тичних знань тощо. Система вищої освіти має орієнтуватися на принцип безперервної адаптації до перспективних змін. Для цього потрібно вивчати та враховувати чинники впливу на розвиток системи вищої освіти:

- попит на освітні послуги;
- структуру спеціальностей;
- конкурентне середовище;
- зміни державного замовлення;
- вимоги споживачів освітніх послуг;
- економічні можливості населення.

Результатом маркетингової діяльності мусить бути розробка Програми розвитку освітніх послуг на перспективу, яка вирішуватиме такі питання:

- маркетинговий аналіз існуючого стану освітніх послуг;
- моделювання ринку освітніх послуг;
- прогнозування потреби у фахівцях.

Підготовка спеціалістів вищим навчальним закладом з урахуванням тенденцій щодо розвитку освітніх послуг на перспективу надасть змоги випускникам стати конкурентоспроможними на ринку праці, а ВНЗ - забезпечить конкурентні переваги.

ЛІТЕРАТУРА

1. Навроцький О.І. Вища школа України в умовах тзансформації суспільства. - Х.: Основа, 2000. - 240 с.
2. Оболенська Т.С., Спяк Т.І. Проблеми планування у вузі й використання інформаційних моделей і комп'ютерних технологій при складанні навчальних планів дисциплін/ Тернопільський інститут народного господарства. - К.; 1993,- 166 с.
3. Смирнов С.Б. Принцыпы и этапы прогнозироваеия развития системы высшего профессионального образования / Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов,- Препр.- СПб.,2001,-32 с.
4. Третьякова Т.Н. Педагогические проблемы маркетинга образования / Южноуральский государственный университет сервиса и легкой промышленности - Челябинск: Изд. ЮУрГУ, 2000 - 213 с.
5. Управление качеством образования: тезисы докладов региональной научно-методической конференции, 5-6 апреля 2001 г./ Ж.П.Павлова и др. - Владивосток: Изд. ДВГАЭУ, 2001,- 188 с.

РОЛЬ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В СТРУКТУРІ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Довганич М.І.,
викладач кафедри Фінанси

Міжнародний університет "РЕП" ім. акад. Степана Дем 'янчука

Світовий досвід свідчить про те, що одним із важливих елементів ринкової економіки є існування і взаємодія великих, середніх і малих підприємств. При цьому малі підприємства розглядаються як самостійна форма функціонування і розвитку сучасних продуктивних сил, а не як додаток до великого виробництва.

Для України значення підприємництва є винятково актуальним. Адже розвиток підприємницьких структур сприяє вирішенню проблем переходу до ринку, забезпеченню зайнятості вивільнених працівників та потреб суспільства в продукції та послугах, притаманних цьому сектору економіки. Тому проблемами розвитку малого і середнього бізнесу займається немало українських учених, серед останніх наукових досліджень яких слід виділити праці Варналія З.С.[1] та Воротіної Л.І.[2]

Економічна суть малих підприємств полягає насамперед у тому, що їх ринкові партнери формуються відповідно до економічних особливостей функціонування малих господарських форм у ринковому просторі країни чи регіону. Існують певні риси, що притаманні малим підприємствам і які формують їх економічний зміст та зумовлюють роль і місце в ринковій економіці:

1) малі підприємства - це підприємства ризикової виробничої діяльності, тобто ті, що за власного ініціативою, за власним розсудом та бажанням і звісно ж можливостями здійснюють підприємницьку діяльність;

2) вони виконують роль першопрохідників у науково-технічному прогресі, де відпрацьовуються нові технології та розробки, нова техніка. Це дає змогу не ризикувати всім обсягом виробництва, капіталу, робочої сили, а в малих формах моделювати нові виробничі ідеї і лише після певного досвіду перенести їх у суспільне виробництво в цілому;

3) малі підприємства позбулися громіздких форм виробничого, фінансового менеджменту та маркетингу;

4) підприємства малого бізнесу швидко переналагоджуються відповідно до вимог ринку, вони гнучкі і спроможні оперативно реагувати на зміни економічних обставин товарного виробництва;

5) малі підприємства стійкіші до економічних криз, банкрутств, ніж виробничі велетні;

6) малі підприємства спроможні швидкими темпами вирішити проблему зайнятості населення завдяки створенню нових робочих місць у структурах малого бізнесу;

7) підприємства малого бізнесу спроможні у найкоротші строки накопичити "первісний капітал" та при достатньому обсязі інвестувати його у виробництво.

