

Заборовець О.П.
ФММ НТУУ «КПІ»

Журіна М.О.
студентка ФММ НТУУ «КПІ»

ЕНЕРГЕТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УСТАНОВАХ БЮДЖЕТНОЇ СФЕРИ

Цей стандарт визначає вимоги до системи енергоменеджменту (SEнМ), дотримуючись яких організація повинна розробити і виконувати енергополітику, встановити цілі, завдання та плани дій, що враховують законодавчі вимоги та іншу інформацію, що відноситься до значимого використанню енергії. SEнМ дозволяє організації досягати зобов'язань, закріплених в політиці, вживати необхідних дій для поліпшення рівня енергоефективності та демонструвати відповідність системи вимогам цього державного стандарту.

Ключові слова: енергоефективність, міжнародний стандарт, енергоменеджмент.

Zaborovets O.P., Zhurina M.O.

ENERGYMANAGEMENT IN ESTABLISHMENTS OF BUDGETARY SPHERE

The Real international standard determines power management system requirement of energymanagement (SEнМ), following organization must develop and execute an energypolicy, set aims, tasks and Plans of actions, taking into account legislative requirements and other information, related to the meaningful use of energy. SEнМ allows organization to get at obligations, fastened in a policy, undertake necessary actions for the improvement of level of energy efficiency and demonstrate conforming of the system, the requirements of the real international standard.

Keywords: energy efficiency, international standard, power management.

Кириченко С.О.
старший викладач НТУУ «КПІ»

ЕВОЛЮЦІЯ ТЕОРІЇ КОНКУРЕНЦІЇ

В статті досліджується теорія конкуренції та конкурентних переваг спираючись на дослідження А. Сміта та інших зарубіжних авторів. Трансформація поняття конкуренція та адаптація ринку до сучасних реалій. Розкриті механізми та методи конкурентної боротьби, а також вплив кризових явищ на стан економіки.

Ключові слова: конкуренція, вигода, попит, пропозиція, ринок, виробництво.

Вступ. Відправною точкою в теорії конкуренції є робота основоположника сучасної економічної теорії Адама Сміта «дослідження про природу і причини багатства народів». У ній автор виразив основну роль конкуренції, втіливши її дію в принципі «невидимої руки»: кожен індивідуум, переслідуючи лише свої егоїстичні цілі, як би спрямовується невидимою рукою провидіння в інтересах досягнення найбільшого блага для усіх.

Сміт уперше встановив, що конкуренція є благо для суспільства в цілому, оскільки призводить до ефективнішого розподілу ресурсів і їх використання. А. Сміт позначив зв'язок конкуренції з попитом і пропозицією на ринку, вважаючи ціни основним знаряддям конкурентної боротьби. Дефіцит товару, на його думку, викликає конкуренцію серед покупців, яка призводить до підвищення ціни на товар, а надлишок товарів на ринку змушує до конкуренції продавців, що знижує ціну на товар.

Таким чином, конкуренція виступає силою, що приводить ринок через взаємодію попиту та пропозиції до деякої точки рівноваги, яка Смітом визначається як «сукупність вигодита невигоди різних застосувань праці і капіталу» [4, 117].

Результати дослідження. Сміт стверджує, що повернення до точки рівноваги може існувати тільки на зрілому ринку, такому стані економіки коли «по-перше, ця галузь торгівлі або промисловості має бути добре усім відома, і давно була утверджена в цій місцевості; по-друге, вона повинна знаходитися у своєму нормальному, або, так би мовити, природному стані; по-третє, вона має бути єдиним або головним заняттям тих, хто присвячує себе їй» [4, 112].

Ці три умови згодом зростають у три характеристики абсолютно конкурентного ринку і трактуватимуться як: 1) рівний і повний доступ усіх учасників ринку до інформації; 2) нескінченна безліч продавців і покупців на ринку, кожен з яких окремо не зможе впливати на ринкову ціну; 3) кожен виробник спеціалізується на випуску однорідного продукту, і продуктова диференціація відсутня. Розглядаючи монопольний ринок, А. Сміт дійшов такого висновку, що він виникає внаслідок «випадкових обставин», таких як неінформованість інших учасників ринку або особливі розпорядження уряду. Монополія, як пише А. Сміт, є «великим ворогом хорошого господарства». крім того, монополія перешкоджає розвитку економіки і зменшує добробут споживачів, призначаючи ціну вище за її природний рівень. «Монопольна ціна в усіх випадках є вищою ціною, яка тільки може бути отримана.

