostav.ua/columns/2010/12/22/49/36930/>
6. Украинская реклама: взгляд в будущее / Материалы блиц-опроса ведущих украинских экспертов // Маркетинг и реклама. – 2010. – № 5 (165).
7. The Global Competitiveness Report 2010-2011. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.weforum.org/reports>
8. Косинов А. Г. Мифы рекламного мира (с последующим их разоблачением) / А. Г. Косинов, В. Д. Пономарев // Маркетинг и реклама. – 2008. – № 11 (147).
9. Объект исследования: рекламные агентства // Маркетинг и реклама. – 2009. – № 6 (154).

Надійшла 18.04.2011

УДК 338.2:331.5 (477)

І. В. АНГЕЛКО

Львівський національний університет імені Івана Франка

ТІНЬОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ДОМОГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті розглянуто особливості здійснення тіньової діяльності домашніми господарствами України, визначено її основні види та роль у суспільному житті.

In the article the features of realization of shadow activity are considered housekeepings of Ukraine, certainly it basic kinds and role in public life.

Ключові слова: тіньова діяльність, тіньовий сектор економіки, самозайнятість населення, нелегальні трудові міграції.

Актуальність теми. Соціально-економічні трансформації, що відбуваються сьогодні в Україні, зумовлюють структурні зрушення у секторі домашніх господарств, висувають нові вимоги до їх економічної поведінки та розширюють сферу їхньої діяльності. Зокрема, усе частіше домашні господарства залучаються до діяльності у тіньовому секторі. Власне така діяльність домогосподарств, у багатьох випадках, є їх захисною реакцією на неможливість існування й розвитку у рамках офіційної економіки. Лише дослідження особливостей, причин виникнення та переваг тіньової економічної діяльності населення України в сучасній економічній системі дасть можливість визначити основні шляхи її обмеження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Окремі аспекти тіньової діяльності домашніх господарств висвітлені у працях вітчизняних вчених, зокрема: А.Баланди, І.Бондара, С.Злупка, Е.Лібанової, Г.Лех, В.Мандибури, В.Мортікова, О.Макарової, І.Петрової та ін. Серед сучасних зарубіжних науковців, які досліджують дані питання, можна виділити С.Барсукова, К.Макафі, О.Олейника, В.Радаєва, Е.Фейга,

К.Харта, Ф.Шнайдера та ін. У наукових працях цих вчених висвітлені важливі теоретичні, методичні та практичні аспекти економічної діяльності у тіньовому секторі, які зокрема стосуються основних джерел тіньових доходів, їх впливу на якість та рівень життя населення, споживчий попит, тенденції розвитку домогосподарств та суспільства загалом [1–3].

Постановка завдання. Незважаючи на численні дослідження, питання тіньової економічної діяльності домашніх господарств залишається досить відкритим і потребує детальнішого вивчення та аналізу. Актуальним є дослідження причин поширення тіньової діяльності, аналіз її проявів, визначення заходів економічної та соціальної політики її обмеження.

Метою запропонованої статті є висвітлення особливостей здійснення тіньової діяльності домашніми господарствами України, визначення її основних видів та ролі в суспільному житті.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як відомо, розвиток та добробут будь-якої країни, у першу чергу, залежить від матеріального становища її населення. Країна ніколи не буде багатою, якщо в ній основна маса населення зuboжила, а інша за наявного рівня доходів неспроможна задовольнити власні життєві потреби, сформувати достатній рівень заощаджень.

В Україні, на превеликий жаль, наявність роботи та отримання заробітної плати не захищає від бідності й низького рівня життя. Щоб вижити в сучасних умовах господарювання, домашні господарства змушені вдаватися до пошуку додаткових джерел заробітку, якими нерідко стають доходи в тішовій економіці. Як правило, джерелами таких (тішових) доходів є приватна власність, накопичений капітал, особисте селянське господарство, індивідуальна та сімейна зайнятість бізнесом та промислами, виробничо-побутові послуги домашнім господарствам, неофіційна та неформальна зайнятість у торгівлі, сфері послуг, а також причетність зайнятих і працездатного населення до джерел доходів від інших видів тішової діяльності майже у всіх галузях економіки та особливо в сфері обігу [4, с. 26–27]. Тобто сьогодні, домашні господарства можуть отримати тішові (недекларовані) доходи від будь-якого виду тішової діяльності. Власне тішова діяльність, у багатьох випадках, виступає як вторинна (додаткова) зайнятість, доходи від якої, досить часто, значно вищі ніж у формальному секторі [5, с. 46].

