

УДК 338

„НОВА ЕКОНОМІКА” І МОЛОДІЖНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО**О.В. Стефанишин**

Розглядаються чинники й особливості розвитку молодіжного підприємництва в сфері високотехнологічних послуг.

The author describes main factors and perspective spheres of further development of the youth entrepreneurship.

Стратегія ринкових реформ в економіці України має передбачати і відповідну трансформацію трудового потенціалу. Ці зміни відобразатимуть інноваційну модель економічного розвитку, що супроводжується зростанням ролі трудового потенціалу молоді.

„Нова економіка” (New Economy) – це процеси перемін у сфері комунікації, фінансів і торгівлі, а також новий підхід у підприємстві. Вона тісно пов’язана з впливом технічного прогресу на економічне зростання. Головну роль при цьому відіграють інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), які здатні пришвидшити даний процес за умови, коли ті сфери, в яких поширені ІКТ, зростають самі по собі, коли відбувається збільшення потоку інвестицій у сектор інформаційно-комунікаційних технологій, що поліпшує якість і знижує ціни на продукцію ІКТ. Разом з тим існують так звані ефекти „овер-спілл” (overspill), як наприклад, поширення Інтернету та розвиток електронної торгівлі. Усе це обумовлює зниження витрат та покращення організаційних структур підприємств.

Рушійною силою „нової економіки” є зниження витрат на трансакції, пов’язане з використанням Інтернету і завдяки якому вдається економизувати навіть ті сфери, що до цих пір були вплетені в щоденне життя (інформація про пам’ятники архітектури, про автошляхи та ін.). Створення інформаційно-технологічної мережі змінить також відносини та комерційні процеси на підприємствах старої економіки. Особливо цікавою сьогодні є зміна відносин між підприємствами через утвердження віртуальних ринків. Згідно з оцінками експертів, незабаром через Інтернет здійснюватиметься до 22% загальної торгівлі. Оновлення економіки відбувається не лише за рахунок збільшення кількості новостворених підприємств, але й завдяки впровадженню близьких до ринкових механізмів координації трансакцій на існуючих підприємствах.

Окреслені світові тенденції інтелектуалізації праці вимагають ефективного використання трудового потенціалу молоді, що за своєю структурою і професійним складом спроможний задовольнити потреби економіки. Але для сучасного перехідного стану національної економіки характерна працевнадлишкова кон’юнктура на молодіжному ринку праці. Статистичні дані показують, що частка зареєстрованих безробітних серед молоді складає понад 30% [1]. Така ситуація зумовлює необхідність здійснення активної державної політики зайнятості молоді на всіх рівнях ринку праці (локальному, регіональному, всеукраїнському) і передусім стимулювання розвитку молодіжного підприємництва.

Основні концептуальні засади розвитку підприємництва в Україні розроблені вітчизняними вченими-економістами (З.Варналій, О.Кузьмін, В.Колот, С.Покропивний, С.Резерчук та ін.). В економічній літературі зустрічаються різні варіанти класифікації видів підприємництва залежно від змісту діяльності. Так, одна група вчених економістів виокремлює виробниче, торговельне і фінансове підприємництво, друга – виробниче, комерційне, фінансове та консультативне [3], а третя – аж п’ять видів підприємництва: виробниче, торговельне, фінансово-кредитне, страхову та посередницьку діяльності [4]. На наш погляд, два останні варіанти є більш прийнятними, оскільки передбачають значну конкретизацію видів підприємницької діяльності.

Однак в економічній науці відсутній поділ підприємництва з врахуванням соціальних особливостей здійснення підприємницької діяльності – на молодіжне і немолодіжне (зріле) підприємництво. Вважаємо, що молодіжному підприємству властиві такі основні риси: легка адаптація до нових соціально-економічних умов; особлива активність у розвитку приватного сектора економіки (малий і середній бізнес);

новаторська сутність;
великі можливості в перспективних сферах діяльності.

До молодіжного підприємництва можна віднести підприємницьку діяльність людей віком до 29 років. Молодь загалом позитивно сприймає підприємництво, прагне навчатись у закладах освіти, які забезпечують короткий шлях до підприємницької діяльності. Наприклад, нерідко молоді люди отримують другу вищу освіту – економічну або юридичну. Соціологічні дослідження показують, що студенти які здобувають вищу економічну освіту, зорієнтовані на роботу в приватному секторі. Половина з них планує організувати власне виробництво. Крім того, 75% студентів-економістів професійну перспективу пов'язують з діловими типами кар'єр. Основними сферами діяльності молодих підприємців є торгівля, громадське харчування, банківська і страхова справа, інформаційно-комунікаційний бізнес.

Успішний розвиток національного молодіжного підприємництва передбачає необхідність врахування таких чинників:

1. Особливості різних вікових груп молоді. Так, підліткова група (молодь віком до 19 років) – це, в основному, учні середніх шкіл, ліцеїв, професійних училищ. Питома вага їх серед економічно активної молоді України складає 33% [2]. Вони переважно не залучені до трудової діяльності. Однак істотне зниження життєвого рівня значної частини населення змінило життєву позицію цієї категорії молоді. Багато з них намагаються заробити гроші будь-яким чином, переважно – це самозайнятість або праця у неформальному секторі економіки. Молодь у віці 20–24 років – це, головним чином, випускники закладів освіти. Питому вага цієї вікової групи складає 70% економічно активної молоді. Вони є найбільш вразливою групою, бо вступають на ринок праці, не маючи достатнього професійного й соціального досвіду і тому є менш конкурентоздатними, уже на стадії первинного розподілу стають безробітними. У 25–29 років молодь, в основному, уже здійснила професійний вибір, має кваліфікацію, певний життєвий і професійний досвід. Вона становить 85% економічно активної молоді [2], є мобільною і конкурентоздатною.