Природна ціна, або ціна вільної конкуренції, навпаки, є найнижчою ціною, на яку можна погодитися» [4, 145]. Таким чином, А. Сміт розглядав конкуренцію як щось само собою зрозуміле, не вимагаючи втручання держави та приділяв увагу тільки ціновій конкуренції.

Альфред Маршалл (1842-1924) для обґрунтування теорії рівноваги розглядав модель досконалої конкуренції, яка характеризувалася величезним числом незалежних один від одного продавців і покупців, вільним доступом на ринок і відсутністю можливості впливу на ринкові ціни. Механізм досягнення рівноваги при відхиленнях ціни від рівноважного рівня розглядається Маршаллом в якості коливань об'ємів продажів (зокрема, особливу роль грають в моделі Маршалла запаси виробництва). А.Маршалл вважав монополію повною протилежністю конкуренції. Або одне існує на ринку, або інше. І якщо вільна конкуренція – це оптимальний стан економіки, то монополія як її антипод – така організація, яка зменшує громадський добробут. Маршалл уперше пояснив переваги великомасштабного виробництва.

Він підкреслює наявність зв'язку між економією на масштабі та концентрацією виробництва: «Розширення масштабів його виробництва швидко збільшує його переваги перед конкурентами та знижує ціни, за яких він може дозволити собі продавати свою продукцію» [1, 401]. Таким чином, до початку ХХ століття в економічній науці складається статична модель конкуренції та монополії як двох полярних станів ринку, між якими не існують проміжні стани.

Першою здолати цей розрив спробувала Джоан Робінсон (1903-1983), яка запропонувала теорію недосконалої конкуренції в протилежність іншій організації ринку – досконалій конкуренції. Робінсон визнає різноманіття поведінкової активності фірм. Це не лише конкуренція і монополія як вважалося до цього, але й різні інші варіанти ринкової влади – конкуренція між виробниками диференційованого продукту та цінова дискримінація.

Якщо раніше вважалося, що конкуренція – це переважно і тільки цінова конкуренція, то Робінсон висуває й інші характеристики конкурентної поведінки фірм – величина транспортних витрат, рівень якості продукції, особливості обслуговування клієнтів, терміни кредиту, репутація фірми, роль реклами. Дж. Робінсон першою вказала на зв'язок між досконалою конкуренцією та ціновою еластичністю ринкового попиту фірми: «досконала конкуренція переважає тоді, коли попит на продукцію кожного виробника абсолютно еластичний».

Звідси виходить, по-перше, що число продавців велике й обсяг виробництва будь-якого з них складає низько малу частку від загального випуску цієї продукції; по-друге, що усі покупці знаходяться в однаковому положенні відносно можливості вибирати між кін-куруючими продавцями, так що на ринку панують стосунки досконалої конкуренції» [3, 55]. Робінсон уточнює концепцію ринкової рівноваги: «галузь знаходиться в стані повної рівноваги, коли не спостерігається тенденції до зміни числа фірм, що функціонують в ній.

Тоді прибуток цих фірм є нормальним» [3, 142]. Крім того, Дж. Робінсон, досліджуючи монополію, виділяє галузі, де конкуренція неможлива в силу технологічних особливостей (масштабу виробництва в першу чергу) : залізничний транспорт, електроенергетика, газова

промисловість. Це ті галузі, які пізніше будуть названі «природною монополією».

Робінсон пише: «якщо ж вийшло, що в таку галузь були залучені дві фірми, вони або будуть вимушені конкурувати між собою (при цьому жодна з них не зможе навіть відшкодувати свої витрати) і слабкіша розориться, або вони повинні будуть об'єднатися» [3, 238]. В цілому ж можна сказати, що для Дж. Робінсон, досконала конкуренція залишається ідеалом ринкової економіки, а будь-які відхилення від подібного ідеалу в реальності мають бути відповідним чином скореговані державною політикою.

Американський економіст Едвард Чемберлін (1899-1967) започаткував дослідження конкуренції як динамічного за своєю природою процесу. Е. Чемберлін запропонував теорію монополістичної конкуренції, в якій обґрунтував ідею синтезу конкуренції та монополії. Цей тип ринкової структури, передусім, базується на диференціації продукту.