Загалом схильність населення до одержання недекларованих доходів є різною залежно від величини сукупних ресурсів, доходів та витрат, диференціації стилю життя, форм соціальної участі особистості у суспільстві. Відповідно до статистичних даних, упродовж останніх років у структурі тішової зайнятості переважає частка молоді віком від 15 до 24 років (30%) та осіб старшого віку 60-70 років (27,7%) [6, с. 125]. Така тенденція цілком зрозуміла, адже саме ці категорії населення найбільш вразливі та соціально незахищені в сучасних умовах господарювання.

У більшості випадків, молодіжний характер неформальної зайнятості проявляється у додатковому заробітку під час здобуття освіти. При чому, чим нижчий рівень освіти, тим вищий рівень неформальної зайнятості. Найчастіше молодь залучається на низькооплачувані роботи, які не вимагають кваліфікації, навичок та відповідного досвіду роботи. Як правило, це робота в магазинах, супермаркетах, місцях громадського харчування. Останнім часом також набувають поширення різноманітні види робіт пов'язані з використанням комп'ютерної техніки (набір текстів, сканування, криптографія та ін.).

Поширення неформальної зайнятості серед осіб пенсійного віку, в першу чергу, спричинене низьким рівнем пенсійного забезпечення. Саме недостатній розмір щомісячної пенсії спонукає осіб старшого віку до пошуку неформальних джерел отримання додаткових засобів існування. Крім цього, в офіційному секторі пропозиція праці цієї вікової категорії стикається з обмеженим попитом на неї.

З метою визначення рівня участі населення Західного регіону України у тішовому секторі економіки, стосовно основних джерел доходів домогосподарств, у 2008 р. були проведені власні соціологічні опитування у Львівській, Тернопільській та Рівненській областях. Опитування проводилися методом анкетування. Загальна вибірка опитування склала 1800 респондентів віком старше 18 років (у кожній області було відібрано по 600 респондентів економічно активного населення всіх соціальних груп, незалежно від статі, місця проживання, віку та рівня освіти).

Щоб з'ясувати основні джерела формування тішових доходів, респондентам було запропоновано найбільш поширений перелік різних видів тішової діяльності (табл. 1).

Як з'ясувалося, у Львівській області найбільш поширені два джерела отримання неформальних доходів: власний незареєстрований бізнес (21,1%) та заробітна плата «в конверті» (28,9%). У Тернопільській та Рівненській областях найбільшою поширеністю характеризується домашнє господарство (відповідно 33,3% та 27,6%).

Крім цього, аналіз результатів опитування дав підстави стверджувати, що міра поширеності різних видів неформальної діяльності залежить безпосередньо від конкретного місця проживання самого респондента (рис. 1). Тому й виявилось, що серед мешканців села найпоширенішим видом неформальної діяльності є домашнє господарство.

Загалом, за даними дослідження, діяльність за межами формального сектора у більшій мірі (51,9%) притаманна населенню сільської місцевості. На наш погляд, така ситуація спричинена низькою кон'юктурою ринку праці на селі, через яку вибір роботи для багатьох сільських жителів є обмеженим.

Водночас, на основі аналізу найбільш поширених видів неформальної діяльності серед опитаних

(табл. 1), можна дійти висновку, що значна частина сільських жителів працює за межами села (відносно велика частина неофіційних доходів у вигляді заробітної плати у «конверті» спостерігається у Тернопільській та Рівненській областях, де переважає більшість задіяних у неформальній економіці – мешканці села).