Перелік характерних рис малого бізнесу може бути продовженим з урахуванням особливостей становлення та розвитку ринкових відносин у різних країнах та регіонах світової економіки. Малий бізнес є невід'ємною складовою високорозвиненої ринкової економіки, атрибутом сучасної моделі ринкового господарства. Ця форма підприємництва надає економіці гнучкості, мобілізує солідні фінансові та виробничі ресурси, створює сприятливе середовище для конкуренції. Вона є важливим фактором структурної перебудови та раціонального використання ресурсів, вирішення соціальних проблем. Створення нових підприємств, з одного боку, означає підвищення сукупного попиту на матеріали, машини, оснащення, робочу силу, а з іншого, - зростання ринку нових товарів та послуг, тобто спонукає прискорення темпів економічного розвитку суспільства. Розвиток малого бізнесу пов'язаний не тільки з вирішенням економічних, а й соціальних проблем, тобто використанням робочої сіоти в умовах хронічного безробіття. Ось чому малий бізнес хронічно входить в економічні системи найбільш розвинутих країн світу.

Трансформаційний процес в Україні включає формування могутнього приватного сектора. Це може бути досягнуто двома шляхами: по-перше, приватизацією того що є; і, по-друге, формуванням умов для виникнення нових підприємств. У ситуації, коли великі підприємства не працюють, вихід є в розвитку малого та середнього підприємництва.

Активізація малого та середнього бізнесу є суттєвим фактором успішного розвитку ринкових відносин і стабілізації економіки. Підтримка малого та середнього бізнесу сприятиме поглибленню ринкових перетворень і вирішенню найбільш складних соціальних питань. Крім значного економічного та соціального ефекту, який приносить малий бізнес перехідним економікам, він може також впливати на політичний розвиток країни. Розширення сектора малого бізнесу сприяє створенню середнього класу, який визнає необхідність демократичних перетворень і є найбільш законослухняним. Малий бізнес - це джерело політичної підтримки ринкових реформ.

Сучасний підприємницький сектор визначає темпи економічного зростання, структуру та якість ВВП. Сектор малого бізнесу в країнах-лідерах світової економіки займає значне місце не тільки за трудовими ресурсами (не менше половини зайнятого населення), а й за результатами діяльності (50-70% внеску у створення ВВП). Зростання кількості малих підприємств можна пояснити також низькими витратами виробництва. Це зумовлено тим, що, по-перше, економія досягається за рахунок вузької спеціалізації малих підприємств, адже більшість малих підприємств не виробляє широкого асортименту продукції. Це дає можливість їм не витрачати багато коштів на постійний капітал. По-друге, вузька спеціалізація дозволяє малим підприємствам використовувати більш сучасне обладнання і досягти вищого рівня продуктивності праці.

Характеризуючи стан розвитку малого бізнесу в Україні слід відмітити, що масштаби та внесок малого бізнесу далекі не тільки від економічно-розвинених країн, але і від таких країн, як Польща, Чехія, Угорщина, Словенія, країни Балтії. Наприклад, у Польщі з населенням 39 млн.чол. діє 2 млн. малих підприємств, які є однією з передумов високих показників економічного розвитку польської економіки. В Україні ж з населенням 50