Відмінності в смаках, бажаннях доходах та місці розташування покупців й відмінності в способах вживання товарів, на його думку, вказують на потребу в різноманітності та необхідність в заміні концепції «конкурентного ідеалу» ідеалом, включає і монополію і конкуренцію. Монополістична конкуренція – це механізм, який найкращим чином задовольняє зростаючі потреби суспільства. Якщо продукт диференційований, то кожен продавець являється одночасно і монополістом і конкурентом.

Е. Чемберлін теорією монополістичної конкуренції обґрунтував не лише цінові форми конкурентної боротьби, але й розкрив нові (нецінові), серед яких диференціація продукту, покращення якості, реклама, підвищення репутації фірми та її торгового знаку [7]. Нецінова конкуренція має величезне значення в сучасній ринковою економіці.

На відміну від Дж. Робінсон, для якої недосконала конкуренція – це привід, щоб держава втручалася в ринковий процес, Е. Чемберлін вважає подібне втручання зайвим, бо для цього немає підстав. Все, що відбувається, – це не таємна змова великих фірм, а нормальний процес розвитку ситуації на ринку, і завадити йому – значить відхилитися від оптимального стану ринку.

Е. Чемберлін відмовляється від чистої конкуренції як ідеалу економічного життя: «повне усвідомлення тієї обставини, що продукт завжди диференційований, розкриває значення проблеми різноманітності та робить зрозумілим, що чисту конкуренцію не можна більше вважати в усіх відношеннях «ідеалом» для економіки добробуту» [7, 266].

Австрійський економіст Йозеф Шумпетер (1883-1950) основним фактором розвитку вважає інновації – зміни в способах виробництва та реалізації товарів. Нововведення – є стрижнем конкуренції нового типу, набагато дієвішої, ніж традиційна цінова конкуренція. Будь-яке нововведення, за його словами породжує ситуацію монополістичної конкуренції. Механізм конкуренції витісняє з ринку підприємства, що

використовують застарілі технології та випускають продукцію, що не має попиту.

Механізм, що очищає економіку від усього віджилого, Шумпетер назвав «творчим руйнуванням». Конкуренція веде до відкриття нового товару, нової технології, нового джерела сировини або нового типу організації. Ця конкуренція, з одного боку, забезпечує істотне скорочення витрат та підвищення якості продукції, але з іншого боку, «вона погрожує існуючим фірмам незначним скороченням прибутків і випуску, а повним банкрутством» [8, 128].

Таким чином, економіка живе й розвивається завдяки знищенню старих компаній, методів та ідей, на зміну яким приходять нові, більше продуктивні прибуткові.

Й. Шумпетер, вважає, що з монополією несумісне поняття застійності, вона, явившись наслідком нововведень – сама благодотворний результат конкуренції. Шумпетер виділяє наступні позитивні сторони монополії. Монопольний прибуток, на думку австрійського економіста, може служити «ефективним способом накопичення засобів для фінансування додаткових інвестицій» в галузі [8, 130]. У розпорядженні монополіста можуть знаходитися способи виробництва, недоступні або важкодоступні для його конкурентів.

Монополія може мати на порядок більш стійке фінансове положення. У монополії більше засобів для фінансування технічного прогресу, що йде на користь усій економіці, а не тільки цієї галузі.

Досконала конкуренція породжує такі додаткові витрати у вигляді менш ефективної внутріфирмової організації виробництва, менш продуктивної технології, неможливості ефективно оцінити та використати нові перспективи, які роблять подібний тип ринку, в очах Шумпетера, не лише неоптимальним, але й навіть небажаним [8, 152].

Крім того, галузі з організацією, що наближаються до цілком конкурентної, демонструють схильність кризам та коливанням економічної кон'юнктури, що також не може вважатися взірцем ідеальної ефективності.

Таким чином, Й. Шумпетер через категорію нововведень поглибив розуміння конкуренції як закономірності ринкового господарства, виправдовуючи процес монополізації економіки.

Фрідріх Гаєк (1899-1992) вважає, що економічна теорія невірно використовує термін «конкуренція». Згідно його точки зору, конкуренцію слід розглядати ширше, не лише і не стільки в якості стратегії взаємодії фірм на ринку, але й в якості рушійної сили економічного життя. Тому Гаєк робить відмінність між конкуренцією як процесом динамічним за своєю природою і конкурентною рівновагою – статичною версією моделі ринку.