Таблиця 1

**Основні джерела неофіційних доходів населення Західного регіону України
(% від кількості респондентів, зайнятих у неформальному секторі)**

Вид діяльності	Область			В середньому по областях
	Львівсь-ка	Тернопіль-ська	Рівненська	
Заробітки за кордоном	16	13,4	12	13,8
Власний незареєстрований бізнес	21,1	16,7	18,9	18,9
Домашнє господарство	2,6	33,3	27,6	21,2
Надання послуг (репетиторство, ремонт, таксування, прибирання домів, догляд за людьми похилого віку та дітьми, ін.)	15,8	10	12,1	12,6
Вулична торгівля	2,6	6,6	7,8	5,7
Заробітна плата «в конверті»	28,9	13,3	8,8	17,0
Інше	2	6,7	3,6	4,1

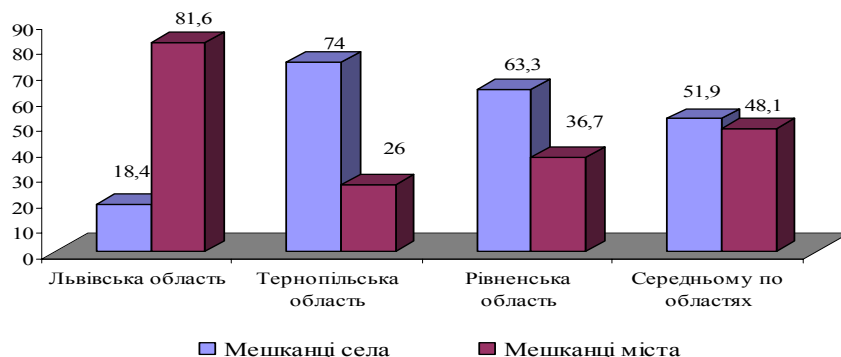


Рис. 1. Розподіл зайнятих у неформальному секторі за місцем проживання

Про поширення неформальної зайнятості серед мешканців села свідчать також результати обстеження сіл. Згідно з їх даними, практично 2/3 працюючого сільського населення не бере участі у формуванні місцевих бюджетів за місцем проживання. При цьому найвища частка зайнятих поза формальним сектором сільської економіки спостерігається в «малобюджетних» областях – Львівській (83,5%), Івано-Франківській (82,9%), Чернівецькій (73,6%), Волинській (73%), Закарпатській (70,8%), Рівненській (70,5%) [7, с. 70].

Як показують результати досліджень, переважаючим видом економічної діяльності для сільських жителів, усіх регіонів України, зайнятих у неформальному секторі, являється сільськогосподарське виробництво (71,6% зайнятих у цьому секторі, або 69,8% усіх зайнятих у зазначеному виді діяльності) [2, с. 106]. Основною формою реалізації якого є особисте селянське господарство (город, домашня міні-ферма, сад або дачна ділянка).

За даними досліджень, саме особисте селянське господарство є найпоширенішою формою самозайнятості сільського населення в Україні. При чому для багатьох мешканців села воно являється практично єдиним джерелом доходів. Однак, через економічну кризу та значне безробіття, як додаткове джерело грошових коштів, особисте господарство набуває поширення і в містах [8].

У більшості випадків, важкою працею люди займаються не для збагачення, а для можливості вижити в складних сучасних умовах ринку, тим більше, що зайняті в особистому господарстві – це здебільшого економічно активні пенсіонери, для яких такий вид доходу є невеликим додатком до мізерних пенсій, які надала їм держава.

Ще однією, досить поширеною формою самозайнятості населення на селі є сільський зелений туризм [9]. Як показує практика, селяни продовжують здавати в оренду туристам кімнати або цілі житлові будинки (котеджі) для відпочинку. Вартість однієї доби зданого в оренду «приміщення» різна залежно від регіону відпочинку та умов, які пропонуються. Наприклад, у Карпатах доба орендованої кімнати туристу обійдеться у 30–50 грн, а разом із харчуванням – у 50–100 грн.

З кожним роком сільський туризм удосконалюється. Корінні мешканці села, з метою заробітку, пропонують туристам найрізноманітніші послуги спортивного, розважального, культурно-просвітницького характеру (піші та кінні прогулянки, автоподорожі, огляд пам'яток, відвідування старовинних сільських будинків, музеїв, історичних місць, спостереження дикої природи, релаксація та ін.). Останнім часом

набуває поширення залучення відпочиваючих до сільськогосподарських робіт – овочівництва, бджільництва, збирання винограду, фруктів, трав та грибів. Завжди цікавим для гостей є знайомство з місцевою кухнею, традиціями та культурною спадщиною.