2. Перспективні сфери молодіжного підприємництва. Оскільки молодь найшвидше відгукується на нововведення, є менш консервативною, тому дуже важливим сектором молодіжного підприємництва [2] має стати сфера високотехнологічних послуг, „нова економіка” [5]. Наприклад, уже тепер кількість зайнятих у цьому секторі послуг в Німеччині збільшилася з 52 до 75%, причому ті види діяльності, які безпосередньо пов'язані з переробленням та передаванням інформації, зросли з 29 до 55% проти загальної зайнятості в секторі послуг.

У зв'язку з тим постала необхідність удосконалення системи освіти на основі запровадження нових інформаційних технологій, надання організаційної і фінансової підтримки молодим підприємцям, які працюють у секторі „нової економіки”.

Сучасна система розвитку інформаційного комунікаційного бізнесу включає такі напрямки:

змістовна інформація – інформаційні бюлетені, газети, журнали, довідкові покажчики, книги, публікації, кінофільми тощо;

допоміжні послуги – ризиковий капітал і банк, проектування системи програмування, електронне передавання документів, дослідники ринку й умов бізнесу, рекламні агентства, біржові маклери тощо;

інформаційна технологія – комп'ютери і термінали, конторське і друкарське обладнання, оптична апаратура, лазерні диски, бланки обліку, ксерокопіювання тощо;

засоби зв'язку – радіо, телебачення, телефон, міжнародні засоби зв'язку, супутниковий зв'язок, кабельне телебачення тощо;

канали теле- і радіомовлення – радіомережа, регіональні мережі, телемережа, телефакс, телекс, короткохвильовий зв'язок тощо;

3. Недостатні розміри фінансування активної політики зайнятості. В Україні, на жаль, фінансування заходів, пов'язаних із здійсненням активної політики зайнятості, є недостатнім. Так, протягом останніх двох років видатки на сприяння зайнятості становили 0,3–0,4% валового внутрішнього продукту, тоді як у розвинутих країнах – у 10–12 разів більше. З липня 1997 року Верховна Рада України запровадила Інститут обов'язкового страхування громадян (0,5% від заробітної плати) та роботодавців (1,5% від валових витрат на заробітну плату) на

випадкове безробіття й утворення у зв'язку з тим спеціального фонду сприяння зайнятості. Проте швидкі темпи зростання безробіття вимагають більш адекватного розв'язання фінансових проблем, активнішого втручання щодо зменшення розмірів молодіжного безробіття.

4. Роль недержавних інститутів у сприянні молодіжному підприємництву. Традиційно політика державної підтримки малих підприємств реалізовується в межах комплексної програми розвитку підприємництва в Україні. Проте реальну допомогу молодіжному підприємництву можна надати не в межах всеукраїнської універсальної програми. Частково (надання методичної допомоги) ці завдання виконувалися б через відділ сприяння підприємницькій діяльності при органах влади. Доцільним є також створення регіональних центрів підтримки молодіжного підприємництва (бізнес-інкубаторів). Формуються вони за ініціативою наймолодших підприємців і функціонують на комерційних засадах. Варто створювати і громадські організації, як, наприклад, Львівський регіональний центр підтримки ініціативи та самопомоги. Завдання таких центрів полягає :

- у концентрації фінансів на розв'язання важливих проблем молодіжного підприємництва;

- у виконанні функції гаранта і посередника між малими підприємствами й кредитно-фінансовими установами;

- у участі у розробленні регіональних програм розвитку молодіжного підприємництва;

- у захисті інтересів молодих підприємців при розв'язанні конкретних проблем з місцевими органами влади і державними структурами;

- у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності тощо.

Отже, для сприяння розвитку молодіжного підприємництва є чимало механізмів, це передовсім:

- розробка і реалізація регіональних програм;

- створення громадських організацій, їх функціонування поряд з державними;

- стимулювання розвитку молодіжного бізнесу у сфері „нової економіки”.

1. Богиня Д. Соціально-економічні аспекти ринку праці в регіонах з підвищеним рівнем безробіття // Україна: аспекти праці. 1998. №1. С. 11. 2. Інформаційний бюлетень. К, 1997. 3. Курс підприємництва/ Под ред. проф. Горфинкеля. М, 1997. 4. Лапуста М., Шаршукова Л. Риски в підприємницькій діяльності. М, 1998. 5. Райнгард Рок та Франк Г.Вітт. На шляху до правильної економіки // Deutschland. 2001. №6. С. 17.

УДК 655.3.021.3

ПРО НЕОБХІДНІСТЬ НОРМУВАННЯ ВИТРАТ ФАРБИ В ОФСЕТНОМУ ВИРОБНИЦТВІ

В.В.Мартинів, М.М.Масловатий, А.І.Полішко

Розглядається диференціація існуючих норм витрат фарби в офсетному виробництві за видами робіт і друкарських машин, вказуються недоліки та шляхи їх усунення.

Differentiation of existing norms of paint using for offset production by kinds of work and printing equipment is examined, disadvantages and the ways of their elimination are presented.

Діючі норми витрат фарби встановлені для друку на аркушевих друкарських машинах за такими видами робіт: друкування тексту, тексту з ілюстраціями, репродукційних творів живопису, фону з текстом, заливного фону, багатофарбовий друк, растровий друк з фоном; для друку на рулонних друкарських машинах: тексту з ілюстраціями на однофарбових машинах, тексту з ілюстраціями двома фарбами, на багатофарбових машинах; для друку газетної продукції на машинах типу „Рондосет”, „Рондосет-петіт”, ПОГ-60 чорною і кольоровою фарбами.

Норми встановлені для книжково-журнальної й образотворчої (табл. 1) та газетної (табл. 2) продукції.