Якщо аналізувати статичну модель конкуренції, то, по Гаєку, досконала конкуренція виявляється лише однією з можливих точок реального конкурентного процесу, а зовсім не єдиною і не детермінованою. Проте конкуренція – це ще і особлива скріплююча сила,

те, що робить економічну систему економічною системою, це – деяка внутрішня структура і опора економіки. У цьому сенсі Гаєк говорить про конкурентний порядок, мета якого полягає в тому, щоб змусити конкуренцію працювати.

Конкурентний порядок потребує ширшого інституціонального обрамлення у вигляді приватної власності, свободи контрактів та інших подібних механізмів вільного ринку [5].

Макконнелл К. Р., Брю С. Л., Фішер С., послідовники неокласичних традицій, узагальнивши попередній досвід, використали структурний підхід до аналізу конкуренції, позначивши чотири основні ринкові ситуації. Визначивши чотири типи ринку та застосувавши функціональний метод дослідження, вони виявили особливості кожної ринкової ситуації, які полягають в поступовому зниженні кількості учасників конкурентної боротьби, розширенні диференціації продукту, збільшенням перешкод для переливання капіталів між галузями.

У кожній ринковій ситуації фірми по-різному формують свою конкурентну стратегію в короткостроковому і довгостроковому періодах, неоднаково впливаючи на попит та пропозицію, встановлюючи різні ціни та об'єм виробництва залежно від витрат виробництва. Таким чином, акцент зсунувся з самої боротьби між господарюючими суб'єктами на аналіз структури ринку, чотирьох основних ринкових ситуацій: досконала конкуренція, недосконала конкуренція, представлена чистою монополією, олігополією та монополістичною конкуренцією.

Істотний внесок у розвиток теорії конкуренції вніс американський економіст Майкл Портер (1947). Він узагальнив погляди різних економічних шкіл та запропонував власну модель п'яти конкурентних сил, які формують структуру галузі. Ця модель може допомогти знайти конкурентну перевагу, що дозволяє компанії зайняти вигіднішу позицію. Отже, професор М. Портер виділив 5 сил (загроз), які впливають на компанію в галузі:

1) ризик входу потенційних конкурентів: створює небезпека прибутковості компанії (якщо цей ризик малий, компанія може підвищувати ціну і збільшувати доходи) і залежить від висоти бар'єрів входження в галузь;

2) суперництво існуючих в галузі компаній;

3) можливість покупців «торгуватися»: представляє загрозу тиску на ціни через споживачів;

4) тиск з боку постачальників: полягає в їх загрозі підняти ціни, змушуючи компанії знизити кількість продукції, що поставляється, а, як наслідок, і прибуток;

5) загроза появи продуктів замінників: існування повністю замінних продуктів – серйозна конкурентна загроза, яка обмежує ціни компанії та її прибутковість.

Спільна дія названих сил характеризує інтенсивність конкуренції на ринку і зрештою розмір отримуваної господарюючими суб'єктами

прибутку. П'ять сил конкуренції визначають прибутковість галузі через вплив на ціни, витрати, розміри інвестицій, необхідні для того, щоб конкурувати в цій галузі. Чим інтенсивніше конкуренція, тим нижче прибуток, отримувана фірмами в межах галузі. Це доводить закономірний характер конкуренції.

М. Портер показав, що конкуренція набуває глобального характеру, в якому конкурують не економіки країн, а фірми, працюючі в різних соціально-економічних умовах. Портер вводить поняття «кластер», яке відбиває міру інтеграції та взаємодію споріднених підтримуючих галузей. Конкурентні стосунки проявляються в здатності фірм успішніше використати різні засоби конкурентної боротьби, такі, як низькі ціни, поліпшені характеристики товару, спеціальні способи просування товару на ринок тощо.

Портер стверджує, що для успішної конкурентної боротьби, господарюючий суб'єкт повинен сформувану конкурентну стратегію, мета якої полягає в забезпеченні переваги над конкурентами через виявлення своїх конкурентних переваг, їх поглиблення та вдосконалення [1].

Він зробив акцент на цінності «конкурентних переваг вищого порядку», які важче усього скопіювати конкурентам: патентована технологія, диференціація на основі унікальності товарів, репутація фірми, ґрунтована на посиленій маркетинговій діяльності, тісні зв'язки з постачальниками сировини та споживачами готової продукції.