Досить поширеною формою неформальної діяльності серед населення являється «надомна» робота («надомний» бізнес). Ця особлива форма неформальної самозайнятості населення розвивалася ще за радянських часів. Як правило, вона не вимагала високої освіти й кваліфікації, а оплата праці залежала від кількісних результатів. Водночас асоціювалась «надомна» робота виключно із жіночою працею, оскільки найпоширенішими видами її прояву були шиття, вишивання, в'язання. Сьогодні ж «надомний» бізнес налічує понад 200 різноманітних видів діяльності, більшість з яких є загальновідомими – це і традиційний «надомний» бізнес, і побутове обслуговування, різноманітні види ремесел, художні, наукові (в т.ч. репетиторство), ділові, фінансові, бухгалтерські, консультаційні та комп'ютерні послуги. Власне останні в умовах динамічного розвитку інформаційно-комунікативних технологій, комп'ютерних мереж та програмного забезпечення набувають все більшого поширення серед неформально зайнятого населення. Так, за допомогою комп'ютера заробити додаткові кошти вдома можуть бухгалтери, дизайнери, інженери, конструктори, наукові працівники.

Як джерело неофіційних доходів населення, окремо слід виділити й трудові міграції. Адже, сьогодні, для багатьох верств економічно активного населення вони являються чи не єдиним із не багатьох засобів підвищення рівня життя та уникнення бідності.

Загалом, прийнято вважати, що на заробітки за кордон ідуть представники найбідніших прошарків населення. Насправді ж, у 58% тих, хто збирається за кордон, є робота в Україні [10, с. 34]. Власне, це і є свідченням того, що українські мігранти вирушають на заробітки в країни, де їх праця оплачується дорожче, ніж на батьківщині.

Досить високу еміграцію українців за кордон через низьку оплату праці на батьківщині підтверджують дослідження Є.Гуцула на прикладі українських заробітчан в Італії. Так, для 55% мігрантів основною причиною виїзду стала низька заробітна плата вдома. Ще 25% виїхало у зв'язку з необхідністю придбати в майбутньому житло на зароблений капітал, а 23% не вистачало коштів на оплату навчання дітей. У зв'язку з безробіттям виїхало лише 23% опитаних, ще 20% – через необхідність сплати накопичених раніше боргів [11].

Те, що люди їдуть за кордон за більшими доходами не є дивним. Адже в Україні роботу знайти можна, проте прожити на запропонований заробіток неможливо, а тим більше вирішити життєво важливі матеріальні проблеми. Тому, серед трудових мігрантів, які вирушають за кордон у пошуках «кращої» роботи, 30% власні перспективи пов'язують зі збільшенням доходів, ще майже 40% – з покращенням добробуту членів сім'ї [12, с. 90].

У більшості випадків, на трудову міграцію наважуються особи, котрі вже мають міграційний досвід. Так, троє з чотирьох осіб, які раніше були за кордоном на заробітках, орієнтовані на повторні поїздки. Причому, частка шукачів пристойного заробітку помітно вища серед мешканців областей, які мають кордони з країнами далекого зарубіжжя, і особливо висока (10%) у Закарпатській області, що межує з усіма чотирма західними сусідами України.

Найчастіше українські заробітчани виїжджають за кордон терміном від 1 до 6 місяців. Це так звані мігранти-сезонники. За оцінками спеціалістів центру «Демократичні ініціативи», їх кількість становить від 5 до 7 млн. осіб, з яких 60-80% мають роботу в Україні, а для поїздок зазвичай використовують відпустки [12]. Основними країнами-працевлаштування мігрантів-сезонників є Росія, Польща, Німеччина. На більш тривалий термін – у середньому 1,5-2 роки – трудові мігранти виїжджають до Італії, Іспанії, Португалії.