млн.чол. діє приблизно 197 тис. малих підприємств, з чисельністю 1 млн. чол. Крім того, близько 2 млн. чоловік діють без створення юридичної особи. В умовах прихованого безробіття в Україні, тільки малі фірми можуть досить швидко створити нові та зберегти існуючі робочі місця. Частка малих та середніх підприємств у створенні ВВП значно менша, ніж у країнах з розвиненою економікою і складає лише близько 10%, тоді як у країнах ринкової економіки - 50 - 70%.[3] Більше того, починаючи з 1994 р. процес створення малого підприємництва навіть загальмував, що свідчить про несприятливі умови для розвитку малого бізнесу. Причому, мале підприємництво розвивається переважно у сферах торгівлі, громадського харчування, матеріально-технічного забезпечення, збуту та заготівлі - 53% від загальної кількості діючих, у промисловості - 14%, будівництві - 11%, побутовому обслуговуванні - 5%, у сфері транспорту і зв'язку - 2%. Більшість малих підприємств, зареєстрованих як промислові, основні доходи отримують від торгівельно-посередницької діяльності.[4]

Існує ряд негативних факторів, що призвели до скорочення темпів приросту малих підприємств із загальної кількості зареєсгрованих, а саме: скасування пільг за останні роки, відсутність державної підтримки, надмірне втручання в економічну діяльність підприємств з боку держави. Однією з найгостріших у діяльності більшої частини суб'єктів малого підприємництва є проблема пошуку та отримання фінансових ресурсів.

Світовий досвід свідчить, що малі підприємства мають певні закономірності свого розвитку, зокрема підприємства малого бізнесу мають свої етапи становлення. Професор із Польщі Б.Пясецький виділяє чотири етапи становлення малого і середнього бізнесу: 1) "народження"; 2) фаза "бурхливого зростання"; 3) "насичення"; 4) "саморегуляція" з відповідними структурними перетвореннями. На останньому етапі досягається насичення, тобто конкурентна щільність, в результаті якої відбувається "відмирання" слабких і компенсуюча зміна їх новим бізнесом. За середніми оцінками перша фаза займає рік, друга - два роки і третя - менше року.[5] Якби економічна реформа в Україні йшла з більшим успіхом, то до кінця 1996 р. сектор малого бізнесу досяг би етапу "саморегуляції". На цьому етапі, відповідно до розміру території, чисельності населення, кількості зайнятих у народному господарстві малих підприємств повинно бути приблизно 2,5 - З млн, на яких зайнято не менше 10 млн. чол. Таким чином, за кількістю малих підприємств та за чисельністю зайнятих в них Україна відстає від орієнтирів фази насичення. Тому для розвитку сектора малого бізнесу потрібно створити умови для входу і виходу із бізнесу, а саме: мережу довідково-консалтингових служб для підприємців; забезпечити доступ підприємців до трьох найперших ресурсів бізнесу - фінансів, приміщення, обладнання; сформувати сприятливий суспільний клімат, стимулюючі місцеві умови для людей, які бажають займатися бізнесом.

Розуміння важливої економічної та соціальної ролі малого бізнесу виражається в тому, що в багатьох країнах світу створені спеціальні державні органи сприяння розвитку малого бізнесу. Державна підтримка малого бізнесу на етапі ринкових перетворень є одним з пріоритетних напрямів у процесі формування економічної політики.

В Україні формування державної політики фінансової підтримки малого бізнесу є складним процесом, який вимагає посиленої уваги з боку органів державної влади та об'єднань підприємств. Місцеві органи державної влади та органи місцевого самоврядування повинні самостійно визначити пріоритетні напрямки державної підтримки підприємництва згідно з законодавством, залучати до підприємницької діяльності соціальне незахищені верстви населення, приймати рішення про виділення коштів з бюджету для підтримки малого підприємництва, сприяти діяльності об'єднань підприємців по розвитку малого підприємництва. А для того щоб малий бізнес успішно розвивався, перш за все, необхідно сформувати сприятливе податкове середовище та розвинути систему пільгового кредитування.