«Конкурентні переваги вищого порядку» можливі за умови довготривалих та інтенсивних капітальних вкладень не стільки у виробничі потужності, скільки в спеціалізоване навчання персоналу, проведення НДДКР, в маркетинг.

М. Портер виявив загальні риси конкурентних стратегій, які будуються на основі трьох базових методів: низькі витрати та лідерство по витратах; диференціація продукту; поглиблена спеціалізація та функціонування у вузькій ринковій ніші [1]. Він детально вивчив фактори, що впливають на конкурентну боротьбу, додавши до вже позначених вище, успішність реалізації стратегії конкурента, наявність сильної маркетингової концепції та технічні нововведення.

Надалі Г. Хамів і К. К. Прахалад розкрили теоретичні та практичні особливості конкурентної поведінки компаній, що намагаються не лише зберегти свої провідні позиції, але й такі що докладають зусиль для проникнення на ринки майбутнього. Одним з основних способів досягнення цього є формування в компаніях «Ключових компетенцій», що дають їм безумовну конкурентну перевагу, а також інтелектуальне лідерство.

Ключові компетенції є набором навичок, умінь і технологій, що дозволяють компанії надавати блага споживачам. Фірма повинна перетворювати ресурси та здібності на компетенції, які дозволять їй швидко адаптуватися до оточення, що змінюється [6]. Велике значення в

досягненні провідних позицій на глобальному ринку, на їх думку, має впровадження компаній на внутрішні ринки інших країн.

На межі XX – XXI ст. підходи до вивчення сутності та ролі конкуренції втілюються в нових концепціях стратегічного менеджменту, коли розробляються та реалізуються на практиці різні способи досягнення лідерства компанії на ринку. З'являється велика кількість літератури по «завоюванню ринку», в якій велика увага приділяється безпосередньо взаємовідношенню продавця та покупця.

Ці книги намагаються навчити як здолати заперечення, умінню переконувати та переконавати покупця купити товар саме у цього господарюючого суб'єкта, а не у конкурента. Іншими словами, подібні «Творіння» навчають продавців отримати перемогу в конкурентній боротьбі за допомогою психологічного тиску на покупця. Варто відмітити, що така тактика поведінки підприємця, практично будується на обмані покупця, адже у виграші залишається тільки продавець.

Світова фінансово-економічна криза, що вибухнула в 2008 р., зумовила підприємців вдаватися до жорсткіших методів конкуренції, або до методів недобросовісної конкуренції (у т. ч. картельні змови, які призводять до завищення цін та істотно збільшують збитки споживачів).

Необхідно сказати, що в сучасній економіці, підприємцю все важче конкурувати, на наш погляд, з наступних причин:

1) Однотипність товарів. Нині товари і послуги стають все більш схожими один на одного. Знайти в продукті конкурентну відмінність практично неможливо, у зв'язку з тим, що технологія знаходиться на такому високому рівні, що навіть якщо хтось щось вигідає, це в найкоротший термін відтворюється. У великій більшості товари та послуги ідентичні. Щодня виходять якісь нові пристрої, щось, змінюється, модернізується. Межа між товарами різних виробників зникла.

Конкурентної переваги в товарах практично не існує.

2) Вибірковість покупців. Ця причина полягає в тому, що покупця все важче «обдурити» та «нав'язати» йому купити, нібито унікальний товар при дії на нього психологічного тиску. При однотипності товарів, покупець, найчастіше, звертає увагу на ціну і вибирає продукт з меншою вартістю. При цьому підприємець, що активно знижує ціну, працює з меншою рентабельністю або собі у збиток.

Висновки. Отже, еволюцію поглядів економістів на проблему конкуренції коротко можна сформулювати таким чином. Спочатку формується модель досконалої конкуренції та розробляються риси конкурентного ринку. Досконала конкуренція, була певним металоном, відхилення від якого розцінюється негативно. Представлялося, що монополія, як антипод вільної конкуренції, знижує ефективність економіки.

Поступовий розвиток теорії конкуренції призводить до розуміння того, що конкуренція і монополія настільки сплетені, що доцільніше говорити про монополістичну конкуренцію – таку структуру, де в кожен

момент є присутніми риси і монополії і конкуренції. Складається принципово новий погляд на структури ринку. Потім, стає зрозумілим, що фірмі, щоб отримати перемогу в конкурентній боротьбі необхідно володіти не лише конкурентною перевагою, але й застосовувати методи стратегічного планування.