Основними сферами зайнятості працівників-мігрантів є: будівництво, сільське господарство, колективні послуги (виробництво та монтаж фільмів, прибирання вулиць, будівельного сміття, діяльність у сфері спорту), транспорт і зв'язок, послуги домашньої прислуги (прибирання домівки, готування їжі, доглядання дітей та немічних людей похилого віку), промисловість (переважно виробництво товарів широкого вжитку – хлібобулочних виробів, одягу, взуття), сфера торгівлі та сервісу (у т.ч. готельний бізнес). При цьому розподіл трудових мігрантів за сферами діяльності суттєво варіює залежно від статі та країни перебування. Наприклад, в Польщі, Чехії, Словаччині і Португалії люди зайняті на будівництві та присадибному господарстві. В Італії, Великобританії, Німеччині, Іспанії доглядають за хворими і особам похилого віку. В США, Канаду, Ірландію, Ізраїль приїжджають працювати програмісти, медики, підприємці [12, с. 89].

Більшість громадян України (до 85%) виїжджають на роботу за кордон не на підставі відповідної візи, а за допомогою туристичних, гостьових віз, ваучерів чи запрошень. Як правило, після завершення строку дії «такої» візи, заробітчани не афішують свою присутність в іноземній країні, оскільки переходять на нелегальне положення. За деякими оцінками, кількість нелегальних мігрантів лише до європейських країн сягає більш як 20 млн осіб, у т.ч. до Європейського Союзу – 13 млн. Говорити про точні оцінки та підрахунки щодо обсягів трудової міграції в окремо взятій країні неможливо. Адже, мігранти не завжди працюють в тій країні, куди планували поїхати або навіть поїхали. Виїзд українців в одну з країн Європейського Союзу необов'язково означає їх остаточне місце призначення. Офіційно в'їхавши в

Шенгенську зону, мігрант може опинитися нелегалом у будь-якій іншій країні-учасниці цього договору. Наприклад, як зазначає Інтернет-видання ForUm сотні тисяч українців, які виїжджають на заробітки до Німеччини, з'являються в сусідніх країнах. Тобто Німеччина відіграє свого роду роль перевалочного пункту, звідки люди вже відправляються в Італію, Іспанію, Португалію та Австрію [13, с. 84].

Дослідження причин нелегальної трудової міграції українців свідчать про наявність низки бюрократичних перепон як в Україні, так і в країні-призначення. Так, деякі фахівці стверджують, що переважна більшість українських мігрантів просто не знають про легальні механізми виїзду за кордон та шукають нелегальні шляхи, які і дорожчі та більш небезпечні. Наприклад, в Чехію офіційно оформитися можна за 600-700 дол. США, що в п'ять разів дешевше тінювих тарифів. Тобто багато трудових мігрантів, особливо нових, виходячи з досвіду своїх колег, щоб потрапити за кордон, платять посередницьким структурам значні суми грошей, часто віддаючи при цьому свої домівки або іншу нерухомість під заставу. За даними правоохоронних органів, організатори нелегальної міграції отримують від кожного мігранта – залежно від «точки» призначення і етнічного походження – 1,5-2 тис. дол. США. Іншою проблемою нелегальної міграції українців є її пропагування з боку спеціалізованих організацій, для яких це основний вид бізнесу. Прибутковість таких структур у всьому світі, не поступається контрабанді наркотиків та зброї, та становить понад 30 млрд дол. США щорічно [13, с. 85].

Багато бюрократичних перепон є і в країнах прибуття. Наприклад, потрапити в ЄС легально зовсім не просто. Потрібно подолати багато «візових» бар'єрів, пред'явити багато документів. Коштує це не дешево і контроль до приїжджаючих дуже прискіпливий. Крім того, в країнах ЄС дозволено працевлаштовуватись лише окремим категоріям фахівців, в основному дослідникам, артистам, журналістам, священикам, спортсменам, технологам, інженерам, фінансистам, управлінцям.

Через «жорсткі» умови візового режиму, шукачі пристойного заробітку все частіше переходять на нові форми трудової міграції, які менш тривалі та більш безпечні. Такими формами міграції є внутрішні міграції (в межах країни, зокрема до Києва, Київської області, Одеси, Харкова), прикордонний бізнес (так звані «піші» переходи через кордон) та «човникова» торгівля.

Прикордонний бізнес притаманний переважно регіонам Західної України, оскільки головною країною-споживачем товарів «пішого» переходу виступає Польща.