Таким чином, одним із вирішальних елементів формування та перспектив розвитку ринкової економіки України є розв'язання проблем малого бізнесу та його інтенсивного розвитку, оскільки економічне зростання малих підприємств має стати основою вирішення проблем безробіття, ефективного використання ресурсів, голов-

ним джерелом доходів населення, а також впливати на політичний розвиток країни

ЛІТЕРАТУРА

1. Варналій З.С. Тенденції становлення малого підприємництва та громадських об'єднань підприємців в Україні. - К., 1996. - 38 с. Варналій З.С., Сергійко О.В. Мале підприємництво в країнах з прехідною економікою (проблеми державної підтримки). - К„ 1999. - 68 с.
2. Воротіна Л.І. Малий бізнес та підприємництво як засіб адаптації до ринкових форм господарювання. - К., 1996. - 34. Воротіна Л.І. Малий бізнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання. - К., 2002.-61 с.
3. Шегда А., Божидарнік Т. Стратегія розвитку підприємництва в Умовах перехідної економіки України // Підприємництво, господарство і право. - 2002.— № 5. - С. 102 —105.
4. Ходов АО. О структуре малово бизнеса и особеностях его мотивации // Вопросы економики. - 2002.— №7.
5. Piasecki Ed.B. Policy on small and medium - sized enterprises in Central and Eastern Euripean Countries. - Warsawa, 1992. - 263 p.

РЕЗЮМЕ

У статті розглядається економічна суть малих підприємств, їх роль і місце в ринковій економіці. Характеризується стан, проблеми розвитку та пропонуються напрямки щодо підтримки малого бізнесу в Україні.

РЕЗЮМЕ

В статье рассматривается экономическое значение малых предприятий, их роль и место в рыночной экономике. Характеризуется состояние, проблемы развития и предлагаются направления поддержки малого бизнеса в Украине.

SUMMARY

The article show us the economical value of a small enterprises, their role and the plane at the market economy. There is a characterization of their condition, the problem of the development and some suggestion for the supporting a small business in Ukraine.

ТЕОРІЯ ВАРТОСТІ В СУЧАСНІЙ ОЦІНОЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: НОВІ АСПЕКТИ

Євтух О.О.,
аспірант кафедри фінансів
підприємств і кредиту

Волинський державний університет імені Лесі Українки

Світова фінансова наука в наш час концентрується навколо трьох основних теоретичних питань: оцінка вартості активів, вартість грошей в часі та управління ризиком. Оцінка активів є ключовим фактором при прийнятті багатьох фінансових рішень, свідчать Зві Боді та Роберт Мертон [1]. Оцінка активів була предметом розгляду вчених *з* давніх часів, і була безпосередньо пов'язана з дослідженням суті вартості та підходів до визначення її величини. Вартість як основна категорія в економіці ще з стародавніх часів була в центрі уваги економічної наукової думки. Безпосередню увагу цій категорії приділяли такі всесвітньо відомі вчені, як В. Петті, А. Сміт, Д. Рікардо, Ж. Б. Сей, К. Маркс, А. Маршалл, Дж. Хікс, У. Шарп, Ф. Модільяні, Р. Мертон, Дж. Фрідман, Н. Ордуей, Г. Харрисон та багато інших. Серед вітчизняних вчених, що розглядали питання вартості та її оцінки, останнім часом роботу з цього напрямку проводили А. Гриценко, М. Павлишенко, В. Кириленко, Л. Кириленко, Я. Маркус, В. Галасюк та інші.

Проведені дослідження вказують, що проблема вартості розглядається за двома основними напрямками. Перший напрям - це напрям економічної теорії, в якому досліджується субстанційна основа вартості, тут вартість, як правило, розглядається на макрорівні. Другий напрям - в рамках фінансової науки, та пов'язаний він з проблемами визначення величини вартості активів. Практичне застосування результати досліджень цього напряму знаходять на мікрорівні. На жаль, сьогодні дослідження за цими двома напрямами мало поєднані. Тим самим стримується розвиток теорії