Список використаних джерел

- 1 . Маршалл А. Принципы политическойэкономии . М.: Центр, 2007. 698 с.
- 2 . Портер М. Конкуренция . М. : Вильямс , 2010. 608 с.
- 3 . Робинсон Дж. Экономическаятеория несовершеннойконкуренции. М. , 1989. 302 с.
- 4 . Смит А. Исследование о природе и причинах богатствнародов. – М.: Эксмо, 2007. – (Серия: Антологияэкономическоймысли) – 960 с.
- 5 . Хайек ф. Конкуренція як процедура відкриття / / Світова економіка і міжнародні відносини. 1989 . № 12 . С. 5-17 .
- 6 . Хамел Г. , Прахалад К. К. Конкуренция за будущее. Создание рынка завтрашнего дня. М. : Олимп-бизнес , 2002. 288 с.
- 7 . Чемберлин Е. Теория монополистическойконкуренции . М.: Центр , 1997. 302 с.
- 8 . Шумпетер Й. Теорияэкономического развития . М. , 1982. 864 с.

Кириченко А.С.

старший преподаватель НТУУ «КПИ»

ЭВОЛЮЦИЯ ТЕОРИИ КОНКУРЕНЦИИ

В статье исследуется теория конкуренции и конкурентных преимуществ опираясь на исследования А. Смита и других зарубежных авторов. Трансформация понятия конкуренция и адаптация рынка к современным реалиям. Раскрыты механизмы и методы конкурентной борьбы, а также влияние кризисных явлений на состояние экономики.

Ключевые слова: конкуренция, выгода, спрос, предложение, рынок, производствo.

Kyrychenko S.O.

EVOLUTION THEORY OF COMPETITION

The paper investigates the theory of competition and competitive advantage based on the study of Adam Smith and other foreign authors. Transformation of the notion of competition and adaptation to the new realities of the market. The mechanisms and methods of competition, and the impact of the crisis on the economy.

Keywords: competition, profit, demand, supply, market, production.

СИСТЕМА ВПЛИВІВ НА ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

В статті досліджено процес формування соціально-трудо­вих відносин як системного економіко-правового явища. На основі аналізу вертикально інтегрованих груп суб'єктів соціально-трудо­вих відносин зроблено висновки щодо системи впливів на трудові відносини, яка є характерною для сучасного стану українського суспільства і української економіки

Ключові слова: соціально-трудо­ві відносини, роботодавець, найманий працівник.

Вступ. Трансформаційна економіка ставить свої задачі в сфері формування і розвитку соціально-трудо­вих відносин. В процесі ринкових перетворень має відбутися перехід від системи відносин в форматі *наймані працівники – держава*, в якому держава виступає єдиним роботодавцем і єдиним координаційним центром в сфері формування соціально-трудо­вих відносин одночасно. Цей процес є довготривалим і непростим. Свідченням цього є той факт, що до цього часу трудові відносини в Україні регулюються Кодексом Законів про працю від 1971 року [1]. Проект нового Трудового кодексу є предметом палких наукових і політичних дискусій. Термін *соціально-трудо­ві відносини* використовується науковцями відносно недавно. Науковою базою цього поняття є такі категорії як *праця, трудові ресурси* тощо. Дослідженню цих категорій присвячені роботи таких видатних економістів як А.Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс. Питання формування і розвитку соціально-трудо­вих відносин в сучасних умовах стало предметом наукової уваги таких науковців як академік А.А.Чухно. В своїх наукових роботах він охарактеризував соціально-трудо­ві відносини як комплекс взаємозалежностей і взаємодій між найманими працівниками і роботодавцями, суб'єктами і органами сторін за участі держави і місцевого самоврядування, що пов'язані з найманням, використанням, відтворенням робочої сили і спрямовані на забезпечення високого рівня якості життя особистості, колективів і суспільства загалом. Російський професор Ю.Орловський наголошує, що трудові відносини є серцевиною відносин, які становлять предмет трудового права. М.Г. Акулов в своїх працях наполягає на двох формах соціально-трудо­вих відносин [2]: фактичних соціально-трудо­вих відносин і соціально-трудо­вих правовідносин. В працях О.І. Іляша [3] проведено детальний аналіз суб'єктів, видів, форм, рівнів соціально-трудо­вих відносин. Велика наукова робота зарубіжних і вітчизняних науковців проте не дає вичерпної відповіді щодо оцінки формальних соціально-трудо­вих