Зазвичай, у потоках «пішого» заробітку широко представлене населення малих міст та сільської місцевості. Отримуючи візи заробітчани вирушають до кордону. Черги на кордоні становлять кілька тисяч осіб. Лише через пішохідний перехід міжнародного автомобільного пункту пропуску «Шегині» щодня проходить близько 3,5 тисячі людей. У свята ж кількість піших туристів тут сягає семи тисяч.

За словами митників, і українці, і поляки найчастіше возять до Польщі гречку, цукор, круп'яні та кондитерські вироби. Кількість таких перевезень, окремими учасниками «пішого» заробітку, збільшується залежно від того, наскільки ліберальна зміна чергує на польській ділянці кордону. Серед тих, хто часто перетинає кордон заради саме заробітку на різниці в цінах, приблизно 30% українців, решта – поляки [14].

Українські заробітчани використовують «чесно» зароблені кошти на власний розсуд. Одні – перевозять їх в Україну, намагаючись таким чином покращити добробут своєї сім'ї на батьківщині. Інші – витрачають їх у країні-споживача «піших» товарів, купуючи дешевші товари. При цьому закупівля товарів здійснюється як на продаж, так і для внутрішнього використання.

Придбавши за кордоном «дешеві» товари, українці заробляють, продаючи привезене вдома. Такий спосіб заробітку отримав назву «човникового» бізнесу. На думку експертів, у цьому бізнесі нині перебуває не більше 400–450 тис. українських громадян. Водночас, його об'єктами є передусім товари легкої промисловості: одяг, взуття, продукти харчування, в тому числі фрукти та овочі. Зазначені товари перевозяться «човниками» як з використанням автомобільного транспорту, так і автобусними та залізничними маршрутами.

Основними країнами-джерелами товарів для «човників», крім Польщі, є Туреччина, Греція, Росія, Китай, ОАЕ, меншою мірою – Італія, Іран, Румунія і країни Західної Європи. Майже не зустрічаються «човникові» поставки із скандинавських країн, Північної Африки і Америки.

Каналами реалізації товарів «човникового» бізнесу в Україні є приватні крамниці роздрібної торгівлі та ринки, на яких реалізовується абсолютна більшість продукції.

«Човникові» міграції допомагають багатьом українцям вижити, дозволяють набутися досвіду господарювання в ринкових умовах, уможливають перетворення частини з них на підприємців.

Висновки. Підсумовуючи результати дослідження, однозначно можна стверджувати, що значною мірою тінюва діяльність домашніх господарств України представлена неформальною зайнятістю, тобто сукупністю економічних відносин, які характеризують участь населення у дозволених законом економічній діяльності, результати якої не враховуються офіційною статистикою, а доходи не підлягають оподаткуванню. Говорячи окремо про трудову міграцію, як джерело тінювих доходів домашніх господарств, необхідно насамперед зважати на те, що нерегламентовані форми її здійснення перетворюють більшу частину трудових мігрантів на неформально зайнятих.

Головна причина тінювої (неформальної) діяльності населення України пов'язана безпосередньо з їхньою об'єктивною реакцією на нездатність держави ефективно керувати економічними процесами. Тому,

неформальний сектор стає основним полем діяльності широких мас населення не внаслідок відсутності вакансій у легальному секторі, а із причини низького рівня офіційних доходів. Так, за неможливості заробити мінімум коштів для існування, працюючи лише у сфері офіційної економіки, у неформальному секторі, за бажанням, завжди можна отримати певний дохід, причому куди більший порівняно з офіційним.

Зрештою, необхідно також відзначити, що сьогодні неофіційний сектор створює реальні умови для розвитку підприємницької ініціативи й отримання більш високих доходів, а для певної категорії населення він взагалі становить єдину можливість мати хоч якийсь дохід, щоб забезпечити своє існування.

З метою зниження рівня неформальної зайнятості населення України державним органам влади необхідно розробити та реалізувати низку заходів. При підготовці цих заходів потрібно виходити з об'єктивної реальності та світового досвіду, який показує, що в реальних політичних, економічних та соціальних умовах повністю подолати тіньову економіку, а отже й неформальну зайнятість, практично неможливо. Орієнтиром може бути лише її обмеження до рівня розвинутих країн світу. Тому державна економічна політика має бути зорієнтована не лише на боротьбу з цією об'єктивно існуючою проблемою, а й на удосконалення інституційного середовища країни з тим, щоб було не вигідно займатися тіньовою економічною діяльністю. Тобто необхідно створити таке інституційне середовище, де тіньова економіка була б неефективною.

Зокрема, для обмеження масштабів тіньової економічної діяльності доцільно реалізувати мотиваційну складову детінізації вітчизняної економіки, яка повинна передбачати зниження податкового навантаження, спрощення податкового законодавства та регулювання економічної діяльності одночасно з покращенням якості державних послуг. Наявність у мотиваційній складовій детінізації економіки оптимізації податкової системи не є випадковою. Адже відомо, що розміри тіньової діяльності помітно взаємозв'язані з величиною податкового навантаження. В Україні, на превеликий жаль, чинне податкове законодавство не заохочує суб'єктів економічної діяльності інвестувати гроші в легальну економіку, що призводить до приховування частини продукції, і відповідно, прибутку підприємств від оподаткування, а отже й до зниження бюджетних надходжень.

Однак, оптимізація податкової системи України не є єдиним шляхом зниження обсягів тіньової діяльності. У комплексі також необхідно провести заходи щодо: ліквідації чи зведення до мінімуму адміністративних бар'єрів; прозорості та простоти процедури створення, реорганізації й ліквідації підприємств.

Реалізація зазначених рекомендацій, дасть змогу Україні хоча б на декілька відсотків зменшити рівень тіньової економіки в країні. Перспективи ж подальших розробок у цьому напрямі полягають у більш структурованому та детальному описі кожного із запропонованих шляхів, розробці поетапних операцій, які акумулювали б діяльність влади та громадян нашої держави.

Література

1. Лібанова Е. Проблеми формування й розвитку неформального сектора ринку праці в Україні / Е. Лібанова, А. Баланда // Україна: аспекти праці. – 1998. – №3. – С. 3–8.
2. Баланда А.Л. Структура зайнятості населення в контексті забезпечення захищеності життєво важливих інтересів України / А.Л. Баланда // Економіка та держава. – 2008. – № 9. – С. 103–107.
3. Петрова І. Заходи економічної та соціальної політики в сегменті неформальної зайнятості / І. Петрова // Україна: аспекти праці. – 2006. – № 3. – С. 3–8.
4. Соколик М. Аналіз і макрооцінка недекларованих доходів населення України, використаних на споживання / М. Соколик // Україна: аспекти праці. – 2001. – № 4. – С. 26–34.
5. Большая О.В. Проблема неформальної зайнятості в Україні / О.В. Большая // Держава та регіони. – 2007. – № 1. – С. 45–49.
6. Чернявська Ю.Б. Актуальні проблеми розвитку ринку праці на селі / Ю.Б. Чернявська // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 5(83). – С. 124–131.
7. Прокопа І.В. Зайнятість сільського населення в Україні: територіальна диференціація / І.В. Прокопа, О.Л. Попова, М.Г. Бетлій // Економіка і прогнозування. – 2007. – № 3. – С. 56–74.
8. Свиноус І.В. Вплив доходів від ведення особистого селянського господарства на формування сімейного бюджету в умовах економічної кризи / І.В. Свиноус // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 2, Т. 1. – С. 83–85.
9. Сільський туризм невикористана можливість українського села [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.civicua.org/library/view.html>
10. Гетьманчук А. Секретное оружие украинской евроинтеграции / А. Гетьманчук // Контракты. – 26 июня 2004. – № 30. – С. 33–35.
11. Гуцул Е. Трудовые приключения украинцев в Италии... / Е. Гуцул // Зеркало недели. – 20–26 ноября 2004. – № 47(522). – С. 8–9.
12. Гайдуцький А.П. Характерні риси української трудової міграції за кордоном / А.П. Гайдуцький // Економіка та держава. – 2007. – № 9. – С. 88–92.
13. Гайдуцький А.П. Масштаби трудової міграції українців за кордон / А.П. Гайдуцький //

Надійшла 18.04.2011

УДК 658

А. О. ЛЕВИЦЬКА

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕВОЛЮЦІЇ ВИЗНАЧЕННЯ ТА ТРАКТУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В даній статті автором розкрито актуальність конкурентоспроможності підприємства в ринкових умовах, досліджено та проаналізовано зміст трактувань «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства», а також запропоновано власне визначення конкурентоспроможності підприємства, враховуючи фактори впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

In the given article the author opens an urgency of competitiveness of the enterprise in market conditions, the maintenance of interpretations "competitiveness" and "competitiveness of the enterprise" is investigated and analysed, and also own definition of competitiveness of the enterprise is offered, taking into account factors of influence of the external and internal environment.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства, ринкові умови.

Однією з важливих характеристик підприємства в умовах глобалізації визначається показник рівня конкурентоспроможності підприємства, підтримання конкурентних переваг на ринку. Для сучасного стану ринкового середовища, в якому функціонують підприємства, характерними є нестабільність макроекономічних та мікроекономічних чинників розвитку, у зв'язку з чим особливої ваги набуває формування конкурентних переваг діяльності одних підприємств порівняно з іншими. Одним із головних завдань на шляху розбудови в Україні ефективного функціонуючої ринкової економічної системи є вирішення складних питань забезпечення вітчизняного ринку високоякісними і конкурентоспроможними товарами, а, і вихід з ними на міжнародний ринок.

В сучасних умовах високий рівень конкурентоспроможності підприємства залежить насамперед від високого рівня конкурентоспроможності продукції. Насамперед, конкурентоспроможність – одна з головних складових успіху будь-якого підприємства. Термін «конкурентоспроможність» може бути застосований до продукції чи товару, підприємства (виробника), галузі (національної економіки). Кожна з цих категорій має суттєві відмінності та характерні риси, які підтверджують правомірність такої їх диференціації. Конкурентоспроможність підприємства досягається за рахунок створення конкурентних переваг у порівнянні з іншими підприємствами конкурентами, тобто за рахунок тих самих методів, що й конкурентоспроможність продукції, зважаючи на те що ці поняття схожі та не розривні між собою. Узагальнюючими для цих категорій є те, що вони відображають здатність об'єкту дослідження ефективно виконувати свої функції в умовах формування конкурентного середовища.

Аналіз наукових праць і публікацій свідчить, що науковці більше висвітлюють проблему підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства, ніж її забезпечення. З цих питань у світі щороку видаються десятки наукових праць, журналів, їх розробляють сотні наукових підрозділів, постійно проводяться міжнародні та національні конференції, симпозиуми. І хоча механізм забезпечення конкурентоспроможності розроблений ще недостатньо повно, його теоретична, методологічна й практична значимість уже широко визнана, оскільки наука і практика відчують потребу в нових ідеях.

Теоретичні проблеми забезпечення конкурентоспроможності завжди посідали чільне місце у системі наукових досліджень практично усіх економічних шкіл і течій. Слід урахувати й те, що в економічній науці, на нашу думку, ще чітко не сформувалася методологія управління конкурентоспроможністю підприємства. У процесі зародження знаходяться проблеми конкурентоспроможності, які визначаються окремими течіями та напрямками, що розвиваються на власних методологічних засадах чи конкурують між собою.

Сьогодні виникають нові відносини між виробниками та споживачами продукції, коли виробник має постійно піклуватися про пошук тих переваг, які забезпечують йому належний рівень конкурентоспроможності відносно конкурентів. Однак, неефективна робота українських підприємств в умовах конкуренції, невизначеність концептуальних підходів до трактування поняття «конкурентоспроможність», та практичних питань управління конкурентоспроможністю підприємства потребує проведення серйозних досліджень в цій сфері. Для формування системи управління конкурентоспроможністю необхідно зробити ретельний аналіз існуючих точок зору, критичне осмислення існуючих у світі підходів до поняття конкурентоспроможності.

Багато авторів у своєму розумінні цієї категорії базуються на теорії конкурентної переваги М. Портера, у відповідності до якої конкурентоспроможність підприємства, як відносна категорія, може бути оцінена у межах груп підприємств, які належать до однієї галузі [1].